

Министерство Высшего и Среднего специального образования

Академия Художеств Республики Узбекистан

Национальный институт художеств и дизайна имени Камалиддина Бекзода

Кафедра «Дизайн одежды»

**Учебное пособие к выполнению
практической работы
по предмету «Дизайн-проектирование»
на тему: «Проектирование коллекции для выпуска
в промышленное производство»**



Pret a porter

Ташкент-2018 г.

Министерство Высшего и Среднего специального образования

Академия Художеств Республики Узбекистан

Национальный институт художеств и дизайна имени Камалиддина Бекзода

Кафедра «Дизайн одежды»



Учебное пособие к выполнению практической работы

по предмету «Дизайн - проектирование»

на тему: «Проектирование коллекции для выпуска в промышленное производство»

Пособие разработано для студентов по направлению обучения:

5150900- Дизайн (одежды и тканей) и 5111000- Педагогическое образование (5150900-

Дизайн (одежды и тканей)).

Ташкент-2018 г.

Annotation

The manual is designed to perform practical work on the subject of "Design Design" for students of the 3rd course of the Faculty of "Design", in the specialty - "Clothing Design and Decorating Fabrics".

Guidelines developed in accordance with the program 3-course.

The manual provides general requirements for the implementation of practical work, and also provides a brief explanation of the requirements and features for the collection of clothing produced in industrial production.

Аннотация

Учебное пособие предназначено для выполнения практической работы по предмету «Дизайн проектирование» для студентов 3-курса факультета «Дизайн», по специальности - «Дизайн одежды и художественное оформление тканей».

Методические указания разработаны в соответствии с программой 3-курса.

В учебном пособии приводятся общие требования к выполнению практической работы, а также дается краткое пояснение требований и особенностей к коллекции одежды выпускаемой в промышленном производстве.

Составила: Гайсина Р.Ш.

Рецензенты: Атаханова Ф.З.-доцент кафедры «Дизайн одежды» Национального института художеств и дизайна имени К. Бекзода.

Учебное пособие обсуждено и утверждено на заседании кафедры «Дизайн одежды».

Протокол № ____ «_» _____ 2018 г.

Учебное пособие обсуждено на научно-методическом совете института.

Протокол № ____ «_» _____ 2018г.

Методические указания по обучению учебного предмета

Исходя из основополагающих принципов непрерывности и преемственности обучения, предлагаемая программа нацелена на формирование и интенсивное развитие у студентов знаний, умений и навыков по предмету «Дизайн-проектирование».

Задачи предмета: решение дизайнерских проблем, связанные с удовлетворением потребностей в одежде; изучение прогрессивных методов проектирования одежды, а также изучение направлений по усовершенствованию организации и налаживания процесса проектирования одежды; создание проектов одежды различной конструкции и различных видов, изучение и анализ научных тенденций в художественном оформлении; изучение различных техник и методов работы с материалом; расширение знаний и навыков по традиционным методам декорирования; ознакомление с различными традиционными и инновационными методами декоративно-прикладного искусства.

Требования к знаниям, умениям и навыкам студентов по предмету

Исходя из основополагающих принципов непрерывности и преемственности обучения, предлагаемая программа нацелена на интенсивное развитие знаний, умений и навыков по предмету «Дизайн-проектирование». В результате освоения дисциплины «Дизайн-проектирование» обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

бакалавр *должен иметь представления:*

- об исторических экспериментах в области художественного дизайна;
- о тенденциях направлений современной моды.

должен знать и уметь использовать:

- современные методы и средства дизайна одежды и художественного проектирования тканей;
- различные способы творчества;
- создание простого и сложного проекта;
- терминологию, основные понятия и основные методы проектирования в сфере дизайна одежды;
- композицию коллекции одежды;
- требования к дизайн - проекту;
- составление подробной спецификации требований к дизайн - проекту;

иметь навыки:

- применения основных материалов, используемых в художественном оформлении, их свойств, пластики и тектоники;
- ассоциативного пространственного, символического мышления;
- концептуального мышления и проведение исследований в сфере дизайна;
- научного обоснования своих предложений;
- макетирования и моделирования одежды;
- выполнения проекта в данном материале;
- выполнения творческого проекта на основе конкретной темы или по заказу и их обоснование.

Рекомендации к практическим занятиям

Практические занятия проводятся отдельно в каждой академической группе в аудиториях, оборудованных мультимедийными устройствами. Занятия проводятся активными и интерактивными методами, используются различные методы и технологии, например, технология “Кейс-стади”, содержание кейсов определяется педагогом. Наглядные пособия и информация передаётся посредством мультимедийных устройств.

Рекомендуется использовать следующие формы проведения практических занятий: диалогический подход, проблемное обучение, алгоритм, диспут, самоконтроль, пошаговый метод и др.

Художественное проектирование одежды в свою очередь охватывает творческий процесс, состоящий из трёх этапов: 1.Разработка проекта модели. 2.Исполнение проекта в материале. 3. Внедрение созданной модели на производство.

Особое внимание уделяется следующим методам: «мозговой штурм», «кейс-стади», «силлогизмы», «кластер», «инсерт», «синквейн» и др.

Практические занятия целесообразно проводить с учетом дифференцированного подхода. Для проведения практических занятий академические группы целесообразно делить на подгруппы.

Занятия необходимо проводить в учебных аудиториях, оснащенных мультимедийными устройствами, используя интерактивные методы обучения, современные педагогические и информационные технологии.

Поисковая часть проекта коллекции моделей одежды предназначенная для выпуска в промышленное производство.

Тема 1: Первоначальная информация о проектирование. Разработка технического поручения.

План:

1. Особенности проектирования женской одежды класса, прет–а -порте.
2. Основные задачи создания коллекций «прет-а-пор-те»
3. Особенности проектирования промышленных коллекций
4. Основные задачи при проектировании перспективной коллекции
- 5.Средства гармонизации коллекции
6. Художественно-конструктивный анализ проектируемых моделей одежды
7. Бренд и категории

Особенности проектирования женской одежды класса прет–а -порте.

Ready-to-wear (рэди-то-веа) – в переводе с английского языка на русский звучит, как «готовый к носке» или «готовое к ношению». Этот термин имеет то же самое значение, что и французское выражение pret-a-porter (прет-а-порте).¹

Коллекции разделяются на несколько видов:

-перспективные коллекции, в которых воплощается концепция моды на будущий сезон, представляют новые тенденции. К ним относятся коллекции высокой моды, ведущих домов моды, коллекции «прет-а-порте», которые созданы известными модельерами. Для них характерно яркие образы, эксперименты с материалами, технологиями и конструкциями.

Перспективные коллекции представляют образ будущего, поэтому для проектирования, учитывают данные прогноза моды, прогноз экономической ситуации в мире, данные об цветовых предпочтениях и другое. Коллекция «прет-а-порте» одновременно является промышленной базовой коллекцией для конкретной фирмы.

-промышленные базовые коллекции предлагают концепцию ассортимента для внедрения в производство. В которых воплощены идеи актуального направления моды,

¹ <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

а также предназначены для массового потребителя. Эти коллекции демонстрируют на ярмарках моды (например, на Парижском салоне или ярмарке моды в Дюссельдорфе). Проектирование одежды класса прет-а-порте имеет индивидуальные особенности. Формируется концепция перспективной моды на основе прогноза моды. Создаются коллекции высокой моды, на перспективу образа, которые демонстрируют за пол года до сезона, а также коллекции «прет-а-порте», которые демонстрируются за семь-восемь месяцев до сезона. Затем создают промышленные массовые коллекции, развивающие перспективные тенденции. В массовых коллекциях новые стили разрабатывают 2 года спустя после их появления в перспективных коллекциях. Создание промышленной коллекции класса «прет-а-порте» имеет некоторые отличия. К этапу производства приступают после демонстрации. Показ моделей в дизайне одежды является первичной и основной формой рекламы. На показ новой коллекции, который проводится в рамках недели «прет-а-порте» (в Париже, Нью-Йорке, Милане, Лондоне, Барселоне или Дюссельдорфе, в Москве и в Санкт - Петербурге), приглашают представителей прессы и представителей торговых организаций. Байеры специалисты, которые занимаются закупками для крупнейших универмагов и бутиков, после показов делают заказы фирмам на модели. После, окончательно ясно, какими тиражами необходимо к началу сезона выпустить модели из коллекции, какие модели пользуются спросом. Коллекция уровня «прет-а-порте» является перспективной коллекцией, прогнозом для многих промышленных компаний. Основными целями таких коллекций, являются: разработка нового образа, с учетом особенностей и модных направлений, ориентированных на потенциальных потребителей. Далее, это разработка основного цветового решения ассортимента. Затем, выбор и использование новых материалов. После определяют ведущие силуэты, который служит базовой формой. В заключении проектируют головные уборов, обувь и аксессуары. Создание новых конструктивных основ на базовые формы коллекции. Использование прогрессивной технологической обработки. Реклама, разработка сценария демонстрации новой коллекции, подбор определенных моделей, создание образов для показа (прически, грим моделей), выбор музыкального оформления, выбор места показа.

Промышленная коллекция состоит из ряда ассортиментных коллекций. В современной моде часто стираются границы сезонности, преобладают комплекты. Работа над ассортиментные коллекции имеет свои аспекты. А именно, это определение количества изделий ассортимента, определение размерно-полнотных и возрастных групп потенциальных потребителей, определение силуэтов. Поэтому в коллекции помимо остромодных вариантов, необходимо присутствие классических моделей. В результате возникает коллекция моделей на одной конструктивной основе. В результате возникает коллекция моделей на одной конструктивной основе. Мини –коллекции объединяются в одну ассортиментную группу. В современной моде не существует четко определенных ассортиментных групп. Некоторые дизайнеры отказываются от блоковой структуры коллекции, демонстрируют отдельные модели. Некоторые из модельеров придерживаются традиционной структуры, которая разделяет ассортименты на : верхнюю одежду, повседневна я одежду, одежда для отдыха, спорта, для туризма, одежда нарядная, праздничная и вечерняя, одежда специального назначения —для торжественных случаев, свадебная.

С учетом использования материалов, фасонов и реализации дизайнерских идей прет-а-порте делится на несколько категорий. К прет-а-порте де люкс относятся модели из достаточно дорогих материалов, которые участвуют в показах. Они отражают самые передовые модные тенденции и не всегда бывают созданы для повседневной носки. Вещи из коллекций прет-а-порте второй категории стоят дешевле, предназначены для ежедневного использования. Прет-а-порте шьется на фабриках по эскизам модельера. Одежда всегда отражает актуальные тенденции сезона. Несмотря на «массовость»

продукции, модели прет-а-порте де люкс в сложности шитья иногда способны соперничать с Haute couture.

Прет-а-порте де люкс - чаще всего, с именем дизайнера в марочном названии, характеризуется небольшой серийностью моделей, очень высоким качеством применяемых материалов и высоким уровнем мастерства. Кроме того, в нише прет-а-порте де люкс существуют понятия Designer ready-to-wear de luxe (ready-to-wear –готовая одежда) и Premier Designer или Young designer ready-to-wear (линии готовой одежды от молодых дизайнеров). Для изготовления моделей прет-а-порте де люкс используются стандартные размеры одежды, принятые в стране производителя. К категории прет-а-порте де люкс принадлежат такие бренды как Gucci, Prada, Louis Vuitton, Chanel, Giorgio Armani, Donna Karan, Versace, Christian Dior, YSL, Valentino, Fendi, Gianfranco Ferre, Burberry, Kenzo, Ralph Lauren, Christian Lacroix, Emmanuel Ungano, Vivienne Westwood, John Galiano, Oscar de la Rente, Halston, Marshezar и другие.

Прет-а-порте - категория дизайнерской готовой одежды premium класса, в которой имя автора остается крайне важным. Линии прет-а-порте стремятся сохранять главные стилевые элементы продукции из ниши от кутюр и прет-а-порте де люкс. Таким образом, бренды прет-а-порте являются распространителями стилистических идей от кутюр в приемлемой для повседневной жизни одежде. Одежду прет-а-порте отличает более демократичный подход к выбору тканей и материалов, более простые конструкционные особенности и более низкие цены. К данной категории относятся такие бренды как Marc Jacobs, Michael Kors, Max Mara, Calvin Klein, Missioni, Etro, Anna Sui и другие. Диффузные бренды (их иногда обозначают термином contemporary, обозначающим демократичные марки одежды, так как они являются средними между премиум классом и более низкими классами).

Термин «диффузные бренды» или диффузные линии (англ. diffusion lines -линии распространения) в сфере фэшн-бизнеса появился в начале 1990-х годов, когда произошли большие изменения в стратегии распространения дизайнерских брендов. В 1970-1980-е некоторые именитые марки, например, Гуччи (Gucci) и Пьер Карден (Pierre Cardin), стали продавать лицензии на использование марочного имени целому ряду производителей потребительских товаров, что привело к появлению, ряда массовых дешевых товаров, типа зажигалок Gucci. В результате к 1980 году марочное имя Gucci принадлежало 22-м тысячам наименований продуктов. Кроме того, появилась целая сеть, торгующая одеждой марки Pierre Cardin, не соответствующей высокому статусу этого бренда. Такой подход наносил существенный вред эксклюзивности и престижу марок. Решением проблемы явилось создание и развитие диффузных брендов, рассчитанных на распространение среди более широкого круга клиентов. Потребителям, заинтересованным в хорошей модной одежде, были предложены бренды более дешевые, функциональные, изготовленные из менее дорогих тканей, но имеющие крепкую стилистическую связь с дизайнерским брендом-родоначальником. Таким образом, к концу XX века внутри большинства Модных домов, создающих дизайнерскую одежду, соседствовали три направления: от кутюр, прет-а-порте и диффузные бренды, включающие в себя вторые и третьи линии прет-а-порте, а также узкофункциональные линии. Некоторые диффузные бренды стали настолько успешными, что постепенно в сознание потребителя модной одежды приобрели индивидуальный статус. Например, Miu Miu, начинавшая как более дешевая линия статусной марки Prada, выросла в отдельную именитую марку, известную во всем мире. Сейчас Miu Miu – самая дорогая вторая линия в мире. К данной категории относятся такие бренды как Marc by Marc Jacobs (Marc Jacobs), D&G (Dolce & Gabbana), Y-3 (Yohji Yamamoto), Versus (Versace), Simply Vera (Vera Wang), Moschino Cheap & Chic (Moschino), Moschino Love (Moschino), Miu Miu (Prada), See by Chloe (Chloe), Paul Smith Jeans (Paul Smith), McQ (Alexander McQueen), DKNY (Donna Karan,) MICHAEL Michael Kors (Michael Kors), Halston Heritage (Halston), Burberry Prorsum,

Just Cavalli (Roberto Cavalli). Диффузные бренды обеспечивают дизайнерским брендам некий вариант защиты от слияния с массовым рынком одежды, являясь определенным буфером между прет-а-порте и одеждой массового производства. Значение диффузных брендов в марочном портфеле дизайнерского бренда в целом крайне высоко. Вторые и третьи линии – это постоянное пополнение розничной торговли дизайнерской одеждой. Диффузные бренды помимо всего прочего легко создавать и легко убирать с рынка, не нанося ущерба бренду прет-а-порте.

Количество продуктов, различных по своему качеству, присоединенных к бренду, принято называть марочным портфелем (brand portfolio). Марочный портфель дизайнерских брендов в фэшн-бизнесе в идеале объединяет бренды, принадлежащие к разным категориям одежды: от кутюр, прет-а-порте, диффузные бренды.

Бридж-бренды (англ. bridge - мост) - марки одежды, находящиеся, в недавно появившемся на фэшн-рынке в качестве самостоятельного бридж-сегменте, который, исходя из названия, можно охарактеризовать как некий мостик между дизайнерскими брендами и брендами для широкого круга потребителей. Бридж-бренд - термин, обозначающий фэшн марки, производящие высококачественную (премиум класса) одежду и аксессуары, при ценовой политике среднего сегмента (мидл маркет). Актуальность этого сегмента выросла в связи с мировым экономическим кризисом. Многие бридж-бренды не уступают по качеству одежде из диффузных линий. Например, Apriori, Cavita, Cacharel, IKKS, Zadig&Voltare, Morella, Stefanel, Laurel и др.

Также коллекции можно разделить по сезонам:

- SS (spring/summer) – весна/лето. Это и Haute Couture, и Pret-a-porter. Проходят преимущественно осенью в мировых столицах моды.

- Fall – осень/зима. Также Haute Couture и Pret-a-porter. Следует ждать весной.

Межсезонные коллекции:

- Cruise или resort – Их презентации проходят в мае-июле, а в конце осени они поступают в продажу. Они выпускаются для тех, кто зимой едет в теплые страны и не хочет брать с собой вещи прошлого сезона. Круизные коллекции имеют меньше моделей и внешне напоминают летние — в них всегда есть купальники, вечерние и коктейльные платья, а также кардиганы и теплые вещи.

- Pre-Fall - еще один вид межсезонных коллекций. Они никогда не появляются на показах, представлены только в каталогах и поступают в продажу в июне, являясь предвкушением того, что будет в основной коллекции. Как правило, это самые практичные, самые нужные в повседневной жизни вещи. Однако бывают и исключения, когда в пре-коллекциях попадают трендовые вещи. П. [1]

Основные задачи создания коллекций «прет-а-пор-те»

— разработка нового модного образа с учетом тенденций моды;

— разработка колористического, тонального и пластического рядов;

— ориентация на модные фактуры материалов и фурнитуру;

— разработка новых базовых форм, соответствующих тенденциям моды;

— разработка и использование прогрессивных методов технологической обработки моделей, новых технологий.

Этапы создания:

Первый этап — «Концепция»

В ходе его определяется общая концептуальная направленность коллекции, выбирается ассортимент, сырье, назначение моделей.

Второй этап — «Создание»

На этом этапе создаются эскизы будущей коллекции, выбираются ведущая цветовая гамма, силуэты, а также разрабатывается стилистика коллекции.

Третий этап — «Планирование»

В ходе этого этапа отбираются эскизы тех моделей коллекции, которые будут выполнены в материале и определяется оптимальное число моделей в коллекции.

Четвертый этап — «Выполнение в материале»

На этом этапе по эскизам создаются макеты, на которых отрабатываются конструкции моделей. При создании коллекций такого уровня, конструкции, как правило, создаются современными методами конструктивного моделирования.

Завершается этот этап работы выполнением моделей из основной ткани.

Пятый этап — «Отбор готовых моделей»

Проводится с целью выбора наиболее удачных и конкурентоспособных изделий, соответствующих требованиям марки создателя. Формируются блоки моделей для показа их на подиуме, объединенные назначением, единством силуэта и цветового отношения.

Шестой этап — «Демонстрация коллекции»

Показ моделей является основной формой рекламы в конкурентной борьбе между дизайнерами за «звание» людного. Коллекции «прет-а-порте» демонстрируются за семь-восемь месяцев до сезона: весенне-летние в сентябре-начале октября, осенне-зимние — в феврале. Премьерные показы новых коллекций проходят в рамках недели «прет-а-порте» (в Париже, Нью-Йорке, Лондоне, Милане, Барселоне, Дюссельдорфе и др.). По результатам таких показов байеры делают заказы для крупнейших торговых фирм и бути-ков, работающих в индустрии моды. Заказы делаются на отдельные модели или на целые коллекции, после чего становится ясно, какой тираж выпуска моделей планируется к началу модного сезона.

Седьмой этап — «Производство»

Разрабатываются лекала для всех типовых размеров с помощью компьютерных технологий. Изготавливаются серии моделей коллекции.

Восьмой этап — «Реклама и распределение коллекции»

На этом этапе происходит поиск деловых партнеров и расширение масштабов деятельности; закупка торговыми организациями моделей коллекции; реклама в средствах массовой информации и т.п.

После создания и демонстрации коллекции «прет-а-порте» разрабатываются промышленные массовые коллекции, которые развивают перспективные тенденции и стили, появившиеся в коллекциях «прет-а-порте». Это происходит через полтора - два года после их появления в перспективных коллекциях.

Особенности проектирования промышленных коллекций

Промышленная коллекция одежды создается многими специалистами. Это обусловлено спецификой таких коллекций, предназначенных для промышленного производства одежды.

Этапы разработки промышленной коллекции

1 этап. Исследовательский

На этом этапе исследуются объективные факторы экономической выгоды от производства коллекции: изучаются степень востребованности (потребительский спрос) на определенные ассортиментные группы одежды, уровень доходов потребителей, степень информированности и подготовленности потребителей в вопросах модных тенденций, вкусовые предпочтения на различные виды сырья, из которого планируется производство коллекции. На этом этапе определяется концепция всей коллекции.

