

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Стиль в одежде» является дисциплиной, развивающей профессиональные качества и повышающей общий уровень культуры специалиста в области проектирования одежды. Он предназначен для углубленной подготовки студентов специальности 052400 «Дизайн» («Дизайн костюма»).

Практическое овладение навыками анализа и прогнозирования модных тенденций, стилизации в процессе изучения дисциплины «Стиль в одежде» включает 17 часов на выполнение лабораторных работ и 34 часа самостоятельной работы.

Курс затрагивает проблемы психологии и социологии стиля, футурологии моды и знакомит студентов с современными концепциями моды и стиля. В курсе «Стиль в одежде» уделяется большое внимание формированию навыков анализа модных тенденций, студенты приобретают опыт изучения стилевых предпочтений различных групп потребителей одежды, тренируют навыки сравнительного анализа предложений «дизайнерской» и «уличной» моды.

Используя сведения лекционного курса и методические указания, студенты в ходе выполнения лабораторных работ совершенствуют навыки проектирования изделий различного назначения в определенном стиле с заданными свойствами.

Защита проектов в режиме деловой игры с использованием метода шести шляп Де Боно тренирует навыки презентации проектов и развивает креативность дизайнерского мышления.

В результате изучения дисциплины «Стиль в одежде» студенты должны уметь видеть и анализировать наиболее характерные признаки стилевых решений в одежде; владеть навыками стилизации при разработке проектов костюма; анализировать и прогнозировать развитие модных стилей.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 1

Анализ стилевых тенденций современной моды.

Дизайнерская мода

Цель работы. Изучение характерных черт моды, приобретение практических навыков анализа модных тенденций, проявляющихся в материалах выставок индустрии моды, коллекциях дизайнеров одежды и аксессуаров.

Для работы необходимы: специальная литература, карандаши, краски, бумага.

Содержание

1. Выполнить поиск информации о современных тенденциях моды с использованием всех возможных источников.

2. Провести систематизацию собранной информации. По результатам анализа дать характеристику:

- модной цветовой гаммы;
- модных материалов, их фактур, рисунков и других декоративных эффектов;
- модных стилевых тенденций и выражающих их образов;
- модных идеалов человеческой фигуры;
- модных форм одежды;
- технологических и конструктивных средств формообразования, используемых современной модой;
- ассортимента модных изделий и их деталей;
- модных аксессуаров.

3. Выполнить зарисовки модных образов, силуэтных форм, моделей одежды и аксессуаров, модных деталей и т.д.(по согласованию с преподавателем).

4. Сформулировать выводы по работе.

Методические указания

Методика анализа модных тенденций разработана в Имидж – центре ВГУЭС в процессе исследования проблем прогнозирования моды. В методике учтены результаты работы специалистов Института комплексных исследований «Мицубиси» (Япония) и «Fashion Consulting Group» (Москва) (3, 4).

Первым этапом работы является поиск достоверной информации о моде анализируемого сезона. Должен быть собран большой объем ин-

формации из различных источников. Список источников обязательно указывается в отчете по работе.

В качестве источников информации о модных тенденциях прежде всего должны быть использованы специальные издания индустрии моды, такие как журналы «Швейная промышленность», «Текстильная промышленность», «Кожевенно-обувная промышленность», «International Textiles», «Индустрия моды», «Ателье». Здесь публикуются обзоры выставок сырья и материалов для одежды; репортажи с показов коллекций дизайнеров, профессиональные аналитические статьи.

Полезными источниками информации являются и гляцевые издания: журналы «Vogue», «Harpers Bazaar», «Elle», «Officiel», «Cosmopolitan».

Можно анализировать сообщения различных СМИ, видеозаписи телепередач о моде, одежду звезд кино и телевидения.

Рекомендуется активно использовать ресурсы сети Интернет. В Приложениях 1 и 2 представлены ссылки на адреса наиболее содержательных для специалистов в области проектирования одежды англо- и русскоязычных порталов и сайтов.

Собранная информация часто является противоречивой. На *втором* этапе выполняется анализ и структурирование имеющейся информации в соответствии с планом, предложенным в п. 2 содержания.

Студенту следует внимательно изучить всю собранную информацию, выделить наиболее часто встречающиеся тренды и выполнить подсчет **индексов** каждого тренда. Индексом тренда называют частоту встречаемости этого тренда в источниках информации. Результаты анализа должны быть представлены в виде таблицы, форма которой представлена в Приложении 3.

Тренд цвета задает «атмосферу» сезона. Необходимо вычислить индексы каждого цвета, выделить лидирующие колористические темы.

Тренд материалов развивает настроение, заданное трендом цвета. В лабораторной работе необходимо охарактеризовать ассортимент, волокнистый состав, важнейшие свойства модных материалов, а также актуальные фактуры и рисунки. Следует отметить источники заимствования мотивов при декоративном оформлении материалов и наиболее популярные техники их исполнения (набивка, роспись, ткацкие эффекты и др.). Необходимо рассчитать индексы для модных материалов, рисунков, фактур.

Тренд стиля характеризует модные темы и образы, источники вдохновения и исторические аналоги новой моды. На создание коллекций дизайнера могут вдохновлять события, образы известных личностей или произведения искусства – кинофильмы, живопись, скульптура.

Успех предложений дизайнеров зависит от того, насколько они отвечают стилю жизни общества, выражают настроение потребителей.

Например, устойчивое развитие этнической тенденции в моде отражает переосмысление культурных ценностей общества: отказ от понимания культуры как единого для всех западного стандарта, популярность идеи синтеза культурных традиций Востока и Запада.

Ускорение ритма жизни людей, повышение стандартов уровня жизни, приоритет интересов отдельной личности отчетливо прослеживается в моде как новый поворот к интерпретации комфорта, функциональности и индивидуального восприятия.

В лабораторной работе необходимо дать описание стиля жизни и настроений общества. Выполнить анализ соответствующих им стилевых тенденций в моде.

С модным образом связано и понятие *модной фигуры*. «На человеческое тело существует, по-видимому, такая же мода, как и на облагающую его одежду», – писал Ж. Гонкур.

Каждая эпоха создает свои собственные идеалы человеческого тела. Одежда подчеркивает или скрывает определенные части тела для приближения силуэта к общепринятому идеалу. Считается, что во второй половине XX века смена модных представлений о фигуре закономерно повторяется через поколение. В моде последних лет присутствуют два основных образа женской фигуры.

Девушка-андрогин: плоская, как подросток, узкие плечи и бедра, крошечная грудь, тонкая фигура максимально вытянута. Такой фигуре соответствует стиль «унисекс», прямая линия от плеча к бедру, пиджак и брюки, мужская костюмная ткань. Примером андрогинности была в последние годы фигура Кейт Мосс, а истоки моды на бесплотную фигуру связывают с именем Твигги.

Женственная фигура: округлые формы, большая грудь и широкие бедра. В разные годы идеал женственной фигуры выражали Мэрилин Монро, Бриджит Бардо и Софи Лорен, Кейт Уинслет в фильме «Титаник» и Дрю Бэрримор – Золушка.

В отчете по работе необходимо дать описание модной фигуры. Следует отметить связь модных форм тела и силуэта одежды.

Тренд сезона. *Внешняя форма* – основной элемент композиции одежды. *Силуэт*, как плоскостная характеристика (проекция) формы, является важным элементом моды.

Общность форм прослеживается в одежде каждого периода времени. Именно благодаря своей форме узнаваема, к примеру, одежда 20, 30, 40 годов XX столетия.

Для характеристики модной формы изучаемого сезона необходимо проанализировать геометрический вид и размер формы, рассчитать индексы модных силуэтов. Методика анализа модных форм одежды подробно рассмотрена в работе [5].

