

**ВЫСШЕЕ**  
**ОБРАЗОВАНИЕ**

50<sup>ЛЕТ</sup> КемГИК

С. В. Мелкова

# ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОСТЮМА

2-е издание

 **Юрайт**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО



С. В. Мелкова

# ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОСТЮМА

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ ВУЗОВ

2-е издание

*Утверждено на заседании кафедры дизайна КемГИК  
от 31.01.2019, протокол № 8*

*Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом факультета  
визуальных искусств КемГИК от 20.02.2019, протокол № 3*

**Книга доступна на образовательной платформе «Юрайт» [urait.ru](http://urait.ru),  
а также в мобильном приложении «Юрайт.Библиотека»**

Москва ■ Юрайт ■ 2021

УДК 74(075.8)  
ББК 30.2я73  
М47

**Автор:**

**Мелкова Светлана Васильевна** — кандидат технических наук, доцент кафедры дизайна факультета визуальных искусств Кемеровского государственного института культуры.

**Рецензент:**

**Елисеенков Г. С.** — профессор, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, заведующий кафедрой дизайна факультета визуальных искусств Кемеровского государственного института культуры.

**Мелкова, С. В.**

М47

Дизайн-проектирование костюма : учебное пособие для вузов / С. В. Мелкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021 ; Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры. — 91 с. : [50] с. цв. вкл. — (Высшее образование). — Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-534-14283-9 (Издательство Юрайт)

ISBN 978-5-8154-0487-8 (Кемеров. гос. ин-т культуры)

Проект «Университеты России» позволит высшим учебным заведениям нашей страны использовать в образовательном процессе издания (в том числе учебники и учебные пособия) по различным дисциплинам, подготовленные преподавателями лучших университетов России и впервые опубликованные в издательствах вузов. Все представленные в этой серии работы прошли экспертную оценку учебно-методического отдела издательства и публикуются в оригинальной редакции.

Учебное пособие дает целостное представление о понятии «фэшн-дизайн», охватывающем все сферы дизайна, связанные с модой. В пособии систематизированы теоретические сведения об этом новом направлении в структуре дизайн-проектирования. Особое внимание уделяется специфике графического изображения костюма в зависимости от вида проектируемого эскиза и этапа проектирования, а также в связи с необходимостью рекламы производимой продукции. Раскрывается роль цвета и цветовых гармоний в проектировании костюма.

Учебное пособие предназначено для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профили подготовки: «Графический дизайн», «Дизайн костюма».

УДК 74(075.8)

ББК 30.2я73

*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

ISBN 978-5-534-14283-9

(Издательство Юрайт)

ISBN 978-5-8154-0487-8

(Кемеров. гос. ин-т культуры)

© Мелкова С. В., 2019

© ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры», 2019

© ООО «Издательство Юрайт», 2021



Серия учебных изданий  
**КемГИК – подготовке кадров сферы культуры  
и искусства**

*Посвящается 50-летию со дня основания  
Кемеровского государственного института культуры*

Сегодня Кемеровский государственный институт культуры – ведущий вуз Министерства культуры РФ в Западной Сибири по подготовке специалистов высшей квалификации в области культурологии, социально-культурной деятельности, библиотечно-информационных технологий и информационной культуры личности, музыкального, хореографического, театрального, визуального искусства, арт-менеджмента, декоративно-прикладного искусства и народных промыслов, музеологии и охраны объектов культурного и природного наследия.

Вошедшие в состав юбилейной серии учебные издания отражают широкий спектр реализуемых вузом направлений образовательной деятельности. Учебные издания предназначены студентам, обучающимся по направлениям подготовки в сфере культуры и искусства, слушателям программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации, а также работникам учреждений культуры, дополнительного образования.

УДК 74(075.8)  
ББК 30.2я73  
М47

**Ответственный редактор серии:**

*Скипор И. Л.*, проректор по учебной работе КемГИК, кандидат педагогических наук, доцент

**Редакционный совет серии:**

*Шунков А. В.*, ректор КемГИК, доктор филологических наук, доцент;

*Гендина Н. И.*, директор НИИ информационных технологий социальной сферы КемГИК, доктор педагогических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ;

*Елисеенков Г. С.*, заведующий кафедрой дизайна, профессор, почетный работник высшего профессионального образования РФ;

*Миненко Г. Н.*, профессор кафедры культурологии, доктор культурологии, профессор;

*Пономарев В. Д.*, проректор по научной и творческой деятельности КемГИК, доктор педагогических наук, доцент;

*Проконова Н. Л.*, декан факультета режиссуры и актерского искусства, доктор культурологии, кандидат искусствоведения, доцент;

*Синельникова О. В.*, профессор кафедры музыковедения и музыкально-прикладного искусства, доктор искусствоведения, доцент



## ВВЕДЕНИЕ

Дизайн является относительно молодой, принципиально новой сферой творческой деятельности. Как самостоятельный вид профессиональной деятельности, едва насчитывающей столетнюю историю, дизайн сегодня признается универсальной метадисциплиной, как художественное проектирование не только предметов, среды, процессов и услуг, но и образа жизни.

В настоящее время значительно расширяются области применения дизайна. Так, например, появились понятия экодизайна и эргодизайна, футуродизайна и др. Существенное влияние на развитие дизайна оказали информационно-коммуникационные технологии, породившие компьютерный дизайн, web-дизайн и 3D-дизайн. Можно с уверенностью утверждать, что дизайн, как и любое иное направление творческой деятельности, никогда не останавливается на достигнутом уровне. У людей постоянно появляются новые идеи и новые потребности, поэтому дизайн находится в непрерывном развитии. С появлением новых видов дизайна происходит переосмысление его традиционных форм, направлений и процессов.

Одним из новых направлений в дизайне является фэшн-дизайн, распространяющийся на все сферы деятельности, порожаемые модой: это и дизайн костюма, и дизайн журналов мод, обложек журналов, и фэшн-иллюстрации, и фэшн-альбомы, и дизайн рекламы модных брендов и даже оформление модных магазинов.

Цель данного учебного пособия – дать целостное представление о фэшн-дизайне, систематизировать и упо-

рядочить разрозненные теоретические сведения об этом новом направлении дизайна.

Дизайнерская деятельность в проектировании костюма понимается как неотъемлемая составная часть общего процесса проектирования промышленных изделий. В связи с этим первая глава учебного пособия посвящена характеристике фэшн-дизайна в структуре проектирования.

Фэшн-дизайн требует профессиональных знаний как дизайна костюма (разработка фор-эскиза, творческого эскиза и др.), так и графического дизайна (разработка рекламно-графического эскиза для фэшн-альбома, плаката и др.). Поэтому вторая глава данного учебного пособия характеризует отличительные особенности графического изображения эскизов костюма различных видов, используемых при проектировании.

Поскольку цвет и цветовые гармонии являются одним из самых сильных средств эмоционального воздействия в costume, то, соответственно, третья глава учебного пособия посвящена цветовому проектированию костюма и характеризует основные закономерности построения гармоний цветовых сочетаний, используемые в практике художественного проектирования костюма.

Для усвоения учебного материала пособия основные теоретические позиции представлены в виде визуальных структурно-логических моделей, которые служат опорными элементами в познавательном процессе, обобщая и визуализируя сложные теоретические конструкты, их структуру, взаимосвязи и отношения.

Учебное пособие включает список литературы и предметный указатель, облегчающий поиск необходимых при изучении данного учебного курса терминов.

Пособие направлено на активизацию самостоятельной работы обучающихся. С этой целью каждая глава сопровождается контрольными вопросами, а в конце второй и третьей глав приводятся также практические задания.

Особое место в данном учебном пособии занимают приложения, содержащие иллюстративные материалы. В состав иллюстраций вошли работы российских и китайских студентов кафедры дизайна КемГИК, выполненные в ходе подготовки проектов под руководством автора данного учебного пособия С. В. Мелковой.

Учебное пособие предназначено, в первую очередь, для обучающихся по направлению 54.03.01 «Дизайн», профиль подготовки «Графический дизайн», для освоения образовательной программы по дисциплине «Проектирование». Материалы учебного пособия могут быть также использованы при освоении образовательной программы по профилю подготовки «Дизайн костюма».



## ГЛАВА 1. ФЭШН-ДИЗАЙН В СТРУКТУРЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

### 1.1. Этапы проектирования

Проектирование новых модных форм одежды, как и любой другой вид проектирования, включает в себя все этапы разработки от идеи до готового изделия.

*Проектирование – это комплекс работ по созданию нового образца изделия, включающий: предпроектные исследования, создание эскизов моделей, чертежей конструкций, изготовление образцов.*

Проектирование всех промышленных изделий осуществляется по стадиям, определенным ГОСТ 2.103-2013 «Единая система конструкторской документации. Стадии разработки». Стадии разработки определяют последовательность и этапы выполнения основных работ по созданию нового изделия: предпроектные исследования, техническое задание, техническое предложение, эскизный проект, технический проект, разработка конструкторской документации. Рассмотрим особенности этапов проектирования новой модели костюма (рис. 1).

#### Этапы проектирования

##### *Предпроектные исследования*

Цель предпроектных исследований – сбор и конкретизация информации, необходимой для проектирования костюма в соответствии с заданием, то есть установление:

- назначения (сезонного, ситуационного, половозрастного, типоразмероростовочного и т. п.);

- условий эксплуатации (климатическая зона, город, село и др.);
- модных тенденций;
- потребительских предпочтений (с помощью анкетного опроса);
- информации о насыщении рынка проектируемым товаром, деятельности конкурентов, качестве изделий-аналогов;
- возможностей предприятия (мощность производства, уровень механизации и т. п.).

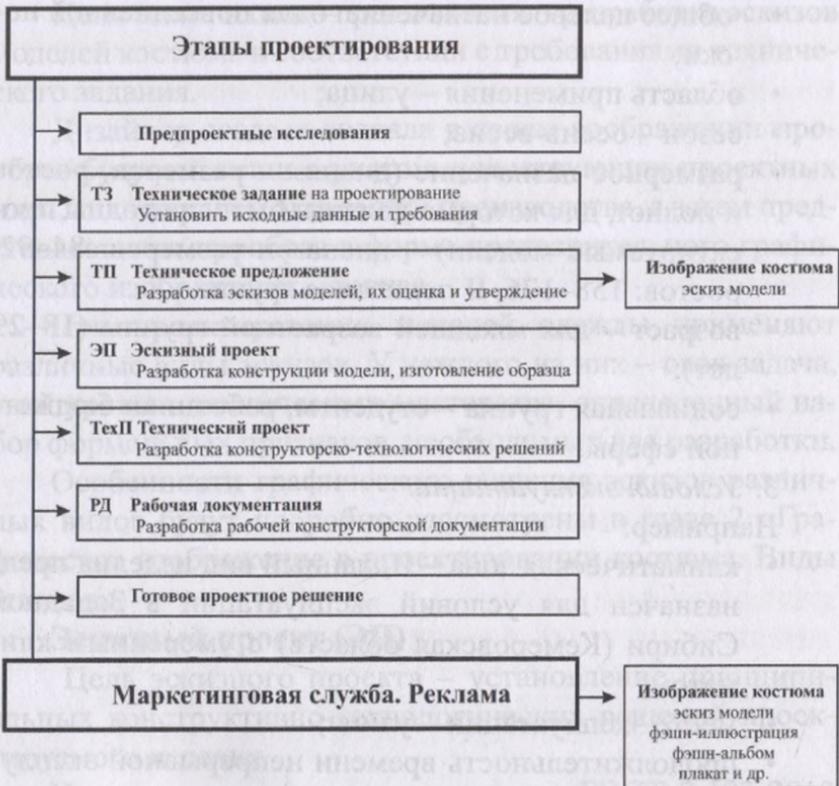


Рисунок 1. Этапы проектирования новой модели костюма

### Техническое задание (ТЗ)

Цель технического задания – установить исходные данные и требования для проектирования новой модели.

Техническое задание выполняется с учетом результатов предпроектных исследований.

*Позиции технического задания* включают в себя:

#### 1. Наименование изделия.

Например, полупальто женское демисезонное.

#### 2. Назначение изделия.

Например:

- общее целевое назначение – для повседневной носки;
- область применения – улица;
- сезон – осень-весна;
- размерное назначение (диапазон размеров, ростов и полнот, для которых должны быть пригодны проектируемые модели) – диапазон размеров: 84–92, ростов: 158–176, II полнотная группа.
- возраст – для младшей возрастной группы (18–29 лет);
- социальная группа – студенты, работники бюджетной сферы.

#### 3. Условия эксплуатации.

Например:

- климатическая зона – II, данный вид изделия предназначен для условий эксплуатации в Западной Сибири (Кемеровская область) с умеренным климатом;
- место эксплуатации – улица;
- продолжительность времени непрерывной эксплуатации – от 2 до 5 часов;
- срок эксплуатации – 2–3 сезона;

• условия ухода и хранения – рекомендуется ручная или деликатная стирка, хранить в подвешенном состоянии.

#### 4. *Функции изделия.*

Например, защитная (от факторов физической среды) и эстетическая.

#### 5. *Требования к изделию.*

Например, теплозащитные, надежность, эстетические, экономические.

### **Техническое предложение (ТП)**

Цель технического предложения – разработка эскизов моделей костюма в соответствии с требованиями технического задания.

Дизайнер создает сначала в своем воображении прообраз будущей вещи с учетом существующих проектных идей, технологии и экономики производства, а затем представляет этот прообраз в форме предварительного графического изображения – эскиза.

При проектировании моделей одежды применяют различные виды эскизов. У каждого из них – своя задача, свой уровень технического мастерства, определенный набор формальных признаков, необходимых для разработки.

Особенности графического решения эскизов различных видов будут подробно рассмотрены в главе 2 «Графическое изображение в проектировании костюма. Виды эскизов».

### **Эскизный проект (ЭП)**

Цель эскизного проекта – установление принципиальных конструктивно-технологических решений проектируемого изделия.

Под эскизным проектом, согласно ГОСТ 2.103-2013 «Единая система конструкторской документации. Стадии

разработки», понимается совокупность конструкторских документов, которые должны содержать принципиальные конструктивные решения, дающие общее представление об устройстве и принципе работы изделия, а также данные, определяющие его основные параметры.

### **Технический проект (ТехП)**

Цель технического проекта – выявление окончательных конструктивно-технологических решений конструкции базовой модели, обеспечивающих получение рационального экономического и социального эффекта от принятых проектных решений.

Под техническим проектом понимается совокупность конструкторских документов, которые должны содержать окончательные технические решения, дающие полное представление об устройстве разрабатываемого изделия, и исходные данные для разработки рабочей документации. Технический проект после утверждения служит основанием для разработки рабочей документации.

### **Рабочая документация (РД)**

Заключительным моментом разработки новой модели изделия является изготовление рабочей документации.

К разработке рабочей документации можно отнести:

- оформление технического описания модели;
- разработку комплекта лекал.

Техническое описание модели состоит из большого количества форм, которые заполняются разными исполнителями (художник, конструктор, технолог) по мере проработки модели.

Техническое описание включает:

- зарисовку и описание художественно-технического оформления образца модели;
- спецификацию материалов и фурнитуры;

- спецификацию деталей;
- таблицу измерений изделия в готовом виде и лекал;
- конфекционную карту.

### **Маркетинговая служба. Реклама**

Необходимым звеном работы предприятий является маркетинговая деятельность. Именно маркетинг обеспечивает продвижение изделий на рынке и сбыт производимой продукции, что является залогом успешного функционирования предприятия. От эффективности маркетинговой деятельности напрямую зависит эффективность работы всего предприятия.

Реклама является важнейшим элементом маркетинговой деятельности предприятия.

Основными источниками рекламы одежды, в которых применяется изображение костюма, являются: журналы, плакаты, фэшн-альбомы и др.

Специфика создания новых моделей одежды заключается в том, что процесс проектирования включает художественное и инженерное проектирование (рис. 2).

Основная задача, решаемая дизайнером, заключается в согласованности внешней, воспринимаемой визуально формы (всех композиционных решений), с внутренней структурой изделия, его функцией и назначением, обликом потребителя и окружающей средой. Форма, цвет, материалы, отделка и другие признаки модели своим эстетическим совершенством должны доставлять человеку эмоциональное удовлетворение.

*Художественное проектирование костюма – это поиск и предметное выражение художественного образа будущего изделия в виде стилизованного рисунка, выполненного в манере рисования, присущей данному дизайнеру.*



Рисунок 2. Художественное и инженерное проектирование

**Инженерное проектирование** – это поиск в материале объемной формы будущего изделия по его эскизу.

На этом этапе решаются задачи выбора рациональной конструкции. Разработанная конструкция должна обеспечить хорошую посадку изделия на фигуре человека, удоб-

ство и надежность в эксплуатации, комфортные условия для жизнедеятельности организма, экономичность в производстве и др.

Далее будут рассмотрены особенности художественного проектирования моделей одежды: от создания первоначального образа будущей вещи до рекламного образа уже готового изделия.

## 1.2. Фэшн-дизайн как вид дизайна

Проектирование костюма является неотъемлемой частью современного процесса проектирования промышленных изделий, различающихся по внешнему виду, качеству, цене.

**Проектирование** (от лат. *projectus* – «брошенный вперед») – это процесс разработки предполагаемого объекта от идеи до готового изделия.

**Одежда** – это совокупность предметов (из ткани, меха и т. п.), которыми человек покрывает своё тело для того, чтобы защититься от негативного воздействия внешней среды, а также для соблюдения моральных норм, существующих в обществе.

**Костюм** (от фр. *costume* – «обычай, нравы») – это:

- в широком смысле – одежда, обувь, прическа, косметика, головной убор, перчатки, украшения и др. как определенная система предметов и элементов одежды, объединенных единым замыслом и назначением. Отражает социальную, национальную, региональную принадлежность человека, его пол, возраст, профессию;

- в узком смысле – комплект, состоящий из пиджака (жакета) и брюк (юбки), а также жилета, как вид деловой одежды.

Совокупность предметов одежды с обувью и различными дополнениями составляет костюм в широком смысле понимания этого термина.

Проектирование костюма включает все виды деятельности, необходимые для его разработки:

- эскизирование (разработка эскиза модели);
- конструирование (разработка чертежа модели);
- технология (разработка конструкции узлов и соединений);
- подбор материалов;
- раскрой изделия;
- создание образца изделия.

