

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное агентство по образованию РФ

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

Л.Ю. ФАЛЬКО

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ В ОДЕЖДЕ

Лабораторный практикум
по специальности
070601 «Дизайн» («Дизайн костюма»)

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2008

Фалько Л.Ю.

Ф 19 **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ В ОДЕЖДЕ:** лабораторный практикум. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – 40 с.

Издание содержит методические указания к выполнению лабораторных работ по дисциплине «Индивидуальный стиль в одежде». Составлено в соответствии с учебной программой курса.

«Индивидуальный стиль в одежде» является региональным (вузовским) компонентом цикла общепрофессиональных дисциплин учебного плана для студентов, обучающихся по специальности 070601 «Дизайн» (квалификация 03. Дизайнер (дизайн костюма)).

ББК 837.24-2

Печатается по решению РИСО ВГУЭС

© Издательство Владивостокский
государственный университет
экономики и сервиса, 2008

ВВЕДЕНИЕ

Целью курса «Индивидуальный стиль в одежде» является изучение технологии формирования индивидуального стиля в зависимости от различных визуальных, психологических, климатических, социальных факторов. Он предназначен для углубленной подготовки студентов специальности 052400 «Дизайн» («Дизайн костюма»).

Практическое овладение профессиональными навыками стилиста в процессе изучения дисциплины «Индивидуальный стиль в одежде» включает 34 часа на выполнение лабораторных работ и 34 часа самостоятельной работы.

Курс формирует у будущих специалистов в области проектирования одежды не только теоретические знания о технологиях создания индивидуального стиля с учетом сферы деятельности, особенностей внешнего облика конкретного человека и модных тенденций, но и тренирует практические навыки анализа и корректировки составляющих индивидуального стиля, умение разрабатывать структуру и палитру капсул рационального гардероба.

Приобретение навыков анализа индивидуальности клиента и проектирования (выбора) на этой основе подходящих стилевых решений сопровождается развитием общей компетентности студента в области эффективной коммуникации, ориентации на клиента.

В результате изучения дисциплины «Индивидуальный стиль в одежде» студенты должны: уметь анализировать и прогнозировать развитие модных стилей; определять наиболее характерные индивидуальные признаки габитуса; владеть навыками тестирования цветового типа и линий внешности, анализировать стиль жизни и психологические особенности восприятия моды клиентом; проектировать на этой основе элементы рационального гардероба клиента.

Лабораторная работа 1

АНАЛИЗ СТИЛЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ

Цель работы: изучение характерных черт моды, приобретение практических навыков анализа модных тенденций.

Приспособления и инструменты: специальная литература, журналы мод, ресурсы сети Интернет, 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 эскизы модных образов, ассортиментных групп одежды и аксессуаров, модных деталей и т.д. (по согласованию с преподавателем)

4. Сформулировать выводы по работе

Методические указания

Мода, как зеркало, отражает события окружающего мира. Для этого она использует особый язык – язык визуальных символов: формы, цвета и фактуры. Важными категориями моды являются стили, образы; формы человеческого тела и одежды; ассортимент модных изделий и материалов, из которых они изготовлены.

Эстетической сущностью моды является *новизна и перемена*. Специалисты индустрии моды должны свободно ориентироваться в потоке предложений моды; отслеживать и анализировать не отдельные черты, а общие тенденции и стили во всем их многообразии и взаимодействии; прогнозировать моду.

Предлагаемая в настоящей лабораторной работе методика анализа модных тенденций разработана в лаборатории имиджа и стиля кафедры

сервиса и моды ВГУЭС в процессе исследования проблем прогнозирования моды. В методике учтены результаты работы специалистов Института комплексных исследований «Мицубиси» (Япония) и «Fashion Consulting Group» (Москва) [4,6].

Первым этапом работы является поиск достоверной информации о моде анализируемого сезона. Должен быть собран большой объем информации из различных источников. Список источников обязательно указывается в отчете по работе.

В качестве источников информации о модных тенденциях в первую очередь используются специализированные издания индустрии моды, такие как журналы «Швейная промышленность», «Текстильная промышленность», «Кожевенно-обувная промышленность», «International Textiles», «Индустрия моды». Полезными источниками информации являются и гляцевые журналы мод. Рекомендуется активно использовать ресурсы сети Интернет.