Графическую характеристику геометрического вида формы можно представить в виде рисунка или использовать фотографии из журналов мод.

Технологические и конструктивные средства формообразования, используемые современной модой. Анализ и вычисление индексов выполняется по эскизам, фотографиям, образцам готовых изделий и методической литературе.

Ассортимент модных изделий. Каждому стилевому направлению соответствует тот или иной набор изделий, наиболее полно выражающий модную идею.

Тема андрогинности в женской одежде поддерживается лидирующей ролью брюк, а тема женственности и романтизма выражается через популярность юбок и платьев.

В отчете необходимо указать виды изделий, которые наиболее популярны в текущем модном сезоне, т.е. ассортиментных лидеров.

Модные аксессуары. Характеризуя этот тренд, необходимо обратить внимание на стиль аксессуаров, их ассортимент, применяемые материалы и актуальную манеру ношения.

В процессе выполнения данной работы студенты совершенствуют навыки анализа основных характерных черт моды, полученных при изучении дисциплины «Индивидуальный стиль в одежде». В результате студенты имеют обширный материал, собранный на протяжении двух лет и могут самостоятельно сделать выводы о развитии основных модных тенденций.

Требования к отчету

Отчет должен содержать полную, хорошо структурированную (в соответствии с предложенной методикой) информацию о текущем направлении моды.

В практической части работы необходимо определить наиболее заметные тренды, вычислить индексы всех основных трендов. Результаты представить в виде таблицы. В графе «предпочтения потребителей» поставить значения, соответствующие личным предпочтениям.

Следует перечислить источники информации, анализ которых выполнен в ходе работы и дать характеристику использованных информационных источников с точки зрения качества и полноты информации о моде.

В выводах кратко сформулировать суть модного тренда. Необходимо выделить ключевые слова, определяющие смысл новой моды.

К отчету прилагается серия коллажей и эскизов, иллюстрирующих содержательную часть.



Рис. 1. Представление информации о тренде стиля в виде эскиза

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 2

Анализ стилевых тенденций современной моды.

Уличная мода

Цель работы. Изучение характерных черт уличной моды, приобретение практических навыков «охоты» за тенденциями, проявляющимися в манере ношения одежды различными категориями потребителей одежды.

Содержание

1. По согласованию с преподавателем выбрать определенную категорию потребителей одежды в зависимости от их стиля жизни.
2. Изучить и дать описание стиля жизни исследуемой категории потребителей:
 - какие виды деятельности предпочитают, где работают и отдыхают;
 - каково отношение к моде;
 - где, как часто приобретают одежду;
 - кто является образцом для подражания;
3. Выполнить «полевое исследование» потребительских предпочтений в одежде и аксессуарах
4. Представить фотоотчет о проделанной работе.
5. Сформулировать выводы по работе.

Методические указания

В предыдущей лабораторной работе акцент был сделан на изучение характерных черт и закономерностей развития так называемой «дизайнерской» или «подиумной» моды, создаваемой специалистами fashion-индустрии.

Однако потребители одежды могут с интересом принимать модные прогнозы к сведению, но в повседневной жизни носить совершенно другую одежду. Ни один кутюрье сегодня не может с гордостью заявить: «Моду улице диктую я!». Улица отбирает из предлагаемых на сезон тенденций то, что придется ей по вкусу.

На первом этапе студентам необходимо ознакомиться с методами анализа «уличной моды», принятыми в маркетинге модных товаров.

Данная работа выполняется как продолжение первой лабораторной работы. После детального изучения предложений дизайнеров одежды и выставок индустрии моды студенты имеют возможность выделить наиболее часто встречающиеся тренды и вычислить их индексы. Результаты анализа оформляются в виде таблицы, представленной в приложении 3.

На этапе анализа потребительских предпочтений во второй лабораторной работе эта таблица дополняется оценкой потребителей, которую они выполняют для каждого тренда по пятибалльной шкале.

По заданию преподавателя группа из нескольких студентов выполняет анализ стилевых предпочтений определенной категории потребителей и сравнивает полученные результаты с данными об индексах каждого тренда, рассчитанными в первой лабораторной работе. По результатам анализа делаются выводы о скорости и степени принятия модных решений определенными группами потребителей.

Требования к отчету

Отчет должен содержать обоснование выбора группы потребителей и характеристику этой группы, описание стиля жизни.

Для иллюстрации основных положений аналитической части работы студенты выполняют фотоотчет, фиксируя наиболее типичные и наиболее индивидуальные проявления манеры одеваться, свойственные выбранной категории потребителей.

В практической части работы необходимо представить результаты исследования потребительских предпочтений относительно всех основных трендов. Результаты представляют, дополняя таблицу, разработанную в лабораторной работе №1.

В выводах кратко сформулировать наиболее заметные тенденции в поведении потребителей: выбор одежды и аксессуаров, манера их приобретения и ношения.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 3

Разработка специальной одежды (униформы) для обслуживающего персонала различных фирм

Цели работы: ознакомиться с элементами фирменного стиля и особенностями проектирования униформы; закрепить навыки выполнения проекта в соответствии с типовой 5-стадийной схемой проектирования; освоить метод шести шляп мышления Де Боно.

Содержание

1. По согласованию с преподавателем выбрать реальное предприятие, для сотрудников которого будет разрабатываться униформа.
2. Сформулировать и оформить техническое задание на проектирование. Согласовать его с преподавателем.
3. Выполнить цикл проектных работ от технического предложения до эскизного проекта.
4. Составить отчет и сформулировать выводы по работе.
5. Осуществить презентацию проекта в учебной группе, используя в процессе обсуждения метод шести шляп мышления.

Методические указания

На первом этапе работы над проектом необходимо выбрать конкретное предприятие и определенные категории сотрудников (не менее двух), для которых будет разработана униформа. Принципиальным требованием является получение реальной достоверной исходной информации.

На втором этапе выполняется проектная работа. Процесс проектирования осуществляется в соответствии с требованиями ЕСКД и имеет пять стадий:

1. Техническое задание (ТЗ).
2. Техническое предложение (ТП).
3. Эскизный проект (ЭП).
4. Технический проект (ТПт).
5. Рабочий проект (РП).

На стадии **технического задания** на проектирование необходимо задать основные параметры разрабатываемого проекта и согласовать его с заказчиком (при выполнении лабораторной работы – с преподавателем), сформулировать требования к его эстетическим, гигиеническим, эксплуатационным свойствам

В настоящей лабораторной работе следует проанализировать и описать:

- Особенности бизнеса, вида профессиональной деятельности, которой занимается данное предприятие.
- Специфику корпоративной культуры предприятия, для которого разрабатывается униформа.
- Существующий фирменный стиль (фирменный цвет, рекламные материалы).
- Особенности профессиональной деятельности выбранных категорий работающих.

Студент должен выполнить анализ условий труда на конкретном предприятии: температурный режим, влажность, другие климатические условия; интенсивность труда, характерные позы и движения. При этом необходимо описать существующие вредности (возможность загрязнения одежды, возможность травматизма); правила эксплуатации и способ чистки изделий, срок службы существующей униформы. В результате необходимо сформулировать четкие требования к одежде для персонала фирмы.

Этап анализа завершается разработкой бланка технического задания на проектирование униформы и согласованием его с преподавателем.

Следующей стадией проектирования является *техническое предложение*. На этой стадии выполняют анализ существующей информации по проблеме исследования и изделий – аналогов. Целесообразно провести поиск, сбор и анализ информации по проблеме проектирования производственной одежды в данной отрасли и униформы для выбранного вида профессиональной деятельности. Изучают специальную литературу, ресурсы сети Интернет. Необходимо оценить общее состояние дел в данной отрасли и на конкретном предприятии с точки зрения оснащения предприятий униформой.

