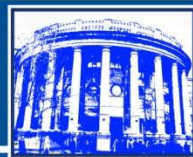


**КАЗАНСКИЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

**KAZAN NATIONAL
RESEARCH TECHNOLOGICAL
UNIVERSITY**



НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕРИАЛЫ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Сборник статей

*X Международной научно-практической конференции студентов
и молодых ученых с элементами научной школы*

28-30 апреля 2014 г.

Том 2

2014



Министерство образования и науки России
ОО «РХО им. Д.И.Менделеева Татарстана»
ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский
технологический университет»
Институт нефти, химии и нанотехнологий
Институт технологии легкой промышленности, моды и дизайна
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в
научно-технической сфере

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕРИАЛЫ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Сборник статей

*X Международной научно-практической конференции студентов и
молодых ученых с элементами научной школы*

Том 2

28-30 апреля 2014 г.

Казань
Издательство КНИТУ
2014

УДК 675.024.4

Новые технологии и материалы легкой промышленности : сборник статей X Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых с элементами научной школы. – в 2 т. Т.2; М-во образ. и науки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. – Казань : Изд-во КНИТУ, 2014. – 304 с.

ISBN 978-5-7882-1590-7

ISBN 978-5-7882-1592-1 (т. 2)

Содержит материалы X Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых с элементами научной школы «Новые технологии и материалы легкой промышленности», в которых отражены новые направления работ.

Представляет интерес для специалистов, студентов и молодых ученых в области легкой промышленности.

Редакционная коллегия:

Абдуллин И.Ш. – проректор по научной работе КНИТУ, председатель

Абуталипова Л.Н. – проректор по очно-заочной, заочной и интегрированной формам обучения

Сысоев В.А. – декан факультета наноматериалов и нанотехнологий

Шаехов М.Ф. – профессор КНИТУ

Красина И.В. – профессор КНИТУ

Илюшина С.В. – ассистент кафедры ТХНВИ КНИТУ

Кадыров Ф.Ф. – аспирант кафедры ПНТБМ КНИТУ

ISBN 978-5-7882-1592-1 (т. 2) © Казанский национальный исследовательский
ISBN 978-5-7882-1590-7 технологический университет, 2014

ДИЗАЙН – НОВЫЕ ВЗГЛЯДЫ И РЕШЕНИЯ

УДК 677

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФОРМЫ И ЦВЕТА В КОСТЮМЕ

Кумпан Е.В., Барканова С.О. (гр.722-МЗ)

Казанский научный исследовательский технологический университет

На протяжении сложной многовековой истории человечества эстетический критерий красоты постоянно меняется, и в соответствии с ним меняются критерии оценки внешнего облика человека, восприятие которого во многом зависит от костюма, одного из самых необходимых человеку предметов материальной культуры. В костюме неизбежно присутствует эстетическая ценность времени, выраженная, с одной стороны, объективно, как созвучность эпохе, с другой - субъективно, как индивидуальный образный код каждого конкретного человека [1].

Важнейшей закономерностью развития моды, изменения формы и цветовой гаммы в костюме является цикличность. Наличие колебаний и ритмов свидетельствует о том, что мода имеет механизмы самоорганизации. Цикличность моды и цвета дает возможность ее прогнозированию. Прогнозированием называется специальное научное исследование перспектив развития явления, это научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем или об альтернативных путях и сроках их осуществления.

На сегодняшний день, актуальность прогнозирования моды вызвана потребностями промышленности: необходимостью планировать объемы производства, учитывать возможность появления новых модных образцов и осваивать новые технологии, разрабатывать новые конструкции и т.п. В моделировании одежды прогнозирование моды имеет важное значение. Новые коллекции модной одежды демонстрируются примерно за полгода, а проектируются за год до наступления сезона, что диктует необходимость прогнозирования модных тенденций на год и более вперед. В дизайне используют

понятие «проектный прогноз» (дизайн-прогноз), если прогноз принимает форму проекта. Проектирование новых изделий изначально включает в себя момент прогноза. Объектом проектного прогнозирования является вещь. Поэтому проектирование будущих модных тенденций в одежде можно отнести к разряду проектных прогнозов. Проектированием прогнозов модных тенденций формы костюма и цветовой гаммы в современной индустрии моды занимаются агентства «тренд-бюро» [2].

Существует много точек зрения на возможность прогнозирования моды и на выбор определенных методов прогнозирования. Одни отрицают наличие четких ритмов в смене моды, как в природных циклах, другие признают наличие строгой закономерности развития моды и необходимость точного ее прогнозирования, в том числе с помощью метода математического моделирования. Можно выделить два принципиально различных подхода к прогнозированию моды. Первый связан с прогнозированием отдельных модных объектов. В дизайне одежды, это прогнозирование ее формы и отдельных структурных элементов. Данный подход называется формальным, т.к. исследуется именно форма костюма. В этом случае метод прогнозирования моды основан на изучении закономерностей изменения структуры формы костюма во времени, как наиболее устойчивого признака моды, в отличие от мобильных элементов костюма (цвет, орнамент, отделка).

Для выявления этих закономерностей проводится анализ развития форм костюма на протяжении определенного отрезка времени, как правило, исследуется костюм XIX-XX веков. Для того, чтобы результаты этого исследования можно было обработать с помощью компьютера, предлагается упрощение информации о форме костюма тремя простейшими фигурами; прямоугольник, трапеция или овал. На основании этих данных строятся графики изменения длины изделия и площади проекций формы, расположения линии талии и выявляется взаимосвязь между ними. Затем строится сводная теоретическая или формализованная модель моды, модель ритмического движения модных форм в costume, математическая модель и определяются циклы моды. Выявление тенденции развития формы костюма экстраполируются в будущее, и прогнозируется структура формы

костюма в нужный проектировщику отрезок времени, т.е. определяется, в какой момент повторяются те или иные силуэты. По подобной схеме прогнозируется и цвет в костюме [3-4].