Собранная информация о модных трендах 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 Прил. 1.

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 определенные 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.

В прогнозировании моды различают долгосрочные и краткосрочные тренды. В процессе выполнения лабораторной работы студенту необходимо понять структуру актуальных трендов.

Например, самым длительным и мощным мегатрендом, который продолжается уже около 20 лет и, по мнению аналитиков моды, будет в силе еще 20 или 40 лет, является тенденция «сосооning» (уход в кокон). Эта тенденция была выявлена еще в начале 80-х. Возникновение этого направления связано с опасностью, подстерегающей человека в любом месте земного шара, и потребностью найти защиту, спрятаться и замкнуться в собственном мирке. Эта тенденция приобрела особо острый характер после теракта в Нью-Йорке, потрясшего весь мир. Мегатренд «сосооning» является источником для целого ряда других направлений, позволяющих людям найти психологическую опору:

- возвращение к своим корням.
- обращение к чистому натуральному продукту.
- ретро и романтизм

Особенности человеческой психики таковы, что неизбежна и противоположная форма реакции, которая заключается в демонстрации жесткости, позволяющей показать окружающим отсутствие страха.

В молодежной моде существует целое движение, дающее выход агрессии, – антистилизм, благодаря которому вся одежда производит впечатление дисгармонии, являющейся, с другой стороны, результатом большого труда при подборе гардероба. Одну из агрессивных форм представляет и движение готика, последователи которого производят впечатление касты и узнаваемы по избытку черного – в цвете волос, одежды, макияже.

Долгосрочными тенденциями, очень важными для индустрии моды, являются эмансипация женщин и феминизация мужчин. Эта тенденция оказывает влияние на распределение обязанностей в семье, поведение потребителей при приобретении товаров, моду и идеологию мужской одежды. Мужчины становятся более мягкими, их одежда приобретает яркость и разнообразие, избавляясь от формальности. Существует тенденция сближения мужчин и женщин по внешнему виду.

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.

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 [8].

Графическую характеристику геометрического вида формы можно представить в виде рисунка или коллажа, используя 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.

Обязательно следует указать источники информации, анализ которых выполнен в ходе работы

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

В выводах необходимо выделить *ключевые слова*, определяющие смысл новой моды, кратко сформулировать суть самых актуальных модных трендов, дать характеристику использованных информационных источников с точки зрения качества и полноты информации о моде.

К отчету прилагается серия коллажей или эскизов, иллюстрирующих содержательную часть. Тематика таких работ должна быть согласована с преподавателем.

Лабораторная работа 2

АНАЛИЗ ЦВЕТОВОГО ТИПА ВНЕШНОСТИ

Цель работы: приобретение практических навыков тестирования цветového типа внешности и выбора оптимальных для данного типа оттенков цвета, рисунков, фактур материалов.

Содержание

1. Выполнить анализ цветového типа внешности, используя вербальные тесты (см. Прил. 2–5).
2. Выполнить тестирование цветového типа внешности, используя специальные текстильные материалы (тестовые платки). В процессе тестирования ответить на вопросы:
 - ✓ Теплый тип или холодный?
 - ✓ Насыщенный или светлый?
 - ✓ Ясный или мягкий (приглушенный)?
 - ✓ Гладкий или рисунчатый? Определить размер и характер рисунка.
 - ✓ Матовый или блестящий? Определить степень блеска.
3. Определить цветовой тип внешности на основе всей полученной информации. Заполнить табл. 2.1–2.3.
4. Охарактеризовать оптимальные цвета гардероба, рисунки и фактуры тканей, соответствующие цветovому типу внешности тестируемого.