II этап. Эскизный

На этом этапе создаются и разрабатываются эскизы моделей коллекции, нацеленные на использование сырья и материалов, отобранных на первом этапе. Прорабатывается цветовой ряд коллекции. Определяется единый стиль коллекции и ведущие силуэты.

III этап. Отборочный

На этом этапе планируется количество моделей в коллекции и проводится отбор эскизных форм для выполнения их в материале.

IV этап. Реализационный

На этом этапе замысел художника-проектировщика реализуется в конкретном материале в виде готовых моделей одежды. Сначала по эскизу выполняется макет изделия из макетной ткани, приближенной по свойствам к основному материалу, из которого планируется изготовить модель. Это дает возможность объективно анализировать создаваемую форму изделия, ее пластические и функциональные свойства. На макете отрабатывается конструкция изделия, находится ее оптимальное решение. При проектировании промышленных коллекций на этапе разработки конструкции используют, как правило, уже апробированные конструкции базовых форм, которые методом конструктивного моделирования изменяют в соответствии с модельными особенностями разрабатываемого изделия.

На основе проработанной конструкции проводится рас-крой и пошив изделия из материала коллекции.

V этап. Просмотровый

Этот этап включает в себя рабочий просмотр отшитых моделей на манекенщиках. В результате предварительного просмотра осуществляется отбор лучших моделей коллекции, наиболее перспективных и экономически выгодных для производителя и торгующих организаций. Отбор осуществляется на основании данных тенденций потребительского спроса.

VI этап. Испытательный

Этот этап может включать в себя начальные мероприятия, связанные с испытанием новых изделий в контрольной группе потребителей. После анализа и доработки опытных образцов моделей осуществляются заключительные этапы разработки промышленной коллекции. Перед запуском моделей в массовое производство выпускают сначала небольшие опытные партии изделий для определения спроса потребителей через систему фирменных магазинов, торговых-промышленных ярмарок и т.п. Возможен выезд художников-проектировщиков в магазины для осуществления демонстрации новых моделей одежды и проведения пробной торговли, в ходе которой проводится опрос покупателей. Все полученные мнения о новых моделях анализируются. Если требуется, то проводятся корректировки моделей и принимается решение о запуске их в производство.

VII этап. Лекальный

На этом этапе осуществляется разработка лекал для типовых размерных групп. На современном этапе проектирования коллекций используются специализированные компьютерные технологии разработки лекал.

VIII этап. Производственный

Этот этап включает в себя изготовление в материале серии моделей коллекционного ряда. Количество моделей в серии определяется в зависимости от ценовой политики.

IX этап. Рекламный

Этап включает в себя деятельность торговых организаций по распределению коллекции, проектированию и осуществлению рекламы новой коллекции (создание

пресс-релизов, плакатов, видеороликов и т.д.), показы коллекции на выставках, ярмарках и т.п.²

Основные задачи при проектировании перспективной коллекции

- 1) разработка нового образного решения с учетом этнических особенностей и модной ориентации потенциальных потребителей;
- 2) разработка тонального, цветового и пластического решения традиционного и нетрадиционного ассортимента;
- 3) использование в коллекции новых материалов и фурнитуры;
- 4) проектирование головных уборов, обуви и аксессуаров, которые представляют новые тенденции и стили;
- 5) создание новых конструктивных основ для базовых форм коллекции, представляющих новые тенденции моды;
- 6) создание или использование прогрессивной технологической обработки при выполнении моделей, использование новых технологий;
- 7) реклама, в частности разработка сценария демонстрации новой коллекции, подбор определенных моделей, создание образов для показа (прически, грим моделей), выбор музыкального оформления, выбор места премьерного показа и т.п.

Промышленная коллекция часто состоит из ряда ассортиментных коллекций, что связано с тем, что в современной моде часто стираются границы между одеждой для разных сезонов, в массовой моде преобладают комплекты, сохраняет популярность единичный ассортимент.

Ассортиментная коллекция часто состоит из нескольких мини-коллекций моделей, разработанных на одной конструктивной основе. На стадии проектирования промышленной коллекции необходимы унификация и стандартизация основ, технологических узлов и деталей — создание каталога конструктивно-технологических элементов одежды, что позволяет экономить средства и время при запуске новых моделей в производство. Частая переналадка потоков в промышленности создает дополнительные трудности при производстве новых моделей. Унификация элементов и применение компьютерных технологий позволяет существенно снизить затраты и сократить время на внедрение новых моделей. Мобильность среднего и малого бизнеса создает дополнительные преимущества с учетом постоянно меняющейся конъюнктуры. На малых предприятиях время на запуск новой модели может составлять не более двух недель: одна неделя — на разработку, одна неделя — на контрольные испытания (когда проверяется реакция покупателей на новую модель).

² Э. М. Андросова «Основы художественного проектирования костюма» "Медиа-Принт", 2004. —184 с, ил.-стр.120

Художественно-конструктивный анализ проектируемых моделей одежды

Художественно-конструктивный анализ проектируемых фасонов одежды должен быть основан на информации о направлении моды. Поэтому художественно-конструктивный анализ проектируемых фасонов одежды состоит из:

- Анализа направления моды для заданного вида одежды;
- Художественно-конструктивного анализа базового фасона изделия, принятого к проектированию.

Средства гармонизации коллекции

Основными средствами объединения моделей в коллекционные ряды являются пропорциональные и ритмические отношения форм костюмов и их составных элементов.

Связь моделей костюмов в коллекции осуществляется на основе контрастных, нюансных или тождественных отношений основных элементов форм костюмов.

Необходимо предостеречь о том, что буквально все элементы коллекции могут быть связаны между собой по любому виду или свойству основных элементов форм моделей коллекции. Это неизбежно приводит к невыразительности и монотонности проектируемой коллекции.

Основные виды формообразующей связи моделей в коллекции:

I. Тождество

Связь моделей в коллекции строится на тождественных отношениях основных элементов форм моделей костюмов.

Равенство основано на повторении в каждой модели какого-либо элемента формы (лифа, юбки, и т.п.), либо самой формы каждой из моделей (один силуэт).

Связь моделей может осуществляться путем использования одних и тех же свойств форм костюмов (равенство объемности форм, например: все модели большего объема; тождество пропорционального членения, ритмической организации форм и т.п.). [П 2]

Нюанс

2. Связь моделей в коллекции организована посредством последовательной, постепенной трансформации степени сходства форм моделей и их элементов. Нюансные отношения предполагают преобладание сходства, а не различия. Равными в этой связи выступают виды геометрических форм (прямоугольник, трапеция, овал, треугольник и т. д.), силуэты, пластика линий, массы моделей, степень динамичности или статичности форм костюмов. Массы моделей костюмов могут выстраиваться в коллекционном ряду по мере их нарастания или убывания. [П 2]

Ш. Контраст

Связь моделей в коллекции предполагает в этом случае контрастные отношения составных элементов форм моделей. Достижение цельности коллекции путем контраста наиболее сложная в решении задача. Однако коллекции, построенные посредством этого вида объединения моделей в художественную систему, наиболее выразительны и интересны.

Для связи моделей в коллекции рекомендуется использовать свойства любых основных элементов формы. Противопоставление этих свойств, изменение степени их контрастности придает коллекции эффектность и дополнительную выразительность. Степень контрастности может быть доведена в коллекции до совершенного различия и противопоставления одной формы модели другой. В контрастных отношениях могут состоять массы форм костюмов (тяжелые, легкие); силуэты и пластические линии форм моделей (вертикальные, горизонтальные; остроугольные, плавные и т. п.). Связи моделей в коллекции, основанные на контрастных отношениях требуют от автора развитого чувства формы, понимания законов композиционного построения художественных систем одежды, определенной меры и степени использования различий, иначе коллекция может утратить связь форм ее составляющих и «рассыпаться» на отдельные автономные модели костюмов. [П 2]

IV. Ритм

Связь моделей в коллекции строится на основе ритмических отношений различных составных элементов форм, на повторении в определенном ритме каких-либо деталей форм, причем могут использоваться как ритмические, так и метрические порядки. Связи моделей в коллекции, в основе которых лежит ритм, являются примером прочных композиционных отношений. Они позволяют разнообразить виды формообразующих связей и достичь четкой композиционной организации, что способствует повышению выразительности коллекций одежды. Описанные виды композиционных связей моделей в коллекции могут быть использованы как автономно, так и в сочетании друг с другом, образуя сложные комбинации организующих внутриколлекционных связей. [П 2]³

Бренд и категории

Если не знаете, чем отличаются коллекции haute couture и prêt-à-porter. Запутались в многообразии брендов одежды, то можно посмотреть в нарисованной пирамиде-инфографике брендов одежды от самых премиальных, до массового сегмента. (рис.1)

От кутюр (франц. haute couture- «высокая мода»)- самый дорогой сегмент фэшн-рынка. По правилам, установленным в 1868 году Парижским синдикатом высокой моды, такая одежда должна состоять из высококачественных тканей и быть сшита вручную не менее чем на 70%.

Прет-а-порте (франц. prêt-à-porter- «готовое платье»)- средний ценовой сегмент фэшн-рынка, одежда прет-а-порте уступает в качестве от кутюр и предназначена для массового производства. Коллекции этого сегмента служат основным источником дохода модных домов.

Бренд

Бренд (читается «брэнд») – торговая марка, имеющая определенный статус и сформированное отношение потребителей. Чтобы торговая марка могла считаться

³ Э. М. Андросова «Основы художественного проектирования костюма» "Медиа-Принт", 2004. —184 с, ил.-стр.125-129

брендом, необходима положительная оценка примерно 20% представителей целевой аудитории.

Тренд

Тренд (читается «трэнд»; от англ. trend – «тенденция, направление») – общая модная тенденция сезона, которая прослеживается в коллекциях разных дизайнеров. Характеризуется выраженностью (узнаваемостью), массовостью и временностью (как правило, существует 2–4 сезона, имеет начало, пик и завершение). Трендом могут являться определенные цвета, материалы, фасоны, декор и т. д., а также их различные сочетания друг с другом.

Модельер

Модельёр (фр.) – дизайнер одежды; мастер, полностью создающий костюм, его детали и аксессуары. Модельер определяет творческий замысел и стиль будущего наряда, его материалы и цвет, создает эскизы, изобретает новые технологические решения, разрабатывает декор, продумывает аксессуары и дополнения. Также модельер может заниматься подготовкой образцов для промышленного производства, организацией показов моделей одежды. В сегменте Высокой моды модельера принято называть кутюрье.

Дизайнер

Дизайнер (англ. designer) — специалист художественно-технического профиля, работающий в определенной сфере дизайна. В области моды дизайнер является главным участником процесса разработки одежды, обуви и аксессуаров. Дизайнер воплощает в реальность плоды своей фантазии и воображения, соединяя в одном предмете эстетическую и функциональную составляющие. Он занимается созданием эскизов и набросков, а также подбирает ткани и цвета, из которых должен быть изготовлен будущий продукт. Помимо этого, дизайнер одежды следует эстетике того или иного бренда, отражая в ее своих произведениях. Дизайнера одежды также можно называть модельером. Дизайнера, создающего изделия Haute Couture, также именуют кутюрье.

Кутюрье

Кутюрье́ (фр. couturiere, от couture — «шитье») — модельер высшего уровня, создающий одежду и аксессуары класса от-кутюрье. Кутюрье могут называться только члены парижского Синдиката Высокой моды. Термин «кутюрье» появился в середине XIX века. Впервые он был использован по отношению к Чарльзу Фредерику Вурту — портному, который впервые стал решать, как будет выглядеть сам наряд, а не клиент в нем. Кутюрье можно называть модельеров Жана Пату, Люсьена Лелонга, Коко Шанель, Ива Сен-Лорана, Джанни Версаче, Кристиана Диора и др.

Капсульная коллекция

Капсульная коллекция (англ. Capsule collection) – небольшая линейка товаров, разработанная брендом в сотрудничестве с приглашенным дизайнером или знаменитостью. Обычно включает в себя от 6 до 10 моделей, объединенных общей темой или идеей. Капсульные коллекции могут создаваться с целью повышения престижа

бренда, представления творчества молодого дизайнера, привлечения дополнительной аудитории клиентов. Первая капсульная коллекция была разработана в 1969 году дизайнером Эммануэль Кан для каталога La Redoute. Релиз капсульной коллекции часто придает бренду имиджевость, например, капсульная коллекция Кристофера Кейна для H&M приближает масс-маркет к лакшери-сегменту. Кроме того, капсульная коллекция способна заманить случайных покупателей в магазин: коллаборация Comme Des Garçons и H&M привлекла дополнительных клиентов, отличных от целевой аудитории. Капсульная коллекция дает марке возможность быть упомянутой в СМИ (журналах, блогах, новостных ресурсах): о бренде PPQ за пределами Великобритании узнали благодаря коллаборации с Пичес Гелдоф. (Коллаборация (в модной индустрии) – сотрудничество бренда с приглашенным дизайнером или знаменитостью с целью создания капсульной коллекции.)

Принт

Принт – рисунок, надпись или фотография, располагающаяся на предмете одежды в единичном или множественном варианте. Наносится на ткань посредством различных техник (печать на ткани, термотрансфер, набивной рисунок). Принты могут быть авторскими (дизайнерскими), цветочными, растительными, геометрическими, абстрактными, анималистическими (животными), этническими и др. К принтам также относятся полоска, клетка, горошек и пр.

Аксессуары

Аксессуары (в моде) – это вспомогательные детали, предназначенные для украшения и дополнения наряда. Могут быть ключевым или завершающим элементом модного образа. К аксессуарам относятся головные уборы, шарфы, платки, галстуки, очки, перчатки, зонты, сумки, кошельки, портмоне, визитницы, ремни, пояса, бижутерия, ювелирные украшения, часы.

Стилист

Стилист – специалист по созданию законченного образа при помощи различных средств (одежды, аксессуаров, макияжа, прически и пр.). Профессия востребована в шоу-бизнесе, политике, рекламе, кино-, теле- и модной индустрии. Стилисты работают в салонах красоты и SPA-клубах, фотостудиях и имидж-агентствах, создают образы для героев телешоу и рекламных кампаний, подбирают комплекты на бэкстейдже модных показов, а также участвуют в проведении фотосессий для глянцевого журналов и прочих СМИ.

Стилист-визажист

– специалист по созданию индивидуального стиля при помощи макияжа. Парикмахер-стилист – специалист, создающий образ при помощи стрижки, окраски волос, укладки.

Стилист в фотографии и видео – специалист по созданию уникальной «истории», которую рассказывает зрителю конкретная фотосессия или видеоролик. Нужно впечатление создается при помощи образа модели, а также деталей интерьера, аксессуаров и пр. Стилист с данной специализацией участвует в подготовке рекламных кампаний для брендов и фотосессий для глянцевого журналов.

Стилист одежды

– специалист, занимающийся подбором или коррекцией гардероба клиента в соответствии с его фигурой и цветовым типом, а также актуальными модными тенденциями. Может создать индивидуальный лукбук, в котором будут отражены различные варианты подходящих к разным случаям комплектов.

Стилист-шоппер

– специалист по подбору гардероба. В отличие от стилиста одежды, создает образ только при помощи покупки новых вещей.

Стилист-имиджмейкер

– специалист по проектированию уникального и узнаваемого образа, включающего индивидуальный стиль одежды и особую манеру поведения. Имиджмейкер профессионально решает ряд задач, характерных для стилистов разных профилей.

Шоу-рум

Шоу-рум (англ. show room — «демонстрационная комната») — демонстрационный зал, где представлены образцы из коллекции одного или нескольких брендов. В некоторых шоу-румах можно только получить информацию о марке, в других — также совершить оптовые закупки. Крупные бренды обычно не продают товары в шоу-руме, а принимают заказы на изделия из коллекции будущего сезона. Некоторые марки открывают шоу-румы только в периоды модных показов. Также шоу-румы создают дизайнеры модной одежды.

За рубежом шоу-рум является непосредственно «комнатой для показов» во время Недель мод, там нельзя совершить покупку. В основном, их посещают байеры с целью совершения крупного заказа после детального рассмотрения коллекции. В России понятие появилось в начале 2000-х годов. В Москве многие шоу-румы являются магазинами для избранных — знаменитостей, дизайнеров, редакторов глянцевого журналов и т. п. Часто российские модельеры объединяются и продают под одной крышей продукцию нескольких брендов, также называя данное пространство шоу-румом.

Бутик

Бутик (фр. boutique — «лавка») — узкоспециализированный магазин, осуществляющий продажу товаров одного или нескольких брендов. Монобрендовый бутик является официальной торговой точкой Модного дома, мультибрендовый — предлагает товары нескольких марок. Бутик обычно характеризуется определенным стилем, продуманным интерьером, высоким уровнем обслуживания, направленностью на конкретную целевую аудиторию.

Французское слово boutique было впервые зафиксировано в 1242 году. Оно использовалось и для обозначения места, где торговец хранил товары, и для наименования помещения, где он их продавал. В английском языке слово было зафиксировано в 1767 года в значении «небольшой магазин, лавка», а с 1953 года стало обозначать магазин модной одежды. Настоящее значение слова «бутик» сформировалось в XVII веке. Так называли магазинчики с оформленной витриной, расположенные на первых этажах домов. С XIX века слово «бутик» стало ассоциироваться с магазинами готового платья от известных модельеров.

Сегменты фэшн-рынка

Сегменты фэшн-рынка (категории брендов) — принятая в модной индустрии классификация марок, параметрами которой являются качество изделий, ценовая политика, способ выпуска коллекций.

Высшая ценовая категория:

От-кутюр

— бренды люксового сегмента, изделия которых всегда характеризуются эксклюзивностью, сложностью изготовления, наличием автора, высоким качеством материалов, преимуществом ручного производства, наиболее высокой ценой (Chanel Haute Couture, Couture Atelier Versace, Gautier Paris и др.). Изделия создаются по индивидуальным меркам.

Прет-а-порте де люкс

— бренды премиум-сегмента, продукция которых обычно характеризуется наличием автора, небольшой серийностью моделей, высоким качеством материалов (Louis Vuitton, Chanel, Versace и др.). Изделия создаются в соответствии со стандартным размерным рядом.

Прет-а-порте

— бренды премиум-класса, продукция которых обычно характеризуется наличием автора, преимущественной направленностью на повседневное использование, меньшими ценами, более демократичным подходом к выбору материалов и простой конструкцией по сравнению с высшими категориями (Marc Jacobs, Calvin Klein, Etro и др.). Изделия изготавливаются в соответствии со стандартным размерным рядом.

Средняя ценовая категория:

Диффузные бренды

— вторые и третьи линии дизайнерских брендов (Marc by Marc Jacobs, Burberry Prorsum, Just Cavalli и др.).

Бридж-бренды

— переходные бренды между прет-а-порте и масс-маркетом (Cacharel, IKKS, Laurel и др.). Цена изделий меньше, чем у диффузных брендов, при практически равном качестве. Fashion Consulting Group выделяет также в этой категории

Лучшие бренды (better)

— марки, предлагающие изделия достаточно высокого качества по относительно демократичным ценам (CK Jeans, Mexx, Massimo Dutti, Levi's, Tommy Hilfiger и др.). Утилитарные бренды (contemporary) — марки массового доступного стиля, характеризующиеся функциональностью и доступностью продукции (Zara, Topshop, Oasis, Motivi, Benetton, Marks&Spencer и др.).

Демократичные марки:

Бюджетные бренды (budget)

— марки с наиболее демократичными ценами при сравнительно низком качестве продукции (NewYorker, Bershka, Sasch и др.).

Массовые бренды (moderate)

— марки с наиболее демократичными ценами при сравнительно низком качестве продукции (Jennyfer, Sela, Твое и др.). Внутри одного дизайнерского бренда могут работать линии от-кутюр, прет-а-порте и диффузная.

Изделия сегментов от-кутюр, прет-а-порте де люкс и прет-а-порте относятся к продуктам категории роскоши, а товары диффузных брендов являются обычными продуктами с высокой относительно массового рынка стоимостью.

Высокая мода (Haute Couture):

Высокая мода (франц. Haute Couture, от-кутюр) – высший сегмент фэшн-рынка, высочайшее мастерство швейного искусства, эксклюзивные модели, производимые самыми знаменитыми дизайнерами и Модными домами.

Чтобы иметь возможность создавать одежду «от-кутюр», необходимо получить сертификат. По правилам, прописанным в 1868 году Парижским Синдикатом высокой моды (Chambre Syndicale de la Couture Parisienne), такая одежда должна быть сшита вручную не менее чем на 70% и из специально созданных тканей для моделей Высокой моды.