Однако такой подход к прогнозированию подвергается критике за то, что при нем принимается во внимание только один из нескольких способов осуществления модной инновации – на основе традиций, только один источник о будущем, а также за субъективное упрощение информации о моде прошлого. Но самый главный недостаток данного подхода заключается в том, что форма одежды не дает информации о модных ценностях, т.е. исследуется только один компонент структуры моды – модный объект, другие компоненты, такие как модные стандарты, модные значения, модное поведение, остаются вне сферы исследования. Кроме того, по мнению А. Гофмана «тезис об универсальных закономерностях циклов, в частности, стилевых возвратов, тесно связан с явным или неявным отрицанием игры в ценностной структуре моды, присутствием в моде эвристического, творческого начала, нового в собственном смысле» [5].

Более плодотворным и распространенным, является подход к проектированию моды, ориентированный на все структурные компоненты моды в целом – прогнозируются различные аспекты образа жизни людей и их потребности. Новая вещь начинается именно с требований потребителей, создателей новой вещи и новой моды, является потребитель, поэтому прогнозирование моды тесно связано с прогнозированием социальных потребностей. Прогноз моды формы и цвета, основывается на социологических прогнозах: прогнозе образа жизни, демографическом прогнозе, прогнозе занятости и уровня образования и т.п. Социологические прогнозы делаются на основе опросов, которые позволяют определить перспективы развития потребностей общества, мотивы поведения и т.п., изучения структуры и характера деятельности человека или социальной группы, предметной среды обитания человека, условий его жизни. Именно такая информация дает возможность прогнозировать будущую моду [6].

Таким образом, анализируя выше сказанное, можно сделать вывод, что прогнозирование модных тенденций в форме и цветовой гамме одежды, является актуальным на сегодняшний день и позволяет

сократить финансовые потери, повысить прибыльность бизнеса мировых производителей одежды, соединить все звенья процесса производства модной одежды в единое целое. Безошибочный прогноз модной формы и цветовой гаммы костюма имеет большое значение для всех производителей модной индустрии. Во-первых, для производителей текстиля: они могут произвести такие ткани, которые будут пользоваться спросом. Во-вторых, для непосредственных творцов моды, дизайнеров и креативных директоров Домов моды: в их распоряжении имеются такие материалы, которые соответствуют их творческому замыслу. В-третьих, для производственных и швейных объединений: благодаря этой информации они могут предложить новые модели именно тогда, когда это необходимо потребителям. Для поклонников моды и индивидуального стиля также очень важно заранее знать модную форму и цветовую гамму, чтобы грамотно строить свой гардероб, безошибочно подбирать базовые вещи и добавлять интересные цветовые акценты.

Литература

1. Килошенко М. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты / - Изд. Речь, 2001. – 192 с.: ил.
2. Ингрид Гириц-Мартенсен Взгляд в будущее — прогнозы в мире моды/ Теория моды. Одежда. Тело. Культура № 24, 2012.- С. 35-38
3. Андросова, Э.М. Основы художественного проектирования костюма / Э.М. Андросова. Челябинск: Издат. дом «Медиа-Принт», 2004. 1. С. 47-50.
4. Новости моды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.newsmoda.ru>, свободный.
5. Ятина Л.И. Мода как фактор формирования стиля жизни: Дисс. . канд. социол. наук: СПб., 2001. 168 с.
6. Козлова Т.В. Художественное проектирование костюма / М.: Легкая и пищевая промышленность, 1982. - 145 с.

НОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ ИЛИ «УМНЫЙ ТЕКСТИЛЬ» В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ

Барканова С.О., Сафина Л.А.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Первой отраслью, где впервые учёные начали работать в области нанотехнологии, является лёгкая промышленность. Наиболее часто в научных журналах и журналах дизайна и моды, появляется выражение «умный текстиль».

Понятие «умный текстиль» появилось во второй половине 20-го века и связано со значительными успехами в области физики и химии, материаловедении, биохимии, биофизики, физической химии полимеров, физики и химии металлов, бионики, нано-, био- и когнитивных технологий. С помощью достижений науки экспериментальных и практических исследований учёных, технологи и инженеры начали с большим или меньшим успехом подражать, копировать и развивать в технике различные полезные свойства живой материи, которая всегда «умна», реактивна, адаптивна к многочисленным изменяющимся условиям внешней среды и самих живых организмов [1].

В настоящее время текстильная промышленность потребителю предлагает широкий выбор природных и химических волокон различного химического строения и физической структуры, наличие разнообразных механических технологий формирования из этих волокон различного вида текстиля (такни, трикотажа, нетканого полотна) с разным переплетением, плотностью из волокон различной толщины и пряжи с разной плотностью и круткой, широчайший круг химических технологий (тысячи оригинальных марок красителей и пигментов, сотни текстильно-вспомогательных веществ). Всё это позволяет производить большое количество видов текстиля для любой области повседневной жизни, для науки и техники; гибкость, эластичность, высокая прочность к механическим нагрузкам делает

текстиль очень удобным, технологичным не только для использования в традиционных областях (дизайн одежды, интерьер) но и в технике, медицине.

Одним из главных объектов использования достижений в областях, связанных с NBIC (новое поколение полимеров, микро- и нанoeлектроники, бионики и др.) является производство нового поколения волокон, «умного» текстиля и одежды. В свою очередь расширились возможности использования «умного» текстиля и одежды в традиционных областях: одежда с новыми эстетическими эффектами и IT функциями, домашний текстиль с защитными, предупреждающими риски функциями, с управляемыми эстетическими эффектами [2].

Учёные всего мира занимаются разработкой, модификацией текстильных материалов, волокон. Профессор Токийского Университета Сусуми Тачи создал «прозрачную мантию», создающую эффект полной невидимости ее хозяина, а спустя время с изобретением профессора Тачи нанотехнология широко шагнула в мир текстильной промышленности.