Методические указания

На первом этапе выполнения лабораторной работы рекомендуется ответить на вопросы вербальных тестов, представленных в приложении. На каждого клиента необходимо заполнить все четыре теста и произвести подсчет ответов «да» и «нет». Результаты анализа внешности клиента с использованием вербальных тестов должны быть представлены в табл. 2.1. Если ответы на вопросы теста вызывают у студента затруднения, необходимо обратиться к описаниям цветových типов внешности и иллюстрациям в специальной литературе (1–3,11). Обычно такого рода затруднения связаны с отсутствием опыта цветového анализа. Для тренировки практического навыка визуальной оценки и выбора названия оттенков цвета кожи, волос и глаз конкретного клиента, студентам полезно в группах по 4–5 человек сравнивать свои индивидуальные цвета кожи, волос и глаз.

Итоги вербальных тестов

Сезон	Количество ответов «да»	Количество ответов «нет»
«Лето»		
«Зима»		
«Осень»		
«Зима»		

На втором этапе лабораторной работы выполняется тестирование внешности клиента с помощью платков из текстильных материалов. Методика тестирования текстильными платками подробно изложена в литературе [1].

Клиент располагается в кресле перед большим зеркалом, консультант находится за креслом. Наличие косметики на лице клиента мешает объективности анализа, поэтому макияж необходимо удалить. Если на коже есть дефекты, они не маскируются. Окрашенные волосы могут исказить результаты теста, поэтому они зачесываются назад и убираются с лица.

Плечи клиента закрываются специальной пелериной нейтрального цвета. Это исключает просвечивание нижележащих слоев одежды и воздействие их при смене платков.

В процессе тестирования цветные платки набрасываются на плечи клиента, и оценивается эффект, производимый тем или иным цветом. Размер платков должен позволять укрыть плечевой пояс человека и адекватно оценить влияние цвета на зрительное восприятие его внешности.

Лицо под влиянием одних оттенков цвета «оживает», приобретает четкие контуры, глаза лучатся интенсивнее, дефекты кожи делаются незаметными; под влиянием других лицо кажется более утомленным и невзрачным, отчетливее видны круги под глазами, заметнее становятся неровности кожи.

Анализируя внешность клиента, необходимо избегать цветовых предпочтений. Задача тестирования на этом этапе – не выбор «приятного» цвета для одежды, а определение цветового типа. Каждый цвет несет информационную нагрузку и позволяет определять ту или иную характеристику типа. Результаты тестирования приводятся в форме таблицы (Прил. 3). Характер влияния цвета на внешность может быть оценен следующим образом:

- «-» (минус, цвет не идет клиенту),
- «0» (нейтрально),
- «+» (плюс, цвет идет клиенту).

При желании для повышения точности оценок можно ввести 5 градаций: ставить два минуса или два плюса.

В графе «резюме» следует записать результат тестирования внешности конкретным цветовым платком. Это должен быть ответ на один из вопросов пункта 2 «Содержания» лабораторной работы.

Рекомендуется сначала определить, к какому из двух типов (теплому или холодному) принадлежит человек. Для этого используются 4 группы платков фирмы «Beauty for all seasons», и/или набор из 4 платков, куда входят в качестве весеннего платок персикового или лососевого цвета, в качестве летнего – платок холодного серо-розового цвета. Если этого недостаточно, используют оранжевый (осенний) и холодный едко-розовый (зимний). Могут быть использованы серые – теплый, нейтральный и холодный, а также любые другие цвета теплых и холодных нюансов.

Затем определяется контрастность цветового типа внешности. Примеряются поочередно платки насыщенных и светлых нюансов каждой группы цветов. Следующий этап – с помощью соответствующих платков определяется еще одна важная характеристика типа – он «ясный» или «мягкий», приглушенный.

По результатам тестирования внешности клиента цветными платками следует заполнить табл. 2.2 и 2.3. Заполняя табл. 2.2, следует поставить любой знак в пустой графе и определить характер цветового направления внешности. В табл. 2.3 отметить наличие отдельных черт цветового типа.

Таблица 2.2

Анализ цветовых направлений внешности клиента

Очень	Слегка	Краски внешности		Слегка	Очень
		Теплые золотые, горящие	Холодные пепельные, серебристые		
		Насыщенные глубокие, интенсивные	Светлые бледные, нежные		
		Ясные сочные, резкие	Мягкие приглушенные		

Окончательные выводы о характере цветового типа или цветового направления можно сделать на основании анализа всей информации о цветовом направлении, цветовом типе.

