

Шандренко О. М.

канд. мистецтвознавства, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтва

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ ГРАФІЧНОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ МОДНОГО БРЕНДУ

Анотація. В даній статті визначаються основні принципи та етапи створення графічної експлікації модних інновацій проектного простору моди. Візуалізація моди виявляється в чітко організованому процесі, що включає низку культурологічних, естетичних, художніх, мистецьких та технологічних настанов. Презентація моделі або колекції одягу, ескізів, логотипів модного бренду, відбувається за допомогою комп'ютерних технологій, що надають дизайнеру широкі образотворчі, художні можливості.

Ключові слова: мода, візуалізація, презентація бренду, модні інновації.

Аннотация. Шандренко О.Н. Основные принципы создания графической презентации модного бренда. В данной статье определяются основные принципы и этапы создания графической экспликации модных инноваций проектного пространства моды. Визуализация моды определяется в чётко организованном процессе, который включает ряд культурологических, эстетических, художественных и технологических установок. Презентация модели или коллекции одежды, эскизов, логотипов модного бренда, происходит с помощью компьютерных технологий, и предоставляют дизайнеру широкие образительные, художественные возможности.

Ключевые слова: мода, визуализация, презентация бренда, модные инновации.

Annotation. Shandrenko O.N. Main principles of creation of graphic presentation of a fashionable brand. The main principles and stages of creating of graphic explication of fashionable innovations of designed space of a fashion are defined in given article. In given article main principles and stages of creation of a graphic explication of fashionable innovations of design space of a fashion are defined. The fashion visualization is defined in accurately organized process which includes a number of culturological, esthetic, art and technological installations. The presentation of model or a collection of clothes, sketches, logos of a fashionable brand, occurs to the help of computer technologies, and give to the designer wide graphic, art possibilities.

Key words: fashion, visualization, brand presentation, fashionable innovations.

Постановка проблеми. Інформаційні комп'ютерні технології набули в ХХІ столітті широкого застосування в багатьох галузях науки і техніки. Вже нікого не дивує використання комп'ютерів для трансляції та зчитуванні текстової, відео, аудіо інформації, що набуває глобального всесвітнього масштабу. Велика кількість інформаційних технологій направлена на удосконалення проектування та презентації дизайн-об'єктів. Не винятком є дизайн одягу, як сукупність творчих та технологічних процесів культурної діяльності людини. Адже дизайн одягу — чутлива проекція всіх сучасних проявів культури та високих технологій. Одним з об'єктів дизайну є дизайн одягу, який за словами Ю. Легенького, поділяється на проектний простір «внутрішній», тобто орієнтований на предмету діяльність дизайнера (проектанта), й «зовнішній» — на графічну діяльність, тобто представлення «фірмового стилю» [2, 319].

Аналіз останніх досліджень показує, що розгляду дизайну одягу присвячено недостатньо уваги. Переважно це наукові роботи історичного описового характеру в яких прослідковується історія костюма, моди в територіальних та часових межах. Українські (Камінська Н., Матейко К., Ніколаєва Т., Нікуленко С., Стельмашук Г., Тканко З. та ін.) та російські мистецтвознавці — (Єрмілова Д., Мерцалова М., Захаржевська Р., Кірсєва Є., О.Васильєв та ін.), вивчаючи історію костюма, виявили залежність формування і поширення модних тенденцій від особливостей розвитку суспільства. Культурні, соціальні, економічні, естетичні, психологічні, семіотичні чинники моди досліджено в працях І. Канта, Кнабе Г., Н.Буало Шефтсбері, Т.Ріда, Д. Флюгеля, Г. Зіммель, Е. Фукса, Л.В. Петрова, А.Лавера, Г. Тард, Б.Паригіна, Б.Поршнева, А. Гофмана, Р. Барта, Т. Веблена, Дж. Леопарді та ін... Міжнародні періодичні журнали «Vogue», «Elle», «Cosmopolitan», «International Textiles», «Теорія моди» тощо, які є носіями найновішої інформації про основні тенденції та напрямки сучасної моди, подають інформацію про покази мод, сучасні тенденції в одязі та аксесуарах та ін.