Полезно ознакомиться с моделями – аналогами и оценить их композиционное, конструктивное, технологическое решение, выбор материалов.

Затем разрабатывается *эскизный проект*. В процессе работы над эскизным проектом униформы студенту следует обосновать выбор конструктивно-композиционного, колористического решения униформы, а также свойств материалов для ее изготовления; описать набор одежды и аксессуаров, входящих в комплект униформы и выполнить графическую часть работы: три эскиза на каждую из двух категорий работающих, на двух листах формата А3 или шесть эскизов формата А4.

При необходимости представить описание dress code для двух категорий работающих.

Проект должен содержать обоснованные проектные решения, учитывающие специфику деятельности фирмы на рынке и соответствующие утвержденному ТЗ.

Стадии *технического проекта* (конструктивное и технологическое решение) и *рабочего проекта* (изготовление лекал и образца модели) не входят в объем данной лабораторной работы.

На *третьем этапе* выполнения лабораторной работы оформляется отчет по работе и готовится презентация проекта.

На *четвертом этапе* осуществляется защита проекта в режиме деловой игры с использованием метода шести шляп мышления Де Боно. В некоторых случаях (новизна и сложность проектного задания) можно проводить обсуждение на 2 этапах – ТЗ и ЭП.

Одним из качеств хорошего дизайнера является умение мыслить креативно и эффективно, преодолевать шаблоны мышления, принимать грамотные проектные решения. Существуют методы, позволяющие структурировать мышление и делать его более эффективным. Одной из наиболее известных и эффективных систем является система «Уроки мышления де Боно» (6).

В процессе мышления (например, поиск новой идеи) возникают три фундаментальные трудности:

1. Эмоции. Часто человек не склонен думать вообще, а опирается в своих действиях на чутье, эмоции и предрассудки.

2. Беспомощность. Реакцией может быть чувство неадекватности: «Я не знаю, как об этом думать. Я не знаю, что делать дальше».

3. Путаница. Мыслящий пытается удержать в своем уме все сразу, и в результате мысли уносит в несколько разных направлений одновременно

Метод шести шляп позволяет преодолеть эти трудности, использовать эмоции и чувства в нужный момент, дает стратегии мышления, позволяет думать в одном направлении за раз.

В цветной печати основные цвета наносятся на бумагу по отдельности. Но, в конце концов, все они смешиваются и дают желаемый эффект.

Метод шести шляп – это применение того же принципа в мышлении. Вместо того чтобы пытаться делать все сразу, мы можем научиться уделять внимание разным аспектам мышления по одному за раз. В конце концов, сочетание этих различных аспектов дает мышление в полном цвете.

В методе шести шляп мышление делится на шесть различных режимов, каждый из которых представлен шляпой своего цвета.

Красная Шляпа. Эмоции. Интуиция, чувства и предчувствия. Какие у меня по этому поводу возникают чувства? Не требуется давать обоснование чувствам.

Желтая Шляпа. Преимущества. Оптимизм. Почему это стоит сделать? Каковы преимущества? Почему это можно сделать? Почему это сработает?

Черная Шляпа. Осторожность. Суждение. Оценка. Критика. Правда ли это? Сработает ли это? В чем недостатки? Что здесь неправильно?

Зеленая Шляпа. Творчество. Различные идеи. Новые идеи. Предложения. Каковы некоторые из возможных решений и действий? Каковы альтернативы?

Белая Шляпа. Информация. Факты. Вопросы. Какой мы обладаем информацией? Какая нам нужна информация?

Синяя Шляпа. Управление. Организация мышления. Мышление о мышлении. Чего мы достигли? Что нужно сделать дальше?

Почему шляпы? Шляпу легко надеть и снять. Никакой другой предмет туалета нельзя надеть или снять так быстро и легко. Это относится и к нашей ситуации, поскольку мы должны уметь надевать и снимать различные цветные шляпы с такой же легкостью.

Шляпы указывают на роль. Надевая шляпу мышления, мы принимаем на себя роль, на которую эта шляпа указывает. Очень важно, чтобы каждый мыслитель умел менять роли: надевать шляпы и снимать их. Цель и ценность метода шести шляп состоит именно в попытке заставить людей использовать все шесть режимов мышления.

Один из самых ограничивающих факторов мышления – это чрезмерное участие в нем наших эго. Наше эго прикипает к идее или аргументу. Мы не можем отступить в сторону, чтобы объективно взглянуть на ситуацию. Метод шести шляп, как ролевая игра, позволяет отстранить свое эго от мышления.

Четыре типа использования шляп:

1. **Надеть шляпу.** В ходе обсуждения мы можем попросить коллегу или члена коллектива надеть шляпу конкретного цвета. Или мы можем попросить всю группу использовать шляпу конкретного цвета в течение нескольких минут.

«Мы застряли. Почему бы нам не надеть зеленые шляпы и не поискать новые подходы к этой проблеме?»

«Какие об этом известны факты? Что мы об этом знаем? Давайте наденем белые шляпы».

2. **Снять шляпу.** Мы можем попросить человека снять шляпу определенного цвета. Здесь мы подразумеваем, что в настоящий момент мышление принадлежит к некоторому типу. Мы просим человека уйти от этого типа мышления. Система шести шляп дает удобный способ это сделать. Человек, возможно, и не надевал шляпу сознательно, но, судя по всему, использует ее.

«Кажется, мы сфокусировались на мышлении в красной шляпе. Давайте снимем ее на момент».

«Хорошо, это неплохие мысли в черной шляпе. Давайте пока отложим черную шляпу».

3. **Сменить шляпу.** Как только правила введены, мы можем попросить мгновенно переключить мышление. Мы достигаем этого, предложив коллеге снять одну шляпу и надеть другую. Такой метод позволяет призвать к переключению хода мысли, не обижая человека. Мы не нападаем на высказываемые мысли, а просим об изменении.

«Мы выслушали положительные стороны. Теперь давайте переключимся с желтой шляпы на черную. В чем мы можем нарваться на неприятности, если поступим таким образом?»

«Это интересная идея. Теперь давайте снимем зеленую шляпу и наденем белую. Нам нужно изложить факты».

4. **Обозначить свое мышление.** Мы можем назвать шляпу, чтобы показать, какой тип мышления мы собираемся использовать. Например, иногда нужно что-то сказать, но это трудно сделать, не обидев кого-то. Просто сказав, что надеваете черную шляпу, вы получаете возможность обсуждать идею, не нападая на человека, предложившего ее. Используйте шляпы сами – и указывайте на то, что их используйте, обучая шляпам других.

«Надев свою черную шляпу, я считаю, что расписание изменить не получится, потому мы его уже разослали».

«Надев на секунду красную шляпу, я должен сказать, что мне эти новые книги по математике нравятся куда меньше, чем старые».

«У меня возникла идея под зеленой шляпой – нужно подать заявку на грант. Скажите, что вы думаете об этом предложении?»

Таким образом, мы можем попросить других надеть, снять, сменить или обозначить шляпы. Мы также можем надеть или снять шляпу сами. Формальность и «игровой» аспект метода – его наибольшие достоинства. Люди учатся играть по правилам.

Для определенной цели может также использоваться простая последовательность из двух-трех шляп. Например, желтая шляпа, сопровождаемая черной, может использоваться для оценки идеи. Черная шляпа, сопровождаемая зеленой, может использоваться для улучшения замысла (указать на недостатки и устранить их). Полная последовательность шляп может использоваться как структура для обдумывания темы. Эта структура определяется заранее как программа мышления – его повестка дня. После этого мыслители следуют этой программе шаг за шагом.

