

Schouler, Closed. Мировые бренды продолжили удивлять своих поклонников, предлагая им самые разные варианты красивой и комфортной одежды. Спортивный стиль может гармонично сочетаться и со стилем casual, и с гламурным шиком. Минимализм представлен как абсолютно аскетичными образами, так и более игривыми. Современная спортивная одежда может быть соблазнительной. Большое внимание уделяется выразительным силуэтным формам.

Российский бренд «Nina Donis», снискавший внимание и любовь западной публики благодаря узнаваемому стилю и особой концепции – это дизайнерский дуэт, черпающий творческие идеи в спорте, авангардном искусстве, спецодежде. Уникальный стиль бренда отличают лаконичность, простота кроя, работа с формой, любовь к использованию натуральных тканей.

В обуви прослеживаются те же тенденции, что и в одежде. Использование новых технологий позволяет создавать уникальные образцы спортивной обуви. Но ко многим из этих образцов можно относиться как к произведениям искусства. Кроссовки и кеды, созданные такими брендами как Max Mara, Giuseppe Zanotti Design, Adidas by Raf Simons, New Balance, Nike, Hogan, Prada и другими – вызывают восхищение.

Олицетворением хорошего вкуса, элегантности и интеллигентности в современной моде стала лаконичность. Это необходимо учитывать и при производстве одежды в спортивном стиле. Изящество, лёгкость и комфорт – это основные требования, которые предъявляет потребитель к такой одежде.

Социологические опросы показывают, что современные покупатели уже готовы приобретать одежду из новых высокотехнологичных материалов.

Дело за производителем!..

Список использованных источников

1. www.sochi2014.com/partner-bosco-sport
2. <http://timesnet.ru/success/3212/>
3. http://www.tornado-nsk.ru/modnaji_sportivnaji_odezhda_2012.html

УДК.687.016.5: 687.12

АНАЛИЗ СИЛУЭТНЫХ ЛИНИЙ МОДЕЛЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ РАЗНЫХ РАЗМЕРОВ

*Сурикова О.В., доц., Сурикова Г.И., доц., Травкина Г.С., маг.,
Катаназева И.В., маг.*

*Ивановский государственный политехнический университет (ИВГПУ),
г. Иваново, Российская Федерация*

Каталоги продукции швейных предприятий изобилуют предложениями о продаже моделей одежды в широком размерном диапазоне. Увеличение размерного ряда модели позволяет предприятию снизить удельную долю трудовых затрат на проектные работы, подготовку модели к производству и способствует повышению экономической эффективности его работы. Однако расширение диапазона размеров может привести в крайних размерах к искажениям первоначального вида и антропометрического соответствия модели [1]. В настоящее время отсутствуют серьезные обоснования для установления диапазона приемлемых размерных вариантов для модели одежды. Одежда – объект визуально воспринимаемый, поэтому законы перцепции должны стать основой для определения рационального размерного ряда модели.

Информационной оболочкой, создающей основное впечатление о модели, являются силуэтные линии [2]. В настоящей работе проведен анализ продольных силуэтных линий моделей женской одежды разных размеров. Объектами исследований были фотографии моделей одежды, представленные на фигурах в современных рекламных промышленных каталогах. Работа выполнена в несколько этапов с использованием экспертного метода.

На первом этапе проведена концептуальная кластеризация моделей по силуэтам. Анализировали четыре вида силуэтов: прилегающий, полуприлегающий, прямой и трапецевидный. Отнесение модели к той или иной силуэтной форме каждый эксперт проводил на основе собственного восприятия её образа. В результате эксперимента были сформированы сенсорные пространства силуэтных форм, представляющие собой совокупности моделей, наделенных субъективными признаками топологии и метрики, воспринимаемыми как визуально однотипные. В окончательный состав однотипной силуэтной группы включали только модели, по которым совпадали мнения более 75% экспертов. Внутри силуэтной группы оказались модели одежды разных видов и размеров. Общее число моделей в группе не менее 50.

На втором этапе внутри каждой силуэтной группы выполняли разделение моделей на три подгруппы с учетом их принадлежности к определенной размерной популяции фигур: малых, больших и очень больших размеров. Малыми приняты размерами 84...104, большими 108...120, очень большими 120-136. Отнесение модели к той или иной подгруппе размеров каждый эксперт проводил по ощущениям их сенсорных образов.