Проте, проектна складова простору моди, дизайну одягу, залишається мало означеною. Це невелика кількість робіт, зокрема: Ю. Легенького «Дизайн одягу» (2009), Г. Петушкова «Проектування костюма» (2004), Т. Бердник та Т. Неклюдова «Дизайн костюма» (2000), Т. Ніколаєва «Тектоніка. Формоутворення костюма», К. Тетхен, Д. Сімен «Дизайн в моді. Моделювання одягу» (2006) та ін...

Метою даної роботи є визначення основних принципів графічної презентації модних інновацій засобами комп'ютерних технологій в фаховій підготовці студентів напряму підготовки 6.020207 «Дизайн», за спеціальністю «Дизайнер одягу».

Сучасна мода потребує високої професійної підготовки фахівців дизайнерів одягу. Тому освітній процес дизайнера має включати в себе цикл дисциплін не лише практичного виконання колекцій одягу, а й дисципліни, що забезпечують візуальну презентацію креативних рішень. Однією з них є візуалізація дизайн-пропозиції готової колекції (моделі) одягу,

Надійшла до редакції 15.03.2012

Altuhova Varvara






Collection «Mutation» was created on a basis of the ecologic theme and under inspiration of «Plato Atlantis» Alexander McQueen

contacts:
tel. 0933510866
e-mail: varyuha@mail.ru





рис. 1.



рис. 2.

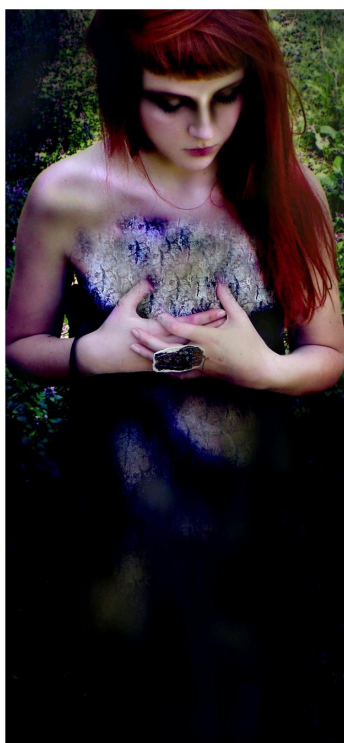


рис. 3.

або її графічного рішення. Тому на третьому курсі студенти напряму «Дизайн», виконують **курсону роботу** з дисципліни «Комп'ютерне дизайн-проекування» — спрямовану на професійно-орієнтований напрям у підготовці студентів спеціалізації «Дизайн одягу» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». **Метою курсової роботи є закріплення, поглиблення теоретичних та практичних знань** отриманих за час вивчення курсу «Комп'ютерне дизайн-проекування», та застосування сучасних засобів комп'ютерного проєкування в роботі дизайнера одягу. Завданням курсової роботи є розширення науково-теоретичного кругозору студентів; удосконалення навичок самостійного вивчення та аналізу джерельної бази, з обраної тематики; набуття навичок до самостійного аналізу візуального матеріалу, з обраної тематики; удосконалення техніки виконання проєктних завдань із використанням композиційних і формотворчих засобів, а також виражальних можливостей комп'ютерних графічних програм; практичного застосування методики наукового дослідження для візуалізації інноваційних образів моди засобами комп'ютерних технологій; створення власних концепції презентації модних інновацій засобами комп'ютерних технологій; удосконалення практичних навичок відтворення атрибутів модного бренду; оволодіння навичками оформлення текстової, зображувальної літератури; набуття навичок прилюдного захисту власних творчих розробок.

До структури курсового проєкту відноситься: титульний аркуш; завдання; зміст; перелік умовних позначень; вступ; основна частина; висновки; додатки (за необхідності); список використаних джерел.

У вступі студент розкриває сутність і стан наукової проблеми (задачі) та значущість, підстави і вихідні дані для розроблення теми, обґрунтування необхідності проведення дослідження, надає загальну характеристику.

Актуальності вибору теми, курсової роботи, визначається соціокультурними, мистецькими, економічними, психологічними та ін. чинниками, що відповідають вимогам сучасності. Шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими розв'язаннями проблеми (наукової задачі) обґрунтовують актуальність і доцільність роботи для розвитку відповідної галузі науки чи виробництва.