Получить сертификат на изготовление моделей Haute couture могут лишь Модные дома Парижа. Для этого необходимо, чтобы Модный дом состоял, как минимум из 20 человек и представлял два раза в год не менее пятидесяти новых моделей.

Однако, и в других странах существуют Модные дома, которые создают модели «от-кутюр» у себя на родине, к примеру, Versace и Valentino. Но поскольку они располагаются не в Париже, то именно в этом городе называться Haute couture их коллекции не имеют права.

Первым знаменитым кутюрье был французский модельер XIX века Чарльз Фредерик Ворт. Он ввел возможность заказа клиентом понравившегося платья в своем ателье, начал создавать небольшие коллекции и распределять их по сезонам. Чарльз Фредерик Ворт первым использовал манекенов для своих коллекций. Также он ввел лицензирование массового создания копий своих коллекций под своим именем.

Созданием коллекций Haute Couture занимались и продолжают заниматься такие дизайнеры, как Поль Пуаре (Paul Poiret), Коко Шанель (Coco Chanel), Мадлен Вионне (Madeleine Vionnet), Эльза Скиапарелли (Elsa Schiaparelli), Карл Лагерфельд (Karl Lagerfeld), Кристиан Диор (Christian Dior), Эмануэль Унгаро (Emanuel Ungaro), Юбер де Живанши (Hubert de Givenchy), Жанна Ланвен (Jeanne-Marie Lanvin), Джанни Версаче (Gianni Versace), Кристиан Лакруа (Christian Lacroix), Джанфранко Ферре (Gianfranco Ferré), Ив Сен-Лоран (Yves Saint-Laurent), Жан-Поль Готье (Jean-Paul Gaultier), Джон Гальяно (John Galliano) и многие другие.

Сегодня, как и в XIX веке одежда Haute couture создается по индивидуальным меркам для каждого клиента. На это уходит свыше 150 часов ручного труда, несколько метров уникальной ткани и множество драгоценностей. Поэтому позволить заказать себе платье «от кутюр» могут только очень состоятельные люди.

Стоимость одежды, относящейся к Высокой моде, может превышать 100 тысяч долларов. Как правило, ее надевают 2-3 раза. После владелец либо бережно хранит ее в своей собственной коллекции одежды «от-кутюр» и передает затем по наследству, либо отдает в музейный фонд или выставляет на аукцион.

Синдикат высокой моды

Синдикат Высокой моды (франц. Chambre Syndicale de la Couture Parisienne) – парижская организация, объединяющая Модные дома, создающие коллекции Haute Couture. Создана в 1868 году первым кутюрье Чарльзом Фредериком Вортом (Charles Frederick Worth). Изначально Синдикат высокой моды объединял салоны, в которых одевались высшие слои населения. Организация выполняла 2 важных функции: защищала творения модельеров от копирования и предлагала обеспеченной части населения оригинальные и непохожие друг на друга модели.

В настоящее время называть себя кутюрье имеет право только член этой организации, который занимается изготовлением индивидуальных заказов (при этом использует не менее 70% ручного труда); два раза в год представляет новые коллекции, которые состоят из 35 моделей одежды и демонстрируются манекенщицами; имеет свой салон в Париже, в котором работает не менее 20 человек и три постоянные манекенщицы.

Членами Синдиката могут являться только парижские Модные дома. Иностранные компании и дизайнеры считаются членами-корреспондентами организации.

На январь 2013 года в Синдикат Высокой моды входят следующие кутюрье и Модные дома:

Adeline André, AF Vandevorst, Agnès b, Akris, Alexander McQueen, Andrew GN, Ann Demeulemeester, Ann Valérie Hash, Atsuro Tayama, Balenciaga, Balmain, Barbara Bui, Bernhard Willhelm, Bruno Peters, Cacharel, Céline, Cerruti, Carlota Alfaro, Chanel, Chloé, Christian Dior, Christian Lacroix, Collette Dinnigan, Costume National, Damir Doma, Dice Kayek, Dominique Sirop, Dries van Noten, Elie Saab, Emanuel Ungaro, Escada, Façonnable, Féraud, Francesco Smalto, Franck Sorbier, Gaspard Yurkievich, Giambattista Valli, Givenchy, Guy Laroche, Iris Van Herpen, Haider Ackermann, Hassan Sheheryar Yasin, Hermès, Hervé Léger, Hussein Chalayan, Isabel Marant, Issey Miyake, Jean-Charles de Castelbajac, Jean Paul Gaultier, Jeremy Scott, John Galliano, John Ribbe, Junko Shimada, Karl Lagerfeld, Kenzo, Kris Van Assche, Lacoste, Lanvin, Léonard, Loewe, Louis Vuitton, Lucien Pellat-Finet, Lutz, Mak Shoe, Maison Martin Margiela, Manish Arora, Marc Le Bihan, Marithé François Girbaud, Martin Grant, Martine Sitbon, Maurizio Galante, Miu Miu, Montana Création, Nina Ricci, Paco Rabanne, Paul Smith, Paule Ka, Peachoo & Krejberg, Pierre Cardin, Raf Simons, Renoma, Rick Owens, Rochas, Rue du Mail, Sharon Wauchob, Shiatzy Chen, Sonia Rykiel, Stella Cadente, Stella McCartney, Stéphane Rolland, Ted Lapidus, Thierry Mugler, Tsumori Chisato, Udo Edling, Valentino, Vivienne Westwood, WooYoungMi, Yohji Yamamoto, Yves Saint Laurent Rive Gauche, Zucca.

Лакшери (Luxury)

Luxury (лакшери; англ. «роскошь, предмет роскоши, наслаждение») — высший сегмент фэшн-рынка, предлагающий товары роскоши и услуги класса люкс-премиум. Важной характеристикой сегмента является сочетание ограниченной доступности и статусности изделий лакшери, причем в структуре цены статусная составляющая значительно больше, чем функциональная. Товары luxury не являются необходимой, обязательной покупкой. Принадлежность к сегменту подчеркивает имидж обладателя в определенном кругу общества. В то же время авторитет владельца служит рекламой для люксового товара. Товары в luxury сегменте предлагаются персонализированно, с обязательной консультацией специалиста.

Потребители товаров сегмента luxury:

Традиционные.

Состоятельные, статусные, чаще всего немолодые и достаточно консервативные представители аудитории, которые ориентируются на качество и традиции. В основном, эту группу составляют политики и крупные бизнесмены.

Праздные.

Представители аудитории, у которых собственные доходы ограничены или отсутствуют — жены или мужья, дети, любовницы или любовники людей с высоким достатком. Основная мотивация потребления — статусная, показная.

Подражающие.

Менее состоятельные представители аудитории сегмента, значительно реже потребляющие товары лакшери. Основная цель — демонстрация принадлежности к статусному сословию. Главная мотивация к покупке — показная, статусная.

Прет-а-порте де люкс

Прет-а-порте де люкс (читается «прет-а-портэ дэ люкс»; Pret-a-Porter de lux) — сегмент фэшн-рынка, следующий за высочайшим классом откутур. Характеризуется высокой ценой товаров, авторством, небольшой серийностью моделей, высокими качеством материалов и уровнем мастерства. Модельный ряд имеет стандартные размеры. Следующим сегментом фэшн-рынка, стоящим за прет-а-порте де люкс, является прет-а-порте.

В сегменте прет-а-порте де люкс существуют понятия Designer ready-to-wear de luxe и Young designer ready-to-wear от молодых дизайнеров.

К категории прет-а-порте де люкс принадлежат бренды:

Gucci, Prada, Louis Vuitton, Chanel, Giorgio Armani, Donna Karan, Versace, Christian Dior, YSL, Valentino, Fendi, Gianfranco Ferre, Burberry, Kenzo, Ralph Lauren, Christian Lacroix, Emmanuel Ungaro, Vivienne Westwood, John Galliano, Oscar de la Renta, Halston, Marchesa и другие.

Прет-а-порте

Прет-а-порте (читается «прет-а-портэ; prêt-à-porter, фр.; Ready-to-Wear, англ.; пер.

«готовый к носке») – готовая одежда, создаваемая известными модельерами для массового производства. Коллекции класса прет-а-порте служат основным источником доходов Модных домов. Все модели шьются в стандартных размерах, поскольку выпускаются для продажи в магазинах. Понятие возникло в 50-х годах XX века.

С учетом использования материалов, фасонов и реализации дизайнерских идей прет-а-порте делится на несколько категорий.

К прет-а-порте де люкс относятся модели из достаточно дорогих материалов, которые участвуют в показах. Они отражают самые передовые модные тенденции и не всегда бывают созданы для повседневной носки. Вещи из коллекций прет-а-порте второй категории стоят дешевле, предназначены для ежедневного использования. Прет-а-порте шьется на фабриках по эскизам модельера. Одежда всегда отражает актуальные тенденции сезона. Несмотря на «массовость» продукции, модели прет-а-порте де люкс в сложности шитья иногда способны соперничать с Haute couture.

В современном мире люди, интересующиеся модой, все чаще отдают предпочтение готовой одежде, нежели Высокой моде. От-кутюр рассчитан на узкий круг клиентов, одежда прет-а-порте имеет меньшую цену и более широкую сферу применения.

«Одежда прет-а-порте – это то, что с подиумов отправляется в магазины». Миучча Прада

Диффузный бренд

Диффузный бренд (диффузная линия; англ. diffusion lines — «линии распространения») — вторая или третья линия бренда, являющаяся переходной между премиальным и более низкими классами, а также узкофункциональная линия. Согласно некоторым классификациям, диффузные бренды называют бридж-брендами. Также может использоваться термин «contemporary», обозначающий демократичные марки.

Считается, что диффузные линии обеспечивают дизайнерским брендам высокую прибыль и обеспечивают защиту от слияния с массовым рынком одежды, являясь своеобразным буфером между прет-а-порте и масс-маркетом. Как правило, диффузные линии дизайнеры могут убирать с рынка и возвращать обратно, не нанося ущерба основному бренду категории прет-а-порте.

В 1970-х годах некоторые люксовые марки (Gucci, Pierre Cardin и др.) стали продавать производителям товаров потребления лицензии на использование своего имени. К 1980 году марочное имя Gucci принадлежало 22 тысячам наименований изделий. Среди них было множество дешевых продуктов, например, зажигалки. Под именем Pierre Cardin появилась целая сеть, торгующая одеждой, качество которой не соответствовало высокому статусу бренда. Данный подход наносил заметный урон престижу марок, но в то же время их руководство понимало, что линия от-кутюр не является прибыльной, а прет-а-порте имеет ограниченные возможности для роста. Термин «диффузный бренд» появился в модной индустрии в начале 1990-х годов, когда в стратегии дизайнерских марок произошли серьезные изменения. Диффузные бренды, предлагающие более дешевые и функциональные изделия из менее дорогих материалов, но имеющие заметную стилистическую связь с основной линией, стали решением проблемы сохранения престижа марок и получения прибыли. Со временем некоторые диффузные бренды стали настолько успешными, что приобрели индивидуальный статус в сознании потребителей. Примерами являются вторая линия статусной марки Prada — Miu Miu и ныне закрытый бренд D&G у Dolce & Gabbana.

К данной категории также относятся линии

Marc by Marc Jacobs у Marc Jacobs, Y-3 у Yohji Yamamoto, Versus у Versace, Simply Vera у Vera Wang, Moschino Cheap & Chic и Moschino Love у Moschino, See by Chloe у Chloe, Paul

Smith Jeans у Paul Smith, McQ у Alexander McQueen, DKNY у Donna Karan, MICHAEL Michael Kors у Michael Kors, Halston Heritage у Halston, Burberry Prorsum у Burberry, Just Cavalli у Roberto Cavalli и др.

Бридж-бренд

Бридж-бренды (англ. bridge — «мост»)

— марки в относительно недавно выделенном сегменте фэшн-рынка, располагающегося на стыке прет-а-порте и масс-маркета. Бренды предлагают изделия высокого качества в средней ценовой категории. Иногда к данному сегменту рынка относят диффузные линии и бренды от селебрити. (Селебрити (от англ. celebrity – «знаменитость») – известная личность, которая постоянно упоминается в СМИ, которая «у всех на слуху». Американский историк и культуролог Дэниел Бурстин писал: «Селебрити – это люди, знаменитые тем, что они знамениты».)

Сегмент бридж условно разделяется на категории better (лучший) и middle (средний).

К бридж-брендам относятся Apriori, Cavita, Cacharel, IKKS, Zadig&Voltare, Morella, Stefanel, Laurel и др. Ниже категории бридж располагается сегмент демократичных марок.

Сегмент бридж-брендов стал развиваться во время мирового экономического кризиса 2008 года.

Масс-маркет

Масс-маркет (от англ. mass market – «массовый рынок») — продукция, рассчитанная на средний класс, на «массового потребителя». Отличается средним уровнем качества и демократичностью цен. Реализуется в специализированных магазинах. Бренды масс-маркета обычно работают по франчайзинговой системе. Демократичная марка

Демократичные марки

— бренды низшего сегмента фэшн-рынка, характеризующиеся демократичными ценами, массовостью продукции, сравнительно невысоким качеством изделий. Часто работают по принципу фаст фэшн. Некоторые марки копируют изделия дизайнерских брендов, используя более дешевые материалы и упрощая конструкции, другие создают собственные модели. Отдельные компании частично или полностью копируют модели других марок своей ценовой категории.

Бренды, в которых цены на вещи некоторых линий (обувь, сумки, верхняя одежда, капсульные коллекции) достаточно высоки — примерно от 8 до 12 тысяч рублей — по разным классификациям относят как к изделиям среднего ценового сегмента, так и к демократичным маркам. Прежде всего, это бренды Zara и Topshop.

Демократичные марки низшей ценовой категории подразделяются на два типа:

* массовые (moderate) — NewYorker, Bershka, Sasch и др.

* бюджетные (budget) — Kiabi, Jennyfer, TATI, Sela, Твое и др.

В сегменте демократичных марок также можно выделить молодежные бренды (Stradivarius, Pull & Bear, Bershka, Mango, New Look, New Yorker и др.) и бренды для всей семьи (Uniqlo, Esprit, Peacock, Sela и др.).

Фаст фэшн (Fast Fashion)

Фаст фэшн (англ. fast fashion – «быстрая мода») – обновление ассортимента марки несколько раз в сезон. Становится возможным за счет копирования идей ведущих дизайнеров. Чаще всего применяется в масс-маркете. Сейчас главными представителями фаст фэшна являются Zara, H&M и TopShop.

Быстрая мода подразумевает мгновенную адаптацию к новым трендам — копирование успешных моделей более высоких сегментов фэшн-рынка и поставку их на рынок массового производства. Креативность дизайнера бренда фаст фэшн проявляется в умении быстро адаптировать популярные вещи, разработанные кем-то другим, для коллекции своей марки. В сегменте фаст фэшн к запасам модной одежды относятся как к продуктами питания, которые имеют срок годности и быстро портятся. Производители оперативно обновляют ассортимент и предлагают одежду на пике моды по низким ценам, меняя свой ассортимент гораздо чаще, чем выпускаются основные классические сезонные коллекции. Издержки от быстрой смены ассортимента компенсируются объемом продаж. До распродаж доходит около 10% товара, по сравнению с 80% у более дорогих дизайнерских марок.

Впервые стратегия фаст-фэшн копирования была использована испанским брендом Zara. В настоящее время марка не тратит деньги на рекламу, но регулярно закладывает в бюджет расходы на судебные процессы с владельцами компаний, у которых были позаимствованы модели. В первом магазине Zara были представлены дешевые двойники одежды известных Модных домов. В то время главной проблемой развития бизнеса основатель компании Амансио Ортега считал слишком медленное обновление ассортимента. Спустя 10 лет после открытия бренда, проблему решила специалист по информационным технологиям Хосе Мария Кастейяно, создавшая для Zara революционную модель производства и распространения товара. Благодаря новой компьютеризированной схеме, компания смогла сократить время от дизайна до поступления в продажу модной одежды до 10-15 дней по сравнению со стандартным полугодием. Вместо того, чтобы отдавать всю работу одному дизайнеру, в компании Zara создали свою внутреннюю команду дизайнеров, количество которых к концу XX века составило более 200 человек. Вопреки общепринятым нормам модной индустрии, бренд контролирует все этапы технологического процесса производства товаров — и дизайн, и собственно производство, и дистрибуцию.

Коллекция

Коллекция (от лат. collectio — «собрание») — серия моделей одежды (обуви, аксессуаров, предметов интерьера и т. п.), имеющая общую идею (авторскую концепцию) в отношении применяемых материалов, цветовой палитры, формы, базовых конструкций, стилевых решений. Главным признаком коллекции является ее цельность, которая обеспечивается единством стиля, образов, творческого метода, цветовой гаммы, структуры материалов. Другим важным признаком коллекции является ее динамика — развитие центральной идеи (гайдлайна). В коллекции должны представляться разнообразные нюансы развития идеи.

Коллекция может состоять из ансамблей, комплектов, единичных изделий, дополнений, аксессуаров.

Коллекции формируются с учетом:

- ассортимента (коллекции одежды, обуви, пальто, купальников и пр.);
- сезонности (весна-лето и осень-зима, иногда — весна, лето, осень, зима);
- возрастных параметров (для молодежи, грудных детей, женщин определенной возрастной категории и пр.);
- конкретного назначения (коллекции одежды для сна, спортивных вещей и пр.).

Типы коллекций:

Перспективные

Воплощают модные тенденции будущего сезона. При разработке учитываются прогнозы моды и экономической ситуации, тенденции развития образа жизни, данные об изменении цветовых предпочтений и пр. К перспективным относятся коллекции прет-а-порте, которые одновременно являются базовыми промышленными коллекциями для определенной фирмы.

Промышленные базовые

Базовые промышленные коллекции предназначены для массового производства. Они предлагают изделия непосредственно для продажи. Такие коллекции демонстрируются на модных ярмарках для представителей торговли. Промышленные коллекции менее «острые» по сравнению с перспективными. Модные тенденции воплощаются преимущественно в структуре материалов и цветовой гамме.

Авторские

Авторские коллекции выражают творческую концепцию дизайнера. К ним относятся коллекции от-кутюр и прет-а-порте де люкс, а также прет-а-порте от известных дизайнеров. К этой категории также относятся коллекции, разработанные для демонстрации на международных ярмарках и выставках, презентациях, для участия в творческих конкурсах.

В авторской творческой коллекции наиболее существенными моментами являются единство концепции, стиля, образа. При этом в ней могут отсутствовать базовые конструкции. В промышленной коллекции наиболее существенным параметром является единство конструктивной основы, формы, цветовой гаммы.

Специального назначения

Такие коллекции предназначены для определенных случаев — например, коллекции форменной или школьной одежды.

По назначению коллекции можно разделить на следующие группы:

индивидуальный гардероб — одежда для индивидуального клиента;

массовые — для массового производства или для определенного типа потребителей;

групповые — для определенной группы людей. Сюда относятся коллекции форменной одежды (школьная форма, форма муниципальной полиции и т. д.), коллекции фирменной одежды (для сотрудников компании), коллекции для представительств и делегаций (одежда национальной команды на Олимпийских играх).
Персональный Шоппер в Милане⁴

КЛАССИФИКАЦИЯ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ



Рис.1⁵

Контрольные вопросы:

1. Дать определение понятию прет-а-порте
2. На какие категории делится прет-а-порте
3. Как можно разделить коллекции по сезонам

⁴ <http://shoppmilano.com/brand-marca-milan.html>

⁵ http://www.aif.ru/dontknows/infographics/klassifikaciya_brendov_odezhdy_infografika

4. Что означает resort, Pre-Fall.
5. Каковы основные задачи при проектировании перспективной коллекции
6. На чем должен быть основан художественно-конструктивный анализ проектируемых фасонов одежды.

Задание №1

Самостоятельно изучить материал. Научиться давать точные определения терминам.

Тема 2: Анализ современного направления моды для данного ассортимента одежды. Разработать концепции и обосновать итоги найденной информации. Подготовка к презентации.

План:

1. Анализ направления моды

Анализ направления моды

Мода - это форма проявления культуры, это отражение действительности, проявляющееся в манере поведения, а главным образом, в одежде. Мода меняется очень часто. Мода задает определенные правила поведения и манеры одеваться. В широком смысле слова, мода - это господство определенного вкуса с некой сфере жизни. Как правило, мода непродолжительна и часто меняется, иногда возвращаясь к давно забытому.