Синяя шляпа отличается от других тем, что она связана с управлением самим процессом мышления. Когда мы предлагаем, какая шляпа должна быть следующей, мы на самом деле используем синюю шляпу. О ней не обязательно каждый раз упоминать явно. Скажем, может стать неудобной фраза «Надев мою синюю шляпу, я считаю, что нам нужно подумать в черной шляпе». Однако иногда упоминание о синей шляпе часто может быть полезным. Тремя такими моментами являются начало

обсуждения (что описать план мышления), его середина (чтобы заново сформулировать цели мышления), и его конец (чтобы просуммировать результаты мышления).

«Давайте, используем синюю шляпу, чтобы решить, о чем мы хотим подумать, и какие шляпы нам понадобятся».

«Это интересно, но я считаю, что мы уходим от цели. Я надену свою синюю шляпу, чтобы вкратце снова сформулировать цель».

Метод шести шляп способствует развитию творческих способностей и эффективного мышления.

Требования к отчету

Основными требованиями к отчету являются:

- Реалистичность проекта.
- Соблюдение типовой стадийности проектных работ.
- Глубина аналитического исследования, достаточная для принятия обоснованных проектных решений.

К отчету прилагаются эскизы разработанной униформы.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 4

Разработка капсулы профессиональной одежды для артистов и представителей шоу-бизнеса

Цель работы. Освоение навыков анализа и проектирования гардероба в определенном стиле с учетом особенностей стиля жизни, образа персонажа, конкретной ситуации или картины жизни.

Содержание

1. По согласованию с преподавателем выбрать ОБРАЗ представителя шоу-бизнеса или артиста, для которого будет проектироваться профессиональный гардероб.
2. Охарактеризовать сценический имидж артиста, и его индивидуальность.
3. Дать характеристику особенностям окружающей среды (место выступления, ситуации профессиональной жизни).
4. Разработать эскизы одежды для сцены с учетом рациональной организации элементов гардероба, их взаимозаменяемости.
5. В выводах по работе сформулировать основные требования, предъявляемые к костюму артиста, и описать, какими средствами эти требования реализованы в представленном проекте гардероба.

Методические указания

Для того, чтобы добиться успеха в шоу-бизнесе, артисту необходимо создать яркий, запоминающийся образ, и одна из ведущих ролей здесь отводится профессиональному гардеробу.

Студент выбирает интересующий его персонаж мировой или российской сцены, шоу-бизнеса и анализирует его имидж и стиль в одежде, на основе опубликованных в прессе и сети Интернет-материалов. Следует учитывать, что имидж представителей шоу-бизнеса меняется из года в год, создаются все новые и новые образы. В связи с этим представляется интересным проследить динамику этих изменений на протяжении творческой жизни артиста.

В процессе анализа образа артиста или шоумена необходимо проанализировать ситуации профессиональной жизни артиста.

Профессиональный гардероб артиста и представителя шоу-бизнеса должен соответствовать индивидуальным характеристикам личности: особенностям телосложения, цветовому типу внешности, эмоционально-психологическим характеристикам личности и современным тенденциям.

Иногда не так важно следовать модным тенденциям; важно найти броский, характерный образ, который, возможно, сам будет диктовать моду. Так, поп-легенда Мадонна в начале 80-х, в период своего увлечения стилем панк, сделала популярными черный корсаж и тяжелые кресты на цепях, а в 1990 г. для ее скандального спектакля «Турне амбициозной блондинки» Жан-Поль Готье создал знаменитый блестящий корсаж с фривольно заостренными чашечками.

При анализе *сценического* гардероба необходимо обратить внимание, как учтены особенности освещения и декоративного оформления сцены (в том числе и цветового) в costume артиста, а также тот факт, что зрителем образ артиста воспринимается с некоторого расстояния.

Требования к отчету

Отчет должен содержать иллюстративный материал и текстовую часть, где отражены результаты анализа творчества и представлена характеристика личности артиста, дано описание его сценического имиджа и индивидуальности.

Сформулировать требования, предъявляемые к профессиональной одежде артиста.

Обосновать выбор основных проектных решений.

Сформулировать выводы по работе.

К отчету прилагаются эскизы капсулы профессионального гардероба, разработанные в ходе данной лабораторной работы.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 5

Проектирование серии модных товаров в определенном стиле

Цель работы. Освоение навыков проектирования различных изделий в определенном стиле

Содержание

1. Используя различные методы дизайна разработать не менее 10 идей относительно состава и содержания серии модных товаров.

2. Выполнить оценку идей и выбрать одну из них для воплощения в эскизах и материале.

3. Разработать техническое задание, техническое предложение и эскизный проект.

4. оформить отчет и сформулировать выводы по работе

Методические указания

Проект разрабатывается группой студентов (3–4 человека) и тренирует умение стилизовать проектные решения с учетом наиболее выразительных характерных особенностей стиля.

На первом этапе методом мозгового штурма (5) группа формирует список из 10 идей относительно проектов модных товаров, которые могут быть востребованы на рынке г. Владивостока. Например, это может быть серия одежды и аксессуаров для дождливой погоды и т.п. При этом используются результаты анализа тенденций дизайнерской и уличной моды, выполненные студентами в первых лабораторных работах.

При проектировании новых товаров особенно полезно нешаблонное мышление.

Каждый человек ведет себя логично и разумно в пределах своего конкретного «логического пузыря».

Этот логический пузырь состоит из:

- восприятия ситуации в конкретный момент
- ценностей
- накопленного опыта
- потребностей эго
- предрассудков

Большая часть ошибок мышления – не логические ошибки, а ошибки восприятия.

На только что открытый остров послали исследователя. Вернувшись оттуда, он описал дымящийся вулкан и странную длинноногую

птицу, которая не умеет летать. Что еще? Исследователь запомнил только то, что «привлекло его внимание».

Исследователя просят вернуться, взойти на высочайшую точку острова, а затем «посмотреть на север, посмотреть на восток, посмотреть на юг и посмотреть на запад». Объяснить исследователю, на чем сфокусировать внимание можно и по-другому: «никаких птиц, только рептилии, флора и т.д.»

Нельзя увидеть что-то, не обратив взгляд в том направлении. Большинство ошибок мышления есть ошибки в восприятии, – потому что мы не смотрим в нужном направлении. Поэтому дизайнеру нужно пытаться понять особенности своего восприятия и стремиться сделать его шире. Это лучше, чем пытаться навязать свою логику другим.

Доказательство чьей-то неправоты имеет ценность, но лишь самую минимальную. Способность найти что-то стоящее в предложении другого ценится гораздо больше.

Когда возникают разные точки зрения, делается усилие высказать их параллельно друг другу, а затем прояснить различие. Когда мы пытаемся предугадать будущее, вполне возможны разные взгляды на то, что может произойти. Ценности также могут иметь разные приоритеты. Личный опыт может быть разным.

Общий подход должен быть позитивным, конструктивным и творческим. Уважение к другим, к их точке зрения и ценности того, о чем они говорят, есть ключевая часть этого подхода.

Для записи и структурирования идей могут быть использованы так называемые «карты мышления». Пример карты мышления, посвященный самому процессу мозгового штурма, приведен на рис. 2.

При оценке всего многообразия идей, найденных на этапе мозгового штурма можно использовать метод PMI (Плюс, Минус, Интересно, произносится «пи-эм-ай»). Студентов просят обратить внимание на «плюсы» или положительные стороны вопроса. Потом на «минусы» или отрицательные стороны. Наконец, на «интересные» аспекты (что в этом интересного?). PMI иногда еще называют PNI (Позитивное, Негативное, Интересное).

На втором этапе формируется **техническое задание** на проектирование линии модных товаров определенного назначения, в определенном стиле. Каждому участнику проекта поручается собственное направление.

На третьем этапе разрабатывается **техническое предложение**. С этой целью проводится анализ специальной литературы, изделий – аналогов, наиболее удачных образцов выбранного стиля.