Исследователи из университета штата Аризона под руководством профессора Фредерика Ценгаусерна проводят исследования по сосанию биометрической одежды, интегрировав в обычное трико, которым часто пользуются спортсмены, гибкий дисплей, набор сенсоров для детекции вредных веществ, микроскопический топливный элемент, микронасосы и т.д. «Ультрасовременный» костюм предназначается для военного применения, но может использоваться и в мирных отраслях, например, в медицине, где он сам проверит состояние больного (например, диабетика) и сам вовремя сделает необходимые инъекции [3].

Спортивная одежда участников легкой атлетики и плавания ещё одна область, где важнейшим критерием является эффективность. Как утверждает автор [1], фирма «Adidas» заняла лидирующие позиции в разработке спортивной одежды, которая увеличивает эффективность хозяина за счет экономии мышечной энергии.

Японская фирма «Speedo Intentional» разработала ткань, имитирующую акулью кожу, которая делает плавание более легким. «Акуля кожа» сделана из специально разработанного полиамидного

и лайкрового волокна, покрытого тефлоном для предотвращения проникновения воды. Более того, эта ткань сшита с использованием трёхмерных V-образных желобков по трёхмерному принципу шитья. С помощью этих желобков, трение между водой и пловцом становится малым, благодаря чему эффективность возрастает на 8-10 % [4].

Лаборатория «Star Lab» в Брюсселе (Бельгия) разработала костюм для бега. Эта одежда следит за сердечным пульсом, а затем проигрывает определённую музыку, регулируя ритм так, чтобы бегун ускорялся или замедлялся. Мобильный телефон внутри одежды может посылать данные на электронную почту в клуб, где занимается владелец.

Данный костюм имеет несколько слоёв с датчиком температуры и микрофоны, прикрепленные к манжетам и воротнику, измеряющие освещение и звук. Снаружи они измеряют погодные данные, изнутри наблюдают за биофизическим состоянием владельца, анализируя внутренние и внешние характеристики. Костюм для бега позволит спортсменам увеличить длительность и интенсивность тренировки на основании этих данных. Микрочип внутри костюма реагирует, когда бегун устал и предлагает ему отдохнуть. Кроме того, если происходит что-то опасное, он может вызвать врача [3].

Фирма «Nike» является обладателем патента на технологию «Zoned Aerodynamic» (аэродинамическое зонирование): в костюмах для конькобежцев и лыжников применяется до шести различных материалов, сочетание которых оптимизирует аэродинамические свойства одежды. Каждый вид материала используется для «прикрытия» определенной части тела, а швы обработаны таким образом, чтобы свести к минимуму сопротивление [4].

Таким образом, анализируя выше сказанное можно сделать вывод, что интерес к умному текстилю и текстильным материалам с напылением различных наночастиц все больше и больше привлекает общественность во всем мире, текстиль на основе наноматериалов приобретает уникальные по своим показателям свойства: водонепроницаемость, грязеотталкивание, теплопроводность, способность проводить электричество и другие свойства. «Умный текстиль» даёт огромное количество возможностей для реализации в

текстильной промышленности, в секторе моды и дизайна одежды, технического текстиля.

Освоение нанотехнологий текстильной отрасли требует создания нового оборудования и новых выпускных форм отделочных материалов, решения проблем стабилизации наноэмульсий и контроля качества текстильных материалов с новыми видами отделок и эффектов, которые будут не только сверхсовременными, но и дизайнерски декорированы и оформлены, это требует больших материальных затрат, но в промышленно развитых странах понимают, что приоритетное направление в текстиле – это внедрение наукоемких технологий, позволяющих производить материалы нового поколения, поэтому инвестиции в «умный текстиль» вкладываются значительные. Человечество на пороге эры нанотехнологий, которое несёт в себе огромный потенциал.

Литература

1. Г.Е.Кричевский. Нано-, био-, химические технологии и производство нового поколения волокон, текстиля и одежды. М., 2011 г. -528 с.
2. <http://rustm.net/catalog/article/232.html>
3. <http://www.fashiong.ru/news/page13.html?newsid=70>
4. http://www.polymery.ru/letter.php?n_id=1586&cat_id=3

УДК 7.021.2

РЕТРО АВТОМОБИЛЬ КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ ПРИ СОЗДАНИИ КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКИХ ДЕЛОВЫХ КОСТЮМОВ

Басыйрова А.С., Тухбатуллина Л.М.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Женский деловой костюм – это словосочетание еще сто пятьдесят лет назад звучало с юмором. Мир женщин характеризовался домашней, уютной, замкнутой атмосферой. Деловой костюм носили

исключительно мужчины, и тогда он еще заметно отличался от того, что мы называем офисным костюмом сегодня.

Женщинам полагалось выходить из дома только для светских развлечений и походов по магазинам. Светские женщины не работали и мало путешествовали, нижние слои общества были слишком бедны, чтобы иметь больше 2-3 платьев и пары юбок с блузками.

Современное общество породило и сделало востребованным феномен «деловой женщины», профессиональная карьера которой уже на начальном этапе зависит от ее имиджевых характеристик, от способов репрезентации в профессиональном сообществе, от умения подчеркивать свои внешние и внутренние достоинства.

Имидж деловой женщины – это сложное создание неповторимого, органичного, целостного и гибкого образа, постоянное поддержание внимания к нему. В современном мире статус женщины постоянно пересекается с деловой деятельностью и любая женщина хоть однажды в жизни одевала деловой костюм.

Согласно результатам исследования, проведенного в рамках учебного процесса в ноябре 2013 года, 90 % женщин в возрасте 25 – 40 лет, проживающих в городе Казани, имеют в своем гардеробе деловой костюм. Подавляющее большинство, а именно 45% приобретают костюм один раз в два года; 75% женщин готовы применить в повседневной носке деловой костюм авангардного стиля.