Наступний етап — формулювання мети роботи і завдання, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети. *Метою проєкування* може бути культурно-історична (естетична, культурологічна, технологічна, економічна) реконструкція (трансформація) стилістичних настанов (образу сучасної моди, бренду (фірмового стилю) в мистецькоу вимірі як сучасної презентації (колекції одягу, модних аксесуарів та ін.), в залежності від мети проєкування визначається *завдання*:

- культурологічна реконструкція проєкту (короткий опис-анотація);
- естетична реконструкція проєкту (короткий опис-анотація);
- художня та технологічна експлікація проєкту (короткий опис-анотація);

Об'єкт дослідження — процес або явище, що породжує проблемну ситуацію обрану для вивчення. *Предмет дослідження* міститься в межах об'єкта. Це власне те, що вивчається і досліджується [5]. Предметом курсового проєкту з дисципліни «комп'ютерне дизайн проєкування» — завжди є проєкування.

Об'єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове. В об'єкті виділяється та його частина, яка є предметом дослідження. Саме на нього спрямована основна увага студента, оскільки предмет дослідження визначає тему курсового проєкту, яка визначається на титульному аркуші як її назва [5].

У розділах основної частини подають: У першому розділі «*Предпроектний аналіз*» проводять збір та аналіз матеріалу з обраної теми; збір та аналіз візуальної інформації для створення рекламного буклету для презентації модних інновацій; вивчення та аналіз аналогів сучасних поліграфічних продуктів, що використовуються в модній індустрії (звертається увага на колір, об'єм, якість видань, формат, особливості форматів, текстур); вивчення та аналіз візуальних матеріалів всесвітньовідомих модних брендів (логотип та його місце в композиції); аналіз текстильних тенденцій та їх презентація; аналіз трендів в модній індустрії (форма, колір, фактура, образ); аналіз архетипів, що використовує модна індустрія (висока мода, прет-а-порте).

В огляді літератури студент окреслює основні етапи розвитку та особливості графічних, образних, культурномистецьких рішень за обраною проблемою. Висвітлює роботи попередників (дизайнерів, кутюр'є), аналізує теоретичні літературні та зображувальні матеріали, що торкаються проблеми. Також необхідно вказати на питання, що залишились невирішеними і, отже, визначити їхнє місце у розв'язанні проблеми. Закінчити перший розділ невеликим резюме, обґрунтовуючи можливість проведення дослідження з визначеним завданням [3].

У другому розділі «*Проектні пропозиції щодо відтворення проєкту*» як правило, наводяться методи вирішення задач; проводяться методологічні аналогії, визначаються загальні методики створення курсового проєкту; викладаються результати власних аналізів з висвітленням того нового, що автор вносить у розроблення власного проєкту; визначаються та обґрунтовуються пошуки та рішення поставленого завдання; проводиться творчий пошук власних розробок атрибутів модного бренду; визначається образна експлікацію графічної роботи; підсумовується та обґрунтовується остаточний вибір концептуального рішення проєкту.

У третьому розділі «*Технологічна стратегія відтворення проєкту*» описується поетапна експлікація технологічних прийомів використаних при створенні графічної презентації, функції та команди програмного забезпечення, що використовуються для досягнення конкретного завдання.

Визначаються технологічні перспективи втілення проєкту на виробництві. Підводиться підсумок як узагальнення результатів щодо використаних власних

підходів в технології виконання проектного завдання та створення графічної презентації дизайн-концепції.

У *висновках* викладаються найважливіші результати, одержані в курсовому проекті, які містять розв'язання завдання, формулюються висновки та рекомендації щодо практичного використання здобутих результатів, коротко визначається стан питання, методи вирішення поставленого завдання в курсовому проекті, практичний аналіз, художнє та естетичне розв'язання.