После определения цветового типа для иллюстрации основных стилевых решений гардероба дополнительно могут быть использованы шарфы с рисунками, узорами, фактурами.

Таблица 2.3

Анализ цветовых типов внешности (теория сезонов)

<p>ЗИМА Холодный Насыщенный Ясный резкие контрасты однотонные материалы гладкие до зеркального блеска поверхности</p>	<p>ОСЕНЬ Теплый Насыщенный Мягкий глубокие контрасты рисунчатые материалы фактурные, рельефные поверхности</p>
<p>ЛЕТО Холодный Светлый Мягкий нюансные сочетания рисунчатые материалы матовые поверхности</p>	<p>ВЕСНА Теплый Светлый Ясный звучные акценты однотонные материалы гладкие, как шелк поверхности</p>

План отчета

В практической части привести результаты всех тестов в табличной форме, в том числе результаты вербальных тестов. Сделать выводы о принадлежности клиента к определенному цветовому типу.

Дать характеристику данному цветовому типу.

Обосновать, описать и проиллюстрировать (вырезками из журналов мод) выбор основных решений гардероба для конкретного цветового типа внешности клиента (стилевые решения, рисунки, фактуры материалов, аксессуары и т.д.).

Изготовить палитру для конкретного цветового типа клиента.

Лабораторная работа 3

АНАЛИЗ ФОРМЫ ТЕЛА И ЛИНИЙ ВНЕШНОСТИ

Цель работы: совершенствование практических навыков анализа особенностей телосложения и корректировки формы тела формой одежды на примере использования методики Л.П. Шершневой и рекомендаций фирмы «Beauty for all seasons».

Содержание

1. Выполнить 3 фотопрофилограммы тела человека (вид в фас, профиль, овал лица).
2. Провести анализ фотопрофилограмм по методике Л.П. Шершневой.
3. Описать характер внешних и внутренних линий внешности клиента по методике фирмы «Beauty for all seasons».
4. Сформулировать тактику корректировки анализируемой фигуры формой одежды. Предложить комплекс композиционных средств (геометрические формы и средства формообразования, пропорции, линии, цвет), которые позволят реализовать предлагаемую тактику корректировки формы тела формой одежды.
5. Проиллюстрировать предлагаемые проектные решения с помощью эскизов, фотографий из журналов мод и электронных ресурсов о моде.

Методические указания

На первом этапе лабораторной работы необходимо сфотографировать фигуру клиента на фоне масштабной сетки. Размер ячейки масштабной сетки – 2×2 см. Удобно в качестве фона фотографии использовать лист миллиметровой бумаги размером около 2000 см×1000 см, разлинованный фломастером. Фотография фигуры клиента на фоне сетки называется фотопрофилограммой.

Методика получения фотопрофилограмм подробно описана в специальной литературе [9]. Съемка производится в нижнем белье, не искажающем пропорций фигуры. Масштабная сетка должна располагаться строго вертикально. Начало отсчета высот различных антропометрических точек и конструктивных уровней совпадает с уровнем пола. В процессе работы необходимо обратить внимание на правильный выбор места съемки. Съемка снизу вверх или сверху вниз приведет к искажению пропорций фигуры. Лучшие результаты получаются при максимально возможном удалении камеры от плоскости масштабной сетки и «приближении» изображения фотографируемого с помощью устройства «zoom».

Полученная с помощью фотопрофилограмм информация позволяет студенту правильно оценить размеры, пропорции, характер линий и другие аспекты визуального восприятия фигуры клиента. Кроме того, данный метод позволяет провести необходимые измерения и получить количественное выражение основных соотношений частей тела.

На втором этапе производится анализ размеров и формы тела по полученным фотопрофилограммам. Методика анализа изложена в учебном пособии по дисциплине. Результаты анализа необходимо представить в табличной форме (Прил. 4)

На третьем этапе формулируется тактика корректировки формы тела формой и цветом одежды. Из классических и модных композиционных решений одежды выбираются те, которые наилучшим образом соответствуют индивидуальности клиента.