На четвертом этапе разрабатывается **эскизный проект** и макеты изделий.

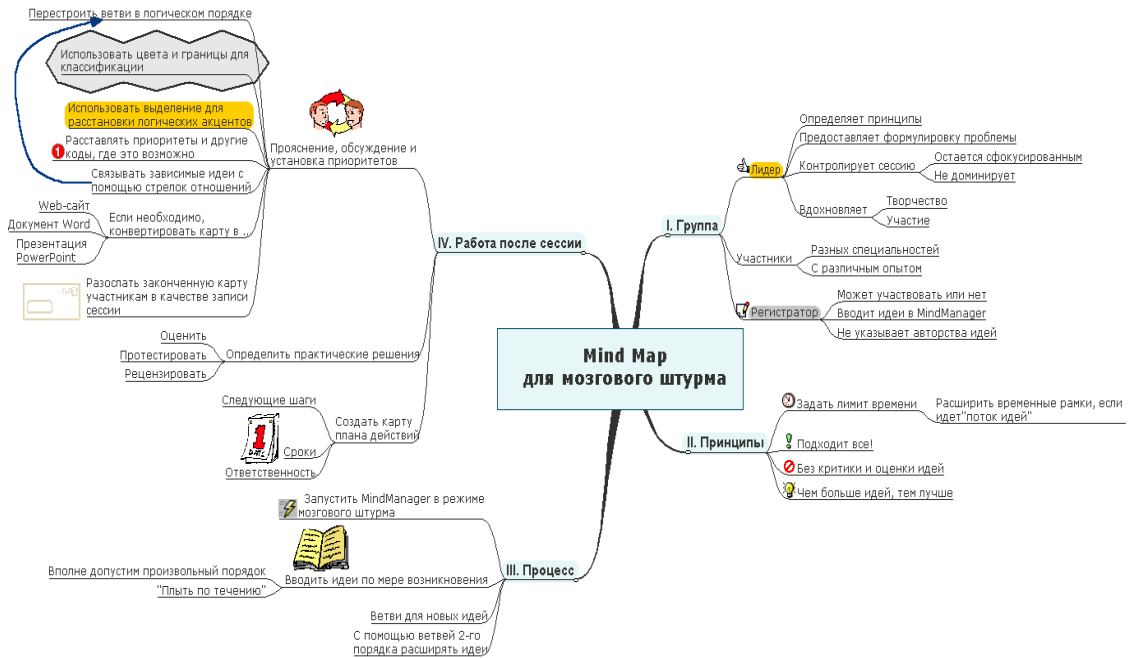


Рис.

Рис. 2. Карта мышления для процесса мозгового штурма

Известны методы дизайна, позволяющие осуществлять поиск новых идей: мозговой штурм, инверсия, эмпатия, фантазия, новые комбинации и т.д.

Требования к отчету

Отчет по работе должен включать: описание идеи, характеристику стилового решения линии модных товаров, детальную характеристику функциональных и эстетических свойств проектируемых товаров, не менее 3 эскизов каждого вида изделий,

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Цель работы. Самостоятельное углубленное изучение тем по истории и теории стиля, вызывающих интерес у студента и не вошедших в лекционный и лабораторный курс.

Теоретическая часть

Объем самостоятельной работы по курсу «Стиль в одежде» составляет 34 часа. Задания на данную работу выдаются студентам индивидуально.

Задание может быть связано с самостоятельным изучением: творчества наиболее креативных и успешных дизайнеров прошлого и современности; стилей определенных исторических периодов; деятелей культуры и искусства, создавших свой запоминающийся стиль в одежде. В качестве источника визуальной информации могут использоваться ресурсы сети Интернет, кинофильмы, фотографии или другой иллюстративный материал.

Особый интерес представляют кинофильмы, так как наряду с моделями одежды они демонстрируют манеру ношения костюма и аксессуаров, знакомят студентов с персонажами, выражающими стиль определенной эпохи. Просмотр «костюмных» фильмов очень полезен для профессионального развития студентов специальности «Дизайн костюма». Перечень рекомендуемых для анализа «костюмных» фильмов приведен в Приложениях 4 и 5.

Влияние кинофильмов, кинозвезд и образов их персонажей на современный модный процесс и стилеобразование неоспоримо. Аналитики моды утверждают, что в дальнейшем это влияние будет только возрастать.

Например, после выхода знаменитой «Касабланки» с Хэмфри Богартом и Ингрид Бергман мужчины стали носить короткие полупальто, до этого считавшиеся «униформой» криминального мира. Фильм «Однажды в Америке» возродил к жизни гангстерский стиль 30-х годов с их костюмами в полоску, шляпами с заломленными краями, белоснежными кашне и усиками «ниточкой». У нас свою лепту в уличную моду внес Виктор Цой, который перевел «косуху» (черную кожаную куртку с косой застежкой) из элемента сугубо рокерского в объект мечтаний юношей из «приличных семей».

Изучение студентами кинофильмов чрезвычайно полезно потому, что создание костюмов для кино, спектаклей, шоу – один из перспективных вариантов карьеры, интересная область приложения профессиональных знаний и навыков специалиста в области проектирования одежды.

Для кино создавали и создают костюмы многие дизайнеры. Легендарными стилистами и творцами, внесшими выдающийся вклад в раз-

витие кинематографа и создавшими облик многих звезд Голливуда были Макс Фактор и Адриан.

Режиссер Андрон Кончаловский считает, что костюм в кино играет гораздо более важную, чем декорация. Главная декорация жизни человеческой души неизменна на протяжении веков – это природа. Если одеть человека в тогу и снять его на фоне зеленого луга, это будет древний Рим; если на том же лугу снимают человека в рыцарских доспехах – это будут средние века; если же человек в современном костюме, то мы будем воспринимать ту же «декорацию» как современную.

Для Кончаловского существуют три измерения костюма на экране. Первое включает то, что видно на крупном плане. И чем крупнее план, тем важнее роль костюма. В этом случае видна фактура, заметна малейшая неточность, небрежность – оторванная пуговица, плохой материал. От того, как сделаны оборки и как выглядят плечи, как завязан галстук и какой свежести рубашка, как заломлен бархатный берет или фетровая шляпа, зависит наше отношение к герою, наше понимание его характера. Вот почему до пояса костюм должен быть отработан идеально.

На среднем плане костюм существенной роли уже не играет, фактура не видна, так что проработка деталей нижней части костюма не требует особой тщательности, если, конечно, по каким-либо причинам на ней специально не акцентируется внимание.

И третье измерение костюма, где он снова обретает свою полную нагрузку, – общий план. Здесь уже первостепенную роль начинают играть силуэт, пластические свойства материалов. Например, можно снимать актера в одинаковых костюмах, но сшитых из разных материалов. Для крупного плана делать костюм из ткани, дающей правильное ощущение фактуры, для общего – из имеющей красивую складку. И из двух этих костюмов в восприятии зрителя сложится единое живописное решение, единый образ.

Обычно художник по костюму рисует эскиз, мастерские шьют то, что нарисовано. В результате для каждой картины все делается совершенно новое: новые костюмы, новые ботинки – все грамотно выполнено и все мертво. А мертво потому, что вещь не обжита, не стала и не могла стать своей для актера.

Конечно, можно костюмы состарить, чтобы они выглядели много раз стиранными, похужшими от солнца и пыли. Это уже работа художника, а не пошивочного цеха. Есть люди, которые умеют это делать феноменально, ювелирно. Он прописывает каждую деталь в костюме, как художник прописывает холст, – в дело идут и хлорка для отбеливания, и краска, которой после отбелики восстанавливают в каких-то местах первоначальный цвет, одним словом, тут масса разных хитростей и своих секретов. Работа эта очень сложная. Прилагать такие усилия стоит лишь

в том случае, когда нельзя найти реальные вещи, в которые можно одеть героя.