Дизайнерская деятельность в проектировании костюма понимается как неотъемлемая, составная часть общего процесса проектирования промышленных изделий, обеспечивающая удобство пользования костюмом, его максимальное соответствие условиям эксплуатации, окружающей среде, создание гармоничной целостности формы, высокие эстетические качества.

*Дизайн (от англ. design – «рисунки, чертежи, замысел») – это творческая проектная деятельность, целью которой является создание гармоничной предметной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека.*

*Дизайн костюма – одно из направлений дизайнерской деятельности, целью которого является проектирование одежды как одного из элементов предметной среды, удовлетворяющей соответствующие материальные и духовные потребности человека.*

Дизайн всегда направлен на совершенствование уже существующего предметного мира.

Дизайн является относительно молодой, принципиально новой сферой творческой деятельности. Его появление и формирование связано с индустриализацией общества, с развитием промышленного способа изготовления вещей и массовым потреблением. Предпосылки для возникновения дизайна зародились в эпоху перехода от ручного труда к машинному производству в конце XIX в. Именно в это время возникла необходимость помощи конструктору, проектирующему утилитарные качества предмета, со стороны художника, определяющего эстетическую выразительность производимого изделия. Постепенно произошло объединение профессиональных качеств конструктора и художника в лице дизайнера, представителя новой профессии, инженера-проектировщика с художественной подготовкой. Дизайн, таким образом, явился результатом расширения сферы прикладного искусства и его развития на промышленной основе, результатом проникновения эстетики в технику, вторжения художника в производство.

---

### ☀ **Исторический факт**

*Дизайн как компоновочная деятельность берет отсчет от действий первобытного человека, впервые столкнувшегося с понятиями удобства орудий труда, вопросами повышения производительности, компоновки предметов, первых намеков на эргономику предметов.*

*Несмотря на то, что в профессиональной литературе до сих пор не прекращаются споры о точных временных границах появления дизайна, специалисты отмечают следующие важные хронологические вехи в возникновении и развитии дизайна:*

*1. Середина XIX в. – начало истории дизайна как проектно-художественной деятельности, обусловленной*

развитием индустриального производства, создавшего потребности в новой профессии.

2. Конец XIX в. – возникновение известного английского «Движения искусств и ремёсел», возглавленного Уильямом Моррисом, когда были сформированы главные положения теории и творческие принципы дизайна, повлиявшие на школы и направления более поздних лет. Дизайн как связь искусств и ремёсел.

3. Начало XX в. – осмысление дизайна как художественно-промышленной деятельности. Период, в который некоторые художники заняли ведущие посты в ряде отраслей промышленности и получили возможность не только формировать фирменный стиль предприятий, но и влиять на политику выпуска электротехнических приборов, автомобилей, радиоаппаратуры и т. п. Например, деятельность одного из основоположников современной промышленной архитектуры и дизайна, немецкого архитектора и художника-конструктора Петера Беренса (Peter Behrens, 1868–1940) в компании AEG и американской автомобильной фирме «Форд»).

4. 20-е гг. XX в. – появление первых дипломированных специалистов в сфере дизайна в результате деятельности специальных учебных заведений, создания первых школ и методик преподавания дизайна. Например, в 1919 г. в Веймаре (Германия) был создан «Баухауз» (нем. Bauhaus – «дом строительства»), высшая школа строительства и художественного конструирования, мастерская-институт для подготовки современных художников-конструкторов широкого профиля. В 1920 г. в СССР были основаны Высшие художественно-технические мастерские, сокращенно – ВХУТЕМАС (г. Москва). Во ВХУТЕМАСе имелись

художественный и производственный факультеты; велась подготовка художников-станковистов и архитекторов и были заложены основы подготовки дизайнеров.

5. Начало 1930-х гг., со времени выхода США из великого экономического кризиса, – становление дизайна как профессии, в зависимости от его реального вхождения в жизнь: непосредственно в производство, торговлю.

Целью дизайна является разработка удобных и красивых вещей, целостной предметной среды, в которой существует человек, художественное оформление продукции в соответствии с требованиями господствующей моды на основе научных знаний и технических достижений. Дизайн в наше время – значимая, развитая и теоретически осмысленная сфера художественной деятельности человека. Продуктом его является предметный мир, создаваемый людьми средствами индустриальной техники по законам красоты и функциональности. Дизайн принадлежит одновременно к области создания и материальных, и духовных ценностей, решая в совокупности и практические, и художественные задачи. Объектами дизайна могут быть различные окружающие человека вещи (мебель, утварь, орудия труда, оружие, машины, одежда, украшения и т. д.).

**В составе современного дизайна выделяют четыре типа:**

1. Предметный дизайн.
2. Коммуникативный дизайн.
3. Средовой дизайн.
4. Личностно-имиджевый дизайн.

### **Виды предметного дизайна:**

1. Инженерный дизайн, который определяется как художественное проектирование сложных инженерных объектов, комплексов, систем (например, телебашни, промышленные установки, сложные парковые аттракционы и т. п.).

2. Промышленный дизайн – художественное проектирование предметов потребления, изготавливаемых промышленным способом (автомобили, бытовая техника, мебель и т. п.).

### **Разновидности промышленного дизайна:**

- дизайн мебели;
- дизайн костюма;
- дизайн текстиля;
- дизайн аксессуаров;
- дизайн средств транспорта и т. п.

### **Виды коммуникативного дизайна:**

- графический дизайн;
- эксподизайн;
- web-дизайн;
- сценический дизайн для презентаций;
- телевизионный дизайн;
- мультимедийный и анимационный дизайн.

### **Виды средового дизайна:**

- ландшафтный дизайн;
- фитодизайн;
- дизайн экстерьеров;
- дизайн интерьеров;
- дизайн малых архитектурных форм;
- световой дизайн.

**Виды лично-имиджевого дизайна:**

- дизайн прически;
- макияж;
- боди-арт и др.

Типы и виды дизайна представлены на рис. 3.

Костюм является объектом предметной среды, которая окружает человека. Поэтому костюм всегда находится в тесном взаимодействии с другими объектами и субъектами окружающего нас предметного мира.

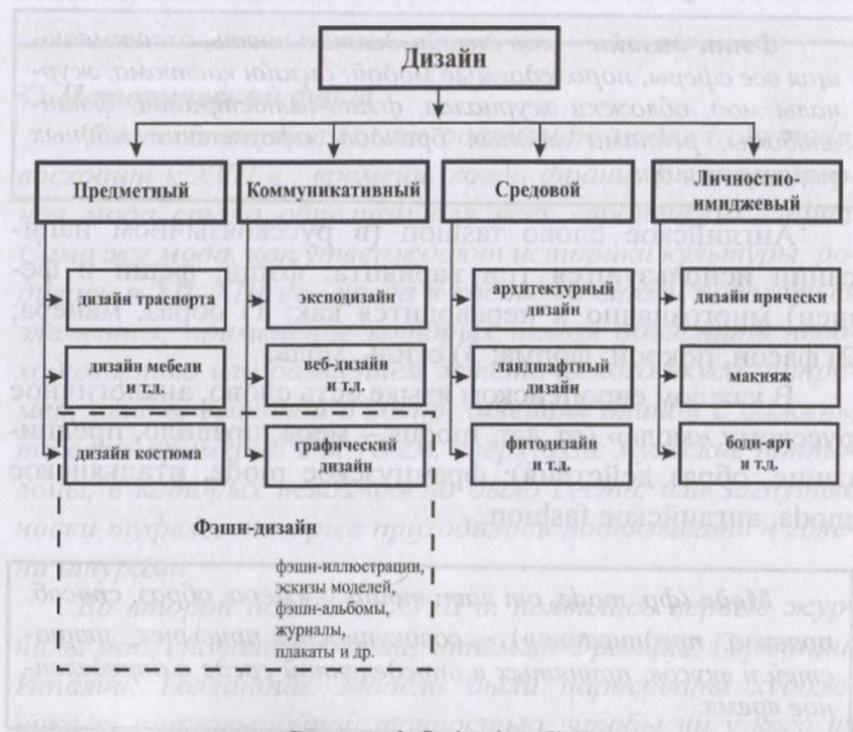


Рисунок 3. Виды дизайна

В настоящее время широко используется термин «фэшн-дизайн».

Понятие «фэшн-дизайн» является очень емким, широким понятием, потому что распространяется на все сферы деятельности, связанные с модой: это и дизайн костюма, и журналы мод, обложки журналов, фэшн-иллюстрации, фэшн-альбомы, реклама модных брендов и даже оформление модных магазинов. Таким образом, фэшн-дизайн требует профессиональных знаний как дизайнера костюма (разработка фор-эскиза, творческого эскиза и др.), так и графического дизайнера (разработка рекламно-графического эскиза для фэшн-альбома, плаката и др.)

***Фэшн-дизайн** – это дизайн-деятельность, охватывающая все сферы, порождаемые модой: дизайн костюма, журналы мод, обложки журналов, фэшн-иллюстрации, фэшн-альбомы, реклама модных брендов, оформление модных магазинов и др.*

Английское слово fashion (в русскоязычном написании используются три варианта: фэшн, фешн и фешен) многозначно и переводится как: 1) образ, манера; 2) фасон, покрой; форма; 3) стиль, мода.

В каждом европейском языке есть слово, аналогичное русскому «мода» (от лат. *modus* – мера, правило, предписание, образ действия): французское *mode*, итальянское *moda*, английское *fashion*.

***Мода** (фр. *mode*, от лат. *modus* – «мера, образ, способ, правило, предписание») – совокупность привычек, ценностей и вкусов, принятых в определенной среде в определенное время.*

В широком смысле, мода – это кратковременное господство определенных вкусов в обществе, в том числе в манере одеваться. Под термином «мода» подразумевается

постоянное стремление к изменению всех форм проявления культуры, но обычно имеют в виду одежду.

Мода является универсальным механизмом постоянного обновления общественной жизни, действующим на основе утверждения нового в жизни общества. У людей возникает необходимость обращения к наиболее популярным и утвержденным в обществе образцам одежды для смены внешнего вида и преобразования себя согласно эстетическим идеалам.

---

### ☀ Исторический факт

*Словосочетание «быть одетым по моде» (a la mode) восходит к XVII в., времени, когда французская придворная мода стала образцом для всех европейских стран. Сама же мода, как утверждают историки культуры, родилась в XII–XIII вв., когда в costume стали появляться элементы, применение которых нельзя объяснить необходимостью или развитием эстетического вкуса: например, шляпы высотой в метр, шлейфы длиной с сажень, то есть примерно 2 м 16 см, сверхузкие мужские панталоны, в которых невозможно было сесть, или загнутые носки туфель, которые приходилось подвязывать к голени шнурами.*

*Во второй половине XVIII в. появились первые журналы мод, сначала в Англии, затем во Франции, Германии, Италии, Голландии. Модели были нарисованы художниками с чрезвычайной точностью, чтобы ни у кого из читателей не возникло вопросов относительно количества бантов или воланов, характера ткани или узора кружев. Журналы стали не только источником информации*

о моде, они способствовали воспитанию вкуса, пропагандировали культуру одежды и умение носить костюм. Художники становились известными, приобретали имя законодателей мод.

Родоначальником такого понятия, как «Высокая мода», или «от кутюр» (франц. *haute couture* – буквально «высокое шитье»), считается французский модельер английского происхождения Чарльз Фредерик Ворт (*Charles Frederick Worth*) (1825–1895), основатель дома моды *House of Worth*. В 1868 г. Вортом был создан Синдикат Высокой моды (фр. *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*) – парижская организация, объединяющая Модные дома, существующая до сих пор. Соответственно, «кутюрье» (франц. *couturier* – портной) стали называть модельеров очень высокого класса, определяющих стиль в моде и создающих высокохудожественные модели одежды и аксессуары к ней.

В начале XX в. в мире моды появился целый ряд выдающихся кутюрье, изменивших представление о манере одеваться, таких, как французские модельеры Коко Шанель (*Coco Chanel*) (1883–1971) и родившаяся в Риме, но создававшая свои коллекции одежды в Париже Эльза Скиапарелли (*Elsa Schiaparelli*) (1890–1973) и др.

---

В последние годы в русском языке слово «фэшн» часто используется как часть составных слов, таких как фэшн-дизайнер (модельер), фэшн-перформанс (показ мод), фэшн-шоу (демонстрация модной одежды и аксессуаров), фэшн-индустрия (производство модной одежды) и множество других.

Обучение фэшн-дизайну затрагивает, в первую очередь, профессиональные аспекты эскиза модели и техники графического дизайна. В связи с этим, в данном учебном пособии будут рассмотрены отличительные особенности графического изображения эскизов костюма различных видов (см. главу 2 «Графическое изображение в проектировании костюма. Виды эскизов»).

▼ **Контрольные вопросы к главе 1:**

1. Что понимается под проектированием костюма?
2. Каковы основные этапы проектирования?
3. Что понимается под художественным проектированием костюма?
4. В чем заключается разница между художественным и инженерным проектированием костюма?
5. На каком этапе проектирования разрабатывается эскиз костюма?
6. Что понимается под термином «дизайн»?
7. С чем связано появление и формирование дизайна?
8. Что понимается под термином «фэшн-дизайн»?
9. Какие значения имеет термин «мода»?
10. Каким образом фэшн-дизайн связан с графическим дизайном?
11. Каким образом фэшн-дизайн связан с дизайном костюма?

## ГЛАВА 2. ГРАФИЧЕСКОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ КОСТЮМА. ВИДЫ ЭСКИЗОВ

С графического изображения костюма начинается проектирование новых модных форм одежды.

***Графическое изображение** – это любое изображение костюма, выполненные графическими средствами ручным (карандашом, тушью и т. п.) или машинным (компьютерная графика) способами, которые несут в себе разнообразную информацию (техническую, технологическую и т. п.).*

Основными графическими изображениями костюма в процессе проектирования новых модных форм одежды являются эскиз и чертеж.

***Эскиз** (от фр. *esquisse* – «эскиз, набросок») – предварительный набросок, фиксирующий замысел новой формы одежды или отдельной его части.*

***Чертеж** – это графическое изображение костюма, выполненное в определенном масштабе, с указанием линейных и угловых размеров, взаимного расположения элементов и деталей.*

На этапе эскизирования дизайнер применяет выразительные графические средства изображения.

***Эскизирование** – это графический этап работы дизайнера над проектированием новой модной формы одежды.*

В случае графического изображения костюма – это не просто совокупность графических средств. Особенность заключается в том, что свойства каждого графического средства могут передавать разные качественные характеристики в зависимости от замысла, идеи, требований конкретной моды.

*Графические средства изображения – это средства, с помощью которых создаются изображения: точки, линии, пятна.*

Таким образом, графическое изображение костюма зависит от вида проектируемого эскиза. В связи с этим возникает необходимость понимания специфических задач различных видов эскиза костюма, каждый из которых имеет свои особенности, отвечает тем или иным целевым установкам профессиональной деятельности на различных этапах проектирования: эскизирование, конструирование или же реклама производимой продукции.

У каждого вида эскиза своя задача, свой уровень технического мастерства, определенный набор формальных признаков, необходимых для разработки.

Качественная проработка эскизов различных видов с учетом необходимых требований позволяет избежать недопонимания между дизайнерами, конструкторами, производителями и потребителями.

В зависимости от цели, стоящей перед дизайнером, проектируют следующие виды эскизов костюма:

- фор-эскиз;
- творческий эскиз;

- технический эскиз;
- рекламно-графический эскиз.

**Фор-эскиз** (предварительный эскиз) – это предварительный рисунок будущей формы костюма с приблизительным изображением ее основных признаков. Главное в разработке фор-эскиза – создание образа проектируемой модели.

**Творческий эскиз** (художественный эскиз) – это изображение модели с детальной прорисовкой. В творческом эскизе должна быть показана не только общая форма одежды, но и отдельные его элементы. В эскизе намечается конструкция формы, общее цветовое решение. Главное в разработке творческого эскиза – изображение деталей и элементов проектируемой модели.

**Технический эскиз** (рабочий эскиз) – это рисунок-схема, точно передающий силуэт, пропорции, конструктивное решение и детали. Этот эскиз ориентирован на ту или иную пластику материала, из которого должна быть выполнена задуманная форма костюма. Главное в разработке технического эскиза – показать конструкцию костюма.

**Рекламно-графический эскиз** создается с целью привлечения внимания потенциальных потребителей. Этот эскиз не несет никакой технической информации, в отличие от вышеуказанных видов эскизов. Рекламно-графический эскиз используется в журналах, плакатах, каталогах, брошюрах, книгах и рекламных материалах. Главное в разработке рекламно-графического эскиза – оригинальность изображения костюма и выразительность эскиза.

Графическая разработка любого вида эскиза предполагает знание особенностей представления пропорций, специфики стилизации и характерных поз при изображении костюма.

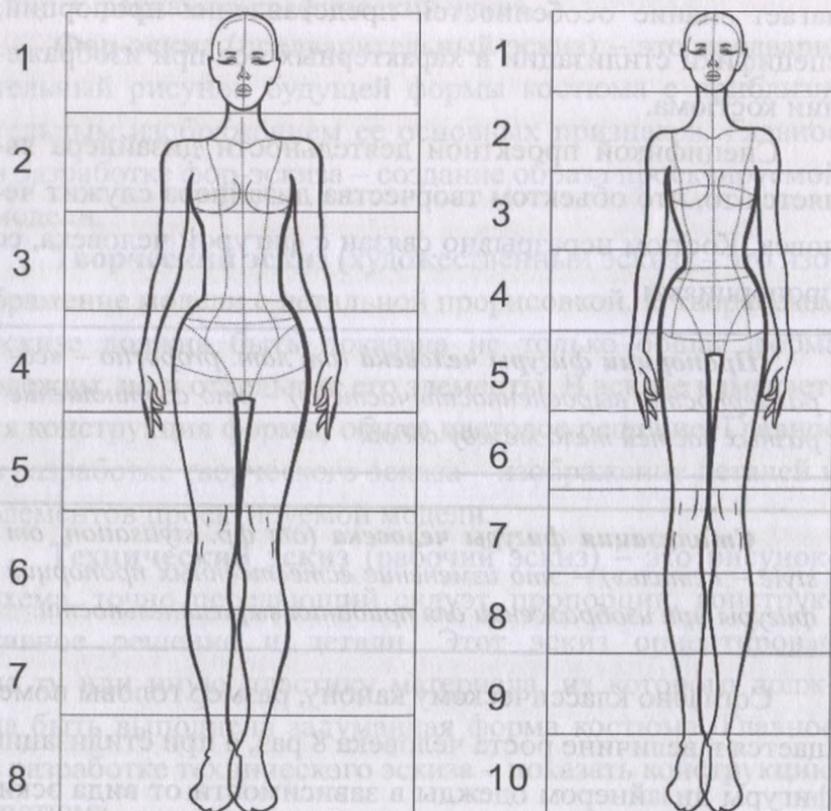
Спецификой проектной деятельности дизайнера является то, что объектом творчества дизайнера служит человек. Костюм неразрывно связан с фигурой человека, ее пропорциями.