План отчета

В разделе *общих* сведений студент может систематизировать необходимую ему теоретическую информацию: модные эстетические идеалы женских и мужских фигур, данные современных исследований в области антропометрии, способы корректировки формы тела формой одежды.

В *экспериментальной* части необходимо представить три фотопрофилограммы и результаты анализа размеров и формы тела в табличной форме.

В *проектной* части по результатам анализа должна быть сформулирована и хорошо структурирована тактика корректировки формы тела формой одежды. Проектные решения в виде альбома прилагаются к отчету.

Лабораторная работа 4

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ, ВЛИЯЮЩИХ НА ВЫБОР СТИЛЕВЫХ РЕШЕНИЙ В ОДЕЖДЕ

Цель работы: ознакомиться с индивидуальными особенностями личности, влияющими на отношение человека к моде и выбор стилевых решений гардероба.

Содержание

1. В процессе подготовки к лабораторной работе ознакомиться с рекомендуемой литературой [1,5,7]. Выучить классификацию потребителей моды Е. Роджерса; знать основные положения концепции «Инь-Янь» применительно к выбору стилевых решений одежды; уметь определять уровень и направленность стиля по Люшеру.

2. Выполнить цветовой тест Люшера.

3. Выполнить тест Айзенка. Определить уровень экстраверсии и нейротизма. Построить координатную модель личности (рис. 3.1). Согласно типологии Павлова определить тип темперамента тестируемого.

4. Изучить рекомендации по выбору стиля в одежде для представителей различных типов темперамента, систематизированные Л.П. Шершневой; психологические особенности представителей различных цветовых типов внешности

5. В выводах по работе проанализировать результаты тестов и охарактеризовать личность с точки зрения ее отношения к моде и стилю:

- Скорость принятия модных решений;
 - Уровень и направленность стиля;
 - Стилиевые образные группы по Шершневой и в соответствии с концепцией «Инь – Янь»;
 - Личные стилевые предпочтения клиента
6. Сформулировать выводы по работе.

Методические указания

Предметом четвертой лабораторной работы является изучение психологических характеристик личности, определяющих выбор основных стилевых решений в одежде: цвета и формы.

В изобразительном искусстве всегда существовало разделение между формой и цветом. Такое разделение соответствует фундаментальному психологическому различию между ними. Форма относится исключительно к пространству и затрагивает пространственный опыт человека. Цвет апеллирует одновременно и к пространственным представлениям человека, поскольку краски накладываются на полотно, и

пробуждает эмоциональные переживания, которые человек осознает в потоке времени.

Именно глубокое эмоциональное воздействие цвета на человека использовано австрийским психологом Максом Люшером для диагностики психологического состояния человека. Результаты теста не говорят прямо о стилевых предпочтениях клиента. В настоящей лабораторной работе тест Люшера выполняется для того, чтобы каждый студент смог осознать, как глубоко предпочтение того или иного цвета связано с настроением, состоянием здоровья, темпераментом человека. Такая осознанность крайне необходима каждому стилисту, который берет на себя ответственность давать рекомендации в области оформления внешности цветом.

Тест Люшера состоит в том, что определенные цветные карточки предъявляются испытуемому на белом фоне. Карточки раскладываются в случайном порядке, на примерно равном расстоянии от испытуемого (условно – полукругом).

Инструкция испытуемому: «Посмотрите внимательно на эти восемь карточек. Выберите и отложите в сторону наиболее симпатичный, приятный Вам в данный момент цвет. Постарайтесь не связывать цвет с какими-либо вещами: цвет одежды, обоев, машины и т.д. Выбирайте цвет наиболее приятный сам по себе». Указанный испытуемым цвет убирается в сторону и кладется цветом вниз, чтобы полностью убрать его из поля зрения.

Продолжение инструкции: «Хорошо, а теперь выберите наиболее приятный цвет из оставшихся». Эта инструкция (и, соответственно, выборы испытуемого) продолжается до тех пор, пока не будут перебраны все карточки.

