

Для изготовления комплекта был выбран промышленный способ. Анализ направлений моды выявил на момент проектирования увлечение тесьмой-молнией в качестве декоративного элемента для спортивной одежды уни-секс. Исследования представленных на рынке спортивной одежды моделей позволили предположить возможность включения проектируемого комплекта одежды для инвалида в систему моделей того же ассортимента спортивной одежды. В результате была разработана система совместимых моделей с достаточно высоким коэффициентом конструктивно-технологической однородности, что доказало возможность изготовления одежды для инвалидов малой серией промышленным способом.

Необходимо отметить, что разработка комплексных систем моделей для инвалидов и здоровых людей способствует решению психологических проблем. Инвалид носит одежду визуально аналогичную той, которую он видит на окружающих, соответствующую направлениям моды, что помогает психологической адаптации его и его родных, как правило тяжело переживающих состояние больного, отличающегося от окружающих людей.

Список использованных источников

1. Шершнёва, Л. П. Разработка технологии проектирования мелкосерийных многоассортиментных потоков / Л. П. Шершнёва, Т. А. Гордеева // Швейная промышленность. – 2008. – № 1. – С.45–46
2. Мокеева, Н. С. Концепция разработки одежды для людей с различными заболеваниями / Н. С. Мокеева, Т. В. Глушкова, О. Н. Харлова и др. // Швейная промышленность. – 2003. – № 2. – С. 30–31
3. Мокеева, Н. С. Разработка одежды для людей, больных диабетом / Н. С. Мокеева, Т. В. Глушкова, О. Н. Харлова и др. // Швейная промышленность. – 2003. – № 2. – С. 32–33
4. Козлова, Е. В. Разработка моделей одежды для людей, находящихся в инвалидном кресле / Е. В. Козлова, О. М. Плешкова // Швейная промышленность. – 2007. – № 6. – С. 53–54
5. Лопандина, С. К. Разработка одежды для реабилитации детей с нарушениями опорно-двигательного аппарата / С. К. Лопандина, Р. А. Мельникова // Швейная промышленность – 2006. – № 5. – С. 23–24
6. Тихонова, Т. П. Одежда, как средство оздоровления человека / Т. П. Тихонова, Е. В. Захватова, Л. В. Иванова // Швейная промышленность. – 2006. – № 3. – С.31– 33
7. Захватова, Е. В. Определение зон, влияющих на оздоровление человека, в лечебно-профилактических изделиях / Е. В. Захватова, Т. П. Тихонова // Швейная промышленность. – 2007. – № 6. – С.56–57
8. Бикбулатова, А. А. Разработка детской одежды, формирующей нормальную осанку у детей младшего школьного возраста / А. А. Бикбулатова, Р. Ф. Каюмова // Швейная промышленность. – 2006 – № 4.– С. 45– 46

УДК 687.05

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ МЕТОД ВЫБОРА КАРТОННОЙ ПОДЛОЖКИ ДЛЯ СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТИ

В.В. Вершков, Н.В. Шлей

*Новосибирский технологический институт (филиал)
Московского государственного университета дизайна и технологии
г. Новосибирск, Российская Федерация*

Сублимационная печать на ткань нашла широкое применение при изготовлении одежды спортивного и бытового назначения. Это объясняется возможностью воспроизведения на ткани рисунков широкой цветовой гаммы и сложности, достижения высокой точности цве-

топередачи, оперативностью перехода на новый рисунок, получения окраски устойчивой к различным механическим и физико-химическим воздействиям.

Термоперенос полноцветного изображения с бумаги на ткань осуществляют с помощью термопрессов, в которых прессующую плиту покрывают фетровым матом толщиной порядка 10 мм. Наличие фетрового мата обеспечивает свободный проход сублимированного красителя сквозь ткань и выполняет роль упругого компенсатора. В процессе термопереноса красителя он окрашивает не только ткань, но и фетровую подложку. В связи с чем при последующем ее использовании имеет место нежелательное воспроизведение предыдущего рисунка на изнаночной стороне ткани. Для исключения этого каждый раз при смене рисунка необходимо использовать чистую фетровую подложку. Однако при частой смене рисунка работа с большим количеством подложек не только затрудняет, но и удорожает технологический процесс. Поэтому для повышения эффективности сублимационной печати необходим поиск альтернативного решения.