**Пропорции фигуры человека** (от лат. *proportio* – «со-размерность, выровненность частей») – это соотношение разных частей тела между собой.

**Стилизация фигуры человека** (от фр. *stylisation*, от *style* – «стиль») – это изменение естественных пропорций фигуры при изображении для придания выразительности.

Согласно классическому канону, размер головы помещается в величине роста человека 8 раз, а при стилизации фигуры дизайнером одежды в зависимости от вида эскиза – до 10–12 раз (возможно даже больше, например, для фор-эскиза с целью создания необходимого образа).

В фэшн-дизайне изменение размеров тела человека осуществляется неравномерно. Длина ног по отношению к торсу увеличивается, размеры торса и головы уменьшаются. Изменения также касаются размерных признаков, например, уменьшаются ширина шеи, талии, бедер (рис. 4).



*Рисунок 4. Изменение пропорций фигуры человека в фэшн-дизайне*

Для фэшн-дизайна, в целом, характерно использование преувеличенно изогнутых поз (рис. 5, 6). Однако для каждого вида эскиза (фор-эскиз, творческий эскиз, технический эскиз, рекламно-графический эскиз) рекомендуются свои позы (см. далее разделы главы 2).

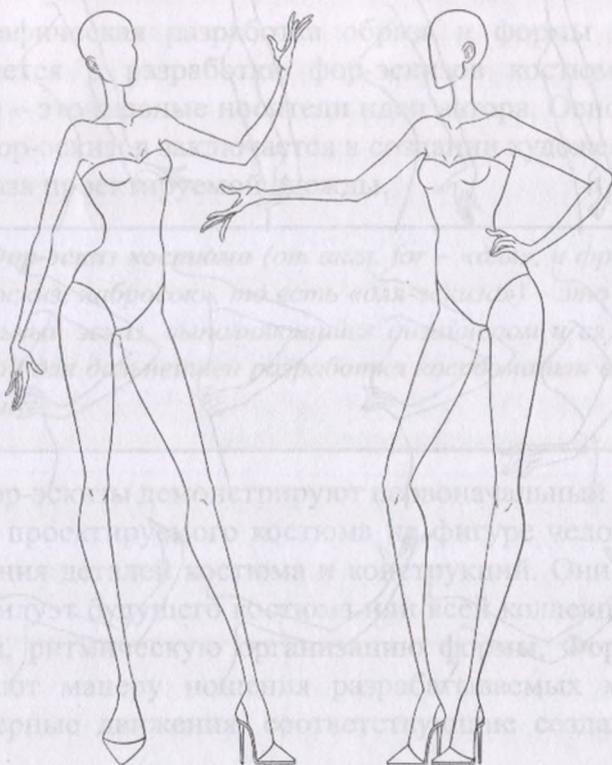


Рисунок 5. Позы человека для фэшн-дизайна

**Поза** (от фр. *pose* – «класть, ставить») – это положение, принимаемое человеческим телом, положение тела, головы и конечностей по отношению друг к другу.

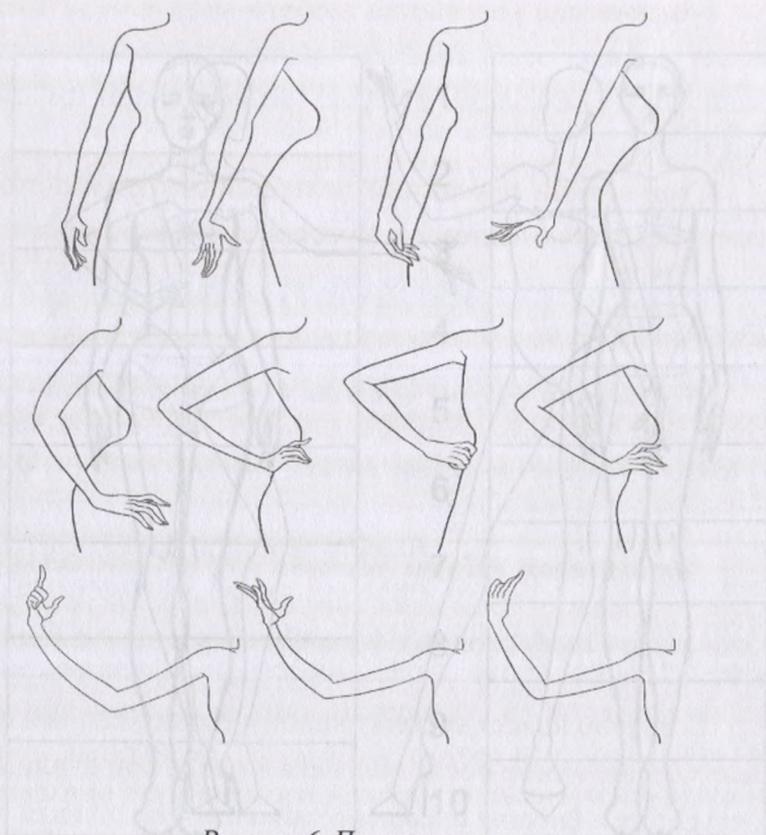


Рисунок 6. Положения рук

Рисунок 4. Изменения пропорций фигуры человека

Каждый вид эскиза решает при проектировании костюма определенную задачу и обладает своими особенностями. В данной главе далее будут рассмотрены отличительные особенности графического изображения каждого вида эскиза, такие как: пропорции фигуры, степень стилизации, поза фигуры, графические средства изображения, графические материалы.

## 2.1. Разработка фор-эскиза

Графическая разработка образа и формы костюма начинается с разработки фор-эскизов костюма. Фор-эскизы – это главные носители идеи автора. Основная задача фор-эскизов заключается в создании художественного образа проектируемой одежды.

*Фор-эскиз костюма (от англ. for – «для», и фр. esquisse – «эскиз, набросок», то есть «для-эскиза») – это предварительный эскиз, выполняющийся дизайнером и служащий основой для дальнейшей разработки костюма или всей коллекции.*

Фор-эскизы демонстрируют первоначальный замысел образа проектируемого костюма на фигуре человека без уточнения деталей костюма и конструкций. Они определяют силуэт будущего костюма или всей коллекции, пропорции, ритмическую организацию формы. Фор-эскизы отражают манеру ношения разрабатываемых моделей, характерные движения, соответствующие создаваемому образу.

Кроме условного изображения самого костюма, для фор-эскиза характерна высокая стилизация фигуры человека.

**Пропорции.** Фор-эскизу присуще значительное изменение естественных пропорций фигуры с целью создания более выразительного образа модели.

При создании фор-эскиза размер головы уменьшается и помещается в величине роста человека не 8 раз (классический канон), а до 10–12 раз (возможно даже больше для создания необходимого образа).

Меняются размеры тела человека. Длина ног увеличивается, размеры торса и головы уменьшаются, как и ширина шеи, талии, бедер.

**Стилизация.** Для фор-эскиза характерна высокая стилизация головы, рук и ног. Например, голова может быть представлена просто овалом, руки и ноги – несколькими тонкими линиями. Руки и кисти должны иметь размеры, установленные по отношению к телу, но стилизация эскиза позволяет исказить их размеры (а точнее – удлинить), однако они должны гармонично вписываться в облик модели. Ноги выполняются волнообразным контуром. При скрещивании ног длина их увеличивается (в противном случае они покажутся короткими).

*Стилизация (от фр. stylisation, от style – «стиль») – это обобщение и упрощение изображаемых фигур с целью усиления декоративности, приведение их в удобную форму или форму, приближающуюся к модному идеалу.*

**Поза.** Поза фигуры должна соответствовать стилю костюма, разрабатываемому образу и выгодно преподносить костюм. Например, в одежде для молодежи модель должна выглядеть динамичной, иметь более неформальные позы.

В эскизном проектировании костюма, в зависимости от разных графических приемов изображения, выделяют фор-эскизы двух типов:

- 1) фор-эскиз первого типа: быстрые зарисовки образов в черно-белом (рис. 7) или цветном решении (Приложение 1, рис. 1.1);
- 2) фор-эскиз второго типа: длительные рисунки образов в цветном решении (Приложение 1, рис. 1.2).

**Фор-эскиз костюма первого типа** представляет собой быстрый, лаконичный рисунок первоначального замысла без проработки и уточнения элементов формы будущего костюма. Правильно выполненный фор-эскиз передает эмоциональное состояние автора, побудившее его к работе над выбранной темой, энергию и зачастую движение.



Рисунок 7. Фор-эскиз первого типа (черно-белое решение, материал: линер), студенческая работа, Чубарова Л., 4-й курс

Поэтому создание фор-эскизов – самый чувственный, эмоционально напряженный и непосредственный этап эскизной работы, требующий от дизайнера творческого, художественного мышления.

**Графические средства изображения.** Фор-эскиз костюма первого типа может быть выполнен только одной линией, линией и пятном, в живописной манере или с применением нескольких приемов – в зависимости от того, на что делает акцент автор.

**Графические материалы.** Фор-эскиз костюма первого типа может быть выполнен в черно-белом решении: тушью, шариковой или гелевой ручкой, линером, маркером, а также в цвете: акварелью, гуашью, цветными карандашами, маркерами, пастелью.

**Фор-эскиз костюма второго типа** представляет собой рисунок длительной проработки на базе творческого источника, в качестве которого могут быть любые объекты, произведения архитектуры, инженерные сооружения, предметы быта, живопись, природа и многое другое.

---

### ☀ **Меткие наблюдения**

*Известный французский модельер Кристиан Диор (1905–1957), основатель модного дома Christian Dior, признавался: «Собственно, все, что я знаю, вижу или слышу, все в моем существовании превращается в платья».*

---

Создание фор-эскиза на базе определенного источника творчества – это поиск новых форм костюма с помощью трансформации выбранного источника творчества.

**Трансформация** (от ново-лат. *trans* – «через», и *formatio* – «образование вида») – это изменение, преобразование каких-либо уже существующих форм, объектов в новые, ранее не существовавшие.

Разработка данного фор-эскиза заключается не в «дословном» копировании, а в интерпретации творческого источника в контексте проектируемого образа и тенденций моды. Из источника творчества может заимствоваться силуэт, основные объемы, ритмические организации, цвет, масса, пластика линий и др. (Приложение 1, рис. 1.3–1.4). Цветовое проектирование костюма может осуществляться также на основе гармоничного сочетания цветов, которое будет рассмотрено в главе 3 данного пособия «Цвет в проектировании костюма. Цветовые гармонии».

**Графические средства изображения.** Выбор графических приемов и средств зависит от темы и концепции проектируемого объекта. Все это требует тщательного подхода, использования законов композиции (ритма, подчинения элементов и т. п.). Такой эскиз может содержать цвет, тени и все то, что позволяет сделать проект более привлекательным в визуальной подаче. Выбор графических средств диктует изображаемая модель.

**Графические материалы.** Фор-эскиз костюма второго типа выполняется в цвете: акварелью, гуашью, маркерами. В настоящее время широко применяется компьютерная графика (графические редакторы: CorelDRAW, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Paint Tool SAI).

Фор-эскизы служат основой дальнейшей работы по воплощению авторских идей, они предваряют собой следующий этап эскизирования – работу по созданию творческих эскизов.

### 2.2. Разработка творческого эскиза

После завершения первого этапа эскизирования – разработки фор-эскиза – дизайнер приступает к созданию творческого эскиза.

В творческом эскизе первоначальные замыслы автора уточняются, конкретизируются, развиваются по пути дальнейшего совершенствования и отработки формы и деталей костюма. Это проработанный и продуманный эскиз, в котором намечаются: конструктивное решение модели (покрой, членения, детали), общее цветовое решение, декор и отделка, а также функциональная направленность модели (нарядная, повседневная, для отдыха и др.). В творческом эскизе показывается не только сам костюм, аксессуары (головные уборы, шарфы, обувь, перчатки, сумки и др.), но и манера ношения, общая композиция, фон (Приложение 1, рис. 1.5).

*Творческий эскиз – это детальный эскиз, характеризующий костюм (форму, пропорции, элементы, детали, цвет, ткань), аксессуары (головные уборы, шарфы, перчатки, сумки), обувь, а также манеру ношения и среду, в которой костюм будет функционировать.*

---

#### ☀ *Меткие наблюдения*

*Известный модельер испанского происхождения Кристобаль Баленсиага (1895–1972), основатель Дома высокой моды Balenciaga, считал: «Кутюрье должен чувствовать силуэт, как архитектор; цвет, как художник; форму, как скульптор; гармонию, как музыкант, и стиль, как дирижер».*

---

Для профессиональной разработки творческого эскиза необходимо владеть знаниями не только в области дизайна, но и конструирования и моделирования костюма, так как в данном эскизе показывается конструктивное решение модели (покрой, детали костюма).

**Покрой костюма** – это характер членения поверхности формы на составные части. Покрой определяет общую характеристику конструктивного построения одежды. К основным признакам покроя плечевой одежды относятся: *покрой рукава (форма его соединения с проймой), членение основных деталей (спинки и полочки) продольными (рельефами) и поперечными (характер соединения лифа с юбкой, наличие кокетки) швами.*

*Покрой юбок – прямые, конические и клиньевые.*

*Покрой рукавов – втачной, реглан, цельнокроеный и комбинированный.*

*Покрой воротников – стойка, стояче-отложной, плосколежащий, пиджачного типа и др.*

**Детали костюма** – это составные части костюма – основные, дополнительные и декоративные: *полочка, спинка, рукав, воротник, карман, пояс, хлястик, погон, манжета, капюшон, рюша, бант, листочка и др.*

Творческий эскиз должен быть индивидуален в графическом выражении, отражать авторский стиль и почерк, отличаться авторской стилизацией и манерой подачи.

Графическая разработка творческого эскиза имеет ряд особенностей.

**Пропорции.** Для творческого эскиза характерно изменение естественных пропорций фигуры с целью созда-

ния более выразительного образа модели. В творческих эскизах дизайнер, изображая проектируемую модель костюма на фигуре человека, сознательно трансформирует и стилизует ее пропорции. В этой связи возникает много споров и вопросов о целесообразности таких действий.

Творческий эскиз костюма должен характеризоваться эстетическим характером, гармоничностью изображения костюма, художественной выразительностью эскизного образа. Данные цели и задачи следует ставить перед собой дизайнеру при создании творческих эскизов.

С одной стороны, творческий эскиз призван достаточно реалистично отображать проектируемую модель, однако, с другой стороны, образ модели должен быть более выразительным, а конструкция – более ясной. Поэтому для творческого эскиза характерна средняя степень стилизации, тесно связанная с реалистичной подачей фигуры. Дизайн моды требует изображения более стройного тела. Классический канон (академическая фигура – 8 модулей (размер головы)) меняется на канон более стройной фигуры (9 и 10 модулей). Уменьшается мышечная масса – талия и бедра сужаются, шея изображается более тонкой.

Изменение естественных пропорций фигуры делается в угоду критериям эстетических идеалов красоты, создаваемых каждой исторической эпохой.

---

### **Исторический факт**

*История человечества знает немало примеров того, что тело человека служило объектом изменения естественных пропорций. Представления о красоте и идеале постоянно трансформировались.*

В начале I в. н. э. римский архитектор Марк Витрувий Поллион написал: «Природа так хорошо сложила человеческую фигуру, что лицо – от подбородка до корней волос, является десятой частью всего тела». Именно эти пропорции проиллюстрировал знаменитый итальянский художник, учёный, изобретатель Леонардо да Винчи.

В период Готики (позднее Средневековье – XIV–XV вв. н. э.) пропорции «идеального тела» изменились в сторону более высокого и стройного тела, что было связано с развитием готической архитектуры с остроконечными формами, устремленными вверх.

В эпоху Возрождения (Ренессанс – XV–XVI вв. н. э.) на смену хрупким вытянутым «готическим» силуэтам пришли «пышные» фигуры высокого роста с широкими бедрами и крепкой талией как свидетельство физического здоровья и внутреннего величия. Ярким примером могут служить выразительные фигуры знаменитого фламандского художника Питера Пауля Рубенса.

Каждая конкретная эпоха пытается найти свои, адекватные духу времени формы и пропорции с целью отражения ценностных в то время представлений о человеческом теле.

---

**Стилизация.** Для творческого эскиза характерна стилизация головы, рук и ног. В отличие от фор-эскиза (в котором голова, руки и ноги могут быть показаны несколькими тонкими линиями или пятном), в творческом эскизе голова, руки и ноги изображаются достаточно реалистично. Изображение головы (глаз, носа, губ, шеи) должно быть адаптировано к выбранному стилю; руки и кисти – иметь размеры, установленные по отношению к телу, но стилизация позволяет искажать их размеры (а точ-

нее – удлинять), тем не менее они должны гармонично вписываться в облик модели.

Изображение волос и различных видов причесок помогает подчеркнуть дизайн одежды, создать завершённый вид модели и единство образа.

**Поза.** Соответствие позы фигуры стилю костюма. Постановка фигуры должна соответствовать разрабатываемому образу и выгодно преподнести костюм. Могут использоваться как статичные, так и динамичные позы. Однако для творческого эскиза не рекомендуется использовать слишком динамичные позы, которые могут исказить форму костюма.

**Графические средства изображения.** Творческий эскиз костюма, как правило, выполняется линией, пятном или в смешанной технике. Главное – показать детали костюма и не исказить форму изделия.

Творческий эскиз несет в себе индивидуальное видение и образ темы, разрабатываемой дизайнером, пропущенной через личность автора. Выбор графических приемов и средств зависит от темы и концепции проектируемого объекта.

**Графические материалы.** Творческий эскиз костюма выполняется в цвете: акварелью, гуашью, маркерами или в смешанной технике. Широко применяется компьютерная графика (графические редакторы: CorelDRAW, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Paint Tool SAI).

Творческие эскизы служат основой дальнейшей работы по воплощению авторских идей, они предваряют собой следующий этап эскизирования – работу по созданию технических эскизов.