В ходе выполнения маркетингового исследования стало известно, что многие женщины стремятся к индивидуализации, это подтолкнуло на создание коллекции женского делового костюма на основе формообразования [1].

Создание одежды на основе формообразования было популярно на протяжении всей истории моды. Многие дизайнеры 20-го века уделяли этому принципу большое внимание, а Кристоаль Баленсиага вознес этот принцип на пик своей популярности. Не смотря на довольно долгое по времени существование в моде такого явления как формообразование, оно и сегодня не уступает другим приемам по популярности. Это не удивительно. Идей для создания новых форм очень много, дизайнерам нужно эту идею уместно и выразительно применить. Следует отметить, что форма является одной из составляющих окружающей нас среды [2]. Этот прием

является очень ярким и видимым, его трудно не заметить, что делает формообразование очень востребованным в творчестве дизайнеров, поскольку основной тематикой моды сегодня служит индивидуализация и персонализация образа потребителя. Среди всемирных модных дизайнеров. Формообразованию особое внимание уделяют Антонио Беррарди, Донна Каран, Армани и Элье Сааб.

Формообразование уместно можно применить при создании коллекции женских деловых костюмов. Источником вдохновения для создания выразительной формы может являться ретро автомобиль. На рисунке 1 представлены эскизы моделей коллекции, созданные на основе источника вдохновения – ретро-автомобиля.

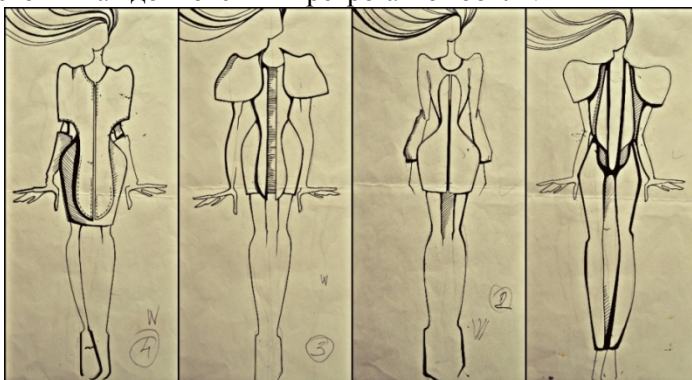


Рисунок 1. Модели коллекции на основе линий ретро-автомобиля

Связь между женщиной и ретро автомобилем довольно тесная. Самое очевидное, что так важно для формообразования – это линия. В процессе исследования источника вдохновения стало известно, что аэродинамичные контуры автомобилей начала 20 го века по своим очертаниям очень близки к природным изгибам женской фигуры. Элементом, объединяющим женщину и ретро-автомобиль, является элегантная изогнутая линия. Если присмотреться, в ретро автомобиле можно уловить черты, а порой даже точные копии контуров женской фигуры.

Эти линии, благодаря своим схожим характеристикам способны как скрыть, так и подчеркнуть индивидуальность женских форм. Применение этих линий при создании костюма для женщин очень

точно подчеркнет особенности их фигуры. А сам стиль ретро авто добавит еще больше элегантности и женственности в образ современной деловой женщины.

Литература

1. Рытвинская Л.Б. Основы *формообразования костюма* (архитектоника): Учебное пособие – М.: Альфа-М, 2006
2. Каминская Н.М. *История костюма*. - М.: Легкая индустрия, 1977. - 128 с.

УДК 687.15

СОЗДАНИЕ ОБРАЗА С УЧЕТОМ ФАКТОРОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Валеева Л.Д., Вильданова А.И.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Современные условия жизни и деятельности требуют от людей одеваться с учетом определенных условий и требований. Народная мудрость, что «встречают по одежке» уже давно никем не оспаривается.

Быстрое развитие производства и связанная с этим проблема совершенствования деловых отношений заставляют все больше внимания обращать не только на прямые, но и на дополнительные факторы, влияющие на успех в деловых контактах, а правильно выбранный стиль одежды помогает создать необходимую деловую атмосферу. Наша одежда – это часть того внутреннего мира, который свидетельствует о нашей личности, статусе, авторитете [1].

Человек вынужден быть на виду, особенно в профессиональной сфере «человек - человек». Представители этих профессий имеют дело с другими людьми. Это менеджеры различных фирм, работники социальной сферы, медики, юристы, журналисты, учителя т.д. Именно представителей этих сфер их внешний облик является непосредственным компонентом, участвующим в их трудовой

деятельности [2]. Одежда учителя дошкольных учреждений, преподавателя колледжа, вуза серьезно влияет не только на отношение учащихся к педагогу и изучаемому предмету, но и определяет их внимание и поведение на занятиях.

В современных условиях развития образования и общества в целом особое значение для педагога приобретает профессиональная гибкость, способность адаптироваться к социальным переменам, готовность к решению профессиональных задач в новых условиях. Одним из условий повышения эффективности образования многие ученые рассматривают личность профессионала – учителя. Усложнение задач образования придает особую значимость изучению роли имиджа, как одного из путей гуманизации образования и повышения эффективности педагогической деятельности.

Следует придерживаться правила, отражающего сущность педагога и того, как одежда влияет на его восприятие окружающими. Результаты опроса преподавателей, приведенное в книге С.Сориных, позволило сделать вывод, что педагогу не следует выбирать авангардный, романтический, фольклорный стили одежды, так как они слишком вызывающие, и отвлекают внимание. Преподавателям не рекомендуется носить одежду тех цветов, которые отвлекают внимание. В качестве рекомендаций для формирования моделей следует учитывать, что для педагога, работающего в учебном заведении, неуместны как чрезмерно короткая, так и слишком длинная одежда, глубокие вырезы и слишком высокие каблуки, длинные распущенные волосы и яркий макияж. На основании этих рекомендаций разрабатываются эскизы моделей для гардероба клиента.