На третьем этапе оценивали геометрические параметры силуэтных линий моделей, определившие их визуальную идентификацию. Непосредственно по фотографиям моделей в каталогах измеряли углы наклона силуэтных линий к вертикали. Для прилегающего и полуприлегающего силуэтов измеряли по два угла: α_1 на участках выше, α_2 – ниже талии, для силуэтов прямого и трапецевидного – по одному углу φ наклона силуэтных линий к вертикали (рис. 1).

Исследованиями выявлены диапазоны варьирования углов наклона силуэтных линий по видам силуэтов и закономерные их распределения по размерным подгруппам одежды.



Рисунок 1 – Углы наклона продольных силуэтных линий одежды

В моделях **прилегающего силуэта** при переходе от малых к большим и очень большим размерам углы a_1 и a_2 уменьшаются. Изменения наиболее резко выражены для угла a_1 . Моделям малых размеров свойственно акцентирование преобладания ширины плечевого пояса над шириной по линии талии. В подгруппах моделей больших и очень больших размеров акцентирование приталенности уменьшается. Ни одно значение угла a_1 не повторяется во всех трех размерных подгруппах моделей, что свидетельствует о невозможности получения идентичного прилегающего силуэта модели одежды для всей шкалы размеров.

Для моделей **полуприлегающего силуэта** установлены диапазоны одинаковых значений углов во всех трех размерных подгруппах: $a_1=6-8^\circ$, $a_2=14-16^\circ$. Наличие зон аналогий по углам силуэтных линий позволяет предположить возможность создания идентичного полуприлегающего силуэта модели для всей линейки размеров.

В сенсорном пространстве моделей **прямого силуэта** отмечены отклонения продольных силуэтных линий от вертикали, как в сторону расширения, так и в сторону уменьшения ширины изделия к низу. В общей совокупности моделей прямого силуэта выявлена зона аналогий, включающая значения углов $\varphi=1,5-2^\circ$, которые встречались в моделях всех трех размерных групп, и установлена возможность создания идентичного прямого силуэта модели для всей шкалы размеров.

Для **трапецевидного силуэта** зона аналогий, включающая значения углов $\varphi=5-8^\circ$, является самой обширной из всех рассмотренных силуэтных разновидностей моделей и создает наиболее благоприятные возможности для тиражирования модели трапецевидного силуэта на широкий размерный ряд.

Гипотеза о возможности получения идентичного силуэтного решения модели во всем размерном ряду проверена с использованием цифровых образов типовых женских фигур [3]. На фронтальных абрисах фигур в компьютерной среде САПР «Грация» были построены фронтальные силуэтные контуры одежды с соблюдением углов, входящих в зоны аналогий для изделий полуприлегающего, прямого и трапецевидного силуэтов (рис.2).

Построенные фронтальные абрисы системы «фигура-одежда» полуприлегающего, прямого и трапецевидного силуэтов для размеров от 84 до 136 с параметрами силуэтных линий, соответствующими зонам аналогий, свидетельствуют об отсутствии вариантов неприемлемого позиционирования контуров фигуры и одежды на уровнях талии и бедер.

Установлено, что получение идентичных продольных силуэтных линий в одежде разных размеров возможно только в пределах зон аналогий.

Выявлены направления изменения конструктивных параметров для достижения идентичных продольных контуров в одежде разных размеров. При переходе от меньшего размера к смежному большему конструктивную прибавку к ширине плеча целесообразно увеличивать, а прибавки к полуобхватам талии и бедер – уменьшать.