Можно приобрести костюмы, не шитые специально для картины, а купленные в комиссионных магазинах, на барахолке, подобранные из старья в студийных костюмерных, на складах. Есть такой рабочий, профессиональный термин – «отбор». Из отбора можно подобрать костюм, в котором будет и характер персонажа, и образ времени, в которое происходит действие, и, естественно, точность фактур. Это можно уподобить монтажу хроникального материала или, еще точнее, монтажу идущей в открытый эфир телевизионной передачи. Надо иметь точное представление о персонажах, перебрать огромное количество старья, случайных вещей, чтобы создать из них художественный образ.

На киностудии имени Горького из подлинных вещей, приобретенных для исторических фильмов, составила ценная музейная коллекция, включающая более 500 костюмов, предметов одежды и аксессуаров (10).

Создание костюма путем отбора, естественно, далеко не всегда возможно. Если можно набрать достаточный гардероб современной одежды, то, допустим, заношенных костюмов времен Гамлета на студиях не найдешь. Но даже если бы они там и были, мы бы ими вряд ли воспользовались: они были бы слишком правдоподобны и не связаны с современной эстетикой костюма.

Анализируя костюмы героев Шекспира в различных экранизациях и театральных постановках, искусствоведы установили, что в каждом фильме герои одеты по моде того времени, когда фильм снят по моде десятих, двадцатых, сороковых или шестидесятых годов нашего века. Художники стилизуют старинную одежду под сегодняшний день. А где стилизация, там уже нужны эскизы, там требуется пошив костюмов. Отбор же возможен главным образом в том случае, когда костюм решается натуралистически, в точном соответствии тому, каков он есть или был в действительности.

В кино важна не только роль дизайнера по костюмам, но и его ассистента. Ассистент дизайнера по костюмам выбирает ткани. Эта работа необычайно важна и сложна. У кино требования к ассортименту материалов повышенные, нередко нужны не просто красивые современные ткани, но ткани, которые были модны в прошлом или позапрошлом веке, в городе или в деревне, у нас или за границей. Нужно знать, какие ткани были в ходу тогда-то и там-то. Нужно знать, какие ткани выпускаются сейчас, где они выпускаются, какая из этих тканей может заменить на экране какую-нибудь сарпинку или чертову кожу, о которых сегодня уже забыли.

Для этой профессии нужны не просто знания, умение ориентироваться в иконографическом материале, но подлинно художественная

интуиция, рождаемая талантом и опытом. От точно выбранного материала зависит правдивость костюма, от правдивости костюма – правда характера, а от нее, как известно, сама способность фильма волновать народ.

Практическая часть

Для выполнения самостоятельной работы студенту необходимо выбрать фильм, интересующий его с точки зрения стиля костюма.

Самостоятельная работа студента заключается в:

- идентификации исторического периода, к которому относится действие фильма и характеристике общественных проблем, отображению которых посвящено действие фильма;
- описании художественного стиля рассматриваемого периода; анализе наиболее важных черт стиля и приемов, с помощью которых воссоздается стиль в фильме;
- характеристике творчества дизайнеров, культовых персонажей, оказавших влияние на создание изучаемого стиля;
- представлении характера персонажей
- характеристика костюмов персонажей (цвет, фактура материалов, форма)
- оценка степени влияния, которое фильм и его стилистика оказали на культуру в целом и стиль костюма в частности.

С этой целью важно провести поиск информации, анализ рецензий, отзывов специалистов о фильме. Следует обратить внимание студентов на то, что представляют интерес материалы, имеющее отношение к костюмам и стилю, а не информация о проблемах личной жизни звезд. Отчет о выполнении задания выполняется в виде реферата, объемом не менее 20 страниц. В реферат должны быть включены несколько иллюстраций, характеризующих исследуемый стиль наиболее полно. Результаты выполнения самостоятельной работы докладываются студентами в виде презентаций во время аудиторных занятий.

Доклад сопровождается просмотром кадров из фильма и другого иллюстративного материала.

Англоязычные ресурсы Интернет для индустрии моды

www.fashion.net – Справочная система по англоязычным ресурсам сети. Новости моды, адреса сайтов известных дизайнеров, ссылки на интернет-версии модных журналов. Недели моды – расписания показов, краткие репортажи. Обучение, карьера, вакансии.

www.elle.com – электронная версия журнала Elle.

www.expoofil.com – сайт выставки производителей нитей, волокон, пряжи EXPOFIL, Париж, Франция. За два года до наступления модного сезона выставка представляет тренд модных цветов, волокна и актуальные идеи в прядении и ткачестве, вязании. Проходит 2 раза в год – в июне и декабре. На сайте можно заказать палитру модных цветов и информацию о модных тенденциях.

www.eu-moda.com – сайт о европейской моде: коллекции дизайнеров, модные журналы, книги о стиле и моде, адреса наиболее известных школ моды.

www.interselection.com – каталог ресурсов о моде

www.londonfashionweek.com – Лондонская неделя моды.

www.munsell.com – сайт фирмы MUNSELL, разработчика универсальной системы классификации цветов для различных отраслей производства. В разделе «Ресурсы» представлено большое количество ссылок на сайты по колористике.

www.pantone.com – сайт известной фирмы PANTONE. Фирма знаменита своими исследованиями в области разработки единых стандартов цвета для различных областей, в том числе косметических средств, текстильных материалов, компьютерной техники. На сайте можно увидеть каталог продукции – стандартные палитры для дизайнеров индустрии моды, выполненные в различном исполнении – из бумаги и хлопчатобумажной ткани. Доступен проспект с палитрой модных цветов.

www.premierevision.com – PREMIERE VISION – салон тканей для одежды, Франция, Париж. Всемирный премьерный показ текстиля. Одно из самых важных и авторитетных событий в мировой индустрии моды, которое знаменует собой начало нового сезона в мире моды. Традиционно проводится дважды в год: в феврале и в сентябре.

www.pretparis.com – Салон «Pret-a-Porte». Очень авторитетная выставка готовой эксклюзивной женской одежды, Париж. На сайте кроме информации о выставке кратко представлены модные образные темы и палитра модных цветов

www.style.com – Электронный журнал о моде и стиле. Наиболее оперативная и доступная информация о модных показах, фотографии коллекций моделей различных дизайнеров, обзор основных тенденций.

www.amazon.com – самый популярный в мире американский Интернет-магазин. Богатый выбор книг по проблемам моды и стиля, фильмов на видео и DVD.

www.costumepage.org – каталог ресурсов по истории костюма и стиля.

www.costumes.org – содержательный и разносторонний сайт «The Costumer's Manifesto», статьи и иллюстрации, ссылки по истории костюма, фильмография моды.

www.buycostumes.com – продажа карнавальных костюмов для детей и взрослых, в том числе исторических и героев кинофильмов

http://fashion.about.com/od/theory – статьи и ссылки по теории моды и стиля.

www.fashion.at/film – Moda и стиль в кино. Кадры из фильмов с комментариями об одежде героев.

www.fashion-era.com – электронный ресурс по истории костюма и стиля, страничка для консультантов по имиджу.

www.vogue.com – электронная версия журнала Vogue

www.widemediamedia.com/fashionuk – английский сайт f.uk (Fashion UK). Специальный раздел посвящен уличной моде, есть расписание показов и презентаций коллекций дизайнеров в Лондоне.