Многолетние исследования, доказывают важность формирования позитивного имиджа педагога как условия успешной профессиональной деятельности, как фактора, оказывающего влияние на взаимоотношения в системе «ученик-учитель» и на повышение готовности учащихся к обучению конкретному предмету.

В условиях возрастающей конкуренции на рынке образовательных услуг, когда имидж часто оказывает решающее воздействие на детей и родителей в их выборе, работа специалиста по выбору имиджа

конкурентоспособности и успешности педагогов способствует профессиональной деятельности.

Одежда является составным элементом имиджа. Имидж есть у любого человека, это – впечатление о нас или наш внешний и внутренний облик в понимании других. Желание создать более выигрышный имидж присутствует в каждом из нас. Особенно актуален он в условиях рыночной экономики, когда презентация внешности становится средством повышения значимости в коллективе и обществе.

Значительная часть учителей не задумывается о том, какую информацию несет их внешний облик. В выборе одежды большинство из них руководствуется материальными возможностями и собственными представлениями о моде.

Имидж – это, прежде всего, визуальная (зрительная) привлекательность. Г.П. Берд в книге говорит об имидже так: «Это полная картинка вас, которую вы представляете другим. Она включает то, как вы выглядите, говорите, одеваетесь, действуете; ваши умения, вашу осанку, позу и язык тела; ваши аксессуары, ваше окружение и компанию, которую вы поддерживаете» [3], представлены элементы имиджа на рисунке 1.

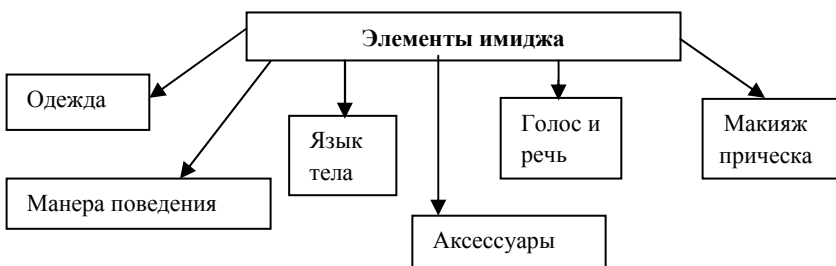


Рисунок 1. Элементы имиджа

Имидж создается с конкретной целью – произвести определенное впечатление, сформировать у окружающих необходимое мнение о себе и, следовательно, отношение. Помочь сформировать правильный имидж помогает знание имиджологии [4].

Выбор имиджа зависит от ситуации, от той социальной или эмоциональной роли, которую намеревается «сыграть человек» в данный момент и от способностей, которые у него имеются. То есть

имидж – некий образ, который человек, его «Я» представляет миру, своего рода самопрезентации для других.

Имидж можно определить как образ, формирующий мнение о человеке как о личности и профессионале, определяющий готовность действовать, поступать в отношении него определенным образом.

То есть, и формирование имиджа зависит от индивидуальных, личностных и индивидуальных свойств, от среды, в которой существует человек.

Исходя из вышесказанного, можно определить индивидуальный имидж как целенаправленно сформированный интегральный, целостный, динамичный феномен, обусловленный соответствием и взаимопроникновением внутренне и внешних индивидуальных, личностных и индивидуальных качеств субъекта, призванный обеспечить гармоничное взаимодействие субъекта с природой, социумом и самим собой.

Литература

1. Андросова Э.М. Основы художественного проектирования костюма: учебное пособие/Э.М.Андросова. — Челябинск: Медиа-Принт, 2004.- 367с.
2. Бердник Т.О. Дизайн костюма/ Т.О. Бердник, Т.П. Неклюдова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 239 с.: ил.
3. Сорины, сестры. Истоки имиджа/Сестры Сорины. – М.: ГНОМ и Д, 2000. – 200с.
4. Панасюк А.Ю.Секреты успеха/А.Ю. Панасюк. – М.: Дело, 2000 – 360с.

РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ КОЛЛЕКЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ЖЕНСКИХ КОМПЛЕКТОВ НА ОСНОВЕ СТИЛЯ ШАНЕЛЬ

Гадельшина Э.А., Миротворцева А.Ю., Хабибуллин О.Г.,
Минлебаева М.Н.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

В современном мире через костюм выражается представление об идеальном образе каждого конкретного человека и общества в целом. На сегодняшний день многие женщины связаны с трудовой деятельностью в офисах, в образовании и политике, поэтому изменились их требования к офисной одежде. В связи с чем, дизайнеры стараются проектировать современную одежду, отвечающую всем требованиям моды, а также создавать стильную одежду, удовлетворяющую требованиям потребителя.

Дизайнеру необходимо, наряду с эстетической функцией, решить задачу создания одежды функциональной и практичной. Проектируя костюм, дизайнер должен четко представлять его функцию и роль, которую отведут ему потребители в процессе жизнедеятельности.

Неугасающий интерес к Коко Шанель, как к новатору и революционеру в области моды, которой удалось создать свой собственный стиль, возник еще в XX веке. С тех пор он остается актуальным ежегодно, независимо от перемен, происходящих в мире моды.

Мода от Шанель не устарела. Все ее вещи – простые и удобные, но вместе с тем стильные и элегантные, остаются актуальными из года в год, независимо от происходящих в мире моды перемен.

Стиль «Шанель» создает рациональный и элегантный гардероб. К этому стилю тяготеют женщины бальзаковского возраста. Однако он не имеет возрастных ограничений. Вместе с деловитостью иногда следует показать и женственность. «Шанель» подходит для этой цели идеально. Этот стиль предоставляет гораздо больше возможностей

для женщины, чем классический или деловой. Ведь многим уже, наверняка, надоели серые скучные офисные костюмы.

Стиль «Шанель» – это стиль на все случаи жизни. Он подходит для работы, прогулок и путешествий, для компаний, в которых есть жесткий дресс-код: здесь наблюдается и соблюдение правил, и в то же время возможность самовыражения через одежду. По мнению легендарной Коко: «Если вы родились без крыльев, так не мешайте же им расти!».