До важливих етапів роботи над курсовим проектом відносяться вибір теми і формулювання дослідницького завдання (підготовчий етап). До першого та важливого моменту відноситься – *вибір теми*. Студент вирішує, яка з тем його найбільше цікавить, як вона пов'язана з сучасними проблемами в дизайні одягу, а саме з візуалізацією модного образу. Вибравши тему, визначаються конкретні завдання курсової роботи, її структура, принципи пошуку матеріалу, аналізу літератури, а також напрямки дослідження та можливість відтворення проекту. Назва курсової роботи має бути короткою, відповідати обраній спеціальності та суті дослідження. Вибрана тема погоджується з науковим керівником і затверджується на кафедрі.

Пошук джерел та літератури, опрацювання матеріалів (інформаційний). Цей етап передбачає пошук необхідної літератури у бібліотеках, архівах, в мережі Інтернет та її опрацювання. Фрагменти документів, зображень та наукову літературу, які студент опановує представляються у тексті курсової, зберігаються у вигляді нотаток, замальовок, ксерокопій.

Дослідження соціокультурних аналогів, творчих розробок в моді (етап реконструкції). **Етап реконструкції** передбачає встановлення фактів (зображення та тексти пов'язані з презентацією моди, модних об'єктів, технологій тощо.), що є не лише набором суб'єктивних думок чи переліком зображень, а мають системний аналіз. Важливо також вирішити, наскільки джерела інформації відповідають чи спонукають, наближують до поставленої мети проектного завдання. Потрібно звернути увагу на те, яким чином інформація впливає на розуміння модних інновацій в культурі.

Методологічний аналіз та пошук рішення власних завдань (аналітичний етап). Даний етап базується на аналітичній здатності студента до концептуального розуміння модних інновацій. Аналітичний етап дозволяє провести аналогію між існуючими проектами в модній індустрії та виявити методологічні засади та принципи створення. Проводячи роботу, на цьому етапі визначається власна концепція рішення проектного завдання та обґрунтовуються засоби реалізації.

Творчий етап (створення власних розробок). Відбувається творчий, образний, графічний пошук рішення завдання до курсової роботи. Після остаточного визначення об'єктів проектування проводиться технічне виконання завдання засобами комп'ютерної техніки та виконується макет дизайн-концепції презентації модних інновацій. Приклади виконання

презентації модного бренду представлені в студентських роботах (див. рис. 1 – 3).

Висновки. Отже, можна зробити висновки, що сучасні технології проектування дозволяють залучати новітні засоби науки і техніки до проектного світу моди. Мода, в свою чергу, акумулює синтез мистецьких практик та використовує образотворчі, естетичні, художні, культурологічні, семіологічні стратегії формотворення в презентації модних інновацій в ХХІ столітті. Визначення основних етапів графічної презентації брендів моди виявляється в чітко організованому процесі. Проектування візуалізаційної презентації моделей або колекції одягу, ескізів, логотипу модного бренду засобами комп'ютерних технологій та використання таких графічних програм як Adobe Photoshop, Coreldraw, Adobe Illustrator надають дизайнеру широкі образотворчі, художні можливості. Залучення новітніх технічних засобів до навчального процесу дизайнерів одягу прискорює та покращує принцип графічної презентації модних інновацій.

Література:

1. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання (ГОСТ 7.1 – 2003, IDT) : ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. – [Чинний від 07-01-2007]. – К.: Держспоживстандарт України, 2007. – 47с. – (Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи; Національний стандарт України).
2. Легенький Ю. Г. Дизайн одягу / Юрій Григорович Легенький // Посібник. – Київ.: КНУКіМ, 2008. – 374.
3. Методичні рекомендації з написання курсових, бакалаврських, дипломних та магістерських робіт для студентів історичного факультету // О. Гончаров, М. Хоменко. – Київ: Київ. ун-т, 1999. – 17 с.
4. Мороз І. Структура дипломних, кваліфікаційних робіт та вимоги до їх написання, оформлення і захисту. – Київ: Вид-во «Курс», 1997. – 56 с.
5. Основні вимоги до дисертацій та авторефератів // Бюлетень ВАК України. – 2000. – № 2. – Спеціальний випуск. – С. 9-19.
6. Харута Г.Г., Сокольська М.О. Методичні рекомендації щодо підготовки до видання навчально-методичної, наукової та довідкової літератури / Харута Г.Г., Сокольська М.О. – Біла Церква, 2010. – 33 с.