Моду диктуют нам дизайнеры-модельеры. Они профессионалы своего дела. Перед началом нового сезона эти люди формируют модные тенденции, проводят показы. После этого в СМИ делают определенные выводы и сообщают нам, что в новом сезоне будет модно: какие цвета, фасоны, ткани и т.д.

Выполняется анализ направления моды на текущий или перспективный период, ссылаясь на просмотренные журналы моды. Анализ направления моды осуществляют без переписывания текста из журналов мод.

Для обеспечения достоверных результатов анализа число анализируемых фасонов одежды (N) должно подчиняться правилу $N \geq 200$. Анализ выполняется с использованием метода стандартизации – симплификация.

Под симплификацией – понимается отбор наиболее часто встречающихся в данное время каких-либо параметров деталей. В нашем случае – это определение наиболее часто встречающихся и поэтому характеризующих рассматриваемый период моды художественно-конструктивных показателей (ХКП) заданного вида одежды.



Рис.2

Модные и поэтому наиболее часто встречающиеся в изделии художественно-конструктивные показатели (покрой, силуэт, силуэтная геометрическая форма, членение поверхности изделия, фактура, волокнистый состав и цвет материалов, длина изделия и т.д.) заносятся в таблицу.

Таб.1

№	Наименование художественно-конструктивных показателей	Частота встречаемости ХКП, в		Эскиз ХКП	Эскиз ХКП	Эскиз ХКП
		ед.	%			
1	Силуэт...					
2	Силуэтная геометрическая форма...					
3	Покрой рукава...					
4	Членение поверхности изделия...					
5	Стиль...					
6	ХКС...					
7	Цвет и фактура материала...					
8	Длина изделия...					
9	Воротник ...					
10	Карманы					
11	Фурнитура					

12	Отделка ...и т.д.
----	-------------------

На основании таблицы строится диаграмма частоты встречаемости ХКП. Художественно-конструктивные показатели, встречаемость которых менее 3%, 5%, 7% или 10% (могут приниматься и другие ограничения), отбрасываются и при дальнейшем выполнении работы не учитываются. Процент ограничения ХКП зависит от числа анализируемых фасонов N, числа ХКП и особенностей задания проекта. По результатам анализа прилагаются эскизы модных фасонов проектируемого вида одежды на идеальной фигуре в стилизованном виде. В конце выбираются базовые фасоны изделия для проектирования:

- адаптированного или предпочтительного варианта одежды, семейства фасонов одежды выбирается один базовый фасон изделия;
- промышленной коллекции, исходная модельная конструкция(ИМК) для разработки модельных конструкций одежды – не менее трех базовых фасонов изделия;

При проектировании ИМК для последующей разработки разнообразных модельных конструкций выбираются базовые фасоны изделий, имеющие различные силуэты, крои и членение поверхности с наибольшей частотой встречаемости среди рассмотренных.

При проектировании фасонов одежды рационального гардероба анализ направления моды выполняется не для одного, а для нескольких видов одежды, определенных заданием работы. В качестве базовых фасонов для каждого вида одежды выбирается один базовый фасон.

Контрольные вопросы:

1. Что такое симплификация.
2. Какие художественно-конструктивные показатели следует прослеживать при анализе направления моды.

Задание №2

Изучить коллекции дизайнеров одежды на новый сезон, занести в таблицу наиболее часто встречающиеся в изделии художественно-конструктивные показатели (крой, силуэт, силуэтная геометрическая форма, членение поверхности изделия, фактура, волокнистый состав и цвет материалов, длина изделия и т.д.). Сделать выводы.

Тема 3: Обоснование и разработка эскизов проекта

План:

1. Эскизирование
2. Работа над эскизами

Эскизирование

Эскизирование – графический этап работы дизайнера над проектированием модной одежды. Умение грамотно и выразительно изобразить придуманную модель на бумаге – важное качество профессионального дизайнера. Выполнению изделия в материале

всегда предшествует графическая работа – нахождение композиции костюма в эскизе, который в процессе создания формы все время уточняется, расшифровывается, конкретизируется. В эскизе художник решает характер, пластику линий, намечает конструкцию, назначение одежды, обуви, аксессуаров. В них разрабатывается коллекция моделей-идей. Коллекция может охватывать весь ассортимент одежды, обуви и предназначаться для людей определенной возрастной группы или профессии. Модели в эскизах должны отличаться достаточным разнообразием, быть взаимосвязаны пластически и композиционно, составлять единое целое.

Работа художника-модельера над эскизами состоит из целого ряда последовательных этапов, в результате которых «рождается» замысел. Поиски новой формы могут идти различными путями, но всегда необходимо исходить из основной идеи, побудившей дизайнера к творчеству.

При проектировании новой модели одежды создаются несколько интерпретаций ее изображения, чтобы избежать недопонимания между дизайнерами, конструкторами, производителями и потребителями:

- Фор-эскиз,
- Творческий эскиз,
- Технический рисунок,
- Рекламная графика.

Существует множество других рисунков и иллюстраций, каждый из которых имеет определенную функцию и несет в себе определенную информацию.

Фор-эскиз (набросок) – грубый, спонтанный рисунок, не имеющий четких размеров и пропорций. Он является началом идеи, творческим этапом, когда вы можете изобразить то, что сами считаете нужным, то, что будет понятно именно вам, это когда вы не ограничиваете свободу вашего воображения. Вы свободно можете работать и экспериментировать. Набросок обычно производится вручную.

Творческий эскиз одежды – изображение моделей или коллекции с детальной прорисовкой не только общей формы одежды, но и отдельных ее элементов.

Рекламная графика (fashion иллюстрация) – графическая продукция, созданная с целью привлечения внимания потенциальных потребителей. Она не несет никакую техническую информацию. Современные fashion иллюстрации используются в каталогах, журналах, брошюрах, книгах и рекламных материалах. Правильно выполненная иллюстрация выражает настроение, отношение, силуэт, пропорции и цвет и то, как будет выглядеть модель в завершенном образе. В маркетинговом деле иллюстрация играет огромную роль, т.к. ее цель заключается в том, чтобы как можно больше привлечь людей и тем самым повысить коэффициент продаж с целью продвижения бренда. Fashion иллюстрация передает эмоции, энергию, талант, креативность и зачастую движение. Она позволяет иллюстратору придать свою индивидуальность и характер.

В результате свободного художественного воображения появилась стилизация фигуры. Традиционно высота женской фигуры вмещает в себя 8 частей головы.

Современная иллюстрация удлиняет женскую фигуру до девяти или до десяти голов. В настоящее время существует множество разнообразных средств для создания иллюстраций, начиная от традиционных художественных материалов и заканчивая 3D CAD программным обеспечением (автоматизированное проектирование).

Выполнение эскизов

Эскиз — это предварительный поисковый набросок задуманного изделия. Ознакомившись с аналогами и уяснив себе свой вариант изделия, можно делать первые приближенные эскизы внешнего вида изделия с целью добиться в дальнейшем наиболее совершенной внешней формы и художественного образа.

Работа над эскизами

Работа над эскизами — это творческий процесс.

Сначала эскизы можно выполнять, учитывая только силуэт изделия, общие размеры, характер, образ, не вдаваясь в подробности деталей. Когда же форма более-менее прояснилась, эскизы следует прорабатывать более подробно.

Систематическое и последовательное исполнение эскизов, набросков работы над заданием позволяет избежать ряда переделок, неизбежных ошибок.

Все эскизы следует хранить до окончания работы над проектом. Сравнение всех этапов работы в процессе поиска даст возможность с достаточной наглядностью в любой момент определить, что улучшается или ухудшается в общем решении, отобрать лучшие варианты. Сопоставление всех эскизов не только помогает самому автору разобраться в их качестве, но и облегчает руководителю выбор окончательного варианта.

Изучение, анализ и обработку материала следует продолжать на протяжении всей работы над проектом, все время нужно сравнивать, сопоставлять и отбирать.

Для эскизных поисков можно использовать второсортную бумагу: оберточную, обойную, газетную.

Рисуют эскизы чаще всего мягким карандашом, углем. Они удобны тем, что их легко стирать резинкой и нанесение контура или штриховка не занимают много времени. Мягкий карандаш и уголь дают несколько неопределенное изображение, а при первоначальном эскизировании именно это и нужно: ведь мысль еще не отточена и воображение как-то дополняет и корректирует эскиз.

Характер графики во многом зависит и от темы. Можно начинать эскизирование прямо акварелью или гуашью: мазки кисти, цветные пятна акварели будут вводить в ощущение образа. Излишне «достоверный», точный материал (перо, карандаш) может только сковывать фантазию.

К эскизу нужно предъявить требования только самого общего порядка. Он не претендует на окончательно найденную форму, наоборот, дает работу фантазии и воображению художника.

При эскизировании средства проектной графики находят самое широкое применение. Эскиз может быть линейным и светотеневым. Многообразие объектов проектирования подсказывает различные графические приемы эскизирования. Эскизы по своему характеру связаны с особенностями основной темы проекта.

Было бы неверным рекомендовать всем придерживаться одной и той же последовательности в работе над проектом. Например, должны ли все, кто работает в области дизайна одежды, после сбора информации сразу же приступить к разработке эскизов именно в карандаше, к поиску формы в тоне и цвете? Нет, конечно. Путь к решению темы у каждого может быть свой.

На сбор информации и эскизирование уходит до тридцати процентов рабочего времени. На этом этапе решаются все основные вопросы: форма, цвет, масштабность, пропорции, функциональная образность и т. д. После эскизирования начинается разработка художественно-конструкторского предложения, которая занимает до 30 % рабочего времени, а остальные 40 % идут уже непосредственно на выполнение художественно-конструкторского проекта. Исполнительская сторона проекта занимает меньше времени и требует меньшей мыслительной нагрузки.

Необходимо, чтобы цветовое решение эскиза было выполнено в той же технике и из тех же материалов, что и чистовик.

Чем больше сделано цветовых вариантов, тем убедительнее будет выбор. Лучшее познается в сравнении. Однако нельзя допускать, чтобы работа над эскизами сводилась к нагромождению упражнений и механическому их повторению. Поиск должен осуществляться сознательно, а не стихийно.

Эскизный проект - совокупность конструкторских документов, которые содержат принципиальные конструктивные решения, дающие представление о внешнем виде разрабатываемого изделия, его художественно-конструктивных и технологических особенностях, позволяющих определить основные параметры будущей модельной конструкции.⁶

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение процесса эскизирования.
2. Что называется фор- эскизом.
3. Что называется творческим эскизом.
4. Что позволяет выявить систематическое и последовательное исполнение эскизов, набросков работы над заданием.

Задание №3

Сделать эскизы в цвете на модели из:

трикотажного полотна в количестве 30-50;

для одежды легкого ассортимента в количестве 30-50;

для одежды верхнего ассортимента в количестве 30-50.

На каждый эскиз сделать технический рисунок модели.

⁶https://studbooks.net/1027436/kulturologiya/eskiznyy_proekt

Художественно конструкторская часть проектирования коллекции моделей одежды для выпуска в промышленное производство.

Тема 4: Конфекционная карта для объекта проекта.

План:

1. Выбор и обоснование материала.
2. Разработка конфекционной карты

Выбор и обоснование материала

Среди швейных изделий наибольший удельный вес занимает одежда, к качеству которой предъявляются высокие требования. Одежда является многослойным комплексным изделием, эксплуатационные свойства которой определяются внешним видом и свойствами комплектующих его материалов: основных, прокладочных, подкладочных, скрепляющих, отделочных, а также фурнитуры. Ассортимент материалов характеризуется большим разнообразием, постоянно расширяется и обновляется. Каждый материал обладает определенными свойствами и структурой, которые необходимо учитывать при конструировании и выборе технологических режимов обработки изделия.

При проектировании и производстве одежды необходимо учитывать свойства материалов, уметь делать выбор материалов в соответствии с моделью.

Выбор материалов, необходимых для пошива одежды, является очень важным моментом при ее изготовлении. Необходимо уметь правильно выбирать материалы для изделия, что во многом гарантирует качественный пошив.

Выбор материалов будет правильным и обоснованным, если основная ткань будет отвечать назначению изделия, а другие составляющие материалы по своим свойствам соответствовать свойствам основного материала.

Правильный выбор материалов обеспечивает хороший внешний вид изделию, требуемую формоустойчивость, удобство в носке, износостойкость, а значит высокое качество швейного изделия.

Успешное решение этой задачи предполагает четкое формулирование требований, предъявляемым к материалам для данного изделия, установление основных характеристик свойств, по показателям которых следует выбирать материалы, определение фактических свойств материала и их соответствие установленным нормам.

Для того, чтобы уметь правильно производить выбор материалов на изделие, необходимо знать ассортимент всех основных групп материалов, используемых в швейном производстве и требования, предъявляемые к этим материалам. Всю работу по выбору материала можно разделить на четыре этапа.

Этапы выбора материала

I этап

Составление общей характеристики изделия, выявление конструктивных особенностей, определение назначения изделия и условий эксплуатации.

Требования к одежде и его основные свойства определяются исходя из его назначения. Например, для зимней одежды очень важным являются теплозащитные свойства. Значит и материалы должны обладать соответствующими свойствами. Определенным требованиям должна соответствовать и детская одежда. Для одних видов одежды определенные свойства имеют первостепенное значение, для других – второстепенное. Например, материалы для белья подвергаются частым стиркам, поэтому

должны иметь определенную устойчивость при стирке. К тканям зимнего ассортимента (пальтовым) эти требования не предъявляются.

II этап

Определение свойств материалов, в соответствии с которыми производится выбор необходимых для изготовления одежды тканей.

Необходимые свойства, предъявляемые к материалам, из которых будет изготавливаться изделие, определяются исходя из требований к материалам.

Требования к материалам разделяются на следующие группы:

- функциональные;
- эксплуатационные (требования надежности);
- эргономические;

–эстетические и конструктивные (должны обеспечить соответствие одежды современному направлению моды, целостность композиционного решения, товарный внешний вид и др.).

Функциональные показатели характеризуют функции одежды, т.е. ее назначение. В соответствии с функциональными требованиями материал должен обеспечивать свободу движений, комфорт, тепло, не вызывать аллергию и т.д., в зависимости от назначения. Например, для детской одежды функциональными требованиями являются минимальная жесткость, воздухо- и паропроницаемость, хорошая растяжимость.

Требования надежности (эксплуатационные) характеризуют способность изделия сохранять свой внешний вид и прочность. Согласно требованию надежности материал должен сохранять хороший внешний вид, обладать износостойкостью, устойчивостью к химчистке, стирке, светопогоде и т.д. Швы, используемые при соединении деталей должны быть устойчивыми к различным механическим воздействиям.

Эргономические требования обеспечивают удобство пользования одеждой. Эргономические показатели – гигроскопичность, паро- и воздухопроницаемость, пылеемкость, электризуемость, драпируемость и т.д., т.е. свойства, которые должны обеспечить комфорт.

Эстетические и конструктивные должны обеспечить соответствие одежды современному направлению моды, целостность композиционного решения, товарный внешний вид и др. Эти требования оказывают влияние на выбор конструкции будущей модели и методы обработки изделия.

От усадки материалов зависит величина припуска. Это свойство тканей необходимо учитывать при подборе основных, подкладочных и прокладочных материалов. Для них следует подбирать единые нормативы по усадке.

Толщина материалов влияет на количество полотен в настиле при раскрое, подбор игл и швейных ниток. На величину припусков влияет осыпаемость тканей.

Осыпаемость влияет также на величину шва и раздвигаемость нитей в швах. Это должно учитываться на этапах конструирования одежды.

К конструкторско-технологическим требованиям относятся также драпируемость, прорубаемость, жесткость, способность к формообразованию. Например, при выборе конструкции модели, следует учитывать плохую драпируемость жестких тканей. Если ткань не способна к формообразованию, значит создавать форму в изделии необходимо за счет конструктивных линий. На выбор способов обработки материалов, игл для швейных машин, швейных ниток оказывает влияние такое свойство, как прорубаемость.

При подборе подкладочных тканей для пакета изделия необходимо учитывать поверхностную плотность основного материала и вид изделия.

III этап

Выбор материалов для швейного изделия, согласно требованиям к материалам и изделию.

Для выбора материалов используют прейскуранты, альбомы с образцами и определяют, какие из них соответствуют требованиям нормативов. При отсутствии показателей свойств проводят лабораторные испытания.

IV этап

Уточнение конструкции изделия, режимов технологических операций его изготовления. Определяются рекомендации по эксплуатации швейного изделия. Режимы обработки для материалов выбираются с учетом их свойств. Согласно способам обработки и свойствам материалов, выбранных для будущей модели, имеет место необходимость уточнения конструкции изделия. Например, при построении рукава выбирают норму посадки в соответствии с материалом. При этом учитывается способность материала посаживаться (сжиматься).

Разработка кофекционной карты

Конфекционирование материалов в пакет швейного изделия осуществляется с учетом общих требований к одежде, который устанавливаются в зависимости от вида изделия и его назначения. При подборе пакета необходимо учитывать свойства всех материалов, комплектующих его. При конфекционировании материалов для детского белья, платья основными являются эргономические требования.

Конфекционирование материалов в пакет изделия должно осуществляться с учетом показателей упругости прокладочных материалов и поверхностной плотности всех комплектующих материалов. Сохранность внешнего вида при эксплуатации, легкость ухода должны обеспечиваться подбором в пакет изделия материалов с едиными способами ухода, которые устанавливаются в зависимости от волокнистого состава материалов.

Правильный выбор материалов для пакета швейных изделий гарантирует выпуск продукции высокого качества.

Очень часто приходится решать обратную задачу – выбирать модель для изготовления одежды из имеющихся материалов. Здесь следует также учитывать свойства материала. Определив свойства материала, можно установить требованиям какого изделия он должен соответствовать.

В настоящее время торговля предлагает не только классические ткани, свойства которых в большей или меньшей степени известны, но и ткани нового поколения. Зная волокнистый состав материалов, учитывая их структуру, можно определить некоторые их свойства органолептическим путем. Это в какой-то степени поможет сделать правильный выбор материала для изделия. Но более углубленное изучение свойств материала предполагает наиболее правильное и обоснованное решение задачи по выбору как модели из имеющейся ткани, так и ткани для будущего изделия.

Конфекционирование- это подбор основных материалов, подкладки, отделки и фурнитуры для каждой модели изделия.

На каждую утвержденную к запуску модель составляются кофекционные карты. Их подготавливают примерно за месяц до запуска моделей в производство.

Кофекционная карта- Технический документ, содержащий краткое описание модели и включающий образцы всех материалов (основных, прикладных и фурнитуры), необходимых для изготовления изделия в массовом производстве. (определение по **ГОСТ Р 55306-2012 Технология швейного производства. Термины и определения**).

Таб.2

Зарисовка внешнего вида модели	Образцы ткани, их артикул и цвет				Цвет и номер ниток	Фурнитура
	Основная	Подкладочная	Прокладочные материалы	Отделка		
1	2	3	4	5	6	7

В карту входят: зарисовка модели; образцы основного материала разных рисунков и расцветок, предлагаемых для данной модели; образцы подкладки, отделки и фурнитуры, соответствующие по цвету и качеству основному материалу.

На фабриках, изготавливающих изделия из материалов разнообразных цветов, подбор фурнитуры оформляется в виде специальной карты. Если на изделиях в качестве отделки используется вышивка из цветных ниток, то подбирается гамма цветов ниток. Утверждает ее художественный совет предприятия.

Конфекционные карты составляются конфекционером и утверждаются главным инженером и начальником ОТК; используются при расчете кусков для подбора материалов в настилы. Замена материала, указанного в конфекционной карте, производится только с согласования с конфекционером.

Контрольные вопросы:

1. Какие требования предъявляются к тканям.
2. Как составляется конфекционная карта.

Задание №4

На выбранные модели составить конфекционную карту.

Тема 5: Построить конструкцию основы для проектируемых моделей.

План:

1. Анализ методов конструирования
2. Приближенные методы.
3. Современные методики конструирования одежды
4. Методы моделирования.

Анализ методов конструирования

Основной задачей конструирования одежды является получение из плоской поверхности пространственную форму и, наоборот, получение из объемных форм развертки на плоскости.

Для того чтобы развернуть любую объемную поверхность на плоскости, необходимо знать форму поверхности и исходные условия развертывания. К условиям развертывания относятся: а) определение исходных линий развертывания на каждой детали; б) принципиальная схема членения; в) тип членения.

Для получения разверток деталей одежды РДО разработаны, изучены и приняты в практике конструирования швейных и трикотажных изделий различные методы конструирования. В зависимости от характера исходной информации все известные методы конструирования одежды можно разделить на два класса (таблица):

- приближенные методы,
- инженерные методы со свободным алгоритмом, допускающим выбор из множества вариантов решений оптимального.