По окончании первой серии выборов карточки снова раскладываются перед испытуемым. Инструкция: «Сейчас давайте повторим процедуру выборов еще раз. Речь при этом ни в коем случае не идет о проверке памяти. Вы можете выбрать цвета в той же последовательности, что в первый раз, можете в какой-то другой. Главное – выбирать и откладывать наиболее симпатичные в данный момент цвета» – далее в точности воспроизводится процедура выбора цветных карточек.

На этом тестирование завершается. Для интерпретации теста студентам следует воспользоваться специальной литературой.

Тест может быть выполнен и интерпретирован в электронном варианте.

ОПРОСНИК МРІ (Методика Айзенка)

Опросник представляет собой одну из методик, разработанных Айзенком для диагностики индивидуально-психологических свойств личности.

Опросник состоит из 70 вопросов, 24 из которых направлены на диагностику экстраверсии, 24 на диагностику нейротизма, 2 вопроса – маскировочные, они не дают никакой информации об испытуемом. Оставшиеся 20 вопросов образуют «шкалу лжи», основная задача которой – дать информацию о достоверности ответов испытуемого.

Обследуемому требуется ответить «да» или «нет». Предусмотрен случай, когда обследуемый затрудняется с ответом (знак «?»). За ответ, совпадающий с ключом (табл. 4.1), дается два балла, за «?» — один балл, за несоответствующий – 0 баллов.

Полученные баллы суммируются. Отдельно оцениваются данные по шкале «лжи», результаты исследования считаются недействительными, если показатель «лжи» оказывается выше 20 баллов. В этом случае тестирование проводится повторно. Сомнительна достоверность ответов испытуемых, чей показатель «лжи» выше 16 или ниже 4 баллов. Норма по этой шкале – 6–12 баллов.

Таблица 4.1

Ключ к тесту Айзенка

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
0	Е-	Е+	Е+	Н+	Л+	Е+	0	Л-	Е+	Н+	0
10	Н+	Л+	Е+	Е-	Л-	Н+	Н+	Н+	Л+	Е-	10
20	Е+	Л-	Н+	Н+	Н+	Л-	Е-	Н+	Л+	Н+	20
30	Л-	Е+	Н+	Н+	Л+	0	Е-	Н+	Л+	Е+	30
40	Л-	Е+	Е+	Н+	Л-	Н+	Е+	Л-	Н+	Л-	40
50	Е+	Е+	Л-	Н+	Е+	Л+	Н+	Н+	Н+	Е+	50
60	Л-	Н+	Е-	Н+	Л+	Е-	Е-	Н+	Л-	Е+	60

Представление результатов по шкалам экстраверсии и нейротизма осуществляется при помощи системы координат (рис. 4.1).

Интерпретация полученных результатов проводится на основе психологических характеристик личности, соответствующих тому или иному квадрату координатной модели с учетом степени выраженности индивидуально-психологических свойств и степени достоверности полученных данных.

