



Рисунок 1 – Гендерная концепция античных критянок

Женщина стала чувствовать себя слабой и беззащитной на фоне социальной силы мужчин. И первые шаги к появлению «унисекса» гардероба, дабы усилить женскую позицию в обществе, сделали такие модельеры, как знаменитая Коко Шанель и Руди Гернрейх. Руди в своих коллекциях 60-х годов отразил концепцию отказа от половой принадлежности, явив миру унисекс-купальники.

Также известно, что возникновению стиля унисекс способствовали хиппи, которые смело стирали границы между мужской и женской одеждой, позволяя женщине одеваться более свободно, отменяя предрассудки, связанные с внешним видом, вследствие чего в повседневном наряде представительниц слабого пола стали появляться джинсы и брюки.

Долгое время одежда являлась маркером гендерной принадлежности, но в наше время одежда постепенно утрачивает эту функцию. Одежда – это язык, который мы используем для выражения своей идентичности, а мода – это всегда сообщение и коммуникация с внешним миром. Модная индустрия всерьез решила разрушить барьер между гендерами. Мужские юбки и девичьи брючные костюмы мужского кроя на подиумах уже не в диковинку. Молодой британец Джонатан Андерсон стал известен благодаря тому, что для него гендерных различий просто не существует. Миучча Прада недавно тоже взялась за решение модно-гендерного вопроса. В сезоне Осень-Зима 2015 она публично высказалась о своем намерении объединить мужские и женские показы, и она подтвердила свои слова, выведя на подиум мужской недели моды и парней, и девушек. Также за равенство полов выступает и Эди Слиман, креативный директор модного дома Saint Laurent – он выпускает на подиум моделей андрогинной внешности как в мужской одежде, так и в женской.

Список использованных источников

1. Боровкова, И. Трансформации маскулинности в зеркале современной моды / И. Боровкова // Российская культура глазами молодых ученых : сб. тр. молодых ученых. - СПб. : РЦОКО и ИТ, 2011. - Вып. 22. - С. 32-37.
2. Липская, В.М. Функциональность костюма как транслятора социальных ценностей / В.М. Липская // Обсерватория культуры / Рос. гос. б - ка. НИЦ Информкультура. - 2012. - № 1. - С. 92-97, 145. - (Рез. рус., англ.).
3. Поплевина, В.А. Мода как социально-культурное явление / В.А. Поплевина // IV Вышеславцевские чтения : материалы всерос. науч.-практ. конф. / Тамбов. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2010.
4. Киселева, Н.С. Мода как социальный феномен / Киселева Н.С., Смирнова О.А. // Актуальные проблемы истории, теории и методики современного музыкального искусства и художественного образования : сб. науч. тр. / Оренбург. гос. ин-т искусств им. Л. и М. Ростроповичей. - Оренбург: ОГИИ им. Л. и М. Ростроповичей, 2010.

УДК 687

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДРАПИРОВОК В ОДЕЖДЕ- ТРАНСФОРМЕРЕ

Картер Т.Е., доц., Федотова И.В., доц., Белова А.Ю., студ.
Московский государственный университет технологии и управления
им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)
г. Москва, Российская Федерация

Ключевые слова: трансформация в одежде, драпированная одежда, история трансформируемой одежды, многофункциональная одежда.

Реферат. В статье рассмотрены понятия, происхождение и функциональное назначение трансформируемой одежды. Представлены варианты ее использования в современности.

Трансформируемая одежда. Понятие, назначение

Современный человек нуждается в удобной одежде, позволяющей ему чувствовать себя комфортно вне зависимости от ситуации, времени или места его нахождения. В современном мире в связи с постоянной сменой функциональных процессов жизни человека появляется одежда, способная удовлетворять всем требованиям потребителя и соответствовать тем или иным его запросам и потребностям. Кроме того, одежда должна соответствовать модным тенденциям, раскрывать человека как личность, подчеркивая его индивидуальность. Меняя те или иные предметы одежды, человек может создавать множество вариаций своего костюма в различных стилевых решениях.