### 2.3. Разработка технического эскиза

Следующим этапом графической работы при проектировании костюма является технический эскиз. Он также называется рабочим эскизом. В нем разрабатывается конструктивная схема костюма. Цель такого эскиза – подробный рассказ о конструктивных линиях, членениях, которые строят форму (рис. 8). Этот эскиз ориентирован на ту или иную пластику материала, из которого должна быть выполнена задуманная форма костюма.

*Технический эскиз костюма – это эскиз-схема, точно передающая силуэт, пропорции, конструктивное решение и детали костюма.*

Такой эскиз дает конструктору и технологу исчерпывающую информацию о проектируемом изделии в материале и является основой для дальнейшей разработки чертежей модели конструктором одежды (рис. 9).

Технический эскиз может выполняться:

- на фигуре человека;
- без фигуры человека.

Так как рисунок формы костюма, ее пластика прорабатываются в творческом эскизе, соответственно, в техническом эскизе присутствие фигуры желательно, но не обязательно. Как правило, спинку модели рисуют не на фигуре человека, а отдельно в виде линейно-конструктивной схемы. Помещается изображение спинки изделия в нижнем правом углу поля эскиза.

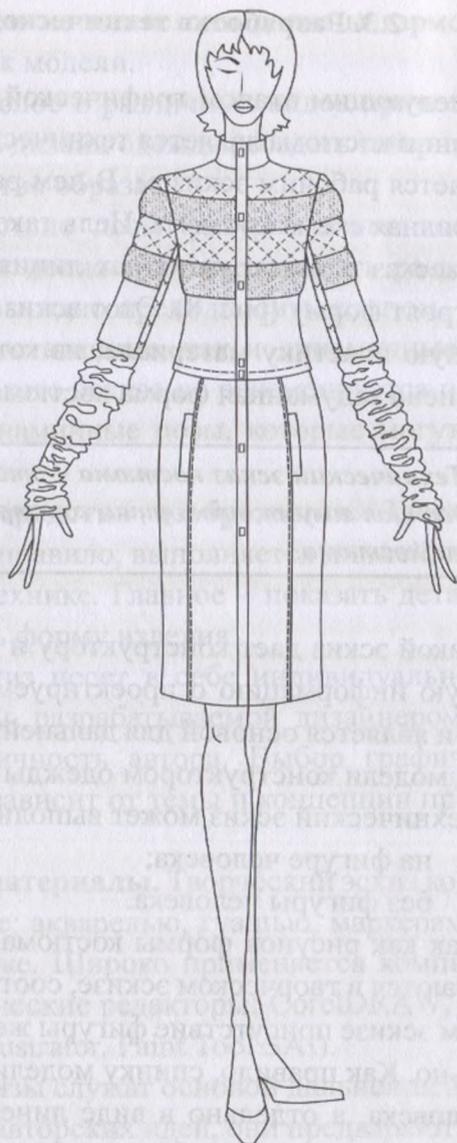


Рисунок 8. Технический эскиз модели (компьютерная графика).

Студенческая работа, Макарова М., 4-й курс

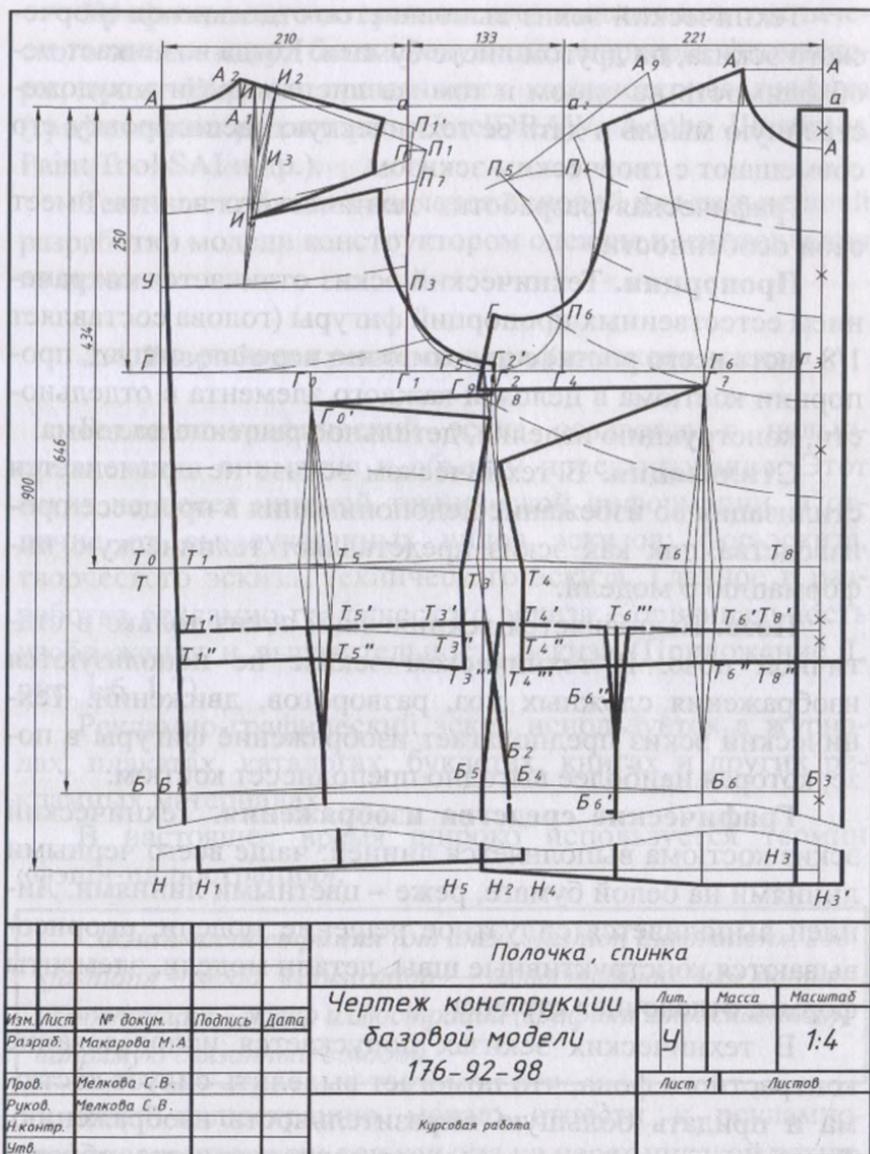


Рисунок 9. Чертеж конструкции модели (модель: рис. 8)

Технический эскиз выполняется отдельно от творческого эскиза, на другом листе бумаги. Когда возникает необходимость на одном и том же листе выразить художественную мысль и дать ее техническую расшифровку, его совмещают с творческим эскизом.

Графическая разработка технического эскиза имеет свои особенности.

**Пропорции.** Технический эскиз отличается сохранением естественных пропорций фигуры (голова составляет  $1/8$  часть всего роста) с целью точно передать силуэт, пропорции костюма в целом и каждого элемента в отдельности, конструкцию изделия, детальное решение костюма.

**Стилизация.** В техническом эскизе не применяется стилизация во избежание недопонимания в процессе производства, так как эскиз представляет техническую информацию о модели.

**Поза.** Выполняется технический эскиз только в статичной позе. В техническом эскизе не используются изображения сложных поз, разворотов, движений. Технический эскиз предполагает изображение фигуры в позе, которая наиболее выгодно преподнесет костюм.

**Графические средства изображения.** Технический эскиз костюма выполняется линией: чаще всего черными линиями на белой бумаге, реже – цветными линиями. Линией выполняется силуэтное решение модели, прорисовываются конструктивные швы, детали модели, элементы формы, отделочная строчка.

В технических эскизах допускается использование контрастного фона, что помогает выделить силуэт костюма и придать большую выразительность изображению. Такой фон занимает лишь часть эскизного поля, образуя небольшое «окно». Эскиз создается в холодной, сдержанной, контурной манере.

**Графические материалы** для выполнения технического эскиза могут быть следующие: маркеры, фломастеры, тушь. Широко применяется компьютерная графика (графические редакторы: CorelDRAW, Adobe Illustrator, Paint Tool SAI и др.).

Технический эскиз является основой для дальнейшей разработки модели конструктором одежды и изготовления из ткани.

#### 2.4. Разработка рекламно-графического эскиза

Рекламно-графический эскиз создается с целью привлечения внимания к объекту проектирования. Этот эскиз не несет никакой технической информации, в отличие от вышеуказанных видов эскизов: фор-эскиза, творческого эскиза, технического эскиза. Главное в разработке рекламно-графического эскиза – оригинальность изображения и выразительность эскиза (Приложение 1, рис. 1.6, 1.7).

Рекламно-графический эскиз используется в журналах, плакатах, каталогах, буклетах, книгах и других рекламных материалах.

В настоящее время широко используется термин «фэшн-иллюстрация».

**Фэшн-иллюстрация** (от англ. «*fashion illustration*», где «*fashion*» – мода, «*illustration*» – иллюстрация), или модная иллюстрация – жанр иллюстрации (графики или живописи), напрямую связанный с модой.

Фэшн-иллюстрацию можно отнести к рекламно-графическому эскизу, так как она не несет никакой технической информации о костюме, а главным в изображении являются оригинальность и выразительность эскиза.

В настоящее время фэшн-иллюстрация является самостоятельным арт-направлением.

Фэшн-иллюстрация передает эмоции, энергию, талант, креативность иллюстратора. Она позволяет придать изображению свою индивидуальность и характер (Приложение 1, рис. 1.8–1.9).

---

### ☀ **Исторический факт**

*Что такое фэшн-иллюстрация, мир узнал около 500 лет назад. В XVI в. художники рисовали придворных дам и кавалеров в модных нарядах. Первым фэшн-иллюстратором принято считать художника Вацлава Холлара, который жил и работал в Лондоне с 1640-х гг. Он создал около 3 000 гравюр в технике офорта на самые разные темы: от пейзажей до рисунков женских нарядов. В 1679 г. в Лионе впервые вышел журнал *Mercure Galant*, который стал пионером в мире модного глянца.*

*Активное развитие модной иллюстрации пришлось на конец XIX – начало XX в. В то время журналы получили всеобщую популярность, модники всего мира с нетерпением ждали выхода новых выпусков. Это, в свою очередь, способствовало появлению великих иллюстраторов, которые стали связующим звеном между модой и людьми.*

*Родоначальником практически всех современных стилей фэшн-иллюстрации считают американского графика Чарльза Дана Гибсона (1867–1944). Он является создателем феномена «девушек Гибсона», представляющих собой идеал красоты на рубеже XIX–XX вв. Это были не просто чёрно-белые рисунки – это была новая мода, новый символ женской красоты и образец для подражания: высокие девушки с осиной талией, затянутой в корсет, несмотря на длинные платья, энергичные, независимые и спортивные.*

Особый вклад в развитие жанра также внесли французский иллюстратор Пол Ирибе (1883–1935), французский художник и иллюстратор Жорж Барбье (1882–1932), французский иллюстратор Жорж Лепан (1887–1971), художник, график, иллюстратор, модельер русского происхождения, работавший в Париже и Голливуде Эрте (Роман Петрович Тыртов, 1892–1990), художник с испанскими корнями Эдуард Бенито (1891–1981) и другие.

---

В рекламной графике изображение костюма почти всегда сопровождает текст. А так как изобразительная реклама действует на зрителя намного сильнее, чем текстовая, рекомендуется отводить тексту не более 10–20 % поверхности. Ограничений по графике в рекламно-графическом эскизе нет никаких, главное – выразительность эскиза.

**Пропорции** в рекламно-графическом эскизе могут использоваться различные: от реалистичных (1/8) до значительно измененных (1/12 и более) в зависимости от темы и концепции проектируемого объекта.

В эскизах пропорции часто изменяются неравномерно по всей длине тела. Обычно сильно уменьшается размер головы, а ноги значительно удлиняются. Иногда дизайнер для передачи остроты образа сильно утрирует и увеличивает стопы ног и рук изображаемой модели. Делается это исключительно в целях повышения выразительности эскиза.

**Стилизация**, применяемая в рекламно-графическом эскизе, значительно варьируется в зависимости от его назначения и передаваемого образа. Чаще всего рекламный эскиз отличается большей стилизацией от других, рассмотренных ранее в этом разделе. Изображаемая фигура воспринимается более высокой и стройной.

Стилизация изображаемой фигуры человека ни в коем случае не подменяет навыков рисования, знания анатомического строения человеческого тела.

**Поза.** Модели изображаются как в статичных, так и в динамичных позах. В отличие о других видов эскизов можно использовать слишком динамичные позы, изменяющие форму и размер костюма, так как в данном эскизе главное – оригинальность изображения.

Применяется рекламно-графический эскиз костюма чаще всего в плакатах, журналах, фэшн-альбомах, планшетах. Графическая разработка рекламно-графического эскиза в зависимости от вида графической информации имеет свои особенности.

### **Плакат**

Рекламный плакат костюма должен быть лаконичным и адресным. Иллюстрация моды требует выразительных, ярких образов, лаконичных и зрительно понятных. Дизайнеру, работающему над рекламным плакатом для своей графической экспозиции, необходимо понимание аудитории зрителей, к которой он обращается и которой представляет свои авторские разработки.

*Плакат – символическое изображение идеи формы костюма.*

Плакату свойственно более символическое и обобщенное изображение, большая условность, большая контрастность в целях лучшего восприятия его на расстоянии (Приложение 1, рис. 1.10).

В плакате дается менее подробный, чем в журнальной странице, рассказ о деталях формы и конструкции костюма.

### **Журнал**

Работа над журнальным листом заключается в создании макета разворота, обложки или всего журнала, то есть

общей композиционной схемы размещения изображаемых элементов и характера изображения. Журнальный разворот состоит из двух страниц, каждая из которых может быть решена по-своему, но общим для обеих должно являться единство графических средств выражения (Приложение 1, рис. 1.11). Здесь действуют законы рекламы: орнаментальность, соподчиненность средств, выразительность главных объектов, быстрое восприятие идеи.

*Журнальная страница – вид рекламной графики, наиболее тесно связанный с работой модельера (доминанта – композиционный и идейный центр).*

Большое внимание уделяется оформлению обложки журнала. Наиболее часто используемый вид обложки – изобразительно-шрифтовой. Шрифт играет равноправную или второстепенную роль в отношении изобразительного ряда обложки.

Обложка похожа на плакат, ее цель, как и плаката, – остановить внимание на главном, которое часто изображено лаконично, скорее, символически (Приложение 1, рис. 1.12). Узнать о нем можно только потом, не спеша перелистывая страницы. На страницах обложки чаще всего изображаются наиболее существенные признаки моды – характерно оформленная голова женщины, прическа, грим, украшения, наиболее острая форма модной одежды, ее силуэт. По существу, журнальная страница занимает промежуточное положение между плакатом и творческим эскизом. Творческий эскиз – изображение безотносительное к композиции поясняющего текста, который почти всегда присутствует в журнальном листе, как, впрочем, и в плакате. В плакате – минимум текста, в журнале его больше,

однако не настолько, чтобы он «забивал» изображение модели. Предлагаемая модель костюма и там на первом месте. Только на плакате она изображается символически, как знак модельерской идеи, а на журнальной странице изображение этой модели повествовательно – рассматривая его, мы получаем сведения о пластике силуэта одежды, ее форме, покрое, организации костюма в комплекс, пластическом единстве его с фигурой человека и т. д.

### **Фэшн-альбом**

Главной функцией фэшн-альбома является реклама, а именно получение информации о творчестве дизайнера, модных тенденциях, стилях и направлениях и, конечно, привлечение внимания потенциальных потребителей (Приложение 1, рис. 1.13–1.18).

*Фэшн-альбом – это печатное издание о моде, которое включает в себя иллюстративный материал и текстовую информацию.*

Иллюстративный материал в фэшн-альбоме может быть представлен различными изображениями костюма: фэшн-иллюстрациями, фор-эскизами костюмов, творческими эскизами костюмов и др.

Текстовый материал может быть представлен в виде:

- характеристики разработанных коллекций одежды;
- информации, раскрывающей источник творчества дизайнера;
- описания истории бренда и др.

### **Планшет**

Главной функцией планшетов является представление выполненного дизайн-проекта. Графическая подача

проекта – это, прежде всего, представление результатов проектирования, главная цель которого – формирование целостного, гармоничного образа, отвечающего назначению и основной идее разработки (Приложение 1, рис. 1.19).

*Планшет* – это изображение, напечатанное на жесткой поверхности, размером около 70x50 см.

Иллюстративный материал планшетов отображает в целом дизайн-проект. Все элементы планшетов (эскизы, чертежи, фото, схемы и др.) должны быть согласованы между собой, подчинены главному и располагаться в логической последовательности.

Количество планшетов варьируется от 6 до 8 в зависимости от темы и композиции дизайн-проекта. Стандартный формат одного планшета 70x50 см, допускаются незначительные отклонения в применяемых форматах в большую или меньшую сторону (Приложение 1, рис. 1.20–1.21).

Один из планшетов является заглавным, на котором размещается тема дизайн-проекта, Ф.И.О. автора, Ф.И.О. руководителя.

Текстовый материал планшетов выполняет как информационную, так и эстетическую функции, выступая одним из объектов компоновки (Приложение 1, рис. 1.19–1.24).

**Графические средства изображения.** Рекламно-графический эскиз может быть выполнен только одной линией, линией и пятном, в живописной манере, с применением аппликации, фотомонтажа или нескольких приемов – в зависимости от того, на что нужно обратить внимание зрителя.

Выбор графических приемов и средств зависит от темы и концепции проектируемого объекта. Это требует тщательного подхода, использования законов композиции (ритма, соподчинения элементов и т. п.). Такой эскиз может содержать цвет, тени и все то, что позволяет сделать проект более привлекательным в визуальной подаче. Выбор графических средств диктует изображаемая модель.

**Графические материалы** для выполнения рекламно-графического эскиза разнообразны: тушь, акварель, маркеры, фломастеры и др. Широко применяется компьютерная графика (графические редакторы: CorelDRAW, Adobe Illustrator, Paint Tool SAI и др.).

Обобщенное представление о специфике проектирования эскизов различных видов дает табл. 1, в которой сопоставлены отличительные особенности фор-эскиза, творческого эскиза, технического эскиза и рекламно-графического эскиза.