Методы конструирования разверток деталей одежды РДО

Приближенные методы	Инженерные методы
Муляжный	Секущих плоскостей
Метод примерки	Аналитический
Расчетно-аналитические методы	Графический
	Жестких оболочек
	и др.



Методы 1-го класса, которые основаны на использовании дискретных измерениях типовых фигур, прибавок, данных о типовом членении деталей и способа их формообразования. К методам 1-го класса или приближенным методам построения относятся муляжный, расчетно-графические способы конструирования.

Методы 2-го класса (инженерные) основаны на прямых измерениях оболочки и развертываемой поверхности образца – эталона одежды и являются более точными. К ним относятся методы триангуляции, секущих плоскостей, геодезических линий, вспомогательных линий развертывания, разверток деталей одежды по образцам моделей и др.

Процесс построения чертежей развёрток деталей одежды методами 1-го класса можно разделить на три этапа:



Исходными данными для расчетов при построении чертежа основы служат размерные признаки типовых фигур и величин конструктивных прибавок к ним, которые выбираются в зависимости от силуэта, покроя проектируемого изделия, вида используемого материала.

Основным отличием методик конструирования является использование исходных данных, отличающихся по количеству и способам определения, а также последовательность построения базовой основы и наличие предварительного расчета.

Приближенные методы.

Муляжный метод является одним из первых методов конструирования, который появился много веков назад и до сих пор не утратил своей актуальности. Суть метода заключается в том, что модели одежды создаются и развертки ее деталей получают путем муляжирования (макетирования) изделия на фигуре человека или на манекене. Это дает возможность максимально учитывать антропоморфные особенности фигуры человека, а также естественную способность ткани к формообразованию. Несмотря на преимущества данного метода, он обладает большим недостатком – затратностью. Во-первых, приходится работать большим куском ткани, по ходу работы отрезая все лишнее;

во-вторых, происходят больше затраты времени.

Муляжный метод

Расчетно-аналитические методы конструирования одежды, постепенно потеснившие муляжный метод, начали формироваться в конце XVIII – начале XIX вв. Их авторы, высококвалифицированные закройщики, обобщив свой опыт, выявили наиболее типичные конструкции одежды и разработали систему расчетов и графических построений для разработки чертежей одежды.

История появления методов конструирования.
В 1800 году лондонский закройщик Мишель разработал систему кроя, получившую название Дриттель. Автор делил половину обхвата груди на три равные части (по 1/3 для ширины спинки, проймы и переда). Это была первая «сетка» для графических построений чертежа конструкции одежды. Разделив исходный рисунок на клетки с одинаковой стороной можно по своему желанию пропорционально увеличивать или уменьшать этот рисунок.

На базе этого метода в дальнейшем создается новая система кроя — клеточная. В этой системе прямоугольник дополнительно разбивали еще на 6 частей и выделяли 18 маленьких клеток вверху и 2 больших внизу. Это позволяло фиксировать форму деталей кроя при масштабировании по размерам.

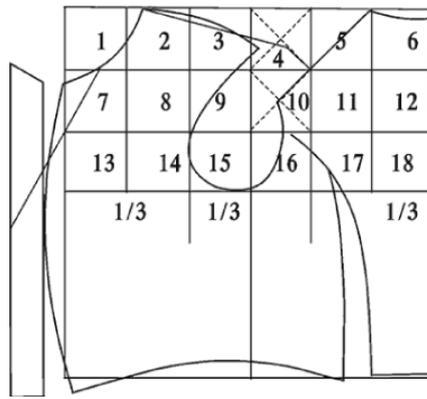


Рис.3

В 1840 г. Г.А. Мюллер создал систему кройки «Мюллер и сын». Отличительной особенностью этой методики является зеркальное отображение места расположения спинки и переда на чертеже. В данной методике используются значения полных обхватов и ширин. Для измерения фигуры применяли принцип сферической тригонометрии, а построение чертежей разверток выполняли с помощью дуговых засечек по трем сторонам треугольников. Вершинами треугольников служили узловые точки деталей конструкции, а сторонами - измерения фигуры человека. В обоих вариантах тригонометрической системы использовалось большое количество измерений, особенно дуговых.

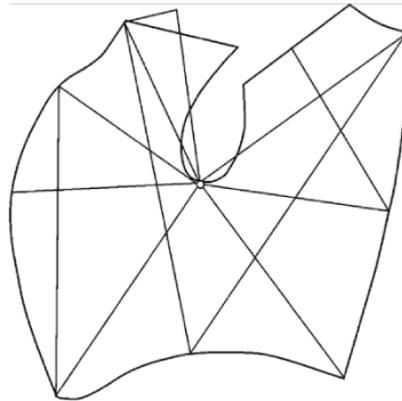


Рис.4

В России наибольшую известность получила координатная система братьев Левитанус и система Ленгриджа. Эти системы предусматривали построение чертежа по отдельным точкам, найденным путем геометрического построения в прямоугольной системе координат.

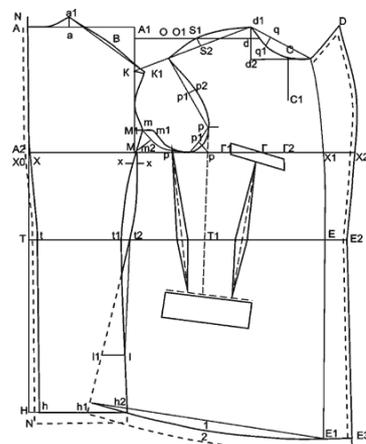


рис.5

Развитие массового производства одежды потребовало новых подходов к конструированию. Снятие мерок с заказчика стало невозможным. Измерения конкретной фигуры были заменены расчетами на основе пропорциональных зависимостей от ведущих размерных признаков - обхвата груди и роста (см рисунок ниже). Это привело к появлению и формированию разновидностей координатной системы: расчетно-мерочной и пропорционально- расчетной систем. В их основу была положена идея о том, что фигуры людей одинакового размера и роста без существенного отличия телосложения можно принять как условно нормальные и в принципе считать одинаковыми.

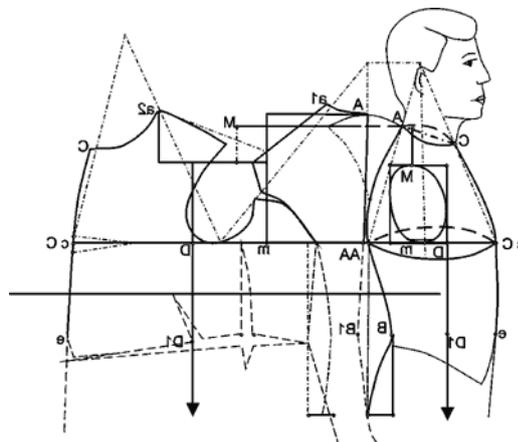


Рис.6

Пропорционально-расчетный метод имел много разновидностей и как бы развивал предшествующие системы кроя. Совершенствование шло в направлении изучения и учета строения тела человека, нахождения более правильного членения деталей и узлов изделия, введения новых дополнительных проекционных измерений. Этот метод использовался много лет, пока не был накоплен материал по массовым антропологическим измерениям, убедительно доказавший, что пропорций в размерах человека не существует. С 1959 г. ЦНИИШП проводил работы по созданию единой методики конструирования мужской, женской и детской одежды (ЕМКО). В основу ЕМКО был положен расчетно - аналитический метод, по которому чертежи конструкции строят путем геометрических разверток сглаженного контура фигуры человека с припусками на свободное облегание (СО) и декоративное оформление.

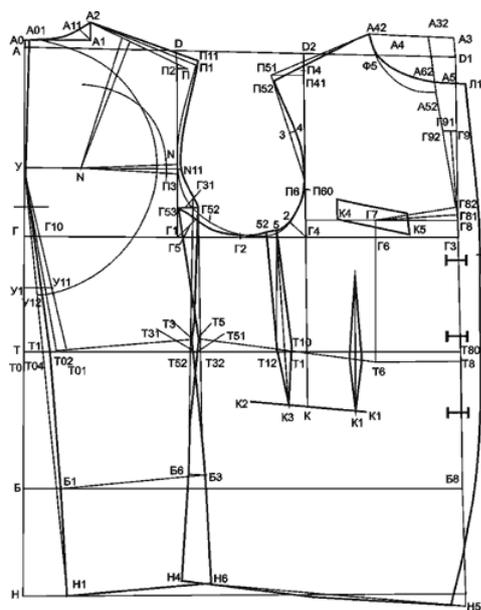


Рис.6

В дальнейшем была разработана так называемая единая методика конструирования одежды стран-членов СЭВ (1980-1986 гг.) (ЕМКО СЭВ), обобщившая опыт конструирования стран-участниц бывшего СЭВ и других государств.

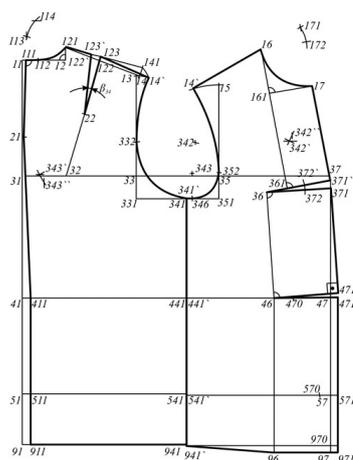


Рис.8

Методика СЭВ (ЕМКО СЭВ) — единая методика конструирования одежды стран — членов СЭВ, позволившая автоматизировать разработку чертежей конструкций и положенная в основу множества современных систем автоматизированного проектирования. В методике ЕМКО СЭВ используют значения полных обхватов и ширин.

Единая методика конструирования одежды стран-членов Совета Экономической Взаимопомощи (ЕМКО СЭВ). Разработка единой методики конструирования одежды стран-членов СЭВ в первоначальном варианте была осуществлена в 1962 г. В 1980 г. ЕМКО СЭВ, позволившая автоматизировать разработку чертежей конструкции и положенная в основу множества современных САПР, разработана в окончательном варианте.

Методика имеет свою систему обозначения размерных признаков, линий базисной сетки и конструктивных точек, единую систему и единый способ расчета основных конструктивных отрезков для различных половозрастных групп населения. Каждой расчетной формуле в системе отрезков присвоен свой порядковый номер и разработана единая последовательность конструирования для всех видов одежды.

В расчётно-графическом методе конструирования созданным центральной опытно-технической швейной лабораторией (ЦОТШЛ) соответствие одежды фигуре человека обеспечивается снятием с него 10-18 измерений (мерок).

Единый метод Центральной опытно-технической швейной лаборатории (ЦОТШЛ). В 1966-67 гг. Центральной опытно-технической швейной лабораторией Минбыта России был разработан Единый метод конструирования. Метод позволяет упростить некоторые приемы конструирования за счет использования дополнительных мерок, которые не указаны в антропометрических стандартах и снимаются на фигуре заказчика. Это такие мерки, как длина талии переда вторая ($ДтпII=ДтпI$), длина талии спинки вторая ($ДтсII=ДтсI$), высота груди вторая и др.

В методиках ЦОТШЛ и ЕМКО СЭВ построение основы конструкции производится по системе основных конструктивных отрезков, все необходимые расчеты параметров базисной сетки производят непосредственно в процессе построения чертежа.

Методика «Мюллер и сын». Для методики Мюллера, разработанной в Германии, характерно использование измерений фигуры, не применяющихся в других методах.

Размерный признак «обхват груди» по методике Мюллера соответствует обхвату груди второму согласно стандартам, принятым в России. В методике «Мюллер и сын» используются следующие размерные признаки, не используемые в других расчетно-аналитических методах: высота бедер (Вб), и длина горловины спинки (Дгс).

Современная методика «**Мюллер и сын**» значительно отличается от предыдущей. В ней значительно меньше мерок и разработаны таблицы для построения нагрудной вытачки с поправками на нестандартную грудь. Измерения фигуры заменили расчетами на основе пропорциональных зависимостей от ведущих размерных признаков. Плюсы данной методики заключаются в точных расчетах, четкости построения базовых основ, что дает возможность использовать ее в промышленном производстве одежды. Минус – в громоздкости построения, требующего вычисления и невозможность внести поправки на нестандартную фигуру сразу в чертеж.

Метод конструирования одежды, разработанный в **МТИЛП**, базируется не только на использовании размерных признаков фигуры, но и на учете данных о развертках поверхностей макетов типовых фигур. Методика МТИЛП характеризуется нетрадиционным характером последовательности построений отдельных узлов чертежа, в том числе нанесения линий базисной сетки. Предварительный расчет в методике не выделен, таким образом положение основных вертикальных и горизонтальных линий базисной сетки определяется на основании ряда последовательно выполняемых расчетов в соответствии с приведенной ниже последовательностью:

Установлено, что конструкция базовой основы, построенная по методике ЕМКО СЭВ, предназначена для фигур с нормальной осанкой и низкими плечами. Конструкция базовой основы по методике ЦНИИШП, предпочтительна для фигур с выпрямленной осанкой. Низкими плечами, полными руками и развитыми грудными железами. По ЦОТШЛ – с выпрямленной осанкой, нормальной высотой плеч, худыми руками и нормальным развитием грудных желез. Методика «М. Мюллер и сын» предпочтительна для фигур с сутуловатой осанкой, высокими плечами и слабым развитием грудных желез.

Для разработки конструкции трикотажных изделий наиболее точной и обоснованной является методика, разработанная бывшим Всесоюзным Домом моделей трикотажных изделий (**ВДМТИ**). В методике ВДМТИ изложен способ расчёта и построения деталей изделий с использованием расчетных формул в основном первого вида, учет группы растяжимости трикотажа. Это обеспечивает наибольшую достоверность связи между отдельными измерениями фигуры и соответствующими участками чертежа, достаточную степень точности расчетов. Элементы графических построений - нанесение линии базисной сетки, определение положения конструктивных точек чертежа засечками дуг и методом лекальных кривых. Отличительной особенностью базисной сетки чертежа конструкции плечевой одежды является наличие дополнительных вертикалей, проходящих через центр лопаток (на спинке) и центр груди (на передке), и исходной горизонтали, соответствующей шейно-плечевой линии.

Инженерные методы

- Метод развертывающихся поверхностей.
- Метод триангуляции.
- Метод секущих плоскостей и геодезических линий.

Метод триангуляции

Общим приемом построения приближенной технической развертки состоит в том, что заданную поверхность разбивают на отдельные элементы и заменяют их элементами условно развертывающихся поверхностей, которые затем развертывают. Точность аппроксимации зависит от количества числа элементов, разбивающих кривую поверхность.

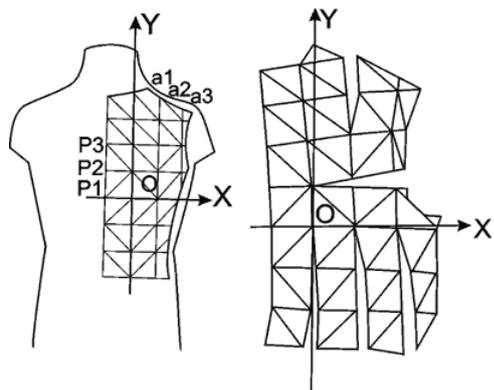


Рис.9

Метод секущих плоскостей

В 1954 г. А.И. Иванова предлагает новый метод конструирования, основанный на получении развертки деталей одежды способами начертательной геометрии и черчения. Фигуру делят на участки, условно приравнивают к развертывающейся геометрической поверхности и последовательно развертывают и укладывают на плоскости. Однако трудоемкость и сложность взаимовязки отдельных участков развертки детали между собой не позволяет использовать этот метод на практике.

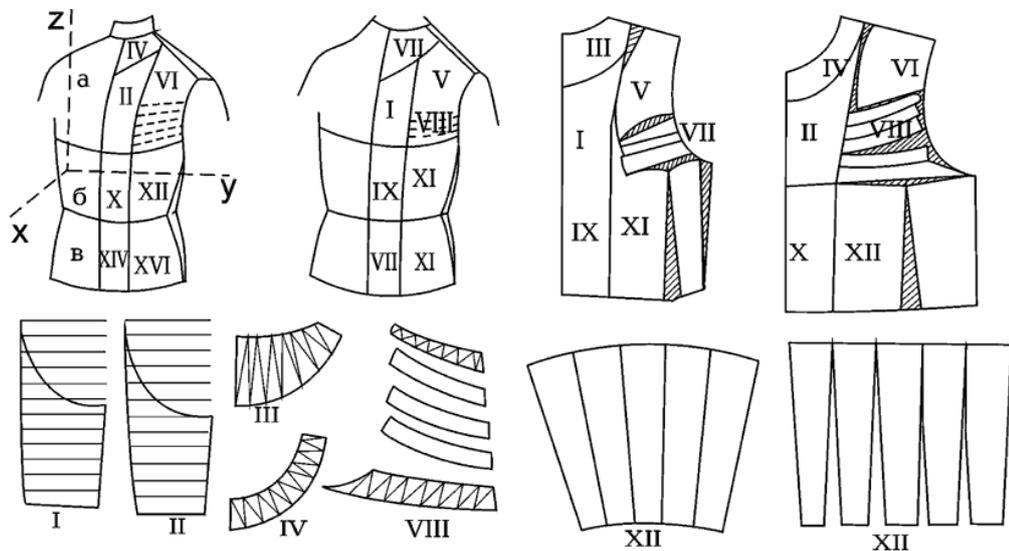


Рис.10. Метод секущих плоскостей

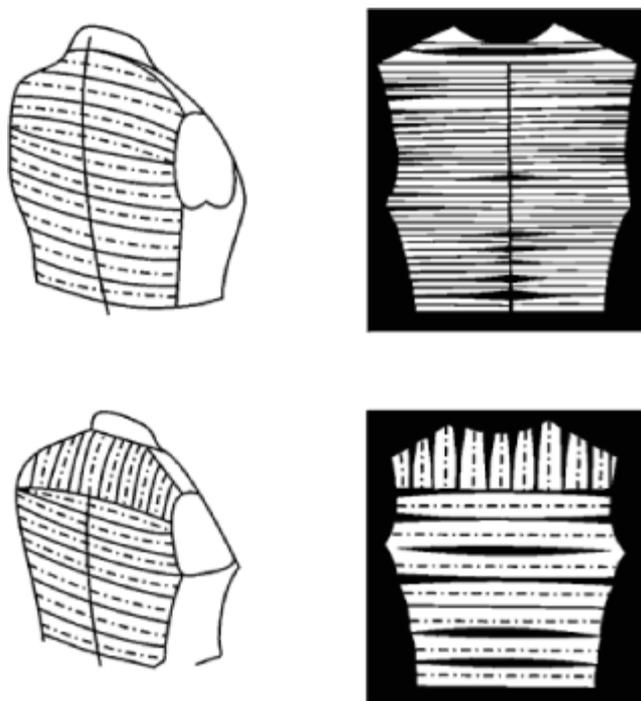


Рис.11

Метод геодезических линий

Сущность метода заключается в моделировании на поверхности ряда геодезических линий с заданным шагом и последовательным построением разверток выделенных участков поверхности, ограниченных геодезическими линиями, на плоскости. Этот способ в дальнейшем нашел свое применение при сканировании, получении информации о фигуре.

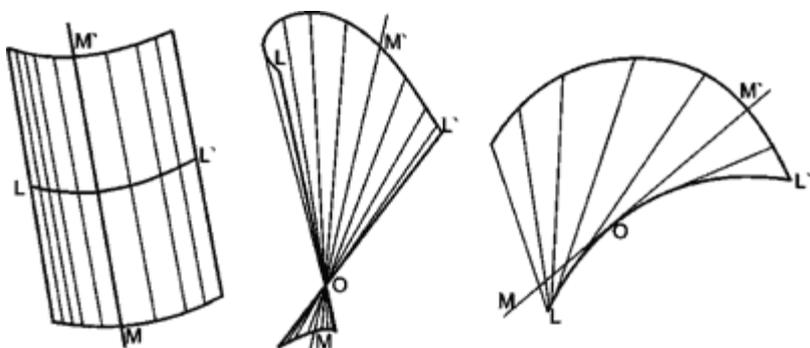


Рис.12

Метод расчета разверток деталей одежды по образцам моделей

Сущность метода состоит в том, что на развертываемой поверхности по принятым ортогональным геодезическим осям закрепляют две взаимно перпендикулярные нити основы и утка сетки-канвы или другого материала. При полном совмещении сетки с поверхностью нити этой сетки образуют на ней чебышевскую сеть. Такую сеть можно уложить в прямоугольных осях на плоскость и получить развертку поверхности. С помощью сетки-канвы производится моделирование чебышевской сети непосредственно на заданной поверхности при соблюдении теоретических условий ее построения и одновременной корректировке детали на той же поверхности с учетом технологических требований.