Для того чтобы понять, что представляет собой трансформация в одежде и каковы ее функции, обратимся к определению данного термина. Трансформация – преобразование, изменение вида, формы, существенных свойств чего-либо. Трансформация в рамках дизайна – это свойство объектов предметно-пространственного мира изменять свои первоначальные формы и параметры в процессе существования или эксплуатации.

Возможность экспериментировать, видоизменять и трансформировать различные предметы или элементы одежды, позволяет потребителю получать практически неограниченную возможность моделировать множество вариантов модного костюма, причем представлять его в различных стилевых решениях. Трансформируемая одежда позволяет потребителю сэкономить свое время и средства, продлить сроки её эксплуатации.

Кроме экономического аспекта проектирования данных изделий, трансформируемая одежда позволяет потребителю использовать и еще ряд других положительных ее функций.

Также следует отметить, что трансформируемые изделия в современном костюме позволяют создавать индивидуальный образ для динамичного образа жизни, который связан с определенной частотой смены функциональных жизненных процессов, изменениями различных событий.

Актуален вопрос использования трансформации в школьной одежде по двум причинам: активный физиологический рост школьника и необходимость различного комплектования гардероба школьника.

В специальной одежде широко используются элементы трансформации. Например, одежда с терморегуляцией для предохранения организма человека от вредных воздействий повышенных температур и солнечного излучения.

Трансформируемая одежда нашла также широкое применение и в туризме, особенно в любительском (например, преобразование куртки в сумку-рюкзак при изменении погодных условий в походе).

В одежде для будущих мам также целесообразно использовать принципы, приемы и методы трансформации. В первую очередь это удобство, отсутствие сдавливающего эффекта. Кроме того, вещь должна быть эстетически красивой. Если учесть, что за короткий период времени у женщины значительно изменяется фигура, то для удовлетворения этим требованиям с помощью одежды традиционного покроя, женщине пришлось бы покупать новую одежду почти каждый месяц. Такое решение непосильно для бюджета молодой семьи. Практическое решение данной задачи лежит в трансформации одежды.

История трансформируемой одежды

Трансформируемые объекты, в частности одежда, появились уже достаточно давно. Постоянное стремление человека к новизне заставляло создателей одежды непрерывно искать новые формы и конструкции. Создание одежды, способной к видоизменениям (т.е. трансформируемой), всегда было связано с обеспечением многих важных функций жизнедеятельности человека.

Развитие трансформируемой одежды связано с развитием техники плетения, вязания, ткачества. Начинают широко использоваться такие свойства текстильных материалов как способность изгибаться, сминаться, драпироваться, а также свойства вязаных материалов растягиваться и формироваться. Для одежды народов Древнего мира было характерно обертывание тела специально вытканым или связанным куском ткани, т.е. драпирование. Здесь трансформация осуществляется по принципу приспособления одежды, представляющей собой цельный кусок ткани различной формы (прямоугольник, эллипс), к изменению погоды, антропометрии, ситуации использования, социальному статусу владельца и т.д. Таким образом, одно и то же изделие могло трансформироваться, менять размеры, форму, расширяя или изменяя свои защитные и социальные функции.

Широко известна драпированная одежда древних греков – гиматий – длинный прямоугольный кусок ткани, обвивающий фигуру, иногда с головой. Его надевали различными способами: он мог быть до колен, шиколоток, спадать до пола. Каждый раз он имел новую оригинальную пространственную форму. Нередко гиматий служил одеялом, при этом являясь единственной одеждой. Таким образом, изменялась не только пространственная форма, но и основная функция гиматия, из постоянной превращаясь в переменную.

Сформировавшиеся в древности многочисленные и сложные приемы драпирования требовали большого искусства. В одежде такого типа часто применялись вспомогательные фиксирующие элементы: фибулы, заколки, пряжки, ленты, шнурки, тесьма, пояса, ремешки и т.п., ставшие прототипами современных средств крепления и фурнитуры.

Автоматическое регулирование изделий к движениям человека за счет использования эластичных свойств материалов для одежды также было известно на протяжении веков (казазирис в Древнем Египте, чулки-трико в эпоху готики и ренессанса, современный трикотаж). Способность ткани сохранять устойчивую форму при ориентированном смятии (плиссировка, складка) нашла применение в многочисленных плиссировках египетского костюма (схенти), в китайской плахте (плиссированные бочки), в индийских юбках, длинных юбках в складку, характерных для арабского Востока, складках на японской хакаме, а позже – в европейском костюме: в боковых швах жостокора, в платьях со складками «Ватто» и др.