Примеры различных видов эскизов, разработанных студентами кафедры дизайна КемГИК, представлены в Приложении 2, которое позволяет увидеть влияние источника творчества на создание фор-эскиза, творческого эскиза и рекламно-графического эскиза.

Как показывает сопоставительный анализ, у каждого вида эскиза своя задача, свой набор формальных признаков, необходимых для разработки. Качественная проработка эскизов костюма требует понимания специфических задач различных видов эскиза, каждый из которых имеет свои особенности, отвечает тем или иным целевым установкам профессиональной деятельности на различ-

ных этапах проектирования, включая дизайн, конструирование, производство, а также рекламу производимой продукции. Наряду с графическим изображением, в проектировании костюма важное значение имеет цвет. Роли цвета и цветовых гармоний в проектировании костюма посвящена следующая глава.

Таблица 1

### Особенности проектирования эскизов различных видов

Отличительные особенности эскиза	Фор-эскиз	Творческий эскиз	Технический эскиз	Рекламно-графический эскиз
1. Цель эскиза	Образ костюма	Детализация костюма	Конструкция костюма	Оригинальность изображения
2. Пропорции фигуры	Измененные (от 1/10÷1/12 и выше)	Измененные (1/9÷1/10)	Реалистичные (1/8)	Различные (в зависимости от изображения)
3. Степень стилизации	Высокая	Средняя	Стилизация не применяется	Различная (чаще высокая)
4. Поза фигуры	Статичная и динамичная, эскиз на фигуре	Статичная и динамичная, но без искажения формы костюма, эскиз на фигуре	Только статичная, допускается эскиз без фигуры	Различная (чаще динамичная)

Отличительные особенности эскиза	Фор-эскиз	Творческий эскиз	Технический эскиз	Рекламно-графический эскиз
5. Уровень проработки костюма	Первый уровень – первоначальный	Второй уровень – детальный	Третий уровень – конструктивный	Различный (возможно совмещение разных уровней)
6. Графические средства изображения	Линия и пятно (черно-белое и цветное решение)	Различные (цветное решение)	Линия (черно-белое решение)	Ограничений по графике нет, главное – выразительность эскиза

### ▼ Практические задания

#### Задание № 1

Выполнить в цвете три фор-эскиза моделей одежды на основе творческого источника (формат А4). В качестве творческого источника может быть использован любой объект (на выбор студента): цветок, птица, архитектура и др. Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.) (см. Приложение 2, рис. 2.7).

#### Задание № 2

Выполнить в цвете три творческих эскиза моделей одежды (формат А4) на основе фор-эскизов, разработанных в предыдущем задании (задании № 1). Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработ-

кой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.) (см. Приложение 2, рис. 2.8).

### **Задание № 3**

Выполнить эскиз журнальной страницы (формат А4) к моделям одежды, разработанным в предыдущих заданиях (задании № 1, задании № 2). Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.) (см. Приложение 2, рис. 2.9).

### **Задание № 4**

Разработать рекламный плакат коллекции одежды (формат А3) по мотивам творчества современного дизайнера одежды. Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.).

### **▼ Контрольные вопросы к главе 2:**

1. Какие виды эскизов применяются в проектировании костюма?
2. Что такое «фор-эскиз»?
3. Каковы особенности графического решения фор-эскизов?
4. С какой целью разрабатывается фор-эскиз модели одежды?
5. Что такое «творческий эскиз»?
6. Каковы особенности графического решения творческих эскизов?
7. С какой целью разрабатывается творческий эскиз модели одежды?
8. Что такое «технический эскиз»?



### ГЛАВА 3. ЦВЕТ В ПРОЕКТИРОВАНИИ КОСТЮМА. ЦВЕТОВЫЕ ГАРМОНИИ

Цвет является одним из самых сильных средств эмоционального воздействия в костюме. Первое впечатление от костюма возникает благодаря цвету.

*Цвет (от англ. color – «цвет») – характеристика восприятия световой волны, которая показывает способность человеческого зрения различать электромагнитное излучение с длиной волны в области видимого диапазона (видимый диапазон – длины волн от 380 до 760 нм).*

Цвет и особенности использования цветовых характеристик разных объектов в различных сферах жизни человека являются предметом изучения многих наук: физики, оптики, физиологии, психологии и др. В рамках данной учебной дисциплины особое значение имеет понимание цвета как важнейшего средства гармонизации в профессиональной деятельности дизайнеров и художников.

Цветовое проектирование костюма основано на цветовом решении источника творчества (см. главу 2) или на теории гармонических цветовых сочетаний, которая будет рассмотрена в данной главе.

Человек ощущает цвет при попадании в глаз света, то есть световой энергии. Свет представляет собой один из видов электромагнитных колебаний, к которым относятся также радиоволны, инфракрасные, рентгеновские лучи и другие разновидности электромагнитного излучения. Глаз человека чувствителен к весьма малой области электро-

магнитных колебаний с длиной волны от 400 до 800 нм (нанометров, то есть  $10^{-9}$  м). Световые волны в этих пределах, действуя на глаз, вызывают ощущение цвета. Каждой длине волны соответствует ощущение какого-либо цвета (табл. 2).

Таким образом, цвет – это ощущение, возникающее в мозгу человека как реакция на свет определенной длины волны, попавший в сетчатку его глаза. В табл. 2 наглядно показано, что с изменением длины волн происходит изменение цвета: от красного через оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий к фиолетовому цвету. Так образуется непрерывный спектр. Это цвета радуги. Чтобы запомнить этот порядок, придумано много шуточных скороговорок: «Каждый охотник желает знать, где сидит фазан» или «Как однажды Жак-звонарь головой сломал фонарь», где первые буквы слов – это первые буквы названий цветов.

Таблица 2

#### Длина волн основных цветов

Цвет	Длина волны, нм
Красный	760–620
Оранжевый	620–585
Желтый	585–575
Желто-зеленый	575–550
Зеленый	550–510
Голубой	510–480
Синий	480–450
Фиолетовый	450–380

Полученный спектр цветов – основа для систематизации цветов в последовательном расположении в виде круга и создания на основе цветового круга гармоничных сочетаний цветов.

### ☀ Исторический факт

Все многообразие цветов художники и ученые издавна стремились привести в какую-либо систему – расположить все цвета в определенном порядке.

Гениальный итальянский художник и учёный, изобретатель и мыслитель Леонардо да Винчи (1452–1519) выделил четыре главных цвета в природе: желтый, синий, красный, зеленый.

Основы современных научных понятий о цвете заложил английский физик, математик, механик и астроном Исаак Ньютон (1643–1727). Он открыл зависимость между преломлением света и цветом. Ньютон доказал, что белый свет, который до него принимали за однородный, разлагается после преломления в призме на множество разнообразных световых волн. Он расположил в замкнутый круг цвета своего спектра. Такое расположение цветов показало, что один цветовой тон постепенно переходит в другой. Ньютон указывал на существование семи основных цветов: красного, оранжевого, желтого, зеленого, голубого, синего и фиолетового. Кругообразное расположение цветов послужило основой для дальнейшей систематизации цветовых тонов.

Иную точку зрения о природе цвета, в отличие от И. Ньютона, высказал И. В. Гете (1749–1832), великий немецкий поэт, государственный деятель, мыслитель и естествоиспытатель. Он, считал, что цвет объективно существует в природе. Над своим «Учением о цвете» И. В. Гете работал 20 лет (с 1790 по 1810 г.). Гете выделил два вида воздействия цвета на человека:

- физиологическое (на организм человека);
- психологическое (на его духовный мир).

*И. В. Гете первым предложил четкую систему, описывающую воздействие различных цветов на психику человека. Он разделил все цвета на две группы:*

*– положительные (желтый, оранжевый, красный), они создают живое и бодрое настроение;*

*– отрицательные (синий, красно-синий), они создают беспокойное и тоскливое настроение.*

*Зеленый И. В. Гете относил к «нейтральным» цветам.*

---

В художественном проектировании костюма специалисты (дизайнеры, художники, исследователи) в своей практике руководствуются **цветовым кругом В. М. Шугаева** (16 цветов или 24 цвета).

Владимир Михайлович Шугаев (1892–1973) – художник, создатель теории гармонических сочетаний цветовых тонов, автор фундаментальной художественной, научно-исследовательской и методической разработки «Орнамент на ткани» (1969), послужившей основой для всех последующих исследований и методик преподавания специальной (цвето-пятновой и линейной) композиции на плоскости в декоративно-прикладном искусстве и дизайне.

В отличие от цветового круга И. Гете (в котором используется три главных цвета: красный, желтый, синий), цветовой круг В. М. Шугаева основан на четырех главных цветах (желтый, красный, синий, зеленый), расположенных друг напротив друга (Приложение 3, рис. 3.1). Эти четыре главных цвета обладают максимальной разницей цветового тона. Обращаясь к цветовому кругу, построенному на основе этих цветов (желтый, красный, синий, зеленый), Шугаев отмечает, что в качестве основных ис-

пользуются чистый желтый и чистый синий – цвета, которые не содержат оттенков красноватости или зеленоватости, чистый зеленый и чистый красный – цвета, которые не содержат оттенков желтоватости или синеватости. Зеленый цвет, хотя и является производным от смешения желтого и синего, при этом воспринимается абсолютно нейтральным по отношению к своим «родителям».

Цветовой круг В. М. Шугаева – цветовая модель высокой практичности. Этот круг является равноступенным, математизированным и симметричным, очень удобным при обучении и в реальной практике дизайнера, в живописи. В. М. Шугаев разрабатывал цветовой круг на материалах решения цветовых задач орнаментального характера применительно к текстильному производству, но в результате его предложение нашло свою реализацию и в других областях гармонизации цветовых сочетаний и колорирования, круг оказался универсальным при решении цветовых задач любого характера.

Общепринято делить хроматический круг на четыре сектора по основным цветам: красный, желтый, зеленый и синий, располагая их по часовой стрелке. Эти цвета называют **главными, или чистыми**, то есть не содержащими оттенков других, соседних с ними цветов в цветовом круге. Цветовой круг не имеет ни начала, ни конца, а цвета в нем переходят друг в друга постепенно.

Между главными цветами находятся **промежуточные** (как бы смешанные из главных), которые расположены в четырех четвертях круга и составляют, соответственно, четыре группы:

- красно-желтые;
- желто-зеленые;
- зелено-синие;
- сине-красные.

### ☀ *Меткие наблюдения*

Великий древнегреческий философ и ученый, основатель психологии Аристотель (384–322 до н. э.) писал: «Все живое стремится к цвету... Цвета по приятности их соответствий могут относиться между собой подобно музыкальным созвучиям и быть взаимно пропорциональными».

---

Выделяют три группы цветов по сочетанию:

- родственные;
- родственно-контрастные;
- контрастные.

*Родственные цвета* – цвета, располагающиеся в одной четверти цветового круга и имеющие в своем составе хотя бы один общий (главный) цвет.

Например, желтый, желто-красный и желтовато-красный. Причем главные цвета, расположенные рядом, не являются родственными.

Существуют четыре группы родственных цветов:

- красно-желтые (1–4 или 2–5);
- желто-зеленые (5–8 или 6–9);
- зелено-синие (9–12 или 10–13);
- сине-красные (13–16 или 14–16,1) (Приложение 3,

рис. 3.1).

*Родственно-контрастные цвета* – цвета, располагающиеся в двух соседних четвертях цветового круга и имеющие один общий (главный) цвет, два других составляющих цвета – взаимодополнительные главные цвета.

Выделяют четыре группы родственно-контрастных цветов:

- красно-желтые и желто-зеленые (2–8);
- желто-зеленые и зелено-синие (6–12);
- зелено-синие и сине-красные (10–16);
- сине-красные и красно-желтые (14–16, 1–4).

**Контрастные цвета** – цвета, располагающиеся в противоположных четвертях цветового круга.

Существует две группы контрастных цветов:

- красно-желтые и зелено-синие (1–5 и 9–13);
- желто-зеленые и сине-красные (5–9 и 13–16, 1).

Цветовой круг В. М. Шугаева наглядно демонстрирует взаимоотношения тонов цветового спектра. С его помощью можно выявить основные закономерности построения гармоний цветовых сочетаний. В. М. Шугаев выявил 120 возможных гармонических сочетаний для 16-частного круга при трех промежуточных цветах, то есть трех интервалах между главными цветами.

**Гармония цветовых сочетаний** (от греч. *harmonia* – «связь, стройность, соразмерность») – это совокупность комбинаций цветов с учетом всех основных характеристик цветов: светлоты, насыщенности, цветового тона, а также формы и размеров занимаемых этими цветами площадей.

Согласно теории гармонических цветовых сочетаний, выделяют следующие основные группы цветовых гармоний:

- 1) ахроматические гармонии;
- 2) однотоновые гармонии, или гармонии теневых рядов;

- 3) гармонии родственных цветов;
- 4) гармонии родственно-контрастных цветов;
- 5) гармонии контрастных и дополнительных цветов.

### 3.1. Ахроматические гармонии

В цветовом проектировании костюма ахроматические цвета составляют основу классического костюма.

*Ахроматические цвета* – это группа цветов, включающая белый, серый и черный цвета.

Серый цвет может иметь множество оттенков (рис. 10).



Рисунок 10. Ахроматические цвета

#### ☀ По мнению ученых

Глаз человека способен различать более трехсот оттенков ахроматических цветов.

*Ахроматическая гармония – это гармония в костюме с различными сочетаниями ахроматических цветов: черного, белого и различных градаций серого.*

Все ахроматические цвета гармоничны между собой, и их можно объединять в одном костюме (Приложение 3, рис. 3.2).

*Например, белая блузка и черная юбка.*

*Например, платье с черно-белым принтом.*

### Психология цвета

Как и бесконечное количество цветовых оттенков, существует огромное количество градаций человеческого настроения. Многие художники изучали воздействие цвета на психику человека и даже пытались создать теории, как посредством того или иного колористического решения вызывать в зрителе определенные эмоциональные реакции. При проектировании одежды и выборе колорита также необходимо учитывать психологию потребителя – владельца этого костюма, его мироощущение, образ жизни и темперамент. Поэтому полезно знать эмоционально-психологические характеристики каждого цвета. Приведем краткую эмоционально-психологическую характеристику ахроматических цветов: белого, серого и черного.

Белый цвет – близкий, легкий, чистый, прохладный, успокаивающий. Христианской религией белый цвет определен как символ чистоты, возвышенности, невинности. В европейской культуре белый цвет является традиционным для одежды невесты. Белый цвет традиционно при-

нят для привилегированных видов спорта (тенниса, поло), особенно для профессионалов.

Серый цвет – статичный, неопределенный, мягкий, монотонный, сдержанный. Серый цвет представляет собой нечто среднее между белым и черным. Как любят говорить стилисты, серый – это цвет баланса. Он не темный и не яркий. Серый и его оттенки являются символом спокойствия, размеренности и зрелости. Впечатление, производимое серой одеждой, сильно зависит от тона серой одежды.

Черный цвет – далекий, тяжелый, жесткий, сухой, плотный, мрачный. Один из самых противоречивых цветов: мрачный и траурный, но в то же время и элегантный, и благородный. Безусловно одно – черный цвет является универсальным, он одинаково уместен на работе и на вечернем мероприятии.

Впервые черный цвет в одежде стал широко использоваться в Испании в XVI в. Причем черные наряды были уделом знати, поскольку черные красители стоили дорого, и столь ценные ткани могли покупать только богатые люди. В современной моде принято считать, что черный цвет – это признак элегантности и роскоши. Он притягивает, придает образу магнетичность и таинственность.

---

### 3.2. Однотоновые гармонии

Основу однотоновой гармонии в костюме составляет один какой-либо цветовой тон, который в том или ином количестве присутствует в каждом из сочетаемых цветов, различаются же цвета по светлоте или насыщенности.

---

**Цветовой тон** – это само название цвета (красный, синий и др.).

**Светлота (или яркость)** – это интенсивность светового излучения – насколько этот цвет ярче или сильнее освещен по сравнению с другими.

Под термином «светлота» понимается наличие в цвете белого или черного пигмента.

Например, розовый – это разбавленный красный, голубой – разбавленный синий. Самым светлым цветом является белый, самым темным – черный.

**Насыщенность** – это степень наличия чистого пигмента в цвете.

Например, насыщенный красный, насыщенный синий и др. Чем менее насыщен цветовой тон, тем ближе он становится к серому.

Ахроматические цвета не имеют насыщенности.

**Однотоновая гармония** – это гармония, которая заключается в выборе одного цветового тона и в сочетании его оттенков, разных по светлоте и насыщенности.

Для однотоновой гармонии в костюме выбор цветов осуществляется на одном луче цветового круга (рис. 11). В цветовом круге из 16 цветовых тонов располагается 16 лучей (однотоновых гармоний).

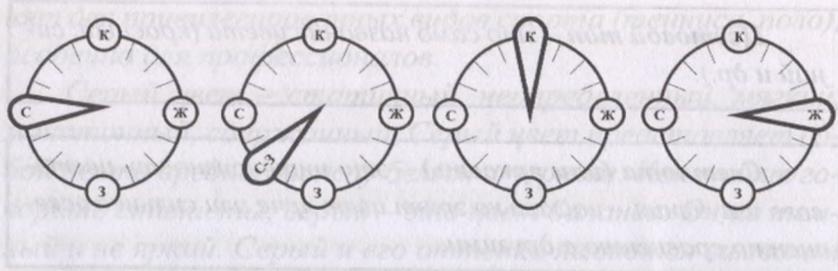


Рисунок 11. Выбор однотоновых гармоний на цветовом круге

Например, голубое платье /синий костюм (Приложение 3, рис. 3.3). В платье используются: белый, светло-голубой, в костюме – синий и темно-синий.

Например, в костюме используются: белый, светло-розовый, красный и темно-красный.

### ☀ Психология цвета

Голубой цвет – легкий, прохладный, пассивный, влажный, спокойный, далекий, свежий, прозрачный, нематериальный, грустный. Это цвет лёгкости и воздушности, так как голубое небо и цвет моря символизируют отдых и спокойствие. В современном мире считается несколько инфантильным и больше подходит женщинам и детям.

Синий цвет – тяжелый, холодный, влажный, тихий, спокойный, далекий, жесткий, плотный, нежизненный, отдаляющий. Синий цвет настраивает на серьёзный лад, повышает способность к концентрации внимания, увеличивает продуктивность труда. Подходит для деловых встреч высокого уровня, знаковых светских мероприятий, семейных торжеств. Мужской гардероб без тёмно-синих костюмов не обойдётся, если владелец занимает видное место в обществе.