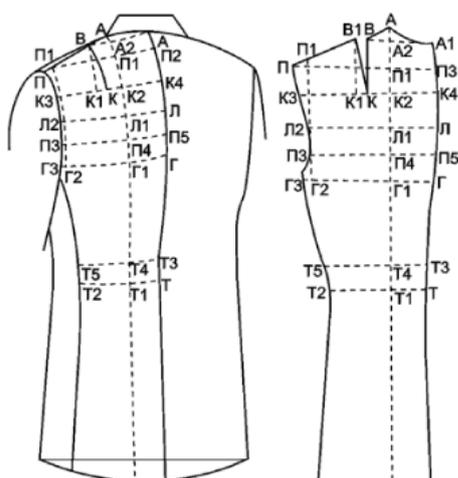


Рис.13

Таб.3– Основные методы конструирования одежды

Название методики	Разработчик	Предназначение	Используемые методы построения	Кол-во размерных признаков
Расчетно-графические методы				
ЦОТШЛ	центрально-опытно-техническая лаборатория.	Производство по индивидуальным заказам	предварительный расчет; Графические приемы: нанесение базисной сетки; - определение положения конструктивных точек засечками дуг; - построение лекальных кривых; - радиусография.	18
ЕМКО СЭВ	Конструктора различных стран Восточной Европы	массовое производство	Графические приемы: - нанесение базисной сетки конструктивных линий; - определение положения конструктивных точек чертежа засечками дуг (метод радиусографии)	28
МТИЛП (МГУДТ)	МГУДТ - Московский государственный университет дизайна и технологии	массовое производство	- базируется на использовании размерных признаков фигуры - определение положения конструктивных точек чертежа засечками дуг (метод радиусографии)	26
"Мюллер и сын"	Г.А. Мюллер	Массовое и мелкосерийно	базируется на использовании	17

		е производство	специальных измерений женских фигур; характеристика выполнения измерений, не соответствует данным современных конструк торских стандартов.	
ВДМТИ (методика конструирования трик отажных изделий)	бывший Всесоюзный Дом моделей трикотажных изделий	Массовое производство	расчёт и построение деталей изделий с использованием расчетных формул первого вида, линий базисной сетки; определение положения конструктивных точек чертежа засечками дуг и методом лекальных кривых.	25
Муляжный метод	-	Производство по индивидуальн ым заказам	макетирование на фигуре человека или на манекене.	
Инженерный метод				
Триангуляции	-	Производство по индивидуальн ым заказам	поверхность разбивают на отдельные элементы и заменяют их элементами условно- развертывающихся поверхностей, которые затем развертывают	
Секущих плоскостей	А.И.Ивановой	Производство по индивидуальн ым заказам	Способы начертательной геометрии и черчения	-
Геодезических линий	-	Производство по индивидуальн ым заказам	моделирование на поверхности ряда геодезических линий с заданным шагом и последовательным построением разверток выделенных участков поверхности	-

Контрольные вопросы:

1. Установить правильное соответствие:

- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1. Инженерные методы | А – Графический |
| 2. Приближенные методы | Б – Муляжный |
| | В – Метод примерки |

Г – Секущих плоскостей

Д – Аналитический

2. Какой из перечисленных методов конструирования одежды появился одним из первых? Выберите правильный вариант ответа:

- А) Муляжный;
- Б) Аналитический;
- В) Секущих плоскостей.

3. Сколько видов конструктивного моделирования существует? Выберите правильный ответ:

- А) семь;
- Б) пять;
- В) четыре.

4. Какие изменения относятся к приемам конструктивного моделирования 1 вида? Найдите правильный вариант:

А) Новая модель одежды разрабатывается без изменения формы изделия. Преобразованию подвергаются форма лацканов, бортов, воротников, количество и размещение петель и пуговиц, расположение и форма карманов и других мелких деталей, уточняется длина изделия.

Б) Разрабатывается новая модель одежды другого вида.

В) Изменяется покрой изделия путем преобразования базовой основы одежды с втачным классическим рукавом в конструкцию с рукавами других типов.

Глоссарий:

Приближенные методы- это муляжный, метод примерки, расчетно-аналитические методы.

Инженерные методы – это секущих плоскостей, аналитический, графический, жестких оболочек.

Методика (ЦНИИШП) - методика Центрального научно-исследовательского института швейной промышленности.

Методика (ЕМКО СЭВ) - Единая методика конструирования одежды стран-членов Совета Экономической Взаимопомощи.

Единый метод (ЦОТШЛ)- Единый метод Центральной опытно-технической швейной лаборатории (ЦОТШЛ).

Задание №5

Изучит методы конструирования, дать обоснование выбранному методу. На утвержденные модели построить конструкции основы.

Тема 6: Произвести техническое моделирование модели

План:

1. Понятие техническое моделирование
2. Примеры КМ
3. Порядок разработки лекал новых моделей

Понятие техническое моделирование

Моделью применительно к швейной промышленности называют первый (первичный) образец модели одежды, в котором воплощен замысел художника-модельера.

Под термином «моделирование одежды» обычно подразумевается творческий процесс создания новой модели изделия с учетом ее назначения и окружающей обстановки, внешнего и внутреннего облика человека, свойств материалов.

Под конструктивным или техническим моделированием одежды подразумевается инженерный процесс разработки чертежей или лекал деталей изделия с использованием чертежей или лекал соответствующей базовой основы изделия, т.е. модификация (видоизменение) исходной конструкции изделия с целью изменения ее модельных характеристик.

Процесс разработки конструкции новой модели включает изучение и анализ модели, подбор соответствующей базовой основы изделия, уточнение или изменение основы и перенос на нее модельных особенностей, проверка правильности разработанной конструкции. Конструктивное моделирование (КМ) выполняют, работая с шаблонами деталей исходной конструкции ИК или непосредственно на чертеже ИК. В зависимости от степени изменения ИК различают несколько видов модификаций.

Приемы КМ

Приемы КМ 1-го вида

Новая модель одежды разрабатывается без изменения формы изделия. Преобразованию подвергаются форма лацканов, бортов, воротников, количество и размещение петель и пуговиц, расположение и форма карманов и других мелких деталей, уточняется длина изделия.

Приемы КМ 2-го вида

Происходит изменение силуэта модели без изменения объемной формы в области опорных участков (в плечевой области и по линии груди для плечевой одежды). При этом используются приемы конического и параллельного расширения деталей, подвергается преобразованию конфигурация контуров деталей (средняя линия спинки, боковые срезы, рельефы, срезы рукава и т.п.).

Приемы КМ 3-го вида

При разработке новой модели изменяется покрой изделия путем преобразования базовой основы одежды с втачным классическим рукавом в конструкцию с рукавами других типов (рубашечным, реглан, цельнокроеным, комбинированным и др.).

Приемы КМ 4-го вида

Разрабатывается новая модель одежды другого вида. Например, на базовой основе пальто за неимением другой основы приходится проектировать конструкцию платья или блузы. Это наименее точный метод и применяется он сравнительно редко. Конструкция уточняется при изготовлении образца.

Порядок разработки лекал новых моделей

Лекала новых моделей разрабатывают примерно в следующем порядке:

1. Изучение модели и подбор базовой основы типовой конструкции.
2. Выбор материалов верха, подкладки и приклада с учетом назначения модели, физико-механических свойств и внешнего вида ткани (фактуры, цвета и т. п.).
3. Перенос модельных особенностей с рисунка или образца на чертеж основы.
4. Определение припусков на швы, складки, подгибку и т. п. и построение лекал деталей новой модели.

Выбор базовой основы типовой конструкции или построение первичного чертежа производят с учетом вида изделия, покроя, силуэта модели и возрастной группы, на которую рекомендуется модель.

Основные детали основы изготавливают из картона или плотной бумаги без припусков на обработку и усадку ткани и наносят на них основные конструктивные линии: груди, талии, бедер, полузанося, вытачек, карманов и т. п.

Модель может быть задана в виде рисунка (эскиза, фотографии) или образца модели в

натуральную величину. Силуэтная форма брюк может быть задана также в виде плоского шаблона. В двух последних случаях размеры и форму новой модели определяют непосредственно по образцу готового изделия или плоскому шаблону.

При наличии образцов моделей и манекенов внутренней формы для разработки конструкции деталей новой модели можно применять методы конструирования и моделирования одежды, изложенные ранее.

Сложнее разрабатывать конструкцию деталей и их фасонные особенности, когда модель задана в виде рисунка или фотографии. В этом случае ряд размеров модели устанавливают лишь приближенно.

Для перенесения фасонных особенностей модели с рисунка на основу, наносят линию середины переда и основные горизонтальные линии: ростка (I - I), плеч (II - II), груди (III - III), талии (IV - IV), бедер (V - V), колена (VI - VI) и низа. [П.3]

Рассматривая рисунок или фотографию как геометрически подобное изображение образца модели, ориентировочные исходные размеры для конструирования деталей можно определить по формуле геометрического подобия $X_n = kX_p$, где X_n - исходный размер натуральной детали; X_p - исходный размер детали по рисунку модели; k - коэффициент перехода (масштаб), который определяется отношением размера детали в натуральную величину по основе чертежа к размеру той же детали по рисунку модели.

Например, отношение длины изделия по основе к той же длине по рисунку; или длины прореза кармана по основе к длине прореза кармана по рисунку и т. п.

По рисунку модели ориентировочно определяют также наклон линии карманов, раскепов, вытачек и др., считая, что эти линии располагаются к линии полузаноса на чертеже и рисунке модели примерно под одним и тем же углом.

Иногда ширину лацкана, конца воротника и других деталей удобно определять не по переходным коэффициентам, а путем соизмерения на рисунке и чертеже размеров стандартных (например, длины прореза кармана с листочкой в изделии) и искомых деталей. Например, ширина лацкана «х» на чертеже (рис. V-25) может быть определена из пропорции $b/10,5 = a/x$, отсюда $x = a/b10,5$ или $x = k \times 10,5$, где 10,5 - типовая длина листочки для 48 - 50 размеров; k - коэффициент перехода, равный a/b а - ширина лацкана на рисунке; b - ширина листочки на рисунке.

При разработке конструкции лекал новых моделей в практике работы Домов моделей широко используют унифицированные детали и узлы.

Контрольные вопросы:

1. Что называется моделью
2. Дать определение «моделированию одежды»
3. Дать определение «техническое моделирование»
4. Что включает в себя процесс разработки конструкции новой модели
5. В каком порядке разрабатываются лекала новой модели

Задание №6

На базовой конструкции нанести модельные линии и произвести техническое моделирование.

Тема 7: Обосновать технологию шитья изделия. Краткое изложение. Описание.

План:

1. Разработка технологического процесса

Разработка технологического процесса

Разработку технологического процесса изготовления швейного изделия необходимо производить в соответствии с техническим заданием, учитывая направление совершенствования методов обработки изделий. В пояснительной записке детально прорабатывают вопросы выбора методов обработки отдельных деталей и узлов, их сборки, составление технологической документации. В основу должны быть положены достижения науки и техники.⁷

Направление совершенствования методов обработки изделий

В условиях поточного сборочного производства, к которому относится швейная промышленность, ведущее место занимает технология соединения деталей одежды. Для повышения качества швейных изделий большое значение имеют методы прогнозирования качественных показателей соединений, которые позволяют установить оптимальные способы соединений, их параметры и необходимые обработки, а так же заранее определять гарантированные сроки эксплуатации одежды.

При массовом производстве швейных изделий решающая роль принадлежит технологическому процессу, который представляет собой экономически и технически целесообразную совокупность технологических операций по обработке, заготовке и сборке деталей и узлов швейных, а также изделия в целом.

Большая роль в повышении эффективности производства принадлежит информационным технологиям. Современная техника позволяет механизировать и автоматизировать выполнение сборочно-соединительных технологических операций, выполняемых вручную, например, подача деталей в зону шьющего механизма, обрезку ниток, сьем и удаление деталей. В результате значительно повышается производительность труда, обеспечивается высокая точность сборки и стабильность обрабатываемых деталей, узлов и соединений в целом.

Большие возможности имеет малооперационная технология, позволяющая за один проход выполнять несколько неделимых сборочно-соединительных операций или осуществлять монтаж узлов, минуя предварительное соединение отдельных деталей.

Большое значение для совершенствования технологических процессов имеют созданные комплексно-механизированные и автоматизированные линии, которые оснащены комплектами специализированного оборудования для выполнения, практически всего набора конкретных технологических операций.

Таб.4

№ п / п	Содержание технологической операции	Действующий метод				Проектируемый метод			
		Специальность	Разряд	Время, с	Оборудование	Специальность	Разряд	Время, с	Оборудование
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

⁷ <http://www.econf.rae.ru/article/>

Контрольные вопросы:

1. Как следует производить разработку технологического процесса изготовления швейного изделия.
2. В чем преимущество малооперационной технологии.

Задание №7

Обосновать технологию шитья изделия. Дать краткое описание.

Тема 8: Составить рабочую документацию

План:

1. Разработка рабочей документации
2. Конструкторская документация на изделие
3. Разработка комплекта лекал

Разработка рабочей документации

- Составление технического описания на модель
- Разработка комплекта лекал основных и производных деталей
- Градация деталей на рекомендуемые размеры – роста
- Изготовление образца – эталона изделия

Рабочая документация составляется для изготовления изделия на основе конструкторской документации технического проекта. На этой стадии проектирования осуществляется следующий комплекс работ: разрабатываются чертежи лекал всех деталей конструкции проектируемого изделия, производится нормирование расхода материалов.

Особенности разработки конструкторской документации при проектировании одежды по образцам

При изготовлении одежды по готовым образцам лекала разрабатываются на конкретную модель. Комплект лекал включает все детали (верх, подкладка, прокладка, вспомогательные лекала). Лекала разрабатываются на типовую фигуру с учетом припусков на швы и подгибку низа деталей. Порядок разработки и оформление аналогично лекалам базовой модели при изготовлении одежды в виде полуфабрикатов. Отличительной особенностью является отсутствие припусков на уточнение изделия по фигуре заказчика.

Конструкторская документация на изделие

Конструкторская документация на изделие, выполняемое по образцам, представляет собой:

- модель, утвержденную художественно-техническим советом;

- комплект лекал всех деталей, включая вспомогательные (все лекала изготавливаются с технологическими припусками);
- техническое описание, содержащее: титульный лист с наименованием конструкторской документации, зарисовку модели, описание внешнего вида, технические требования к изделию, спецификацию материалов и фурнитуры;
- спецификацию деталей;
- таблицу измерения изделия в готовом виде;
- порядок приемки, маркировки, упаковки;
- таблицу площадей лекал;
- нормировочную карту со схемой раскладки лекал.

Лекала подкладки и бортовой прокладки, при изготовлении одежды по готовым образцам, разрабатываются аналогично соответствующим лекалам при изготовлении изделий в виде полуфабрикатов (по лекалам верха с учетом дополнительных припусков на свободное облегание в верхней части изделия и усадку и уработку).⁸

Разработка комплекта лекал

Чертежи лекал деталей являются техническим документом, который определяет конструкцию, форму и размеры деталей, технические условия на раскрой.

Исходными данными для разработки чертежей деталей проектируемого изделия является чертеж конструкции с модельными особенностями, свойства материала, из которого рекомендовано изготавливать изделие и выбранный метод технологической обработки.

В зависимости от назначения различают лекала - оригиналы, лекала - эталоны, рабочие лекала.

Разработка комплекта рабочих лекал выполняется в следующей последовательности:

- производится проверка сопряженности деталей по основным конструктивным линиям;
- копируются чертежи деталей;
- разрабатываются контуры лекал с учетом способа производства и технической обработки;
- оформляются рабочие лекала основных деталей изделия.

Построение лекал основных деталей выполняется в следующем порядке:

- 1) Проверка чертежа конструкции.

⁸ <http://mirlekal.ru/page23>

- 2) Внесение внутренних изменений в чертежи конструкции основных деталей.
- 3) Внесение внешних изменений.
- 4) Оформление чертежей лекал.

Проверка чертежа конструкции проводится по сопрягаемым линиям проектируемых участков, по положениям конструктивных знаков.

Внутренние изменения учитывают усадку ткани, если таковая не учитывается при разработке чертежа конструкции.

После внесения изменений уточняются конфигурация срезов.

На одной из крупных деталей помещается перечень (спецификация) всех деталей, входящих в комплект (таблица 5).

Таблица 5 - Спецификация лекал и деталей кроя. (Пример)

Наименование детали	Количество	
	Лекал	деталей кроя
Платье		
Кокетка полочки	1	2
Кокетка спинки	1	2
Нижняя часть полочки	1	2
Нижняя часть спинки	1	2
Рукав	1	2
Воротник	1	2

Оформление чертежей лекал выполняется с учетом технических требований к оформлению.

На лекала наносятся следующие данные:

- наименование изделия;

- наименование детали;
- назначение лекала (основное, производное, вспомогательное);
- количество деталей для раскроя;
- размеры и роста изделия.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключается разработка рабочей документации.
2. В чем заключается разработка конструкторской документации.
3. В какой последовательности выполняется разработка комплекта рабочих лекал.

Задание №8

Составить рабочую документацию на утвержденные модели.

Тема 9: Подготовить лекала моделей, и проверить изделие в виде макетов.

План:

1. Изготовление образца модели и уточнение конструкции

Изготовление образца модели и уточнение конструкции

Разработанные конструкции изделий проверяются путем изготовления образца. По разработанным лекалам с учетом размерных признаков конкретных фигур раскраивается и изготавливается образец модели. Необходимым этапом технического процесса изготовления изделий является примерка.

Целью примерки является обработка посадки моделей на фигуре, уточнение формы изделий и размещение на них декоративных элементов. Основными требованиями к изделиям, подготовленным к примерке, является тщательное выполнение всех технологических операций, предшествующих примерке. Отсутствие технологических дефектов облегчает выявление конструктивных недостатков моделей и позволяет быстро находить оптимальные решения для их устранения.

Пример:

Примерка платья выполняется в следующей последовательности:

- 1) Надеть изделие на заказчика, расправить изделие на фигуре;
- 2) Проверить посадку изделия на фигуре;

- 3) Уточнить направление, ширину и длину рукава;
- 4) Выпороть рукав из проймы;
- 5) Уточнить баланс изделия;
- 6) Проверить ширину изделия на линии груди, талии, бёдер, в соответствии с силуэтом;
- 7) Выявить необходимость дополнительной ВТО;
- 8) Уточнить линию горловины;
- 9) Уточнить линию проймы;
- 10) Вколоть рукав в пройму, уточнить высоту оката, ширину и длину рукава. Поставить контрольные знаки на рукаве и пройме;
- 11) Уточнить длину изделия;
- 12) Определить расположение и форму декоративных элементов (согласно эскизу).

После проведения примерки и внесения всех изменений производится окончательное изготовление образца. Образец изготавливается с использованием предложенных методов обработки.

Контрольные вопросы:

1. Какова цель примерки.

Задание №9

Создать макет модели. Уточнить и устранить недостатки.

Тема10:Разработать проект для модели, выпускаемой на производстве.

Разработка модели на производстве происходит с учетом проведенного анализа моды на будущий сезон, в котором изучаются такие критерии как: стиль, силуэт, длина изделия, длина, покрой и форма рукава, членение формы в целом, цветовая гамма, фактура ткани, аксессуары. Далее разрабатывают модели предложений. На утвержденную модель разрабатывают конструкцию, и делают пакет лекал на заданные размеры. Производят подбор материалов и фурнитуры, составляют конфекционную карту. Пошивается экспериментальная модель. Делают уточнения и устранение недостатков. Запускают модель в производство.

Контрольные вопросы:

1. Почему изучают направление моды на будущий сезон, при создании коллекции пред-а-порте.
2. Перечислите этапы разработки проекта для модели, выпускаемой на производстве.

Тема11: Пошив предлагаемых моделей одежды из оригинальной ткани.

После того как модели проверены и пошиты из макетной ткани, они раскраиваются и шьются из оригинальной ткани с учетом выбранной технологией.

Тема12: Нормирование расхода материала на проектируемые модели

План:

1. Выполнение раскладки лекал. Уточнение нормы расхода
2. Расчет площадей лекал

Выполнение раскладки лекал. Уточнение нормы расхода

При выполнении раскладки лекал должны учитываться вид поверхности ткани, характер рисунка, вид раскладки, способ настиления ткани.