Русскоязычные ресурсы Интернет

www.legprominfo.ru – Информационный портал легкой промышленности. Статьи: наука, мода, производство. Каталог полезных специалистам ресурсов Интернет. Адреса специальных учебных заведений. Анонсы журналов «Швейная промышленность», «Кожевенно – обувная промышленность».

http://www.intermoda.ru – виртуальный журнал Интермода. Регулярно обновляется. Большое количество иллюстраций. Статьи о тенденциях сезона и известных модельерах. Есть интернет-магазин и проект Виртуальный гардероб. Каталог ресурсов Интернет: адреса ателье, дизайнеры, услуги и т.д. Форум, чат.

http://www.dommod.ru = www.fashionhouse – ДоммоД – справочник для покупателей одежды и обуви. Информация о российских неделях прет-а-порте. Фотографии моделей одежды с показов российских дизайнеров, статьи о стиле и моде. Советы о том, как выбрать нужную вещь и как ухаживать за вещами. Каталог магазинов одежды, обуви, аксессуаров в Москве и Санкт-Петербурге. Информация о скидках. Форум.

http://www.krasota.ru – Российский интернет портал о красоте «Красота-Онлайн» Посвящен парикмахерскому искусству, косметологии, стилю, моде и бизнесу. Каталог ресурсов Интернет о моде и красоте.

http://www.sarafan.ru – Sarafan.ru – информация для потребителей о моде.

http://textile-press.ru – Интернет-версия журналов и газет издательства Легпромбизнес, Издательский дом Торговли и промышленности.

http://www.mdf.ru – Московский дом фотографии. Представлены фотографии моды, а также спецпроекты таких журналов, как «L'Officiel», «Harper's Bazaar», «Vogue», «Elle» и многих других.

http://ivtextile.ru – Информационно-аналитический портал текстильной отрасли «Ивановский текстиль online»

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Прогноз тенденций моды в женской одежде

сезон

| Индекс | Тема тенденции | Характеристика | Оценка потреб. |
|--------|----------------|----------------|----------------|
| | | | |
| | | | |

| Индекс | Цвет | Оценка потреб. |
|--------|------|----------------|
| | | |
| | | |
| | | |

| Индекс | Ассортимент | Оценка потреб. |
|--------|-------------|----------------|
| | | |
| | | |
| | | |

| Индекс | Материал | Оценка потреб. |
|--------|----------|----------------|
| | | |
| | | |
| | | |

| Индекс | Детали | Оценка потреб. |
|--------|--------|----------------|
| | | |
| | | |
| | | |

| Индекс | Силуэт | Оценка потреб. |
|--------|--------|----------------|
| | | |
| | | |
| | | |

| Индекс | Рисунок | Оценка потреб. |
|--------|---------|----------------|
| | | |
| | | |
| | | |

Оценка потребителя:

- 5 баллов – хочу носить
- 4 балла – можно надеть
- 3 балла – не хочется носить
- 2 балла – не буду носить
- 1 балл – не знаю

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Фильмография истории стиля XX века

| Период времени | Оригинальное название, год выпуска / Название фильма в российском прокате | |
|--|---|---|
| 1 | 2 | |
| 1900–1909 | MY BRILLIANT CAREER, (1979) / МОЯ БЛЕСТЯЩАЯ КАРЬЕРА | |
| | MY FATHER'S GLORY, (1990) / ГОРДОСТЬ МОЕГО ОТЦА | |
| | LEGENDS OF THE FALL, (1994) / ЛЕГЕНДЫ ОСЕНИ | |
| | THE GOLDEN BOWL, (2000) / ЗОЛОТАЯ ЧАША | |
| | A VERY LONG ENGAGEMENT, (2005) / ДОЛГАЯ ПОМОЛВКА | |
| 1910–1919 | MY FAIR LADY, (1964) / МОЯ ПРЕКРАСНАЯ ЛЕДИ | |
| | DOCTOR ZHIVAGO, (1965) / ДОКТОР ЖИВАГО | |
| | THE WINSLOW BOY, (1990) / ПРИГОВОР | |
| | HOWARDS END, (1992) | |
| | TITANIC, (1997) / ТИТАНИК | |
| | THE WINGS OF THE DOVE, (1997) / КРЫЛЬЯ ГОЛУБКИ | |
| | THE FORSYTE SAGA 1-2, (2002, 2003) / САГА О ФОРСАЙТАХ | |
| | FINDING NEVERLAND, (2004) / ВОЛШЕБНАЯ СТРАНА | |
| | 1920–1929 | THE FLAPPER, (1920) / ВЕРТИХВОСТКА |
| | | THE GREAT GATSBY, (1974) / ВЕЛИКИЙ ГЕТСБИ |
| ENCHANTED APRIL, (1992) / КОЛДОВСКОЙ АПРЕЛЬ | | |
| WIDOW'S PEAK, (1994) / ДЕРЕВНЯ ВДОВ | | |
| CHICAGO, (2002) / ЧИКАГО | | |
| 1930–1939 | VICTOR/VICTORIA, (1982) | |
| | THE COTTON CLUB, (1984) / КЛУБ КОТТОН | |
| | COLD COMFORT FARM (1995) | |
| | GOSFORD PARK, (2001) / ГОСФОРД ПАРК | |
| | I CAPTURE THE CASTLE, (2003) / Я ЗАХВАТИЛА ЗАМОК | |
| | THE AVIATOR, (2004) / АВИАТОР | |
| | 1940–1949 | GILDA, (1946) / ДЖИЛЬДА |
| HOPE AND GLORY, (1987) / НАДЕЖДА И СЛАВА | | |
| TEA WITH MUSSOLINI, (1999) / ЧАЙ С МУССОЛИНИ | | |
| PEARL HARBOR, (2001) | | |
| ENIGMA, (2001) / ЭНИГМА | | |
| 1950–1959 | ALL ABOUT EVE, (1950) / ВСЕ О ЕВЕ | |
| | GENTLEMEN PREFER BLONDES, (1953) / ДЖЕНТЛЬМЕНЫ ПРЕДПОЧИТАЮТ БЛОНДИНОК | |
| | SOME LIKE IT HOT, (1959) / В ДЖАЗЕ ТОЛЬКО ДЕВУШКИ | |

| 1 | 2 |
|-----------|---|
| | PLEASANTVILLE, (1998) / ПЛЕЗАНТВИЛЬ |
| | A BEAUTIFUL MIND, (2002) / ИГРЫ РАЗУМА |
| | FAR FROM HEAVEN, (2002) / ДАЛЕКО ОТ РАЯ |
| | MONA LISA SMILE, (2003) / УЛЫБКА МОНЫ ЛИЗЫ |
| | FUNNY FACE,(1957) / ЗАБАВНАЯ МОРДАШКА |
| 1960–1969 | WEST SIDE STORY,(1961) / ВЕСТСАЙДСКАЯ ИСТОРИЯ |
| | ROSEMARY'S BABY, (1962) / РЕБЕНОК РОЗМАРИ |
| | THE BLISS OF MRS. BLOSSOM, (1969) / БЛАЖЕНСТВО МИССИС БЛОССОМ |
| | THE DOORS, (1991) |
| | AUSTIN POWERS,(1999) |
| | CATCH ME IF YOU CAN,(2002) / ПОЙМАЙ МЕНЯ, ЕСЛИ СМОЖЕШЬ |
| 1970-1979 | SATURDAY NIGHT FEVER, (1977) / ЛИХОРАДКА В СУББОТУ ВЕЧЕРОМ |
| | CASINO,(1995) /КАЗИНО |
| | THE PEOPLE VS. LARRY FLYNT, (1996) / НАРОД ПРОТИВ ЛАРРИ ФЛИНТА |
| | BOOGIE NIGHTS, (1999) / НОЧИ В СТИЛЕ БУГИ |
| | DISC, (1999) / ПОДРУГИ ПРЕЗИДЕНТА |
| | VELVET GOLDMINE ,(1998) / БАРХАТНАЯ ШАХТА |
| 1980–1989 | TIME AFTER TIME, (1979) / ЭПОХА ЗА ЭПОХОЙ |
| | AMERICAN GIGOLO, (1980) /АМЕРИКАНСКИЙ ЖИГОЛО |
| | FLASHDANCE, (1983) /ТАНЕЦ-ВСПЫШКА |
| | DESPERATELY SEEKING SUSAN, (1985) /ОТЧАЯННО ИЩУ СЮЗАН |
| | BLUE VELVET, (1986) /СИНИЙ БАРХАТ |
| | OUTRAGEOUS FORTUNE, (1987) / ВОЗМУТИТЕЛЬНАЯ УДАЧА |
| | HEATHERS, (1989) / СМЕРТЕЛЬНОЕ ВЛЕЧЕНИЕ |
| | 54,(1996) / СТУДИЯ 54 |
| 1990–2000 | PARIS IS BURNING, (1990) / ПАРИЖ В ОГНЕ |
| | КИКА, (1994) / КИКА |
| | READY TO WEAR, (1994) / ВЫСОКАЯ МОДА |
| | CLUELESS, (1995) / БЕСТОЛКОВЫЙ |
| | 101 DALMATIANS,(1996) / 101 ДАЛМАТИНЕЦ |
| | MARS ATTACKS, (1996) / МАРС АТАКУЕТ |
| | ROMY AND MICHELLE'S HIGH SCHOOL REUNION,(1997) / РОМИ И МИШЕЛЬ НА ВСТРЕЧЕ ВЫПУСКНИКОВ |
| | THE AVENGERS, (1998) / МСТИТЕЛИ |