И сегодня, по-настоящему утонченная и модная женщина придерживается стиля Шанель. Коко создавала моду для большинства, думая о том, чтобы одежду носили по возможности долго. По ее мнению: «Она против моды, которая быстро проходит. Это у меня мужская черта. Не могу видеть, как выбрасывают одежду, потому что пришла весна». Разрушая устоявшиеся традиции существовавшей тогда моды, она создала стиль, в котором все функционально и просто. Изящество покроя облагородило недорогие материалы, сделав костюмы элегантными и изысканными, доступными большинству женщин (Рис.1.).



Рисунок 1. Одежда в стиле Шанель

Одежда в стиле Шанель очень актуальна всегда, поэтому самые известные дизайнеры с удовольствием черпают вдохновение в этом неиссякаемом источнике. Изучение и анализ источников вдохновения дает мощный толчок в работе по созданию современных форм

одежды, что позволяет насытить современный рынок женскими костюмами, внешне выразительны, по-новому отражает образностью, своеобразным колоритом и инновационными приемами декорирования.

Использование в качестве источника вдохновения стиля Шанель, способствует получению новых видов одежды, конкурентоспособных и востребованных, которые отвечают всем требованиям моды.

Проектирование коллекции в стиле Шанель – это создание моделей новых пропорций и линий, несущих в себе новую эстетику простоты и изящества, которая демонстрирует авторскую индивидуальную творческую концепцию автора, является конкурентоспособной и полностью отражает образ источника исследования. Автор коллекции должен представить новейшие идеи в работе с конструкциями, особенностями кроя, технологиями изготовления моделей. Модели коллекции должны быть удобны в носке и эксплуатации, подчеркивать достоинства и скрывают недостатки женской фигуры.

Успешное проектирование коллекции способствует достижению главной цели – создание эстетической, выразительной, стильной одежды, помогающей отразить индивидуальность носителя и соответствовать требованиям тенденций моды на предстоящий сезон.

Литература

1. Современная энциклопедия. Мода и стиль / под ред. В. А. Володина. – М.: Аванта+, 2002. – 480 с.: ил.
2. Габриэль Коко Шанель/Gabrielle Coco Chanel: Коко Шанель (биография). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.peoples.ru>, свободный.
3. Уроки стиля от Коко Шанель. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.goroskop.ru/>, свободный.

ОСОБЕННОСТИ СТИЛИСТИЧЕСКОГО ОФОРМЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Гракова Е.Е., Тухбатуллина Л.М.

Казанский национальный исследовательский технологический
университет

Рекламная продукция многообразна и сегодняшний день существует пять основных стилей оформления фирменной продукции: классика, романтика, фольклор, спорт и эклектика. Каждый из этих стилей формируется за счет специфических элементов, которые и определяют сам стиль, немаловажную роль играет и построение композиции в целом, ее композиционные принципы, цветовая гамма. Каждый стиль по-своему уникален и индивидуален.

Классический стиль является наиболее устоявшимся, он строится на строго горизонтальных и вертикальных линиях, вызывает ощущение статичности, избегает дробности, исключает двусмысленность, использует лаконичные формы, предпочитает традиционные цветовые сочетания, как правило, в количестве не более трех цветов. Используемые шрифты должны быть хорошо читаемыми, гармоничными. Наиболее часто классический стиль применяется при оформлении деловой документации, а также при создании фирменного стиля государственных, образовательных компаний, банков и т.д.

При оформлении полиграфической продукции в романтическом стиле следует соблюдать ряд правил: изящность и чувственность графических элементов; использование большого количества мелких деталей; мягкость и плавность линий; нежная, воздушная цветовая гамма; использование нюанса как основного средства композиции; применение романтических символов в виде изображений цветов, сердечек и т.д. В качестве шрифтов могут использоваться курсивы и рукописные варианты. Наиболее часто романтический стиль применяется при создании рекламной продукции для потребителей

женского пола: для салонов красоты, романтических кафе, магазинов женской одежды, женских изданий и т.д.

Спортивный стиль оформления также следует своим правилам: динамичное построение композиции; использование контраста как основного принципа композиционного построения; рубленые шрифты, диагональные линии; контрастная цветовая гамма. Этот стиль используется не только для оформления рекламной продукции организаций, связанных со спортом, он применим везде, где компания хотела бы донести до потребителя свою активную позицию и динамичность.

К фольклорному стилю в оформлении фирменной продукции можно отнести следующие правила: использование графических элементов, источником вдохновения для которых послужили различные культуры мира; использование практичных и естественных форм; гармоничность реализации национальных идей в общей композиции; отсутствие ограничений цветовой гаммы; использование декоративных авторских шрифтов. Чаще всего фольклорный стиль используют в полиграфической продукции для оформления организаций, деятельность которых так, или иначе связана с богатым миром народной культуры, это могут быть магазины, которые занимаются торговлей сувениров или национальный ресторан. Также фольклорный стиль часто используют для оформления плакатов народных праздников.

Современной тенденцией в мире полиграфической продукции является эклектический стиль и подразумевает собой: использование разных по назначению графических элементов в качестве доминанты; использование большого количества деталей; сочетание нескольких стилей в одну композицию. В данном стиле также применимо сочетание нескольких шрифтов, которые могут быть противоположными по построению. Деятельность организации, к которым применимо оформление фирменных носителей в эклектическом стиле может быть различной.

Исследования, проведенные автором, говорят о том, что около 40 % разработанных логотипов приходится на классический стиль, 25% логотипов приходится на эклектический стиль, 20 % логотипов на

романтический стиль, 10 % на спортивный стиль, 5 % логотипов на фольклорный стиль.