*Красный цвет – тяжелый, горячий, сухой, активный, очень близкий, жизненный, возбуждающий. Красный – цвет страсти и силы. Это цвет, который стоит предпочесть, если вы хотите обратить на себя внимание, быть в центре событий. Тот, кто часто носит красный, – яркий, легковозбудимый, слегка эгоцентричный и увлекающийся человек.*

*Оранжевый цвет – теплый, сухой, яркий, неплотный, страстный, блестящий, радостный, выступающий. Это цвет веселья, теплоты и новых возможностей. Он веселый, творческий, привлекательный. Оранжевый цвет в одежде предпочитают оптимистичные, энергичные, жизнерадостные натуры, которые стремятся к переменам.*

*Желтый цвет – теплый, легкий, веселый, сухой, неплотный, подвижный. Оттенки желтого в одежде часто используют активные, творческие и увлекающиеся люди. Это яркие фантазеры и авантюристы, готовые исследовать и покорять.*

*Зеленый цвет – нейтральный, влажный, тихий, спокойный, далекий, терпеливый, освежающий, успокаивающий. Ученые считают, что зеленый и его оттенки поддерживают вас и окружающих в хорошем настроении. Приятность зеленого исходит от его родства с природой, которая вызывает чувство покоя и удовлетворенности. Это цвет стабильности и благосостояния, его часто выбирают банкиры. Темно-зеленый костюм у мужчин – это признак консервативных взглядов, отражающих приверженность традиционным ценностям и порядкам.*

*Коричневый цвет – тяжелый, теплый, влажный, плотный, жесткий, материальный. Коричневый цвет – это цвет земли. Цвет чего-то надежного, креп-*

кого и стабильного. Именно такими кажутся люди, которые часто носят коричневый и его оттенки. Это слегка консервативные люди, которые всегда ищут спокойствия, стабильности и прочности во всем. Девушка в коричневом платье или мужчина в коричневом пиджаке будет производить впечатление надежного, умного и рационального человека.

---

### 3.3. Гармонии родственных цветов

Гармония родственных цветов заключается в выборе одной из групп родственных цветов, которых в цветовом круге В. М. Шугаева – четыре.

*Гармония родственных цветов – это гармония цветов в костюме, выбор которых осуществляется из одной четверти цветового круга.*

Все сочетания цветов в одной группе гармоничны, то есть цвета одной четверти цветового круга гармоничны между собой, и их можно объединять в одном костюме.

Соответственно, существуют четыре группы гармоничных родственных цветов (Приложение 3, рис. 3.1). Главные цвета круга между собой не гармоничны:

- красно-желтые (1–4 или 2–5);
- желто-зеленые (5–8 или 6–9);
- зелено-синие (9–12 или 10–13);
- сине-красные (13–16 или 14–16,1) (рис. 12).

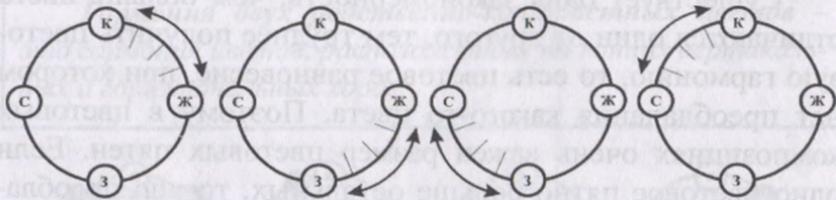


Рисунок 12. Выбор гармоний родственных цветов на цветовом круге

Белые, серые и черные цвета (все ахроматические цвета) гармоничны как между собой, так и с хроматическими цветами – соответственно, их можно объединять в одном костюме.

*Например*, сине-красный комплект с добавлением ахроматических цветов (белый, черный, серый) (Приложение 3, рис. 3.4).

*Например*, красно-желтое платье.

*Например*, синие джинсы и зеленый свитер.

*Например*, зелено-желтый комплект.

### ☀ Психология цвета

*Красный и желтый цвета – лучезарность, теплота, радость.*

*Красный и золотой цвета – теплота, пышность, роскошь.*

*Красный и черный – опасность, подавление жизни.*

*Желтый и черный – разрыв, привлечение внимания.*

*Синий и серый – нейтральность, холодность.*

*Синий и белый – холодность, удаленность, чистота.*

Существует одна закономерность: чем больше цвета отличаются один от другого, тем труднее получить цветовую гармонию, то есть цветовое равновесие, при котором нет преобладания какого-то цвета. Поэтому в цветowych композициях очень важен размер цветowych пятен. Если одно цветовой пятно больше остальных, то оно преобладает по цвету, выделяется среди всех цветов, и гармония не достигается. Равновесие достигается тремя моментами:

- равным количеством пятен основных цветов;
- равной светлотой в разбеленных сочетаниях;
- равной насыщенностью ярких цветов.

Существует другая закономерность: чем ближе один цвет к другому в цветовой круге, тем больше они гармонируют друг с другом.

### 3.4. Гармонии родственно-контрастных цветов

В цветовой круге родственно-контрастные цвета расположены в смежных четвертях, однако не все сочетания такого рода гармоничны.

В костюме рекомендуется использовать два, три, максимум четыре цвета. Рассмотрим различные варианты гармоничного сочетания родственно-контрастных цветов.

Гармоничностью обладают следующие сочетания:

**1. Сочетания двух цветов**, которые в цветовой круге расположены на концах вертикальных и горизонтальных хорд (рис. 13). В цветовой круге из 16 цветowych тонов располагается 12 хорд (гармоний двух родственно-контрастных цветов). Данные гармонические сочетания значительно обогащаются при добавлении к ним ахроматических цветов (Приложение 3, рис. 3.5).

*Гармония двух родственно-контрастных цветов – это гармония цветов, расположенных на концах вертикальных и горизонтальных хорд.*

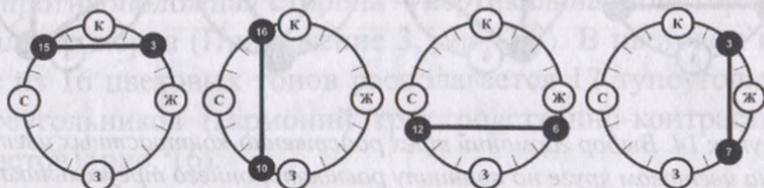


Рисунок 13. Выбор гармоний двух родственно-контрастных цветов на цветовом круге по принципу вертикальной или горизонтальной хорды

## 2. Сочетания трех цветов.

Гармонические сочетания трех цветов строятся на принципе треугольников, вписанных в цветовой круг.

*Гармония трех родственно-контрастных цветов – это гармония цветов, расположенных в вершинах треугольников, вписанных в цветовой круг: равностороннего, прямоугольного или тупоугольного.*

**По принципу равностороннего треугольника** – цветовая гармония может образовываться сочетанием цветов, расположенных в вершинах вписанного в цветовой круг равностороннего треугольника, у которого одна из вершин – главный цвет, а противоположная сторона является вертикальной или горизонтальной хордой (Приложение 3, рис. 3.6). В цветовом круге имеется четыре таких треугольника, так как главных цвета четыре (рис. 14).

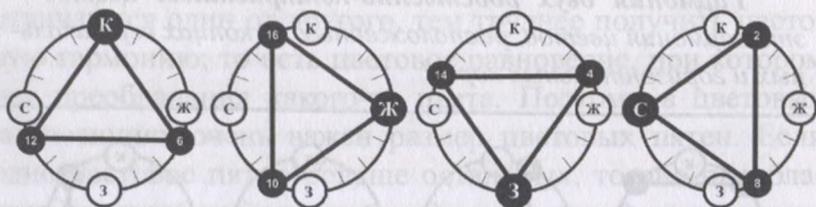


Рисунок 14. Выбор гармоний трех родственно-контрастных цветов на цветовом круге по принципу равностороннего треугольника

➤ **По принципу прямоугольного треугольника** – гармоничную триаду составляют цвета, расположенные в вершинах прямоугольных треугольников, у которых гипотенузы являются диаметрами, а катеты – вертикальными или горизонтальными хордами (Приложение 3, рис. 3.7). В цветовом круге из 16 цветовых тонов располагается 6 прямоугольных треугольников (гармоний трех родственно-контрастных цветов) (рис. 15).

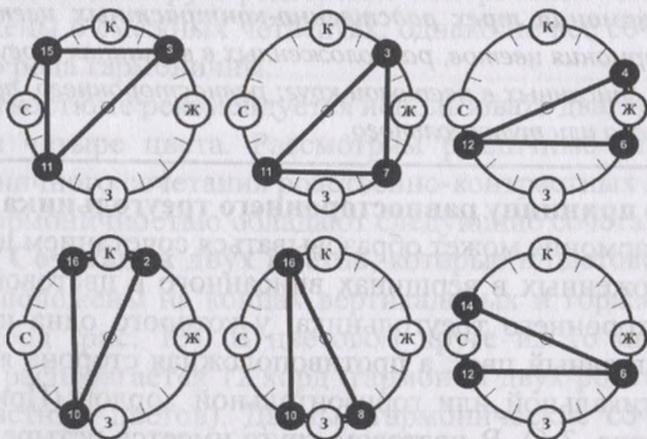


Рисунок 15. Выбор гармоний трех родственно-контрастных цветов на цветовом круге по принципу прямоугольного треугольника

➤ По принципу тупоугольного треугольника – гармоничными являются сочетания цветов, находящихся в вершинах тупоугольных треугольников, у каждого из которых вершина тупого угла – один из главных цветов, а противоположная сторона – вертикальная или горизонтальная хорда (Приложение 3, рис. 3.8). В цветовом круге из 16 цветовых тонов располагается 12 тупоугольных треугольников (гармоний трех родственно-контрастных цветов) (рис. 16).

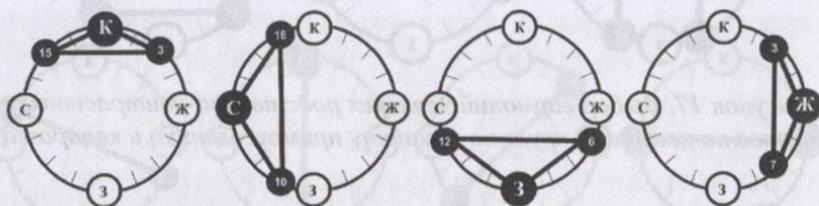


Рисунок 16. Выбор гармоний трех родственно-контрастных цветов на цветовом круге по принципу тупоугольного треугольника

Все сочетания, основанные на принципе треугольника, гармоничны, активны, нарядны.

**3. Сочетания четырех родственно-контрастных цветов** образуются на базе прямоугольника, стороны которого представляют собой вертикали и горизонтали (Приложение 3, рис. 3.9), причем наиболее тесные связи между цветами наблюдаются в случае, когда прямоугольник заменяется квадратом.

*Гармония четырех родственно-контрастных цветов – это гармония цветов, расположенных в вершинах прямоугольников, вписанных в цветовой круг.*

Цвета, расположенные по диагонали прямоугольника, контрастны, другие пары – родственно-контрастны.

В цветовом круге из 16 цветовых тонов располагается 2 прямоугольника и квадрат (гармоний четырех родственно-контрастных цветов) (рис. 17).

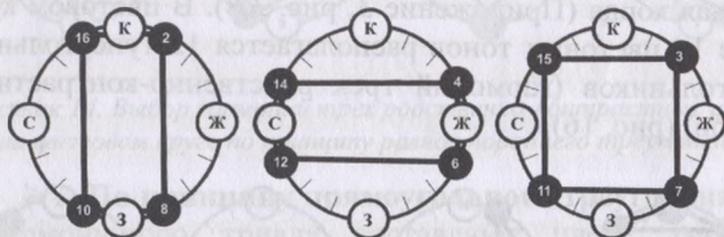


Рисунок 17. Выбор гармоний четырех родственно-контрастных цветов на цветовом круге по принципу прямоугольника и квадрата

Гармонические сочетания родственно-контрастных цветов различных групп отличаются повышенной цветовой активностью, сложностью, эмоциональной выразительностью.

### 3.5. Гармонии контрастных цветов

В цветовом круге контрастно-дополнительными являются цвета, расположенные на концах диаметра.

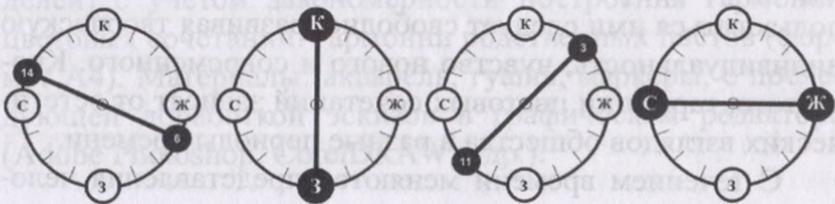
Эти цвета не связывает никакая степень родства, они обладают наиболее полярными свойствами, поэтому контрастно-дополнительные гармонии характеризуются повышенной активностью, напряженностью, динамичностью. Для построения контрастного гармонического сочетания нужно сначала выбрать исходный цвет, затем по цветовому кругу определить соответствующий ему кон-

трастный, последующие цвета можно взять из теневых рядов этих цветовых тонов.

*Гармония контрастных цветов — это гармония цветов, расположенных на концах диаметра цветового круга.*

В цветовом круге из 16 цветовых тонов располагается 8 диаметров (гармоний контрастных цветов).

Главные цвета являются частным случаем гармонии контрастных цветов (рис. 18).



*Рисунок 18. Выбор гармоний контрастных цветов на цветовом круге по принципу диаметра*

Необходимо отметить, что решение костюма в контрастных тонах создает определенные эмоциональные настроения. В контрастных тонах создается, как правило, костюм для отдыха, прогулочный и т. п.

Итак, существует пять основных групп гармонических цветовых сочетаний:

- 1) ахроматические гармонии;
- 2) однотонные гармонии, или гармонии теневых рядов;
- 3) гармонии родственных цветов;
- 4) гармонии родственно-контрастных цветов;
- 5) гармонии контрастных и дополнительных цветов.

Эстетически оценить указанную гармонию каким-либо иным способом, кроме визуального, не представляется возможным. Другими словами, главным эстетическим критерием гармонических сочетаний цветов является визуальная оценка.

Гармонические сочетания цветов не следует рассматривать как точный закон, это всего лишь реализация основных направлений художественного творчества, возможность получения разнообразных, различных по эмоциональному звучанию сочетаний цветов. Знать закономерности построения цветовых гармоний необходимо, но пользоваться ими следует свободно, развивая творческую индивидуальность, чувство нового и современного. Кроме того, гармонии цветовых сочетаний зависят от эстетических взглядов общества в разные периоды времени.

С течением времени меняются представления человека о красоте и совершенстве. Однако изложенная выше система построения цветовых гармоний является объективной и может применяться в проектировании костюма как начинающими, так и опытными дизайнерами.

### ▼ Практические задания

#### **Задание № 1**

Разработать коллекцию одежды (не менее пяти моделей) с учетом закономерности построения гармоний цветовых сочетаний в ахроматической гамме (формат А4). Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.).

**Задание № 2**

Разработать коллекцию одежды (не менее пяти моделей) с учетом закономерности построения гармоний цветовых сочетаний: однотоновые гармонии (формат А4). Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.).

**Задание № 3**

Разработать коллекцию одежды (не менее пяти моделей) с учетом закономерности построения гармоний цветовых сочетаний: гармонии родственных цветов (формат А4). Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.).

**Задание № 4**

Разработать коллекцию одежды (не менее пяти моделей) с учетом закономерности построения гармоний цветовых сочетаний: гармонии родственно-контрастных цветов (формат А4). Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.).

**Задание № 5**

Разработать коллекцию одежды (не менее пяти моделей) с учетом закономерности построения гармоний цветовых сочетаний: гармонии контрастных цветов (формат А4). Материалы: акварель, гуашь, маркеры, с последующей доработкой эскизов в графическом редакторе (Adobe Photoshop, CorelDRAW и др.).

В Приложении 3, на рис. 3.10–3.15 представлены коллекции студентов, разработанные в различных цветовых гармониях.

### ▼ Контрольные вопросы к главе 3:

1. Дайте определение понятия «цвет».
2. Какие цвета называются ахроматическими?
3. Что понимается под цветовым тоном?
4. Что такое «яркость», или «светлота» цвета?
5. Что понимается под термином «насыщенность», или «чистота» цвета?
6. Какие цвета называются главными, или чистыми?
7. Какие цвета называются промежуточными?
8. Охарактеризуйте родственные цвета.
9. Охарактеризуйте родственно-контрастные цвета.
10. Охарактеризуйте контрастные цвета.
11. Какое содержание вкладывается в понятие «гармония цветовых сочетаний»?
12. Какие существуют группы гармонических цветовых сочетаний?
13. Охарактеризуйте ахроматические гармонии.
14. Охарактеризуйте однотоновые гармонические сочетания.
15. Охарактеризуйте гармонические сочетания родственных цветов.
16. Охарактеризуйте гармонические сочетания родственно-контрастных цветов.
17. Охарактеризуйте гармонические сочетания контрастных цветов.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дизайн как вид проектной междисциплинарной художественно-технической деятельности с целью создания гармоничной предметной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека, находится в непрерывном развитии. Проявлением динамичного развития дизайна является появление все новых направлений. Одним из актуальных направлений современного дизайна является фэшн-дизайн.

Понятие «фэшн-дизайн» характеризуется широтой и емкостью, поскольку охватывает все сферы деятельности, порождаемые модой, включая дизайн костюма, дизайн журналов мод, фэшн-иллюстрации, фэшн-альбомы, а также дизайн рекламы модных брендов и оформление модных магазинов. Следовательно, фэшн-дизайн требует профессиональных знаний как дизайнера костюма (разработка фор-эскиза, творческого эскиза и др.), так и графического дизайнера (разработка рекламно-графического эскиза для фэшн-альбома, плаката и др.).

Дизайн костюма обуславливает специфические задачи различных видов эскиза костюма, каждый из которых имеет свои особенности, отвечает тем или иным целевым установкам профессиональной деятельности на различных этапах проектирования, а также рекламы производимой продукции. У каждого вида эскиза костюма своя задача, свой уровень технического мастерства, определенный набор формальных признаков, необходимых для разработки. Качественная проработка эскизов различных видов с

учетом необходимых требований позволяет избежать недопонимания между дизайнерами, конструкторами, производителями и потребителями.

