

Где  $L_i$  – длина верхней линии брюк, измеренная при закрытых выточках и складках, при смещении пояса на  $i$  см по отношению антропометрического уровня талии см,

$l_{фигi}$  – размерный признак «обхват фигуры ниже антропометрического уровня линии талии» на величину  $i$ , см,

$P_{CTi}$  – конструктивная прибавка к размерному признаку «полуобхват фигуры ниже антропометрического уровня линии талии», см,

$P_{TM1}$  – составляющая конструктивной прибавки  $P_{CT}$  и учитывающая толщину пакета материалов брюк, включая толщину основного материала, пояса, узла карманов и застежки, см,

$P_{TM2}$  – составляющая конструктивной прибавки  $P_{CT}$  и учитывающая толщину пакета материалов нижнего белья и сорочки, см,

$\Delta Cт$  – интервал межразмерного безразличия для размерного признака «Полуобхват талии», см.

Для точного определения обхватов фигуры ниже антропометрического уровня линии талии  $l_{фигi}$  нами проведено экспериментальное исследование с помощью технологии бодисканирования. В ходе исследования для 28 мужских фигур были получены длины сечений нижней опорной поверхности мужской фигуры, генерированные на уровнях талии и бедер с помощью бодисканера TELMAT. Между ними расположены интерполированные линии с шагом понижения верхнего среза на 2 см спереди и на 1,2 см сзади. Такой шаг выбран для дальнейшей идентификации положения пояса брюк. В результате корреляционно-регрессионного анализа получена формула для расчета обхватов фигуры ниже антропометрического уровня линии талии:

$$l_{фигi} = 1,259 \text{ От} + 0,174 (\text{Об}_1 - \text{От}) + 0,563 i - 23,824 \quad (2)$$

Где  $l_{фигi}$  – размерный признак «обхват фигуры ниже антропометрического уровня линии талии»;  $i$  – величина смещения положения пояса ниже антропометрического уровня талии;  $\text{От}$  – размерный признак «обхват талии»;  $\text{Об}_1$  – размерный признак «обхват бедер без учета выступа живота».

Зная желаемую величину смещения положения пояса можно рассчитать обхват фигуры на соответствующем уровне по формуле (2), а затем, используя формулу (1) рассчитать необходимую длину верхнего среза в конструкции брюк.

Согласно разработанной методике параметризации процедуру анализа начинают с измерения длины верхнего среза передней и задней частей брюк. Затем определяют возможную величину смещения пояса  $i$  относительно антропометрического уровня линии талии. На анализируемом ЧМК откладывают величину  $i$  и находят антропометрический уровень линии талии, а затем относительно этой линии размечают все основные антропометрические уровни. Предложенный метод обеспечивает точное нахождение параметров чертежей конструкций брюк.

УДК659.2

## ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНО – ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ КОМПАНИИ «DREAM MAKERS»

*И.Л. Кириллова, ст. препод., Е.Н. Синельник, студ.,  
УО «Витебский государственный технологический университет»,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Современный дизайн, впитывает самые разные мотивы, он неограничен никакими стилистическими рамками, которые когда-то задавали направления его развития, он обнаруживает новые выразительные средства, т.е. дизайн располагает неограниченными возможностями. Проектирование принципиально новых промышленных изделий, создание фирменного стиля, охватывающего все сферы деятельности современной корпорации.

Информационная поддержка для компаний «Dream Makers» (Создатели мечты) заключается в том, что каждая профессиональная фирма нуждается в идентификации. Оригинальный, креативный фирменный стиль позволит потребителю без особых усилий узнать фирму и спектр предлагаемых услуг. Для успеха фирмы требуется доверие покупателей. Наличие фирменного стиля значительно повышает эффективность рекламы.

Продукция компании «Dream Makers» занимает достойное место на рынке. Это является показателем того, что продукция вызывает интерес и имеет значение для потребителя. Чтобы создать радость человек изначально создает себе мечту, далее стремиться реализовать ее. Многие мечты существуют вокруг нас, поэтому компания создает мечту, которую можно увидеть, потрогать, оценить, и приобрести.

Особенности проектирования рекламно – информационной поддержки «Dream Makers» является желание подчеркнуть индивидуальность фирмы, отобразить ее ценности, продукцию/услуги, улучшить идентификацию марки покупателями и партнерами, выгодно отличить от конкурентов. В ходе решения этой задачи необходимо было разработать такой корпоративный стиль, в котором прочитывалась бы сущность всей компании, а не ведущего бренда «Фэнси». В исполнении поставленной задачи выделяются определяющие свойства компании, такие как креативность, коллективность, качественность, высокий профессионализм, доверие, масштабность. Работа коллектива прочитывается в идеи графического исполнения птицы, а именно голубя. Известно, что голубь – птица мира, поэтому при помощи данного образа автор дипломного проекта указывает на мир, радость, свободу, мечту.