УДК 769.91

ТАТАРСКИЙ ОРНАМЕНТ В ОФОРМЛЕНИИ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Гумерова Э.Э., Тухбатуллина Л.М.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Татарский народный орнамент представляет яркую и своеобразную страницу художественного творчества народа. В настоящее время все больше внимания уделяется сувенирной продукции, татарские орнаменты все чаще встречаются в оформлении городского дизайна, нередко можно встретить людей, которые с удовольствием одевают костюмы с татарской национальной орнаментикой.

Немалую роль для распространения национальной продукции сыграла Универсиада, которая прошла летом 2013 года в столице Татарстана, так как люди со всего мира приезжали в Казань, знакомились с татарской культурой и непременно уезжали к себе домой с сувенирами для близких.

Сегодня татарский орнамент украшает не только фасады зданий, одежду или сувениры, но и используется в полиграфической продукции. Помимо печатных изданий об искусстве татарского народа существуют календари, открытки, визитки и другие виды печатной продукции, которые украшаются национальными узорами.

Изучая декоративное искусство татар, невозможно не обратить внимание на гармоничность, целостность, согласованность, единство частей и целого, совершенство произведений татарских мастеров. Орнамент, на первый взгляд – лишь небольшая часть материальной культуры человеческого общества. С другой стороны – орнамент сопровождает человека на протяжении даже веков и тысячелетий.

В своей основе татарский орнамент состоит из цветочно-растительных, геометрических и незначительно – зооморфных мотивов.

Из простейших растительных мотивов значительное распространение получает мотив виноградной лозы, который обычно обогащался различными отростками, веточками, цветами и листьями. В различных изделиях ленточный орнамент обычно выполнял роль обрамления.

Из геометрических мотивов наиболее распространены и традиционны были следующие: мотив волны, набегающей волны, мотив, который условно назван фестончатообразным, мотив жгута, спирали. В меньшей степени встречаются зигзагообразные, мотив веревочки, плетенки и меандра.

В искусстве народа получили распространение изображения соколов, филинов, голубей, певчих птиц, уток. Среди различных узоров нередко попадаются также стилизованные изображения коней, летучих мышей, рыб, бабочек, мотыльков, пчел. В орнаментации различных произведений татарского искусства встречаются следующие композиции: ленточная, геральдическая, сетчатая и центрально-лучевая.

Ленточная композиция образуется из раппортов, имеющих параллельные направляющие. Этот вид композиции получил наиболее широкое распространение в орнаментальном искусстве татар.

Геральдическая композиция основывается на симметрии изображения по отношению к вертикальной, а в ряде случаев и к горизонтальной оси.

Сплошной сетчатый, или ковровый раппорт – метод композиции, при котором орнаментальный мотив вписывается в прямоугольную или диагональную сетку, которая может развиваться во все стороны.

Центрально-лучевая композиция также получает значительное распространение в орнаментальном искусстве народа. В данной композиции рисунок узора основан на исходящих из одного центра осевых лучах [1].

Сегодня на основе национального татарского орнамента разрабатываются и дизайн-макеты полиграфической продукции. Орнамент, разработанный профессионалами, весьма содержателен. Он

может быть выполнен в виде фона, на котором будут располагаться другие изображения и текстовая часть, или представлять собой самостоятельный рисунок. Очень важно выдержать стиль орнамента, который должен соответствовать общему стилю изготавливаемой полиграфической продукции [2].

Примером полиграфической продукции с использованием национальных узоров служит подарочно-сувенирный набор «Татарские открытки» для ценителей современного татарского искусства, созданный студией Mardesign [3]. На рисунке 1 представлены варианты открыток к 23 февраля. В первом варианте использованы узоры полупальметт, построенных центрально-лучевым способом композиции. Во втором варианте присутствует растительный ленточный орнамент.



Рисунок 1. Варианты открыток к 23 февраля

Для создания орнаментов, которые в последующем можно использовать в полиграфической продукции, лучше всего использовать векторную программу, например CorelDraw, так как при масштабировании качество узора не ухудшается. На рисунке 2 представлен разработанный в векторе ленточный орнамент, имеющий вид побега, схема выполнения орнамента и вариант использования данного узора в качестве обрамления.



Рисунок 2. Разработанный ленточный орнамент, схема выполнения, вариант использования

На рисунке 3 представлена центрально-лучевая композиция с использованием цветочного орнамента, который можно использовать

для оформления различных рекламных носителей в качестве композиционного элемента.



Рисунок 3. Центральнo-лучевая композиция, использованная в визитке

На рисунке 4 изображен геометрический орнамент, образующий сетчатый рапорт. Этот орнамент чаще всего использовался в узорных тканях, отдельные виды его встречались и в орнаментации оконных переплетов. Подобный орнамент отлично используется в качестве фона для блокнота или любой другой печатной продукции.



Рисунок 4. Сплошной сетчатый рапорт, использованный в блокноте

Использование татарского орнамента в полиграфической продукции является очередным шагом в освещении многогранной татарской цивилизации и одновременно взглядом на культурное своеобразие народа с древнейшей историей и особой судьбой.

Литература

- 1 Валеев, Ф. Татарский народный орнамент / – Казань, 2002. – С. 46, 66,84.
- 2 Применение орнамента для декорирования визиток. (Электронный ресурс. Режим доступа: <http://ekologiya.net/?q=node/7893>, свободный)
- 3 Mardesign (Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.mardesign.ru/blog/30>, свободный).

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОГО МЕТОДА 3D ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ

Гурьянова Ю.Н., Сафина Л.А.

Казанский национальный исследовательский технологический
университет

На современном этапе развития человеческого общества активно развивается процесс разработки и внедрения во все сферы жизни человека информационных технологий, которые позволяют вместо жесткого механического контроля внедрить гибкое интеллектуальное управление, повысить производительность труда, увеличить объемы производства, снизить себестоимость изготовления изделий. Частным случаем подобного процесса являются развивающиеся программные продукты и научные направления в области проектирования одежды в 3D пространстве, которое даёт возможность использовать виртуальную среду для создания не только поверхности тела человека, но и объёмных моделей одежды [1].

