

Андреева Варвара Владимировна

доцент

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

г. Москва

DOI 10.21661/r-470886

МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОЛЛЕКЦИЙ ОДЕЖДЫ С УЧЕТОМ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗНЫХ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

***Аннотация:** статья представляет методы обучения на дисциплине «Проектирование костюма» студентов старших курсов, обучающихся по специальности 072500.62 бакалавр «Дизайн», профиль: «Дизайн костюма». Эти методы нацелены на подготовку специалистов к реалиям работы в условиях российского рынка одежды и заключаются в предпроектном изучении особенностей психологических типов потребителей. Таким образом, дизайнер одежды сможет при проектировании одежды избежать ряд ошибок и более эффективно развивать свое направление деятельности.*

***Ключевые слова:** психологический тип потребителя, стиль, классический, романтический, естественный, драматический, мода.*

Индустрия моды находится в постоянном развитии и занимает значительное место в глобальной экономике [1, с. 15]. В современных условиях дизайнеру недостаточно создавать исключительно оригинальные вещи. Для успешной реализации своих изделий необходимо изучать потребителей, поэтому производители модной одежды должны понимать проблемы покупателей и предлагать одежду, которая их решит. Современному дизайнеру одежды необходимо анализировать, понимать нужды потребителей и выявить целевую аудиторию. Основная задача, решаемая дизайнером, заключается в согласовании внешней, воспринимаемой визуально, формы с внутренней структурой изделия, его функцией и назначением, обликом потребителя. Не маловажное значение имеет и психологический комфорт. В психике человека выделяются три главных компонента:

когнитивный, регулятивный и коммуникативный. Поэтому, и в модном образе, и в реальном воздействии, которое он оказывает на воспринимающего, можно выделить те или иные аспекты. Например, когнитивные – познавательные, включающие процессы восприятия, представления, мышления, памяти; или регулятивные – соответствующие эмоционально-волевой сфере человека; а также коммуникативные – отражающие психологическое содержание всех форм общения людей между собой [3, с. 270].

При подготовке востребованных и успешных специалистов в области дизайна одежды, необходимо использовать методики образования, нацеленные на изучение всех этапов современной производства модной одежды – от идейной разработки до окончательной реализации продукта. Для решения одной из задач, студентам старших курсов было предложено выполнить проектную разработку дизайна одежды с учетом анализа психотипов потребителей. Таким образом, необходимо определиться с «портретом потребителя», его образом жизни и зоной комфорта. А именно определить психотип (психологический тип) – совокупность черт характера, описывающая узнаваемый тип человека с точки зрения психологии. Психотип – описание, чего от человека такого типа можно ждать в тех или иных ситуациях и по каким внешним признакам об этом догадаться. Психотипы человека чаще всего встречаются в смешанном виде в разных пропорциях [5, с. 152]. В контексте моды и имиджа можно рассмотреть следует изучить и проанализировать существующие психотипы: классический, естественный, романтический, драматический.

Представители классического психотипа производят впечатление спокойного и уверенного человека, нередко сдержанного и консервативного по натуре. Они организованны, контролируют и себя, и ситуацию, трудолюбивы и стараются соответствовать определенным высоким стандартам. Люди этого психотипа элегантны, предпочитают вневременную классику, качество для них имеет большее значение, чем количество. Их зона комфорта – лаконичные модели, которые не быстро станут старомодными, в нейтральных тонах с добавлением мягких оттенков вместо ярких цветов. Им трудно выйти за рамки «формального

стиля» и стремятся, чтобы одежда всегда соответствовала окружающей обстановке и роду занятий, в противном случае чувствуют себя дискомфортно. Это приверженцы классического, делового стиля и минимализма.