Представленный в пособии материал раскрывает особенности проектирования продукции графического дизайна, порождаемой модой: эскизы костюма, фэшн-иллюстрации, фэшн-альбомы, плакаты и др.

Наряду со знанием специфики графического изображения различных видов эскизов, овладение фэшн-дизайном требует понимания роли и места цвета и цветовых гармоний как важнейшего средства эмоционального воздействия при проектировании костюма. Поэтому в учебном пособии уделено значительное внимание характеристике основных закономерностей построения гармоний цветовых сочетаний, используемых в практике художественного проектирования костюма.

Содержание учебного пособия может быть полезно студентам не только при изучении учебного курса «Проектирование», но и при выполнении курсовых проектов и подготовке выпускной квалификационной работы.

Фэшн-дизайн – исключительно увлекательная и заманчивая область профессиональной деятельности, открывающая неограниченные возможности для творчества. Одновременно это весьма непростая сфера с высокой конкуренцией, сопутствующей жёсткой критикой и огромной скоростью изменений в мире моды. Современный фэшн-дизайнер – это профессионал, который создает коллекции одежды, формирует новые тренды в моде, отвечает на запросы потребителей, участвует в развитии индустрии моды и стимулирует инновации. Соответственно, профессия фэшн-дизайнера требует проявления не только таланта и фантазии, но и глубоких разносторонних знаний,

связанных со сложным многоступенчатым процессом создания одежды. Современный фэшн-дизайн немислим без знания истории костюма, начитанности и осведомленности в мире моды. Огромную роль играет развитый художественный вкус, «насмотренность» фэшн-дизайнера, поэтому так важно посещать музеи, выставки, следить за выходящими коллекциями и иными событиями в мире современной культуры. Каждое из этих культурных событий, так же, как прекрасный цветок, удивительная птица или иной природный объект, могут стать для дизайнера источником вдохновения и творчества при разработке новой коллекции одежды.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андросова, Э. М. Основы художественного проектирования костюма [Текст]: учеб. пособие / Э. М. Андросова. – Челябинск: Медиа-Принт, 2004. – 184 с.: ил.
2. Бердник, Т. О. Основы художественного проектирования костюма и эскизной графики [Текст] / Т. О. Бердник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 320 с. – (Сер. «Учебники XXI века»).
3. Бердник, Т. О., Неклюдова, Т. П. Дизайн костюма [Текст] / Т. О. Бердник, Т. П. Неклюдова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 448 с.: ил.
4. ГОСТ 2.103-2013. Единая система конструкторской документации (ЕСКД). Стадии разработки (с Поправкой) [Текст]. – Взамен ГОСТ 2.103-68; Введ. 01.07.2015. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 6 с.
5. Елисеенков, Г. С. Дизайн-проектирование [Текст]: учеб. пособие для обучающихся по направлению 54.04.01 «Дизайн», профиль подготовки «Графический дизайн» / Г. С. Елисеенков, Г. Ю. Мхитарян. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2016. – 150 с.
6. Композиция костюма [Текст]: учеб. пособие для вузов / под общ. ред.: Г. М. Гусейнов, В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова и др. – Москва: Академия, 2004. – 431 с.
7. Конструктивное моделирование одежды [Текст]: учеб. пособие для вузов / А. И. Мартынова, Е. Г. Андрее-

- ва. – Москва: Москов. гос. акад. легкой промышленности, 1999. – 216 с.
8. Пармон, Ф. М. Композиция костюма. Одежда, обувь, аксессуары [Текст]: учебник для вузов / Ф. М. Пармон. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Триада Плюс, 2002. – 312 с.
- Покрой костюма 39
- Предпроектные исследования 8
- Промежуточные этапы 63
- Пропорции фигуры человека 29
- Проектирование 8, 15
- художественное 13
- инженерное 14
- Рабочая документация 12
- Связь 69
- Стилизация 34
- Стилизация фигуры человека 29
- Творческий эскиз 38
- Технический проект 12
- Технический эскиз костюма 43
- Техническое задание 10
- Техническое предложение 11
- Типы дизайна 19
- Трансформация 37
- Фор-эскиз костюма 33
- Фэши-альбом 52
- Фэши-дизайн 22

## ✓ ПРЕДМЕТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

- Ахроматические цвета 66
- Виды эскизов костюма
- фор-эскиз 28
  - творческий эскиз 28
  - технический эскиз 28
  - рекламно-графический эскиз 28
- Гармония
- ахроматическая 67
  - контрастных цветов 79
  - однотоновая 69
  - родственных цветов 72
  - родственно-контрастных цветов 75, 77
  - цветовых сочетаний 65
- Главные цвета 63
- Графическое изображение 26
- Графические средства изображения 27
- Детали костюма 39
- Дизайн 16
- Дизайн костюма 16
- Журнал 50
- Журнальная страница 51
- Костюм 15
- Мода 22

- Насыщенность 69  
Одежда 15  
Плакат 50  
Планшет 53  
Поза 31  
Покрой костюма 39  
Предпроектные исследования 8  
Промежуточные цвета 63  
Пропорции фигуры человека 29  
Проектирование 8, 15  
- художественное 13  
- инженерное 14  
Рабочая документация 12  
Светлота 69  
Стилизация 34  
Стилизация фигуры человека 29  
Творческий эскиз 38  
Технический проект 12  
Технический эскиз костюма 43  
Техническое задание 10  
Техническое предложение 11  
Типы дизайна 19  
Трансформация 37  
Фор-эскиз костюма 33  
Фэшн-альбом 52  
Фэшн-дизайн 22

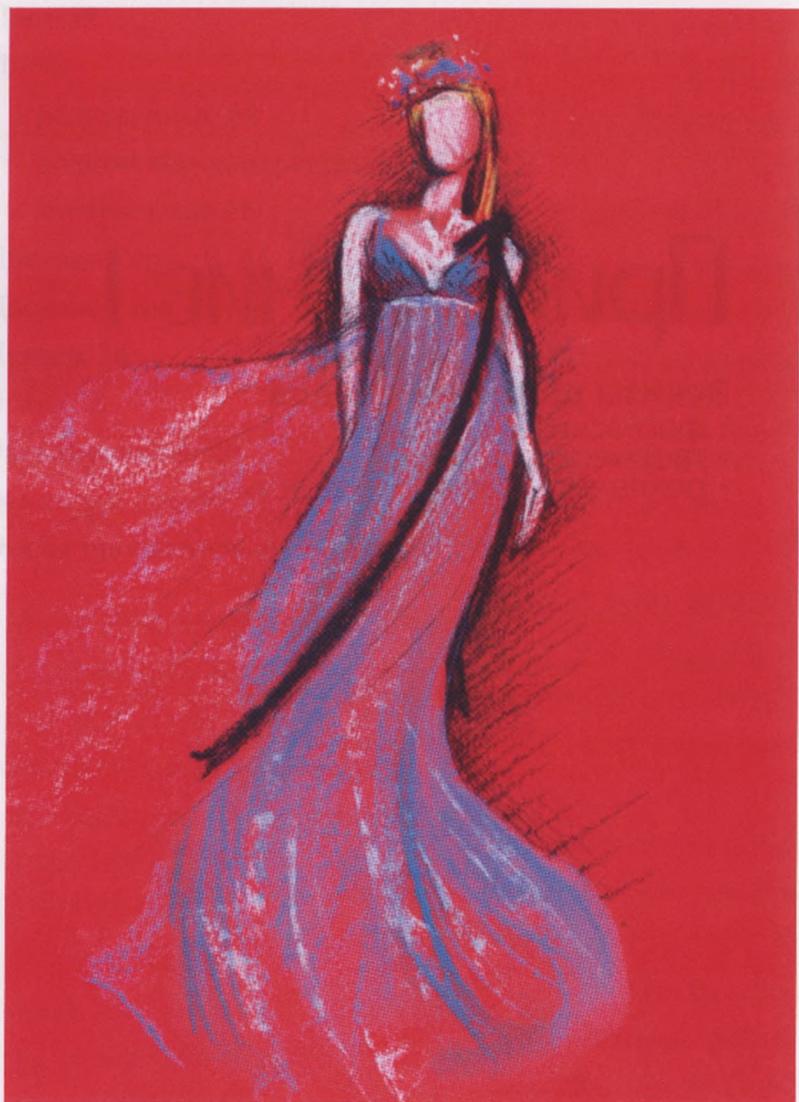
## Предметный указатель

Фэшн-иллюстрация	47
Цвет	59
Цвета	
- родственные	64
- родственно-контрастные	64
- контрастные	65
Цветовой круг В. М. Шугаева	62
Цветовой тон	69
Чертеж	26
Эскиз	26
Эскизирование	26
Эскизный проект	11
Этапы проектирования	8
- родственно-контрастных цветов	75, 77
- цветовых сочетаний	65
Главные цвета	63
Графическое изображение	26
Графические средства изображения	27
Детали костюма	39
Дизайн	16
Дизайн костюма	16
Журнал	50
Журнальная страница	51
Костюм	15
Мода	22

# Приложение 1

**Эскизы различных видов:**

- фор-эскизы
- творческие эскизы
- рекламно-графические эскизы



*Рисунок 1.1. Фор-эскиз первого типа  
(цветное решение, материал: пастель).  
Автор: студентка 4-го курса Холухаева В.*



Рисунок 1.2. Фор-эскиз второго типа (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Малявка Н.

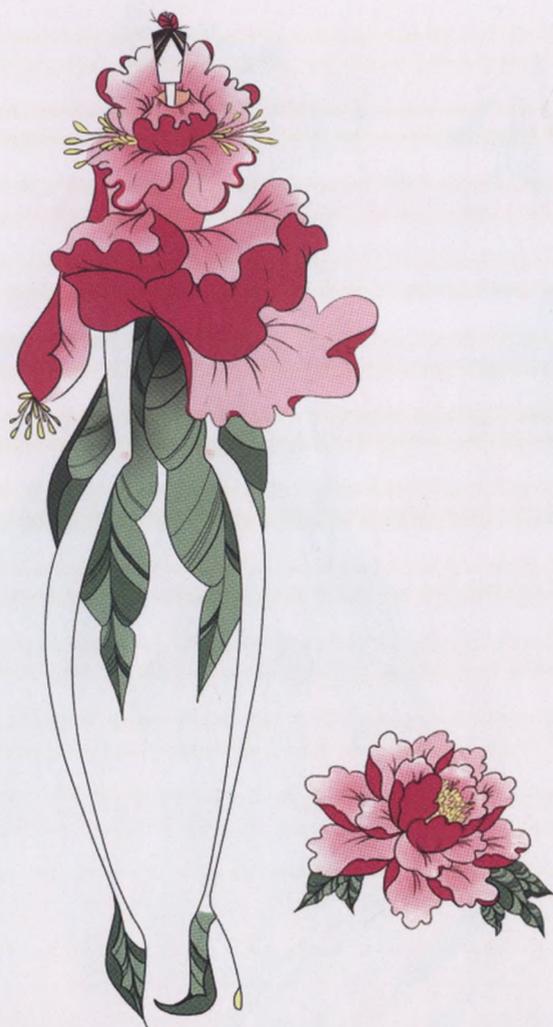


Рисунок 1.3. Фор-эскиз второго типа (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Реуцкая М.



Рисунок 1.4. Фор-эскиз второго типа (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Малявка Н.



Рисунок 1.5. Творческий эскиз сценического костюма  
(компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



**Daria Zhiliaeva:**

*Daria is based in Florence, Italy. She studied at Polimoda and graduated in 2013. Daria was born in Saint-Petersburg, Russia. Most recently, she obtained a degree in Fashion Design Studies from the Polimoda Fashion School Institute of Design and Marketing in Florence, Italy.*

*Рисунок 1.6. Рекламно-графический эскиз к коллекции дизайнера одежды Дарьи Жилиевой «Хозяйка Медной горы» (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Тухватулина В.*



*Рисунок 1.7. Рекламно-графический эскиз к коллекции британского дизайнера одежды Джона Гальяно 2009/2010 (компьютерная графика). Автор: студентка 4-го курса Малявка Н.*



Рисунок 1.8. Фэшн-иллюстрация к коллекции Moschino, весна-лето 2018 г. (компьютерная графика). Автор: студентка 4-го курса Балабанова Т.



*Рисунок 1.9. Фэшн-иллюстрация  
(смешанная техника)  
Автор: студентка 4-го курса Гао Сюаньжань*



Рисунок 1.10. Рекламно-графический эскиз: плакат к коллекции дизайнера одежды Томму Hilfiger, 2018 (компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Панова С.



Рисунок 1.11. Рекламно-графический эскиз: журнальная страница к коллекции дизайнера одежды Дарьи Жильевой «Хозяйка Медной горы» (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Тухватулина В.

# VOGUE

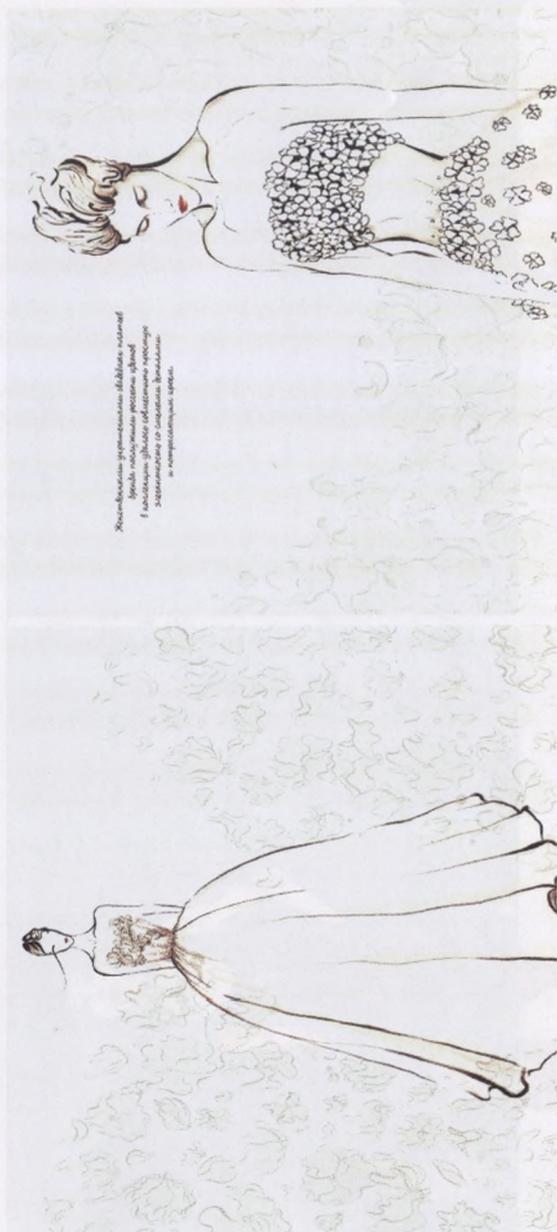


*Рисунок 1.12. Рекламно-графический эскиз:  
обложка журнала (смешанная техника).  
Автор: студентка 4-го курса Гаденова Ю.*





Рисунок 1.14. Рекламно-графический эскиз: разворот фэшн-альбома к коллекции Christian Dior, Couture, весна-лето 2017 г. (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Реуцкая М.



Женщины превратились в цветы, и наоборот.  
Взрослые женщины превратились в цветы.  
И цветы превратились в женщины.  
Хорошо, когда ты становишься женщиной,  
и женщины становятся тобой.

Рисунок 1.15. Рекламно-графический эскиз: разворот фэшн-альбома  
к коллекции дизайнерского дуэта Viktor & Rolf, осень-зима, 2017/2018 (смешанная техника).  
Автор: студент 4-го курса Юй Цзюньвэй (于峻)

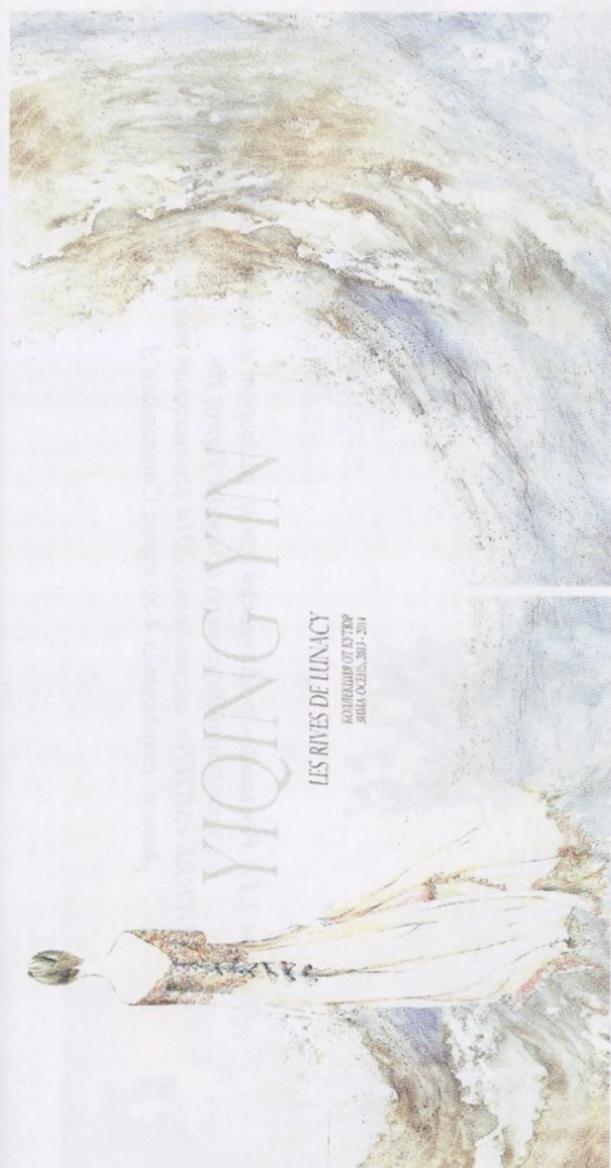


Рисунок 1.16. Рекламно-графический эскиз: разворот фэшин-альбома к коллекции дизайнера одежды Yiqing Yin, COUTURE «LES RIVES DE LUNACY», осень-зима, 2013–2014 (смешанная техника).  
Автор: студентка 4-го курса Степанова А.



Рисунок 1.17. Рекламно-графический эскиз: разворот фэшн-альбома к коллекции дизайнера одежды Yiqing Yin, COUTURE «MOTH», весна-лето, 2014 (смешанная техника). Автор: студентка 4-го курса Степанова А.