Практика работы на термопрессах показала, что одним из таких путей является применение дополнительной картонной подложки, которую укладывают сверху фетровой. При этом картон должен обладать определенной поверхностной плотностью, пористостью и толщиной. Так использование подложки из электрокартона марки ЭВ, толщиной 0,5 мм не позволило получить должного качества переносимых рисунков. Контурные последних получились размытыми. Очевидно, причиной этого является чрезмерная плотность картона, которая не позволяет сублимированному красителю пройти сквозь него, а приводит к его растеканию по поверхности картона.

В ходе поиска картона, обеспечивающего должное качество переносимого рисунка, были экспериментально исследованы образцы отечественного картона марки Нева и Ладога.

На первой стадии испытаний, проводившихся в соответствии с ГОСТ 12088-77, был использован отечественный прибор марки УПВ – 2. Однако малая величина разряжения воздуха, порядка 49 Па, которую создавал насос прибора под точечной пробой, не позволила оценить воздухопроницаемость испытуемых образцов картона. В связи с этим была изготовлена установка, содержащая две камеры 1 и 2 (рис. 1), источник сжатого воздуха (на рис. 1 не показано) и измерительной резиновой оболочки 4. В процессе испытаний пробный образец 3 картона, диаметром 10^{-1} м зажимали по периметру между камерами 1 и 2 и продували сжатым воздухом, подводимым к камере 1. Количество воздуха, прошедшего через картонный образец за фиксированный промежуток времени, измерялось с помощью резиновой эластичной оболочки 4, объем которой был предварительно оттарирован.

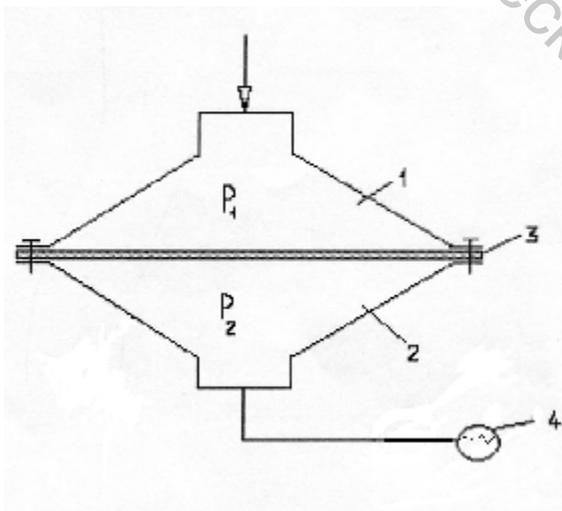


Рисунок 1 – Схема установки для определения воздухопроницаемости картона

Оценку воздухопроницаемости картона производили путем сравнения показателей, найденных с помощью выражения:

$$V_p = V_{cp} / (S \cdot t),$$

где: V_p – коэффициент воздухопроницаемости, м/с;
 V_{cp} – усредненный объем воздуха, прошедший через картон, м³;
 S – площадь образца картона, м²;
 t – длительность прохождения воздуха, с.

Испытаниям были подвергнуты образцы картона марки Ладога и Нева с различной поверхностной плотностью.