При проектировании коллекции одежды для данного психотипа, необходимо изучить и проанализировать особенности классического стиля и его микростилей. Основной особенностью данного стиля является умеренность, а также подчеркнутая изысканность. Умеренность может проявляться в цветовой гамме, в длине, объеме, отделке, выборе аксессуаров. Для классики очень характерна сдержанность, пропорциональность, отсутствие остромодных элементов и лишних деталей, а также строгие линии кроя, прямой или полуприлегающий силуэт (рис.1). Различные декоративные элементы практически отсутствуют. Классический стиль одежды органично сочетает в себе функциональность и красоту. Одежда классического стиля создает деловую обстановку, подчеркивает качество, надежность [2, с. 229]. Но, несмотря на то, что классический стиль универсален на все времена, все же стоит придерживаться основных направлений моды. Это относится к форме силуэта, отделке, выбору тканей, цветовой гамме (рис. 2). Рекомендуется исследовать следующие дома моды: Cerruti, Maxmara или Donna Karan, Lanvin и Daniel Hechter, Armani и Ralph Lauren; бренды и торговые марки: Jaeger, Austin Reed, Burberry, Windsmoor и Country Casuals, Betty Barclay или Wallis [4]. При изучении материала, особое значение нужно придавать пропорциям, силуэтным формам, соотношению деталей, видам отделки.



Рис. 1. Источники классического стиля



Рис. 2. Модели классического стиля

Люди романтического психотипа выражают себя с помощью одежды, которая подчеркивает женственность, отражает артистические и творческие таланты. Они чувствительны, эмоциональны, с хорошо развитой интуицией. Большое значение имеет все то, что их окружает. Они предпочитают струящиеся ткани, мягкие линии кроя, использование различных цветов. Часто, это сторонники экзотических этнических стилей, особое внимание уделяют аксессуарам. При работе с данным психотипом, можно экспериментировать с комбинированием

различных фактур материалов и отделки, сочетанием разного ассортимента и многослойностью. Ткани преимущественно мягкие и нежные, которые приятны на ощупь и легко драпируются (вельвет, шелк, джерси, креп, Tencel или Modal). Рисунки – этнические абстракции, цветочные орнаменты, шотландка, ткани в горошек и в клетку. Особый интерес вызывает кружево, вышивка и отделка бисером. Необходимо исследовать романтический стиль и его микростили. Основные особенности стиля – это прилегающий или полуприлегающий силуэт, Х-образная форма, сочетание малых объемов с большими (например, обтягивающий верх и пышная юбка). Основное внимание уделяется контурам фигуры, линиям талии и груди (рис. 3). Также характерными особенностями, которые выделяют этот стиль среди других, являются декольте, художественные вырезы и разрезы, всевозможные застежки или завязки, которые располагаются на плече, сзади, сбоку, множество складок, драпировок. Также в качестве отделки используют рюши, жабо, воланы, кружева, всевозможные банты, цветы (рис. 4). Не менее важен структурный анализ модных домов: Versace, Moschino, Christian Dior, Alberta Ferretti, Kenzo, Nicole Farhi и торговые марки: Monsoon, Laura Ashley, Kaliko, Patsy Seddon.



Рис. 3. Источники вдохновения романтического стиля



Рис. 4. Модели романтического стиля

Для естественного психотипа особо важное значение имеет комфорт. Они любят движение, полны энергии и просто относятся к жизни. Эти люди предпочитают одежду, не стесняющую движения, за которой легко ухаживать и удобную обувь. Для них характерны спортивный или кэжуал стили (рис. 6).

Они приверженцы натуральных материалов (хлопок, необработанный шелк, лен, твид, вязаный трикотаж) и тканей, одежда из которых будет комфортны в носке и легка уходе (трикотаж, джерси, флис). Часто используемые принты – это клетка, шотландка, полоска, крапинка, неброские абстракции, пейсли (рис. 5). При разработке коллекции одежды для естественного психотипа, особое внимание следует уделять комфортным конструкциям одежды. Необходимо изучить спортивный стиль и его микростили, такие как сафари, милитари, морской. Также, проанализировать бренды: Calvin Klein, Ralph Lauren, Jil Sander; торговые марки: Gap, Next, Liz Claiborne, Laura Ashley, Kaliko, Marks&Spencer [4].