При традиционном способе проектирования конструкций одежды проект модели одежды определяется эскизом или техническим рисунком, которые не несут информации о пространственной форме изделия. При помощи 3D проектирование создается трехмерная модель по фигуре конкретного человека. Для того чтобы получить плоскую развертку, на основе которой будут производиться лекала будущего изделия, на созданную форму наносятся модельные линии. Лекала определяют крой будущего изделия и являются результатом процесса дизайн-проектирования, предшествующего производству новых моделей одежды.

Метод 3D-проектирования является самым перспективным методом проектирования одежды, который имеет огромные преимущества перед любыми плоскостными методами, так как:

- позволяет корректировать изделие еще на стадии построения выкройки и отшивать точную копию модели, созданной дизайнером на эскизе;

- дает возможность провести виртуальную примерку и в случае необходимости изменить модель. [2]

На сегодняшний день при раскрое изделия в большинстве случаев пользуются плоскостными расчетно-графическими методиками, их великое множество, но суть одна. Специалист на бумаге, редко на компьютере строит чертеж основы изделия. Затем, при помощи приемов моделирования превращает основу в нужную модель. Либо пользуется готовыми стандартными выкройками, внося необходимые корректировки для конкретной фигуры. Суть такого построения сводится к тому, что берут плоский лист бумаги и при помощи вытачек повторяют далеко не плоское тело человека.

Любая плоскостная методика построения одежды - это достаточно сложный и трудоемкий способ, чтобы хорошо кроить на плоскости, нужен огромный опыт и знания особенностей построения для той или иной фигуры. Также в связи с отсутствием пространственной информативности возникают противоречия между художником и конструктором. Такой метод сегодня не актуален еще и в связи с усложнением конструкций дизайнерских моделей.

Метод 3D-конструирования, в отличие от плоскостного метода работает с точностью наоборот. Сначала строится трехмерная модель человека – манекен, который точно повторяет тело человека, а за тем эта модель разрезается на плоскую выкройку. При этом получается отличная посадка изделия по фигуре. Трехмерная модель строится по фотографиям или трехмерному скану модели.

Полученные фотографии заносятся в программу, которая позволяет плоское изображение, превратить в трехмерную модель. Таким образом, получается основа изделия, точно повторяющая тело человека[3].

Следующим этапом проводится виртуальная примерка, и вносятся необходимые корректировки по желанию дизайнера. Виртуальная примерка позволяет сократить время работы и отказаться от предварительного макета изделия. После внесения всех изменений, модель разворачивается на выкройки, которые распечатываются и идут в работу.

Изделия, изготовленные по методу 3D-проектирования одежды, на настоящей примерке корректируются очень не значительно и отлично сидят.

Данный метод дает возможность проектировать модели любой сложности, при этом затрачивая минимально количество времени и сил.

Литература

- 1 Киселева М.В., Гетманцева В.В. Этапы разработки 3D модуля проектирования декоративных элементов. // Научный журнал «Дизайн и технологии» № 9.,- М.: ИИЦ МГУДТ, 2008, с.56 - 60.
- 2 Киселева М.В. Разработка параметрического метода 3D моделирования женских поясных изделий / М.В. Киселева, Москва 2011 специальность ВАК РФ 05.19.04
- 3 Метод 3D проектирования одежды [Электронный ресурс].- Режим доступа: // modnoe-atelie.nethouse.ru/articles/1188/ свободный

УДК 391.7

СОЗДАНИЕ АВТОРСКОЙ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ ПОЛИМЕРНОЙ ГЛИНЫ

Иксанова Э.М., Тухбатуллина Л.М.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Авторская сувенирная продукция обладает рядом преимуществ перед серийной: неповторимость; возможность придания сувениру того или иного эмоционального оттенка; возможность максимально учесть характер аудитории, для которой предназначаются сувениры, что особенно важно при создании сувениров для целевой рекламной кампании, акции; возможность обыграть в изделии знак, логотип заказчика, учесть профиль и другие особенности фирмы [1].

Безусловно, такие сувениры стоят дороже традиционных, но применение гибких технологий позволяют свести разницу в цене практически только к стоимости креативной разработки и затратам на

изготовление примы-модели. Еще один недостаток — ограниченные тиражи. Ручной труд, присущий гибким и мало затратным технологиям, не позволяет без ущерба качества производить в сжатые сроки большое количество продукции. Зато небольшие тиражи гарантируют неповторимость сувенира. Есть несколько подходов в разработке и изготовлении авторских сувениров [2]. Многократное применение технологической оснастки при изготовлении серии различных авторских сувениров с использованием одного и того же изобразительного элемента всегда значительно снижает стоимость изделия [4].

Сувенирная продукция может изготавливаться из самых разнообразных материалов, начиная от бумаги и заканчивая различными видами металлов. Для создания сувенирной бижутерии, например женских серёжек, можно использовать полимерную глину, она же пластика. Эта глина широко используется в декоративно-прикладном искусстве. Она позволяет передать тонкие скульптурные детали, эффективно имитировать различные материалы и текстуры [4]. Процесс изготовления сувенирных женских серёжек из полимерной глины с нанесением изображения методом декупажа представлен в таблице 1.

Таблица 1. Алгоритм изготовления сувенирных женских серёжек

Изображение	Описание хода работы
	<p>Необходимо подготовить рабочее место, инструменты и материалы для дальнейшей работы. Понадобятся: глянцевая рабочая поверхность, полимерная глина, ножницы, канцелярский нож, скалка с твёрдой глянцевой поверхностью, миска с водой, металлическая форма для серёжек, заранее распечатанное изображение на гуммированной бумаге лазерным принтером, стеки для работы с глиной, аэрозольный глянцевый лак, шуруповёрт со сверлом, фольга, духовка, фурнитура: швензы и соединительные колечки для серёжек.</p>