В разработку фирменного стиля входит создание и утверждение логотипа, подбор шрифта, выбор цветовой гаммы, графического исполнения и других элементов в соответствующих форматах, верстка, подбор бумаги, способа печати и отделочных процессов. Стиль основывается на геометрических знаках, потому что геометрическая пластика это – классика, что учитывалось при создании креативного стиля. Геометрическая пластика развивает логическое мышление, отвечает за точность сообщений, способствует последовательности в развитии идеи. Благодаря геометрической пластике, которая господствовала в формообразовании знака, приобрело логическую и символическую завершенность. Чистая, выстроенная графика придает информации оригинальное оформление, привлекает внимание уверенностью направления, словно полет птицы, которая уверенно парит в небе.

Помимо этого, все объекты, содержащие элементы фирменного стиля фирмы, сами являются рекламой. Изображение птицы на логотипе, как бы указывает на свободу мечтаний и привлекает к себе внимание, подталкивает к стремлению вперед, к мечте. Связь логотипа с компанией выражается в представлении птицы, как символа свободы, жизни, наполненной миром и идеями, не стереотипными. Такой логотип способствует запоминанию, узнаваемости и увеличению доверия к компании. Важным выразительным средством фирменного стиля является цвет, подача графики, сочетание различных стилей и т.д. Символ птицы на логотипе указывает на свободу мечтаний и привлекает к себе внимание, подталкивает к стремлению, к мечте. Птица выполнена по стилистике оригами, что поддерживает основную идею фирменного стиля, указывает на многоэтапный процесс создания продукции и сплоченность коллектива, потому что оригами это последовательность и профессионализм. Знак создает позитивную эмоциональную реакцию (рисунок 1.).

Цвет в дипломном проекте. Цвет влияет на подсознание человека самым непосредственным образом и вызывает позитивную или негативную реакцию. В индустрии моды, рекламы, презентаций цвет является одним из самых сильных рычагов воздействия. Важным выразительным средством данного фирменного стиля является цветовая гамма, который содержит цвета успеха, комфорта, мечтаний, открытости, уверенности, зрелости, пробуждает интерес к внешнему миру. Он серьезен и благодаря этому вызывает к себе

доверие. Дополняющий друг друга цвета сливаются в гармоническое целое и сохраняют общее впечатление цельности и единства.



Рисунок 1 – Итоговый вариант товарного знака для компании «Dream Makers»

Предлагаемые фирменные цвета проекта: голубой, фисташковый, серый цвета (рисунок 2.). Цветовая гамма очень выдержанна, не смотря на то, что движущим брэндом является «Фэнси» (мягкая/не мягкая игрушка), заказчик указал серьезность стиля, деловое направление. Основной цвет, голубой - это цвет эмоциональности, цвет общения. Голубые тона производят впечатления легкости, воздушности, эфирности, чистоты. Цветом компания указывает на желание общения с потребителем и это вызывает к себе доверие.

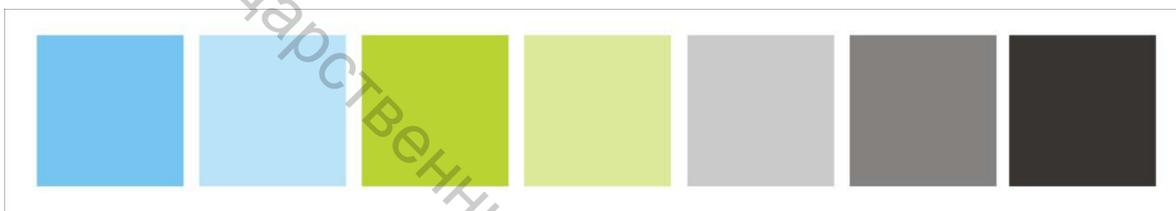


Рисунок 2 – Фирменные цвета

Возможности цвета в рекламе поистине многогранны. Изучение его воздействия на сознание и поведение потребителя чрезвычайно важно. Ведь признаком хорошего тона в рекламе является создание изображения, которое не только радует глаз, но и «продает» товар. Неотъемлемой частью решения проекта, является гармоничная целостность систематизации элементов фирменного стиля. Целостность отражает логику и органичность связи конструктивного решения изделия с его композиционным воплощением.

Проект актуален, соответствует основным современным тенденциям, перспективен, новизна проекта заключается в разработке новых задач и целей, создание новых изобразительно-выразительных средств, которые оживят образ выпускаемой продукции. Дизайн-проект соответствует современным тенденциям и может внести современный вклад в развитие промышленности.

УДК745.05; 687.1

## ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СВОЙСТВ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОДЕЖДЫ

*Е.А. Кирсанова, д-р техн. наук, доцент кафедры материаловедения,  
Г.Э. Махарашвили, асп. каф. материаловедения,  
Московский государственный университет дизайна и технологии,  
г. Москва, Российская Федерация*

При проектировании современных изделий лёгкой промышленности существенное значение придается использованию возможностей применяемых материалов. Сегодня мы наблюдаем развитие текстиля связанное с изменением практически всех его параметров,