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Фильмы – лауреаты премии «Оскар» в номинации «дизайн костюмов»

| Год | Фильмы-победители | Дизайнер по костюмам |
|------|--|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 2005 | Авиатор (The Aviator) | Сэнди Пауэлл (Sandy Powell) |
| 2004 | Властелин колец: Возвращение короля (THE LORD OF THE RINGS: THE RETURN OF THE KING) | Нгила Диксон и Ричард Тейлор (Ngila Dickson and Richard Taylor) |
| 2003 | Чикаго (CHICAGO) | Колин Этвуд |
| 2002 | История с ожерельем (THE AFFAIR OF THE NECKLACE) | Милена Канонеро |
| 2001 | Гладиатор (GLADIATOR) | Джэнти Йэйтс (Janty Yates) |
| 2000 | Кутерьма «TOPSY-TURVY» | Линди Хемминг (Lindy Hemming) |
| 1999 | Влюбленный Шекспир (SHAKESPEARE IN LOVE) | Сэнди Пауэлл (Sandy Powell) |
| 1998 | Титаник (TITANIC) | Дебора Л. Скотт (Deborah L. Scott) |
| 1997 | Английский пациент (THE ENGLISH PATIENT) | Энн Рот (Ann Roth) |
| 1996 | Королевская милость (RESTORATION) | Джеймс Эчисон (James Acheson) |
| 1995 | Приключения Присциллы – королевы пустыни (THE ADVENTURES OF PRISCILLA QUEEN OF THE DESERT) | Лиззи Гардинер (Lizzy Gardiner) Тим Чэппел (Tim Chap-pel) |
| 1994 | Эпоха невинности (THE AGE OF INNOCENCE) | Габриэлла Пескуччи (Gabriella Pescucci) |
| 1993 | Дракула по Брему Стокеру (BRAM STOKER'S DRACULA) | Эйко Исиока (Eiko Ishioka) |
| 1992 | Багси (BUGSY) | Albert Wolsky |
| 1991 | Сирано де Бержерак (CYRANO DE BERGERAC) | Франка Скуарчапино (Franca Squarciarino) |
| 1990 | Генрих V (HENRY V) | Филлис Долтон (Phyllis Dalton) |
| 1989 | Опасные связи (DANGEROUS LIASONS) | Джеймс Эчисон (James Acheson) |

| 1 | 2 | 3 |
|------|--|---|
| 1988 | Последний император (THE LAST EMPEROR) | Джеймс Эчисон (James Acheson) |
| 1985 | Амадей (AMADEUS) | Теодор Пистек (Theodor Pistek) |
| 1984 | Фанни и Александр (FANNY AND ALEXANDER) | Марик Вос (Marik Vos) |
| 1983 | Ганди (GANDHI) | Джон Молло (John Mollo) Bhanu Athaiya |
| 1981 | Тэсс (TESS) | Энтони Пауэлл (Anthony Powell) |
| 1980 | Весь этот джаз (ВСЯ ЭТА СУЕТА) (ALL THAT JAZZ) | Элберт Волски (Albert Wolsky) |
| 1979 | Смерть на Ниле (DEATH ON THE NILE) | Энтони Пауэлл (Anthony Powell) |
| 1978 | Звездные войны: Эпизод IV – Новая надежда (STAR WARS: EPISODE IV. A NEW HOPE) | Джон Молло (John Mollo) |
| 1977 | Казанова Феллини (CASANOVA DI FELLINI) | Данило Донати (Danilo Donati) |
| 1975 | Великий Гэтсби (THE GREAT GATSBY) | Theoni V. Aldredge |
| 1971 | Кромвель (CROMWELL) | Vittorio Nino Novarese |
| 1969 | Ромео и Джульета (ROMEO AND JULIET) | Данило Донати (Danilo Donati) |
| 1966 | Доктор Живаго (DR. ZHIVAGO) | Филлис Долтон (Phyllis Dalton) |
| 1965 | МОЯ ПРЕКРАСНАЯ ЛЕДИ (MY FAIR LADY) | Сесил Битон (Cecil Beaton) |
| 1964 | 8 1/2 Клеопатра (CLEOPATRA) | Пьеро Герарди (Piero Gherardi) Айрин Шарафф (Irene Sharaff), Витторио Нино Новаресе (Vittorio Nino Novarese) |
| 1962 | Сладкая жизнь (DOLCE VITA, LA) | Пьеро Герарди (Piero Gherardi) |
| 1961 | Спартак (SPARTACUS) | Эдвард Стивенсон (Edward Stevenson) Билл Томас (Bill Thomas) |
| 1960 | БЕН ГУР (BEN-HUR) Некоторые любят погорячей (В джазе только девушки) (SOME LIKE IT HOT) | Элизабет Хэффенден (Elizabeth Haffenden) Orry-Kelly |
| 1955 | Сабрина (SABRINA) | Эдит Хед (Edith Head) |
| 1954 | Римские каникулы (ROMAN HOLIDAY) | Эдит Хед (Edith Head) |

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Фалько Л.Ю. Стиль в одежде: Конспект лекций / Л.Ю. Фалько. – Владивосток: Сайт ВГУЭС, 2005.
2. Ермилова Д.Ю. История домов моды: Учеб.пособие / Д.Ю. Ермилова – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 288 с.

Дополнительная литература

3. РОТОБО и институт комплексных исследований «Мицубиси» / Материалы семинара «Бизнес в сфере моды». – Владивосток: ВГУЭС. Февраль, 2001.
4. Лебсак-Клейманс А. Прогнозирование в моде / Журнал «Текстильная промышленность». 2002. № 7. С. 46–47.
5. Фалько Л.Ю., Кравцова Т.А., Лукашова И.А. Художественное конструирование одежды: Конспект лекций. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 1999. – 104 с.
6. Де Боно Э. Шесть Шляп Мышления. – СПб.: Питер-Пресс, 1997.
7. Маклакова Э.П. Старинный костюм в кино. – М.: Изд-во Кино-студии им. Горького, 2001. – 168 с., илл.
8. <http://demode.tweedlebop.com/cinema.html>.
9. <http://www.costumes.org/mwbh/100pages>.