Рисунок 1.18. Рекламно-графический эскиз: разворот фэшн-альбома к коллекции дизайнера одежды Guo Pei, COUTURE, весна-лето, 2008 (смешанная техника).  
Автор: студентка 4-го курса Мао Хуэй (毛惠)



Рисунок 1.19. Рекламно-графический эскиз:  
планшет к дизайн-проекту по творчеству дизайнера одежды  
Guo Pei (смешанная техника).

Автор: студентка 4-го курса Мао Хуэй (毛惠)



Рисунок 1.20. Плашкетты к дизайн-проекту (смешанная техника).

Автор: студентка 4-го курса Мао Хуэй (毛惠)



ПЛАНШЕТЫ 70\*50

Рисунок 1.21. Плашкетты к дизайн-проекту (смешанная техника).

Автор: магистрант 2-го курса Супоровская А.



Рисунок 1.22. Рекламно-графический эскиз:  
планшет к дизайн-проекту фэшн-альбома дизайнерского дуэта  
Viktor&Rolf (смешанная техника).

Автор: студент 4-го курса Юй Цзюньвэй (于峻)



Рисунок 1.23. Рекламно-графический эскиз:  
планшет к дизайн-проекту фэшин-альбома Christian Dior  
(компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Реуцкая М.



Рисунок 1.24. Рекламно-графический эскиз:  
планшет к дизайн-проекту фэшн-альбома  
Christian Dior (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Реуцкая М.

# Приложение 2

**Проекты по разработке  
эскизов различных видов:**

- источник творчества;
- фор-эскиз;
- творческий эскиз;
- рекламно-графический эскиз  
(обложка журнала)



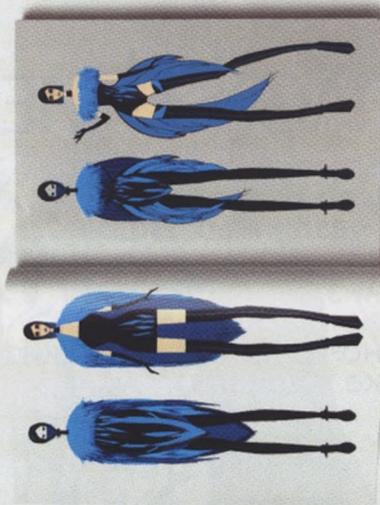
Возмозжные источники информации о внешности птицы



Стилизованные изображения основных признаков



Обложка глянцевого журнала в год издания



Форм-эскизы, заданные цветом и формой

материал: Чудайкина В.А.  
руководитель: Мельникова С.В.

иллюстрация 2.1.1. Проект по разработке эскизов различных видов  
(источник творчества, форм-эскиз, творческий эскиз,  
рекламно-графический эскиз).

Автор: студентка 4-го курса Чудайкина В.



Рисунок 2.2. Проект по разработке эскизов различных видов (источник творчества, фор-эскиз, творческий эскиз, рекламно-графический эскиз). Автор: студентка 4-го курса Реуцкая М.





Рисунок 2.4. Проект по разработке эскизов различных видов (источник творчества, фор-эскиз, творческий эскиз, рекламно-графический эскиз). Автор: студентка 4-го курса Гаденова Ю.



STYLIZATION  
IS ART

The decorative generalization of figures and objects for means of various conventional or original colors, textures, and relationships of space and color. Stylization is a natural method of artistic expression, where the substitution of each pictorial element to the overall image is determined by its own character. Stylization is most clear in cases of ornamentation, where the subject is not the object itself, but the decorative elements into which it is

JELLY FISH

THE IMMORTAL TURTLETOPS NITIBOLA

The Turtletops models jellyfish has captured a remarkable ability to regenerate its cells in times of crisis.

How does the turtletops work? It's simple. Turtletops is able to regenerate its cells in times of crisis — it produces new cells to replace the old ones. It's a natural process. From that state, its cells undergo transformation, in which the cells eventually transform into different types of cells.

But Turtletops can — and do — die. Their regeneration only occurs after several restorations, therefore they can't maintain production of clones in the early stage.

WINTER/FALL 2016

HARSH YELLOW COLORS

Harsh yellow, sandy yellow, bright yellow and almost green made a colorful change from the more subtle tones towards bright and cold fashion shade.

CONCEPTUAL DRESSES

While the rest of fashion was looking for new ways to play with color, the dresses of this season, the others, combined with what they do best: fitting, with the concept. In a refusal of the woman's model, the dresses of this season are made from with almost 100% of animal organs, pelt, viscose and draping fabric. Meet the concept dresses.

Рисунок 2.5. Проект по разработке эскизов различных видов (источник творчества, фор-эскиз, творческий эскиз, рекламно-графический эскиз).  
Автор: студентка 4-го курса Пономарева К.



Рисунок 2.6. Проект по разработке эскизов различных видов творчества, фор-эскиз, творческий эскиз, рекламно-графический эскиз).  
Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



Рисунок 2.7. Фор-эскизы костюма  
(источник творчества, 3 фор-эскиза) (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



Рисунок 2.8. Творческие эскизы костюма  
(источник творчества, 3 творческих эскиза) (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



Рисунок 2.9. Рекламно-графический эскиз: обложка журнала  
(компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Морокова М.

# Приложение 3

## Цветовой круг

### Цветовые гармонии в костюме:

- ахроматическая гармония
- однотоновая гармония
- гармония родственных цветов
- гармония родственно-контрастных цветов

Рисунок 3.1. Ахроматическая гармония в костюме (костюм, вышитый професором)  
Ахроматическая гармония в костюме (костюм М)

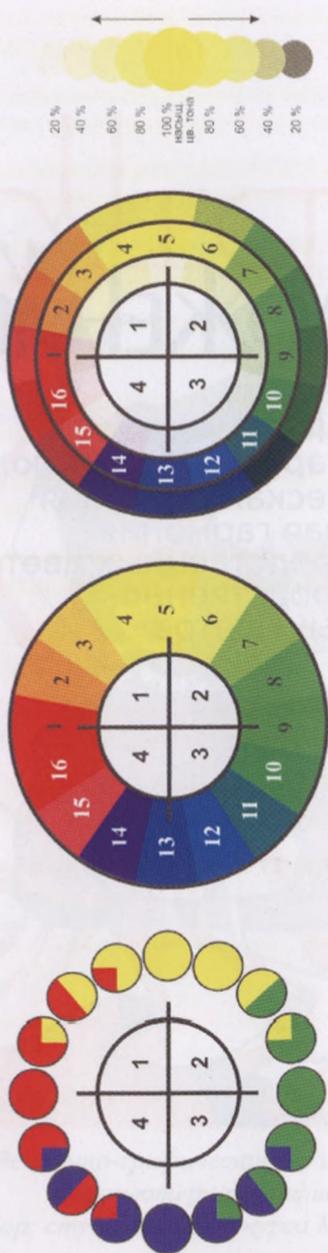


Рисунок 3.1. Цветовой круг В. М. Шугаева (16 цветов)



Рисунок 3.2. Ахроматическая гармония в костюме (компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Реуцкая М.



Рисунок 3.3. Однотоновая гармония в костюме (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Майявка Н.



Рисунок 3.4. Гармония родственных цветов в костюме (красно-синие цвета)  
(компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Чудайкина В.



Рисунок 3.5. Гармония двух родственно-контрастных цветов по принципу хорды (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



Рисунок 3.6. Гармония трех родственно-контрастных цветов по принципу равностороннего треугольника (компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Морокова М.

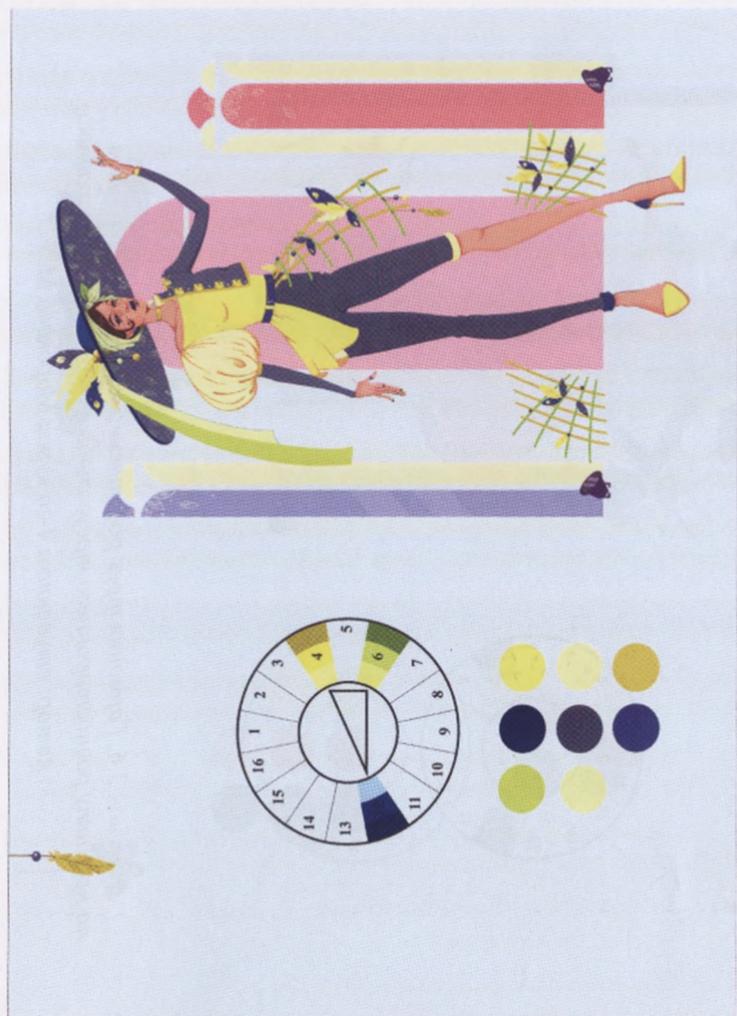


Рисунок 3.7. Гармония трех родственно-контрастных цветов по принципу прямоугольного треугольника (компьютерная графика). Автор: студентка 4-го курса Морохова М.



Рисунок 3.8. Гармония трех родственно-контрастных цветов по принципу тупогольного треугольника (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Морокова М.

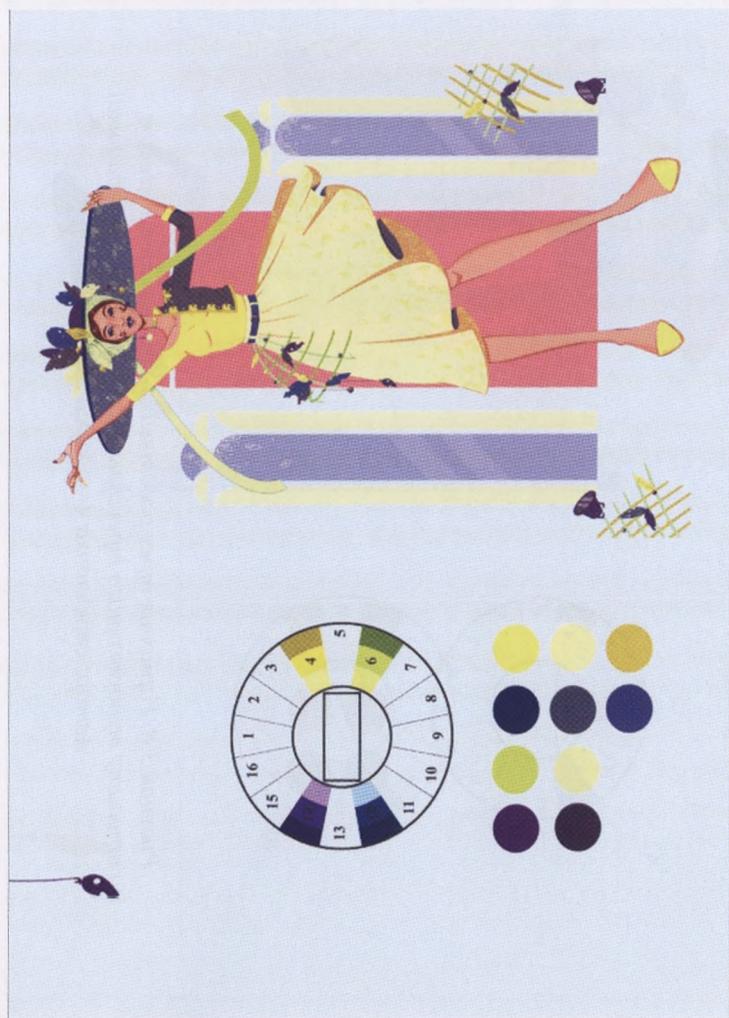


Рисунок 3.9. Гармония четырех родственно-контрастных цветов по принципу прямоугольника (компьютерная графика).

Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



Рисунок 3.10. Коллекция сценического костюма «Феерия» (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



Рисунок 3.11. Коллекция сценического костюма «Феерия» (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Морокова М.



Рисунок 3.12. Коллекция одежды «Королевский цветок»  
на основе стилизации богомола (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Маливка Н.



Рисунок 3.13. Коллекция одежды DELPOZO (смешанная техника).  
Автор: студентка 4-го курса Стерхова Д.



Рисунок 3.14. Коллекция одежды  
(источник творчества В. Кандинский «Разные части») (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Малявка Н.

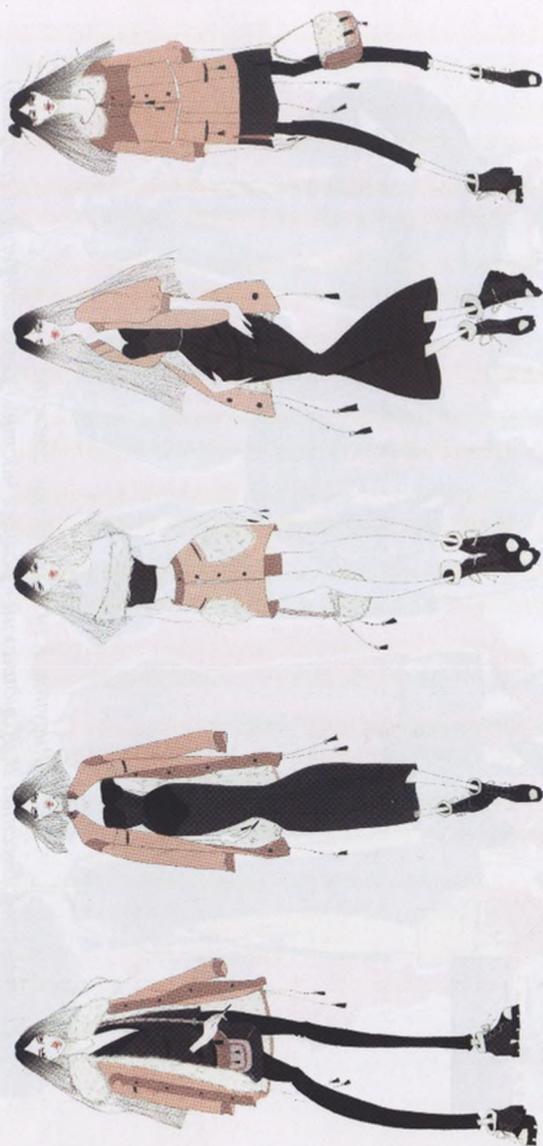


Рисунок 3.15. Коллекция женской одежды «Nide look» (компьютерная графика).  
Автор: студентка 4-го курса Реуцкая М.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	5
<b>Глава 1. Фэшн-дизайн в структуре проектирования</b> .....	8
1.1. Этапы проектирования.....	8
1.2. Фэшн-дизайн как вид дизайна.....	15
Контрольные вопросы к главе 1.....	25
<b>Глава 2. Графическое изображение в проектировании костюма. Виды эскизов</b> .....	26
2.1. Разработка фор-эскиза.....	33
2.2. Разработка творческого эскиза.....	38
2.3. Разработка технического эскиза.....	43
2.4. Разработка рекламно-графического эскиза.....	47
Практические задания.....	56
Контрольные вопросы к главе 2.....	57
<b>Глава 3. Цвет в проектировании костюма. Цветовые гармонии</b> .....	59
3.1. Ахроматические гармонии.....	66
3.2. Однотоновые гармонии.....	68
3.3. Гармонии родственных цветов.....	72
3.4. Гармонии родственно-контрастных цветов.....	74
3.5. Гармонии контрастных цветов.....	78
Практические задания.....	80
Контрольные вопросы к главе 3.....	82
<b>Заключение</b> .....	83
<b>Предметный указатель</b> .....	86
<b>Список литературы</b> .....	88
<b>Приложение 1</b> .....	91
<b>Приложение 2</b> .....	115
<b>Приложение 3</b> .....	125

Наши книги можно приобрести:

**Учебным заведениям и библиотекам:**  
в отделе по работе с вузами  
тел.: (495) 744-00-12, e-mail: [vuz@urait.ru](mailto:vuz@urait.ru)

**Частным лицам:**  
список магазинов смотрите на сайте [urait.ru](http://urait.ru)  
в разделе «Частным лицам»

**Магазинам и корпоративным клиентам:**  
в отделе продаж  
тел.: (495) 744-00-12, e-mail: [sales@urait.ru](mailto:sales@urait.ru)

**Отзывы об издании присылайте в редакцию**  
e-mail: [gred@urait.ru](mailto:gred@urait.ru)

Новые издания и дополнительные материалы доступны  
на образовательной платформе «Юрайт» [urait.ru](http://urait.ru),  
а также в мобильном приложении «Юрайт.Библиотека»

*Учебное издание*

**Мелкова Светлана Васильевна**

# **ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОСТЮМА**

Учебное пособие для вузов

Формат 60×90<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.

Печать цифровая. Усл. печ. л. 5,69.

**ООО «Издательство Юрайт»**

111123, г. Москва, ул. Плеханова, д. 4а.

Тел.: (495) 744-00-12. E-mail: [izdat@urait.ru](mailto:izdat@urait.ru), [www.urait.ru](http://www.urait.ru)

# Юрайт

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ПЛАТФОРМА



ЭЛЕКТРОННАЯ



БИБЛИОТЕКА

приложение

Юрайт.Библиотека



ВИДЕО

материалы



ТЕСТЫ

для самопроверки



urait.ru

интернет  
магазин

ISBN 978-5-534-14283-9



9 785534 142839