Для выполнения экономичной раскладки необходимо руководствоваться следующими правилами:

раскладку лекал начинать с размещения крупных деталей;

детали с прямыми срезами укладывать по кромке ткани; фигурные, сложные контуры располагать внутри раскладки, т.е. выступы одних деталей укладывать в соответствующие выемки других;

межлекальные отходы целесообразно компоновали в одном месте раскладки;

учитывалась симметрия деталей, при способе настиления лицом вниз;

лекала располагали с учетом допускаемых отклонений от нити основы

При выполнении раскладки лекал следует учитывать, что раскладка лекал в два комплекта экономнее, чем в один.

Раскладку выполняем на миллиметровой бумаге на все виды материалов: верха, подкладки, утепляющей прокладки.

После выполнения раскладки определяем фактическую величину межлекальных отходов, B_{ϕ} , % по формуле :

$$B_{\phi} = \frac{S_p - S_{\text{л}}}{S_p} \times 100$$

где $S_{\text{л}}$ - площадь лекал, см^2 ; S_p - площадь раскладки, см^2 .

Для обеспечения технологичности конструкции предусматривается взаимосвязанное решение комплексных задач, направленных на выполнение экономичной раскладки лекал,

для определения оптимального варианта взаиморасположения деталей и сокращения расходов материалов.

При выполнении раскладки лекал верха учитываются все технические условия и особенности модели в соответствии с ассортиментом и предлагаемой тканью; учитывались допускаемые разрезы, предусмотренные нормативно-технической документацией.

Особое внимание уделялось: положению деталей крупных размеров, симметрии деталей.

Для сокращения длины раскладки, использовалось расположение лекал в разные стороны, принцип симметрии раскладки, крупные детали располагались по углам рамки раскладки, мелкие в соответствии с техническими условиями на свободное, легко сопрягающееся место внутри раскладки.

В соответствии с ТУ при выполнении раскладки верха рекомендуется разрезать нижний воротник, подборта.

При выполнении раскладки подкладки необходимо уделять применению допускаемых отклонений от нити основы, так как форма деталей подкладки, как правило, крупная и количество мелких деталей ограничено.

Такие детали, как нижняя часть рукава, подкладка кармана можно резать в местах, определенных нормативно-технической документацией.

Расчет площадей лекал

Площадь лекал является основным показателем расхода материала на единицу изделия. Она входит в структуру всех норм расхода материалов и служит основой для установления свободной отпускной цены изделия. В связи с этим достоверность и точность определения площади лекал имеет важное значение.

При разработке норм расхода материалов устанавливается площадь лекал деталей из основного материала, подкладки и приклада всех размеров, ростов и полнотных групп. Площадь лекал определяется путем измерения полного комплекта лекал деталей или подетально.

Существуют несколько способов определения площадей лекал: геометрический, способ взвешивания, комбинированный, механизированный, автоматизированный.

При геометрическом способе (рис. 14) каждое лекало разбивают на ряд простейших геометрических фигур, площадь которых подсчитывают отдельно и потом суммируют.



Рисунок 14 - Определение площади лекал геометрическим способом

Участки, ограниченные криволинейными контурами, аппроксимируют прямыми линиями и их площадь определяют с некоторой погрешностью (2-3%):

$$S_{л} = S_1 + S_2,$$

Способом взвешивания можно определить площадь лекал, если имеется масса образца материала, из которого выполнены лекала. Площадь лекал определяется исходя из пропорции.

$$S_{л} = M_{л} S_0 / M_0,$$

где $M_{л}$ - масса лекал, г; S_0 - площадь образца материала, $см^2$; M_0 - масса образца материала, г.

Лекала и образец для взвешивания должны быть изготовлены из материала одинаковой толщины и плотности.

Комбинированный способ определения площади лекал - сочетание нескольких способов. Он основан на том, что лекало вписывается в прямоугольник и площадь криволинейных участков, заключенных между лекалом и прямоугольником, определяется с помощью планиметра или по формуле приближенного интегрирования. Формула приближенного интегрирования позволяет определить площадь лекал или его участка с погрешностью до 0,5%.

Лекала размещают в осях координат таким образом, чтобы его прямоугольные участки совпали с осями. Отрезком по оси OX лекало разбивается на элементарные участки. Длина отрезка h выбирается таким образом, чтобы соответствующие ему участки на криволинейном контуре лекала можно было бы принять за прямолинейные.

Формула приближенного интегрирования имеет следующий вид:

$$S_{л} = h \left(\frac{Y_1 + Y_n}{2} + Y_2 + Y_3 + \dots + Y_{n-1} \right)$$

Где $S_{л}$ - площадь измеряемого участка лекала, $см^2$; h - длина интервала разбивки лекала по всей оси абсцисс, см; Y_1, \dots, Y_n - ординаты криволинейного участка, см.

Разновидностью геометрического способа определения площади лекал является способ палетки, в качестве которой используется миллиметровая бумага или прозрачная пластина с нанесенным на нее квадратами размером 1 см^2 (рис 15).

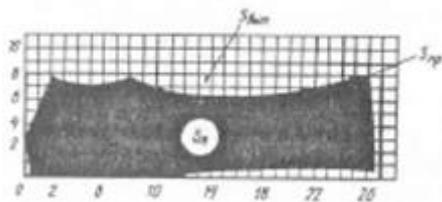


Рисунок 15 - Определение площади лекал с помощью палетки

Лекало помещают в прямоугольный контур палетки, по возможности совмещая один или два среза с ограничительными линиями.

Площадь лекал ($S_{л}$) определяется по формуле

$$S_{л} = S_{пр} - S_{вып},$$

Где $S_{пр}$ - площадь прямоугольника, описанного линиями палетки вокруг лекала, $см^2$;
 $S_{вып}$ - площадь выпадов, $см^2$.

Для определения площади выпадов ($S_{вып}$) подсчитывают количество квадратов, заключенных между контурами прямоугольника и детали, причем отдельно полных N_1 и неполных N_2 :

$$\left(N_1 + \frac{N_2}{2} \right)$$

$$S_{вып} = c,$$

где c - площадь квадрата, являющегося элементарным участком палетки, $см^2$.

Механизированный способ основан на расчете площади лекала на ЭВМ при наличии на предприятии оборудования для автоматизированного построения конструкции лекал для их раскладки, или автоматизированного раскроя, т.е. для этого способа необходимо, чтобы ЭВМ были введены данные о контурах лекал.

Механизированный способ основан на расчете площади лекала на ЭВМ при наличии на предприятии оборудования для автоматизированного построения конструкции лекал для их раскладки, или автоматизированного раскроя, т.е. для этого способа необходимо, чтобы ЭВМ были введены данные о контурах лекал.

По выполненной раскладке производится оценка экономичности разработанной модели. Для этого определяется суммарная площадь лекал деталей $S_{л}$, устанавливается фактический расход ткани (площадь раскладки лекал) $S_{пр}$ и величина межлекальных потерь P .

В дипломном проекте норма расхода материалов и процент межлекальных потерь устанавливаются для ткани верха, подкладки и клеевого материала. Норму расхода утепляющей прокладки (т.е. длину раскладки) можно принять на 10% больше нормы расхода подкладочного материала.

Экономичность раскладки лекал (процент межлекальных выпадов) определяется по формуле:

$$P = (S_{пр} - S_{л}) / S_{пр} * 100\% \quad (7)$$

Площадь лекал вычисляется одним из существующих способов: геометрическим, комбинированным или способом взвешивания. При этом следует помнить, что суммарная площадь деталей ЛБК рассчитывается с учетом на швы и уточнение (т.е. лекала в раскладке нужно рассматривать по внешнему контуру).

В зависимости от процента межлекальных выпадов определяется фактическая норма расхода материала на проектируемую модель, которая сравнивается с отраслевой нормой [55-57]. В случае, если расход материала на проектируемую модель получается больше отраслевых норм, необходимо проанализировать и обосновать данный факт. Модель изделия, со значительным процентом межлекальных выпадов, как неэкономичная с точки зрения расхода материалов, не может быть внедрена в производство.

По полученным результатам составляется карта расхода материала, которая оформляется в форме таблицы (Таб.6)

Таб.6 Карта расхода материала на изделие

Наименование ткани (артикул, ширина)	Вид рас- кладки	Рамка раскладки, см		Расход ткани Sp, см ²	Площадь лекал Sl, см ²	Межле- кальные потери, %
		длина	ширина			
1	2	3	4	5	6	7

Для оценки экономичности разрабатываемой модели выполняется экспериментальная раскладка, определяются площадь лекал деталей верха, устанавливается фактический расход ткани и величина межлекальных потерь. Для вычисления межлекальных потерь использовался способ с использованием пшена, который заключается в следующем:

По завершении раскладки деталей кроя, область всех межлекальных потерь равномерно заполнить пшеном, после чего образовать из полученного количества прямоугольник, измерив его высоту и ширину умножить их, получив площадь межлекальных потерь.

Контрольные вопросы:

1. Для чего выполняется экспериментальная раскладка

Задание №12

Выполнить раскладку лекал на ткани, рассчитать площадь лекал, расход ткани, межлекальные потери. Все данные занести в таблицу «Карта расхода материала на изделие».

Глоссарий:

Ready-to-wear (рэди-то-веа) – в переводе с английского языка на русский звучит, как «готовый к носке» или «готовое к ношению». Этот термин имеет то же самое значение, что и французское выражение pret-a-porter (прет-а-порте).

Прет-а-порте де люкс - чаще всего, с именем дизайнера в марочном названии, характеризуется небольшой серийностью моделей, очень высоким качеством применяемых материалов и высоким уровнем мастерства.

Бридж-бренды (англ. bridge - мост) - марки одежды, находящиеся, в недавно появившемся на фэшн-рынке в качестве самостоятельного бридж-сегменте, который, исходя из названия, можно охарактеризовать как некий мостик между дизайнерскими брендами и брендами для широкого круга потребителей.

Диффузные бренды (их иногда обозначают термином contemporary, обозначающим демократичные марки одежды, так как они являются средними между премиум классом и более низкими классами).

SS (spring/summer) – весна/лето. Это и Haute Couture, и Pret-a-porter. Проходят преимущественно осенью в мировых столицах моды.

Fall – осень/зима. Также Haute Couture и Pret-a-porter. Следует ждать весной.

Cruise или resort – Их презентации проходят в мае-июле, а в конце осени они поступают в продажу.

- Pre-Fall - еще один вид межсезонных коллекций. Они никогда не появляются на показах, представлены только в каталогах и поступают в продажу в июне, являясь предвкушением того, что будет в основной коллекции.

симплификация – отбор наиболее часто встречающихся в данное время каких-либо параметров деталей.

Эскиз - это предварительный поисковый набросок задуманного изделия.

Эскизирование - графический этап работы дизайнера над проектированием модной одежды.

Графическая работа- нахождение композиции костюма в эскизе, который в процессе создания формы все время уточняется, расшифровывается, конкретизируется.

Фор-эскиз (набросок) – грубый, спонтанный рисунок, не имеющий четких размеров и пропорций. Он является началом идеи, творческим этапом, когда вы можете изобразить то, что сами считаете нужным.

Творческий эскиз одежды – изображение моделей или коллекции с детальной прорисовкой не только общей формы одежды, но и отдельных ее элементов.

Ткань - текстильное полотно, изготовленное на ткацком станке переплетением взаимно перпендикулярных систем нитей.

Натуральные ткани- растительного происхождения: хлопок, лен конопля, джут; животного происхождения: шелк, шерсть; минерального происхождения (ость, остистая ткань, асбест).

Искусственные ткани- из природных веществ органического (целлюлоза, белки) и неорганического (стекло, металлы) происхождения: вискоза, ацетат; металлические нити, люрекс.

Синтетические ткани- из синтетических полимеров, в том числе: полиамидные ткани (дедерон, хемлон, силон),полиэстеры (диолон, слотера, тесил),полипропиленовые ткани, поливиниловые ткани кашмилон, дралон).

Конфекционирование- это подбор основных материалов, подкладки, отделки и фурнитуры для каждой модели изделия.

Конфекционная карта- Технический документ, содержащий краткое описание модели и включающий образцы всех материалов (основных, прикладных и фурнитуры), необходимых для изготовления изделия в массовом производстве.

Ready-to-wear (radish-to-vea) - translated from English into Russian, sounds like "ready to wear" or "ready to wear". This term has the same meaning as the French expression prêt-a-porter (pret-a-porter).

Pret-a-porter de lux - most often, with the name of the designer in the brand name, is characterized by a small series of models, very high quality of materials used and a high level of skill.

Bridges-brands are brands of clothing that are recently in the fashion market as an independent bridge segment, which, based on the name, can be described as a bridge between designer brands and brands for a wide range of consumers .

Diffuse brands (they are sometimes referred to as the term contemporary, meaning democratic clothing brands, since they are average between the premium class and the lower classes).

SS (spring / summer) - spring / summer. This is Haute Couture, and Pret-a-porter. Pass mainly in autumn in the world fashion capitals.

Fall - autumn / winter. Also Haute Couture and Pret-a-porter. We should wait in the spring.

Cruise or resort - Their presentations take place in May-July, and at the end of autumn they go on sale.

- Pre-Fall is another kind of off-season collections. They never appear on the shows, are presented only in catalogs and go on sale in June, being a foretaste of what will be in the main collection.

Simplification - the selection of the most frequently encountered at the time of any parameters of the details.

Sketch is a preliminary search sketch of the intended product.

Sketching is the graphic stage of the designer's work on designing fashionable clothes.

Graphic work - finding the composition of the costume in the sketch, which during the creation of the form is constantly being specified, deciphered, and concretized.

For-sketch (sketch) - a rough, spontaneous figure, not having clear sizes and proportions. He is the beginning of the idea, the creative stage, when you can depict what you think is necessary.

Creative sketch of clothes - the image of models or collections with a detailed drawing not only of the general form of clothing, but also of its individual elements.

Fabric is a textile fabric made on a loom by interweaving mutually perpendicular yarn systems. Natural fabrics-of vegetable origin: cotton, linen konapya, jute; animal origin: silk, wool; mineral origin (awn, awned cloth, asbestos).

Artificial fabrics - from natural substances of organic (cellulose, proteins) and inorganic (glass, metals) origin: viscose, acetate; metallic threads, lurex.

Synthetic fabrics are made from synthetic polymers, including: polyamide fabrics (dederon, hemon, silon), polyesters (diolen, slat, texil), polypropylene fabrics, polyvinyl tissues, cachmylon, dralon).

Confectionation is the selection of basic materials, linings, finishes and accessories for each model of the product.

A technical document containing a brief description of the model and including samples of all materials (basic, applied and hardware) required for manufacturing the product in mass production.

Для определения показателей усвоения студентом учебной дисциплины предлагаются следующие критерии:

Сумма всего рейтингового балла: масимал до 100 баллов. В том числе:

1. Сумма текущего контроля: максимальный балл - 30.

№	Требования, предъявляемые к текущему контролю (ТК)	Сумма 1-ТК	Сумма 2-ТК	Сумма 3-ТК
1.	Посещаемость 100%, (своевременное посещение всех занятий)	0-2 балла	0-2 балла	0-2 балла
2.	Активность на занятиях, работа во время занятий	0-2 балл	0-2 балл	0-2 балл
3.	Наличие всех учебных принадлежностей	0-2 балла	0-2 балла	0-2 балла
4.	Работа над заданием по теме.	0-2 балла	0-2 балла	0-2 балла
5.	Выполнение заданий по данной теме.	0-2 балла	0-2 балла	0-2 балла
	Общее:	0-10 баллов	0-10 баллов	0-10 баллов

2. Сумма промежуточного контроля (ПК): максимальный балл - 40

№	Требования, предъявляемые к промежуточному контролю	Оценка 1-ПК	Оценка 2-ПК
1.	Обоснование выполненной работы по практическим заданиям.	0-4 балла	0-4 балла
2.	Выполнение практической работы (или части данной работы) в соответствии с темой и в надлежащей степени требования.	0-4 балл	0-4 балл
3.	Уровень дисциплины и профессиональный подход к задаче: чистота и аккуратность работы,	0-4 балла	0-4 балла

	соответствие выполнения требованиям по конструированию швейных изделий и сложность (усложнённость)		
4.	Полнота объёма заданий по данной теме (или определённого этапа задания)	0-4 балла	0-4 балла
5.	Полнота объёма и качество выполненных заданий по теме самостоятельной работы (или определённого этапа задания).	0-4 балла	0-4 балла
	Общее:	0-20 баллов	0-20 баллов

3. Итоговая оценка: максимальный балл - 30.

№	Требования, предъявляемые к итоговому контролю	Оценка
1.	Правильное выполнение данного задания в технологической последовательности	0-6 баллов
2.	Количество и качество заданий по данной теме	0-6 баллов
3.	Завершённость данных заданий.	0-6 баллов
4.	Степень исполнения и качество заданий самостоятельной работы.	0-6 баллов
5.	Степень теоретических знаний	0-6 баллов
	Общее:	0-30 баллов

Студент, набравший 56 баллов, выделенных на текущий контроль, допускается к итоговому контролю.

	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Текущий	0- 5,5	5,6-7	7,1-8,5	8,6-10
Промежуточный	0- 10,8	10,9-14	14,2-17	17,1-20
Итоговый	0- 16,2	16,3-21,2	21,3-25,5	25,6-30

Список литературы:

Оснaвная литература

1. “An introduction to Silk Painting”. Caroline Earl, “D&S Books Ltd”, 2002.
2. “Fashion Design. Drawing Course”. Caroline Tatham, Julian Seaman, “Barron’s Educational Series”, 2003
3. “Field guide: How to be a fashion Designer”. Marcarena San Martin. Copyright ©, 2009, by Mao-Mao publications. First published in 2009 in the United States of America by Rockport Publishers, a member of Quayside Publishing Group.
4. Fashion Design (Portfolio (Laurence King)): Sue Jenkyn Jones: 272 pages; Publisher: Laurence King Publishing; 3 edition (24 Mar. 2011).
5. Libos tarixi [Matn]:darslik/D. D. Rahmatullaeva , U. Xodjayeva, F. Ataxanova,T.: “Сано-стандарт” нашриёти, 2015 й.-336 б.
6. Хасанбоева Г.К., “Костюм дизайни”, дарслик, Тошкент: ТТЕСИ босмахонаси, 2013 й. -250 б.

Вспомогательная литература

1. Садикова Н. “Ўзбек миллий кийимлари”, ўқув кўлланма, Тошкент: Фафур Ғулом номидаги НМИУ, 2006 й.-191 б.
2. Гусейнов Г.М., Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю., Ляхова Н.Б., Финашина Е.М. “Композиция костюма”, учеб. пособие. – М. Издательский центр «Академия», 2003 г. – 432 с.
3. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. “Основы теории и методологии дизайна”, – М.: МЗ – Пресс, 2001 г.-240 с.
4. Бердник Т.О. “Основы художественного проектирования одежды и эскизной графики”, учеб. – М. Ростов «Феникс», 2001 г.-250 с.
5. Пармон Ф.М. “Композиция костюма”, учеб. – М.: Легпробьитиздат, 1997 г. – 318 с.
6. Петушкова Г.И. “Проектирование костюма”, учеб. – М.: Издательский центр «Академия», 2004 г. – 416 с.
7. Бердник Т.О., Неклюдова Т.П. “Дизайн костюма”, учеб. пособие. Ростов-на-Дону. Феникс, 2000 г.-265 с.
8. Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. “Моделирование и художественное оформление одежды”, учеб. пособие. – М: Мастерство; Издательский центр «Академия»; Высшая школа, 2001г. – 184 с.
9. Беляева-Экземплярская С.Н. “Моделирование одежды по законам зрительного восприятия”, учеб. пособие. - М.: Академия моды, 1996 г.-350 с.
10. Захарова И.В. и др. “Традиционная одежда народов Средней Азии и Казахстана”, учеб. пособие. Москва: “Наука”, 1989 г.-240 с.
11. The Fabric Decorating Project Book: 100 Inspirational Ideas for Printing, Stencilling, Painting and Dyeing Fabric Items of All Kinds Paperback – 1 May 2009
12. Мерцалова М.Н. “Костюм разных времен и народов”, учеб: В 4 т. Т.2. – М.: Академия Моды, СПб.: Чарт Пилот, 2001. – 432 с., ил., цв. ил.
13. Ефимова Л.В, Л.В. Ефимова, Т.В. Алешина, С.Ю. Самонин. “Костюм в России XV-XX в”, учеб. – М.: Арт-Родник, 2000г. – 231 с.: ил.
14. Данилова О.Н. “Костюм народов Зарубежной Азии”, учеб. пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2004 г. – 176 с.
15. Горина Г.С. “Моделирование формы одежды”, учеб.пособие. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1982г. – 184 с.