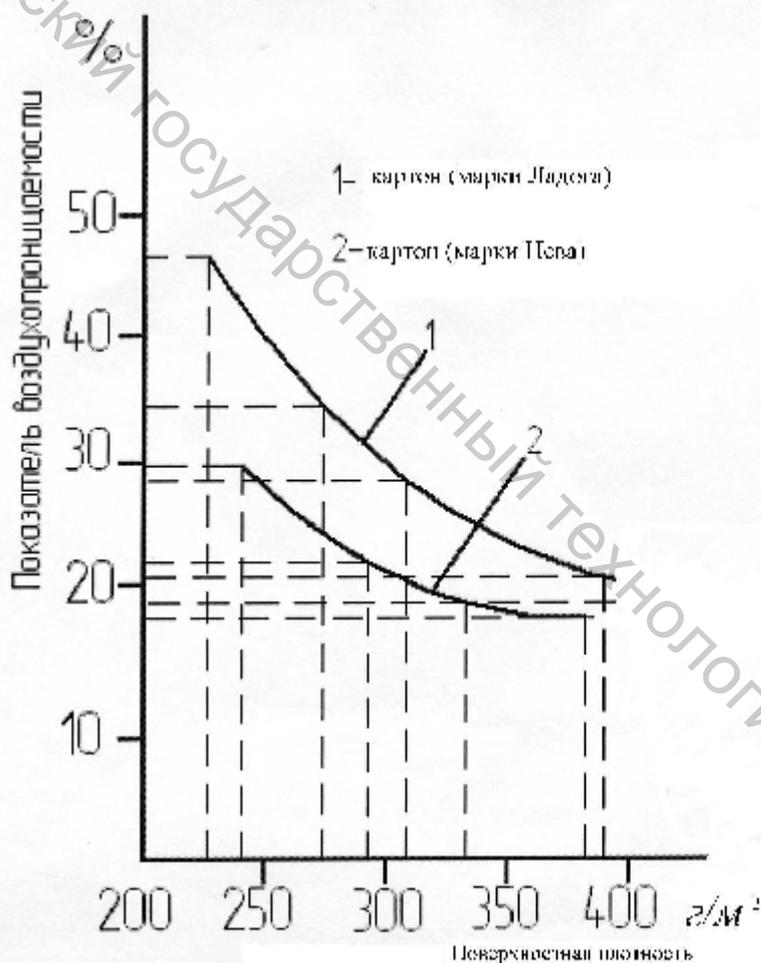


Рисунок 2 – График зависимости воздухопроницаемости картона от его поверхностной плотности

На рисунке 2 показаны графики изменения воздухопроницаемости картона в зависимости от его поверхностной плотности. Из графиков видно, что с увеличением поверхностной плотности картона его воздухопроницаемость резко уменьшается. При этом установлено, что картон марки Ладога при прочих равных условиях обладает лучшей воздухопроницаемостью. Производственные испытания показали также, что картон марки Ладога 270 имеет срок службы, примерно в 1,5 раза больше, чем картон марки Нева 320. Кроме того, стоимость данного картона в 1,6 раза меньше, чем картона марки Нева. Поэтому для практического использования был выбран картон марки Ладога 270.

Как показала практика дополнительная картонная подложка из картона марки Ладога 270 позволила наряду с высоким качеством термопечати не менять основную фетровую подложку при смене ассортимента.

Список использованных источников

1. Лабораторный практикум по текстильному материаловедению. Учебное пособие для вузов / Кобляков А.И., Куприн Г.М. и др. – М.: Легпромбытиздат, 1986. – 344 с.

УДК 687.016

**РАЗРАБОТКА ПОЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ
ВАРИАЦИЙ ТИПАЖЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
В ФАС И В ПРОФИЛЬ**

И.В. Нестерук, Н.А. Коробцева

*Московский государственный университет дизайна и технологий,
г. Москва, Российская Федерация*

На сегодняшний день разнообразие головных уборов значительно увеличилось, покупатель стал взыскательней и с различными финансовыми возможностями, наряду с этим все чаще стали возникать задачи гармоничного оформления индивидуальной внешности потребителя головным убором. Модной стала индивидуальность. Потребитель избирает индивидуальный стиль при подборе головного убора, стремится быть непохожими на других людей и выделить себя из массы. Индивидуальный подход к потребителю заключается в анализе системы «внешность – головной убор», выявлении значимых характеристик внешности, индивидуального стиля и других факторов, особенностей, параметров. Большинство потребителей бессознательно выбирают себе головной убор так, чтобы выглядеть в нем соответственно своему идеалу, имиджу. Поэтому очень важно исследовать составляющие формирования гармоничного индивидуального стиля, основанного на акцентуированных типажах головы потребителя в фас и в профиль, и разработать процесс дизайна на этой основе.

Несмотря на разнообразие головных уборов, на обилие модельных конкурсов и почти ежедневных мероприятий, так или иначе посвященных моде, на сегодняшний день, не разработана база данных «внешность – головной убор» для проектирования головных уборов на индивидуального заказчика. В ряде работ уделяют внимание отдельным вопросам гармонизации, но отсутствует комплексная разработка процесса дизайна головных уборов с учетом гармонизации в системе «головной убор – внешность». Мало внимания уделяется исследованиям формируемого образа и изучению процесса формирования модного образа потребителя.

Таким образом, разработка методики дизайна головных уборов на индивидуального потребителя приобретает особую значимость. Для разработки такой методики, в первую очередь необходимо получить важнейшую составляющую информационного обеспечения проектирования головных уборов, классификацию индивидуальных акцентуированных типажей потребителей в фас и в профиль и полную классификацию непосредственно самих головных уборов.

В работе решаются взаимосвязанные задачи, основными из которых являются:

- обобщение материалов по изучению некоторых антропологических характеристик головы человека (черт лица в фас и в профиль);
- разработка дизайн - знаковых систем этих характеристик;
- формирование их базы данных, полученной на основе методов проектирования головных уборов на индивидуальные профильные акцентуированные типажи потребителей (ИПАТП) и на индивидуальные акцентуированные типажи потребителей в фас (ИФТПвФ).