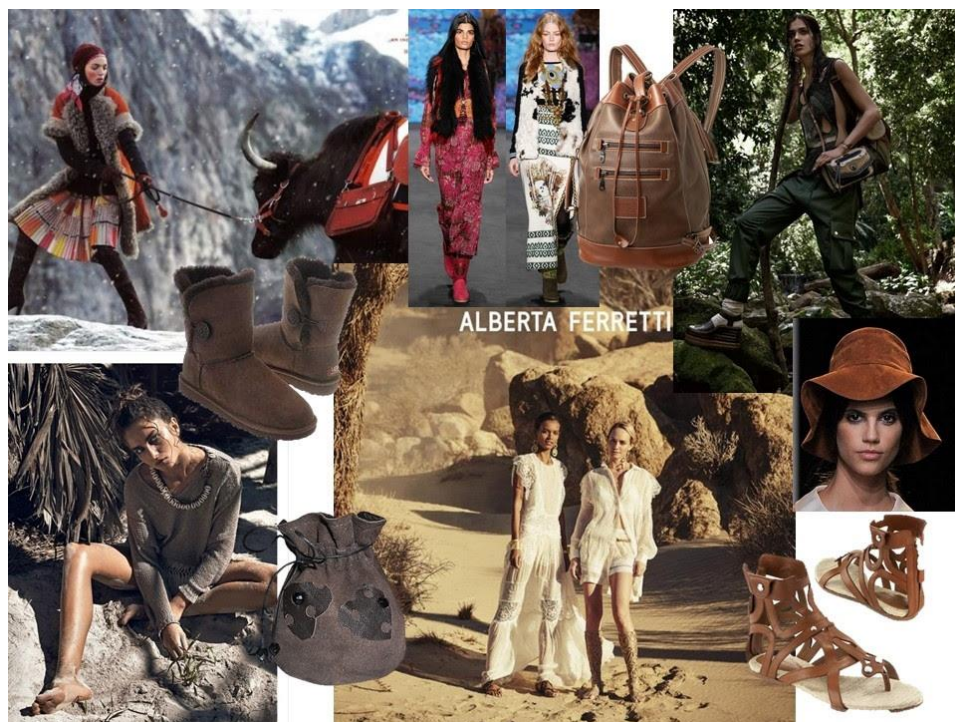


Рис. 5. Модели этнического стиля



Рис. 6. Модели в стиле кэжуал

Особое место занимает драматический психотип. Такие личности привлекают к себе всеобщее внимание окружающих. Такие люди ярко окрашены, производят должный эффект и открыты к любым экспериментам с формой, фактурой и аксессуарами. Они предпочитают яркие и контрастные цветовые

комбинации, оригинальные «заостренные» формы в одежде (рис. 7). Материалы в основном гладкие плотные, которые хорошо драпируются и облегают (мягкая шерсть, габардин, креп, шелк, джерси, а также, атлас, вельвет, парчу или ламе.) Принт в виде абстрактных фигур, полосы, крапинки (рис. 8). При разработке коллекции одежды для драматического психотипа, можно применять комбинаторные методы проектирования, такие как: деконструкция, кинетизм, вставки-врезки и т. д. Рекомендуется изучить такие стили как драматический, историзм, гламур, вамп. Необходимо исследовать последние коллекции дизайнеров Haut Couture; бренды: Karen Millen, Kookai, Morgan, Planet [4].



Рис.7. Источники драматического стиля



Рис. 8. Модели драматического стиля

Несмотря на растущее число выпускников направления «Дизайн одежды», многие производственные компании жалуются на нехватку «достойных кандидатов». Поэтому, одна из важных задач при подготовке дизайнеров – это приближение молодых специалистов к современным требованиям рынка одежды еще в рамках учебного процесса.

Список литературы

1. Тим Дж. Индустрия моды / Тим Дж., Шоу Д. – Киев: Баланс Бизнес Букс, 2011. – 400 с.
2. Ермилова Д.Ю. История домов моды. – М.: Академия, 2003. – 288 с.
3. Килошенко М.И. Психология моды. – М.: Оникс, 2006. – 320 с.
4. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012. – 352 с.
5. Поройков С.Ю. Психологические типы. – М.: Инфра-М, 2015. – 258 с.