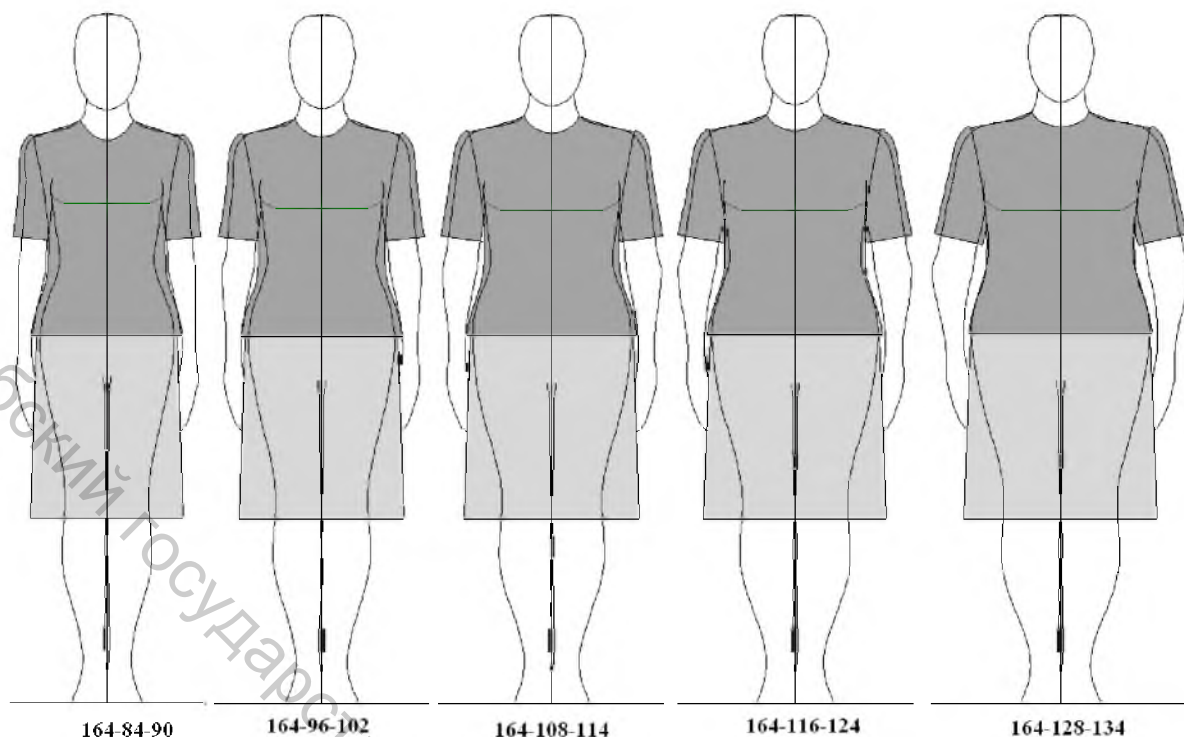


Рисунок 2 – Цифровые модели системы «фигура-одежда» полуприлегающего силуэта с одинаковыми углами наклона продольных контурных линий ($\alpha_1=6^\circ$ и $\alpha_2=16^\circ$) для разных размеров

Список использованных источников

1. Сурикова О.В., Сурикова Г.И., Кузьмичев В.Е. Комплексная оценка адаптированности систем кроя одежды к морфологическим особенностям фигур.// Швейная промышленность. 2008. №5, с. 39-42.
2. Кузьмичев В.Е. Художественно-конструктивный анализ и проектирование системы «фигура-одежда»: учеб. пособие/ В.Е.Кузьмичев, Н.И. Ахмедулова, Л.П. Юдина. – Иваново: ИГТА, 2010. –300 с.
3. Ахмедулова Н.И., Чебаевская Н.В., Кузнецова А.В. Совершенствование антропометрической базы данных для проектирования женской и детской одежды.// Швейная промышленность. – 2007. – № 6, с .32-36.

УДК 659 : 747.012

ДИЗАЙН-МАКЕТ АЛЬБОМА ДЛЯ ОО «БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ ХУДОЖНИКОВ»

Тарабуко Н.И., доц., Ефремова Д.А., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Современные актуальные книги, журналы, альбомы, рекламные буклеты, представляющие современный уровень развития дизайна и искусства, активно воздействуют на общественное сознание, продвигают культуру, рекламируют продукт или услуги, демонстрируют необходимую информацию. Тема работы — разработка презентационного альбома, включающего творческие проекты витебских художников-текстильщиков, а также их биографические данные; и создание логотипа и узнаваемого рекламного образа Витебского художественного текстиля, вызывающего интерес, внимание, эмоции у потребителя. Актуальность данной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день необходимо активно рекламировать и представлять творчество витебских художников, занимающихся художественным текстилем, для того, чтобы витебская школа гобелена и текстиля активно развивалась и пополнялась новыми участниками и ценителями данного вида искусства. 80-90-е годы XX века — период расцвета белорусского гобелена. На республиканских и всесоюзных художественных выставках в это время он обратил на себя внимание интересными находками, высоким мастерством исполнения, оригинальностью и неповторимостью. Уже во втором тысячелетии значительными событиями в истории современного белорусского текстиля стали республиканские выставки: «Текстиль» (2002, Минск), «Белорусский текстиль» (2009, Витебск). «Сегодня белорусскую школу гобелена характеризует разнообразие тем и различных творческих почерков художников-текстильщиков, поиски выразительных фактур и материалов» — считает доцент кафедры дизайна Витебского государственного технологического университета, художница Наталья Лисовская. Любовь к Родине и родной природе является самой распространенной темой белорусского гобелена. Вместе с тем мотивы, используемые художниками, самые разно-