Интернет сайтлари

1. [www. Ziyonet. uz](http://www.Ziyonet.uz)
2. www. edu. Uz
3. www.sarafan.ru
4. www.ocinka.ru
5. www.textile-press. ru
6. www.textilegroup.ru

Приложение 1



Chloe Fall 2011



Diane von Furstenberg Resort 2012



Stella McCartney Resort 2012

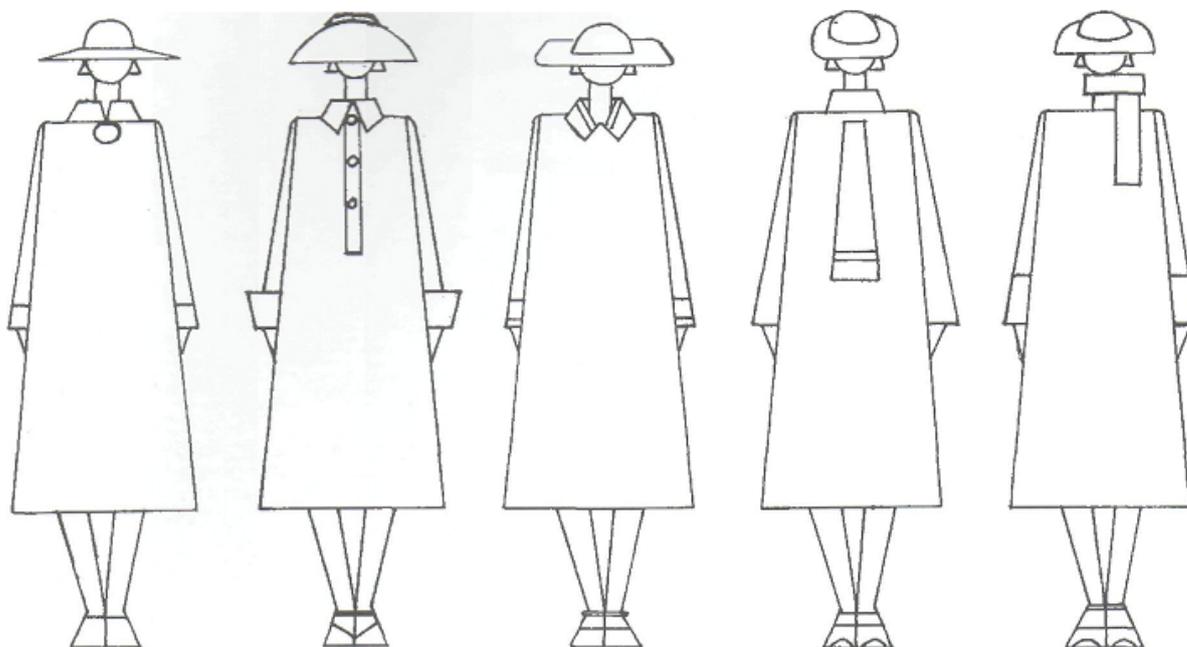


Burberry Prorsum Pre-Fall 2011

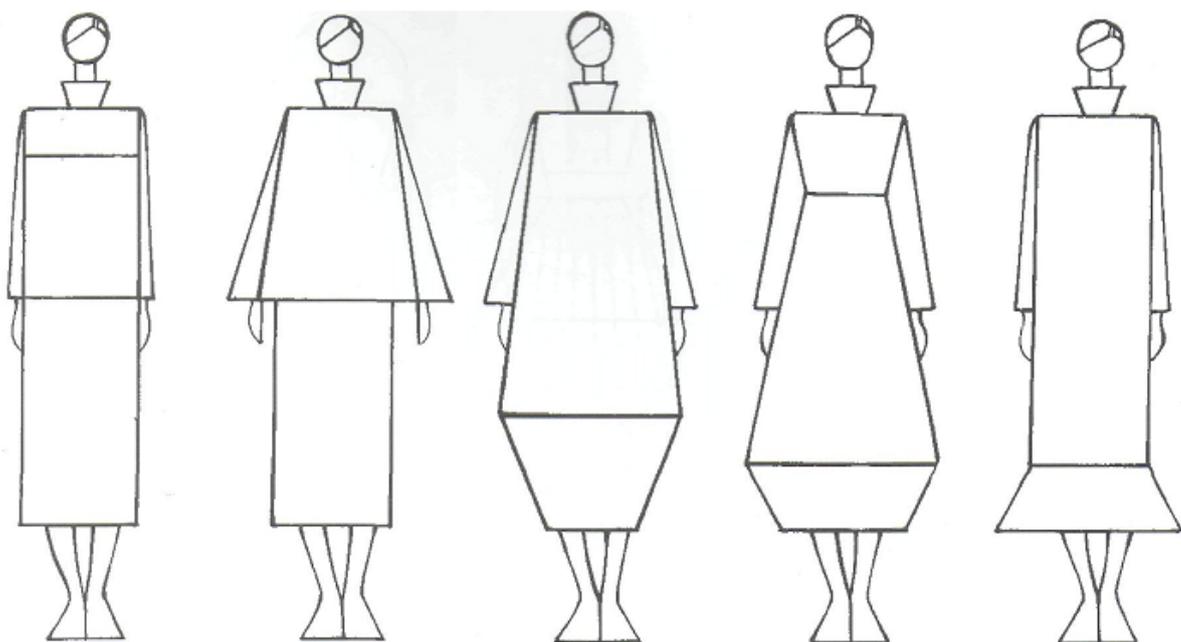


Michael Kors Pre-Fall 2011

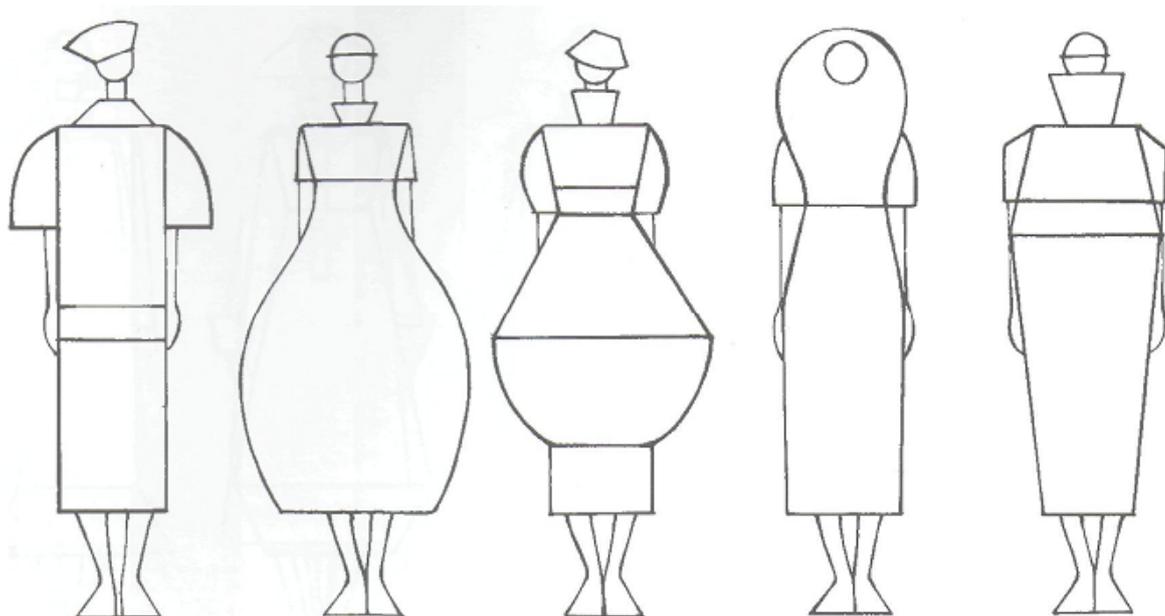
Приложение 2



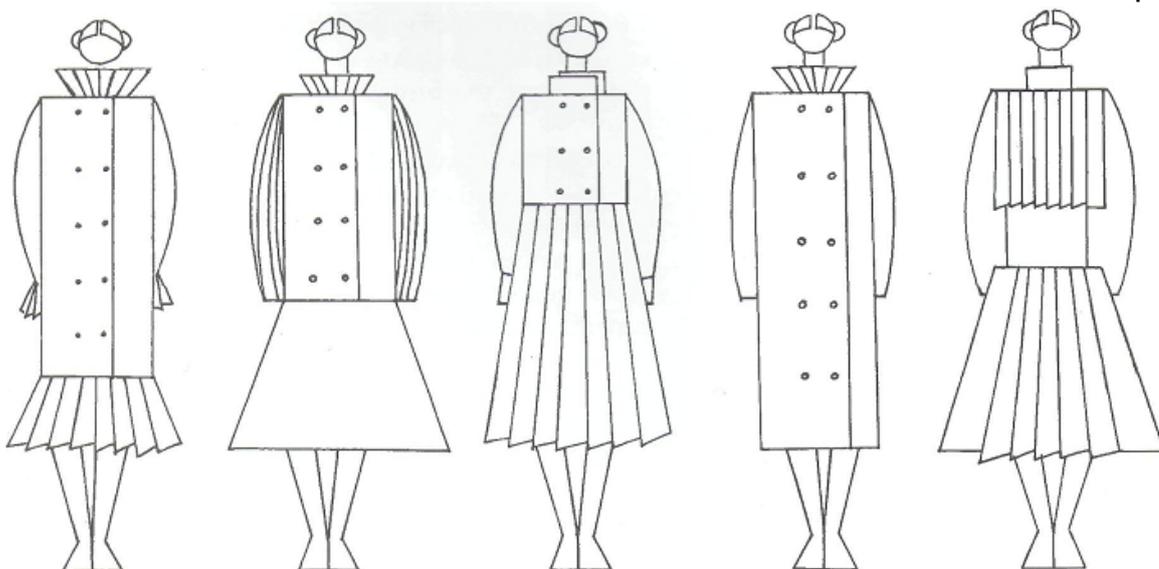
вид. Тожество. Схема объединения моделей в художественную систему «коллекция» посредством тождества силуэтов, длины изделий, формы рукавов



II вид. Нюанс. Схема объединения моделей в художественную систему «коллекция»
 посредством последовательного изменения сходства форм и членений



III вид. Контраст. Схема объединения моделей в художественную систему «коллекция»
 посредством контраста форм, силуэтов, пластики



IV вид. Ритм. Схема объединения моделей в художественную систему «коллекция» на основе ритма (метрический и ритмический порядки)

Приложение 2











Balenciaga



Carolina Herrera



Tom Ford



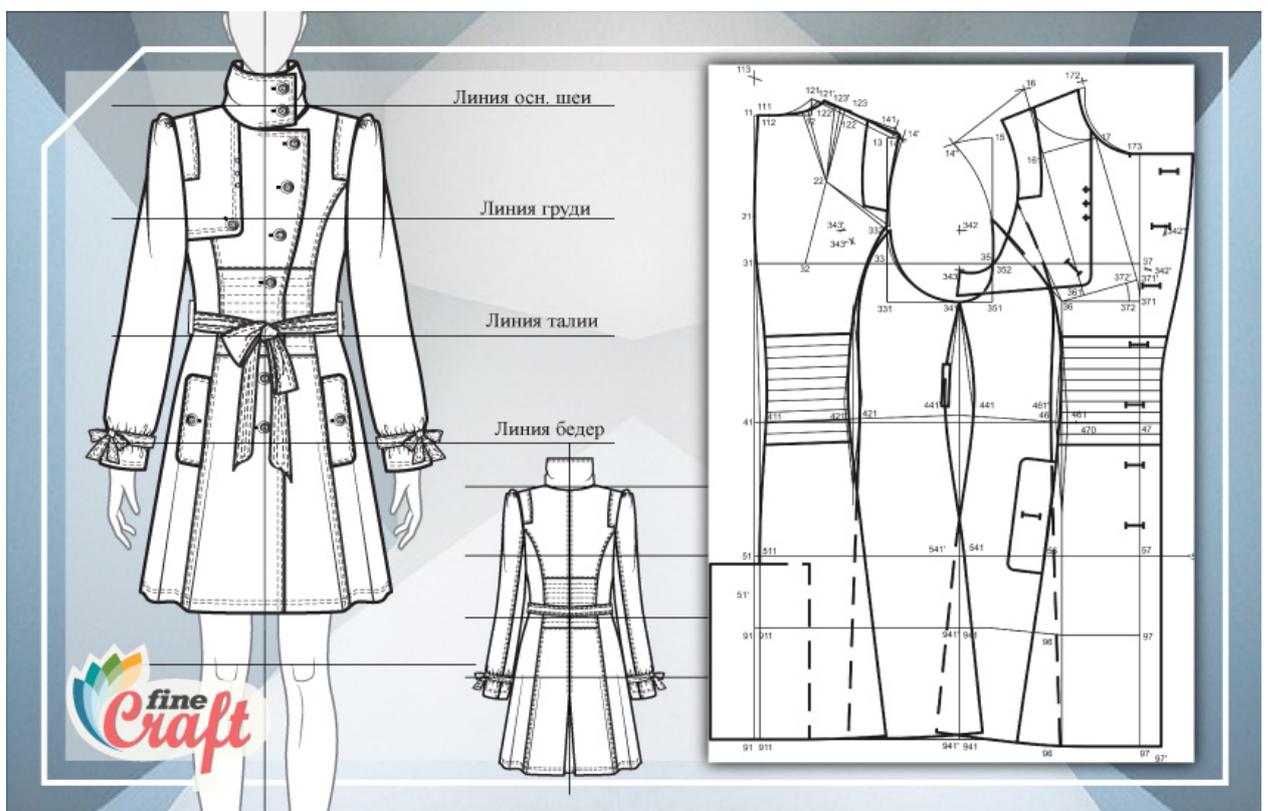
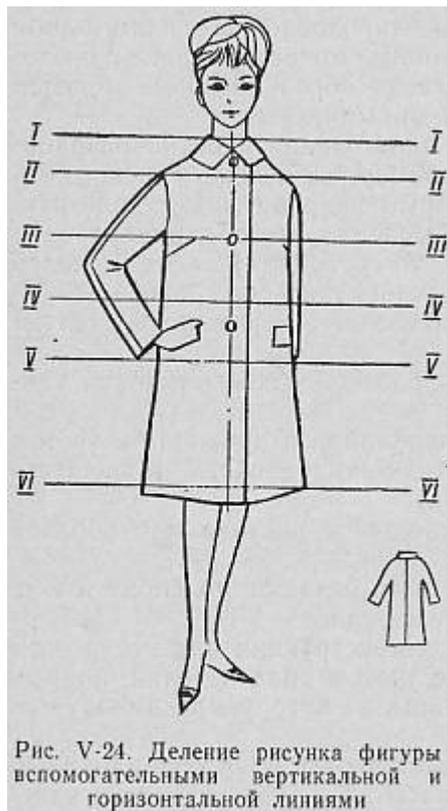


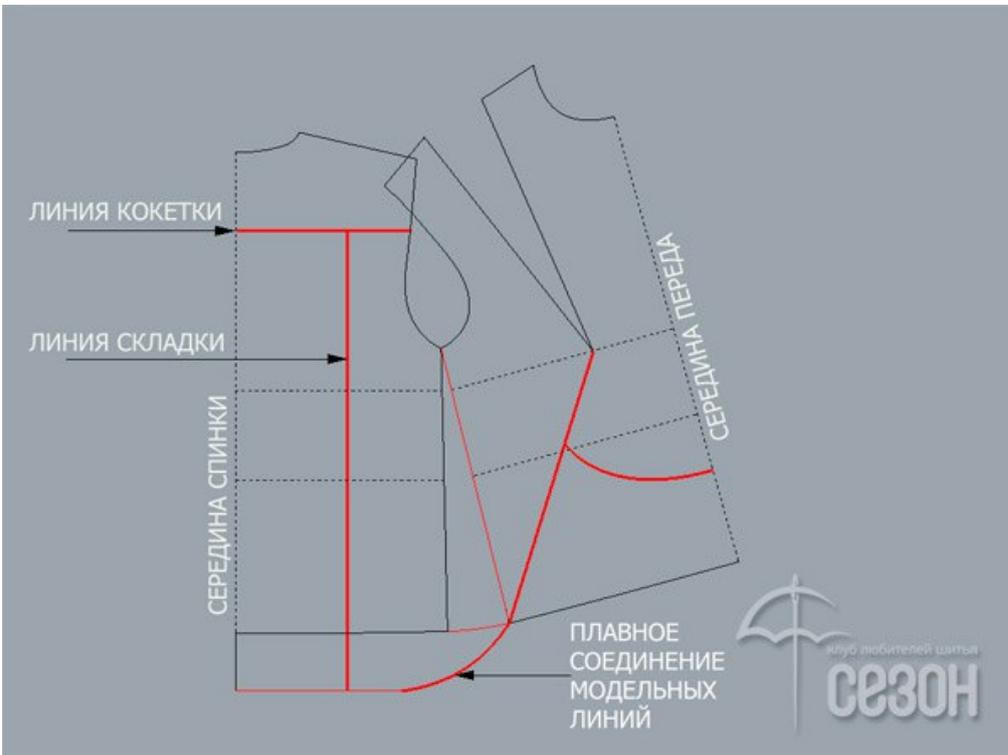
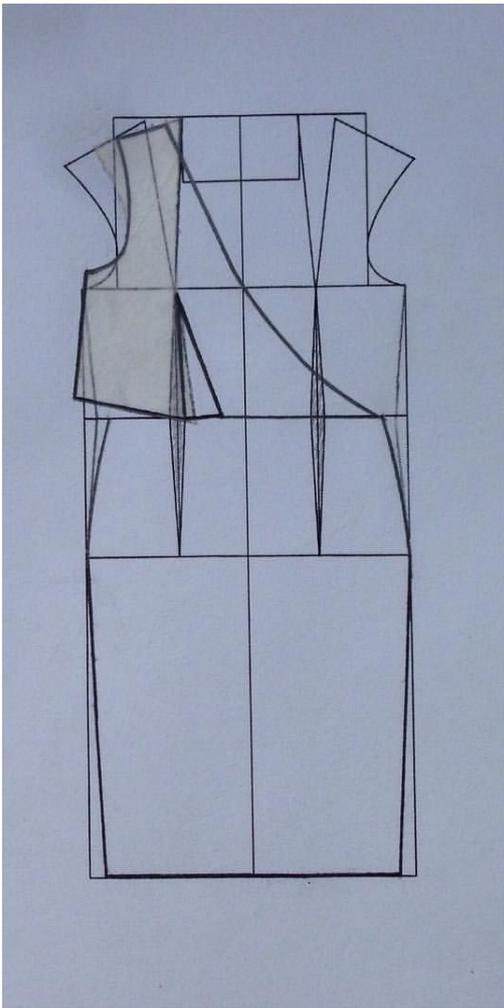






Приложение 3



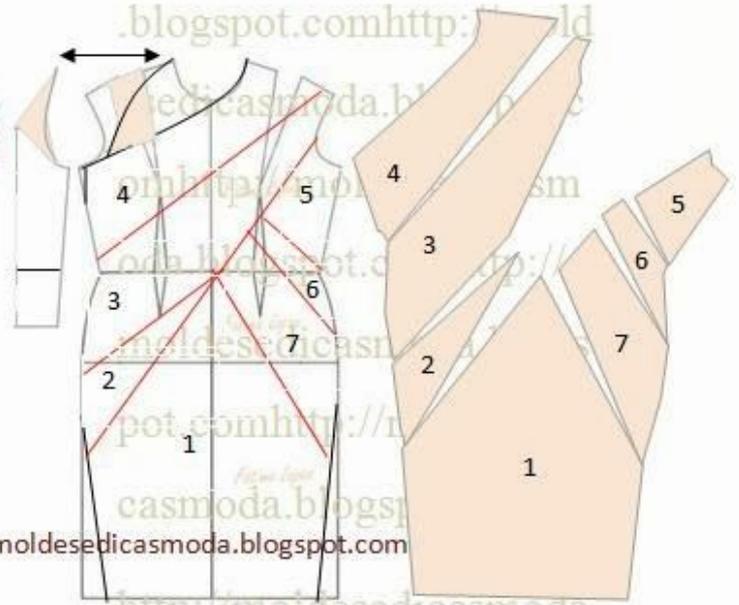






<http://moldesedicasmoda.blogspot.com>

<http://moldesedicasmoda.blogspot.com>



<http://moldesedicasmoda.blogspot.com>

<http://moldesedicasmoda.blogspot.com>