Применение трансформируемой одежды в современности

Трансформирующиеся изделия многофункционального назначения сегодня относятся к модной современной одежде повышенного спроса. Предлагаемые многофункциональные предметы одежды, превращения которых происходят с минимальной затратой времени, способны удовлетворить запросы современного человека, живущего активной динамичной жизнью, а кроме того, позволяют экономить ресурсы, что чрезвычайно актуально с точки зрения экологических проблем, стоящих перед обществом.

Современные модные дизайнеры, основываясь на приемах, методах и принципах проектирования трансформируемой одежды, предложили оригинальный ответ экономическому кризису, заставившему покупателей экономить на одежде: «многофункциональные» модели, которые можно превратить, к примеру, из пальто – в жакет, а из плагтя – в юбку.

В целом процесс превращения – трансформации одежды (и ее отдельных элементов) – может носить множественный характер. В этом процессе есть положительный момент, т.к. проектируемое изделие вследствие своей многообразности и многофункциональности не надоедает и поэтому срок его ношения продлевается.

Список использованных источников

1. Акилова, А.А., Петушкова, Г.И., Папявичюте, А.А. Моделирование одежды на основе принципа трансформации (новые приемы разработки новых форм одежды): Учеб. пособие для вузов. – М.: Легпромбытгиздат, 1993. – 200 с.
2. Шамухитдинова Л.Ш., Коблякова Е.Б., Смирнова Т.В. Классификация и кодирование конструктивных решений трансформируемых элементов одежды. // Ж. Швейная промышленность. 1991. №6. С.14-15.
3. Шамухитдинова Л.Ш., Чурсина В.А., Камилова Х.Х. Исследование и анализ исторических прототипов способов морфологической трансформации одежды. // Ж. Саънат. 2002. №3. С.28.
4. Брун, В., Тильке, М. Всеобщая история костюма от древности до Нового времени. – М.: Изд-во «Эксмо», 2007. – 464 с.: ил.
5. Интернет-ресурсы: http://www.amursu.ru/attachments/article/9525/N57_26.pdf.

УДК 685.34

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ПОКУПКЕ ОБУВИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Княгичева Н.В., асп., Киселев С.Ю., д.т.н., проф.

*ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет дизайна и технологии»,
г. Москва, Российская Федерация*

Ключевые слова: детская обувь, маркетинговые исследования, изучение потребностей, покупка обуви.

Реферат. Рынок детских товаров в России является одним из самых насыщенных и динамично развивающихся сегментов розничной торговли. В связи с расширением ассортимента различных категорий детских товаров расходы родителей на одного ребенка возросли. Сейчас с учетом экономической ситуации расходы остались на прежнем уровне за счет повышения цен на детские товары.

На современном российском рынке детской обуви представлена обувь, произведенная не только в Китае, но и в Европе. Очевидно, что доля китайской обуви на российском рынке составляет большую часть импортируемых товаров.

Большую часть рынка занимает детская обувь низкого ценового сегмента. Здесь представлена продукция, как российских производителей, которые размещают свои производственные площади на территории Китая, так и других азиатских стран.

В среднем ценовом сегменте представлена обувь преимущественно российских фабрик, у которых производство расположено в Центральном федеральном округе.

В высоком ценовом сегменте представлена обувь в основном из Европы [1].

Изучение рынка и проведение опросов среди потребителей становятся достаточно актуальными для отечественных и зарубежных производителей и торговых сетей.

Целью проводимого нами исследования являлся сбор и анализ информации, необходимой для изучения конкурентов, актуальных демографических данных и предпочтений потребителя. Для выявления предпочтений в выборе обуви была разработана анкета для опроса потребителей.

На вопрос покупателей «Что является поводом для покупки новой пары обуви для Вашего ребенка?» получили следующие ответы, показанные на диаграмме 1.



Диаграмма 1 – Повод для покупки детской обуви