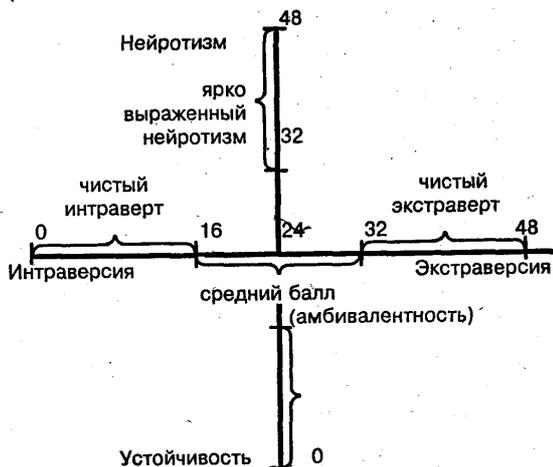


Рис. 4.1. Координатная модель психологических свойств личности

Текст опросника

1. Хотели бы вы ограничить круг своих знакомых только несколькими избранными лицами?
2. Предпочитаете ли вы действовать сами, а не планировать действия других?
3. Всегда ли вы быстро находите подходящий ответ на критическое замечание в ваш адрес?
4. Часто ли вы мечтаете о несбыточном?
5. Делали вы в детстве сразу и без пререканий все, что от вас требовалось?
6. Характерно ли для вас действовать быстро и уверенно?
7. Бывает ли у вас острое чувство разочарования?
8. Откладываете ли вы иногда на завтра то, что необходимо сделать сегодня?
9. Считаете ли вы свою работу делом обычным и прозаическим?
10. Часто ли вы бываете «не в духе»?
11. Склонны ли вы размышлять о своем прошлом?
12. Если вы что-либо обещали, всегда ли вы сдерживаете слово не смотря ни на что?
13. Любите ли вы быть в окружении людей?
14. Свойственна ли вам некоторая робость в присутствии лиц другого пола?
15. Сердитесь ли вы когда-либо?
16. Часто ли вы чувствуете себя одиноким?

17. Характерна ли для вас обидчивость?
18. Часто ли оказывается, что вы приняли решение слишком поздно?
19. Полностью ли вы свободны от всяких предрассудков?
20. Можете ли вы назвать себя очень добросовестным?
21. Любите ли вы разыгрывать окружающих?
22. Бывает ли, что вы смехом реагируете на неприличную шутку?
23. Замечаете ли вы, что вам часто бывает трудно сосредоточиться?
24. Кажется ли вы себе чересчур нервным и внутренне напряженным?
25. Когда критический момент, позади, кажется ли вам обычно, что нужно было что-то сделать иначе?
26. Когда вы с кем-нибудь играете, хочется ли вам победить?
27. Рассматриваете ли вы свое занятие как то, что для вас очень важно и дорого?
28. Часто ли вам трудно собраться с мыслями перед трудным разговором?
29. Всегда ли вам приятно, когда человек, который вам не нравится, добивается заслуженного успеха?
30. Бывает ли, что наплыв мыслей не дает вам заснуть?
31. Свойственно ли вам иногда прихвастнуть?
32. Чувствуете ли вы себя непринужденно и легко в веселой компании?
33. Любите ли вы предаваться мечтам?
34. Часто ли вы без особого повода чувствуете усталость и апатию?
35. Все ли ваши привычки положительны?
36. Бывает ли, что вам хочется побыть одному?
37. Свойственно ли вам в обществе говорить меньше, чем другие?
38. Бываете ли вы временами полны энергии, а временами вялы?
39. Всегда ли вы сразу отвечаете на письма личного характера?
40. Можно ли вас назвать разговорчивым?
41. Бывают ли у вас иногда мысли, о которых стыдно рассказывать другим?
42. Очень ли вы недовольны, когда не имеете возможности общаться со многими людьми?
43. Нравится ли вам принимать участие в деятельности, требующей быстроты и решительности?
44. Часто ли вы вспоминаете о светлых эпизодах вашей жизни?
45. Случается ли, что вы спорите о вещах, о которых слишком мало знаете?
46. Бывает ли, что вы не можете отделаться от докучливых мыслей?
47. Считают ли окружающие вас живым и бойким человеком?
48. Любите ли вы иногда посплетничать?

49. Легко ли вы расстраиваетесь?
50. Бывало ли, что вы говорили неправду?
51. Свойственно ли вам брать на себя руководящую роль в совместных действиях?
52. Можете ли вы назвать себя беззаботным?
53. Бывают ли у вас денежные затруднения?
54. Бывают ли у вас периоды такого беспокойства, что вы не можете долго усидеть на одном месте?
55. Считаете ли вы себя человеком веселым?
56. Случалось ли вам опаздывать?
57. Чувствуете ли вы себя иногда вдруг жалким и несчастным?
58. Испытываете ли вы некоторое чувство вины?
59. Склонны ли вы к частым сменам настроения?
60. Нравится ли вам иметь много общественных дел?
61. Бывает ли, что вы выходите из себя?
62. Бывает ли у вас иногда вдруг беспричинная радость или грусть?
63. Трудно ли вам в непринужденной компании почувствовать себя совершенно свободно?
64. Часто ли у вас бывают подъемы и смены настроения?
65. Пройдете ли вы в кино без билета, если твердо уверены, что вас не проверят?
66. Нравится ли вам работа, которая требует концентрации внимания на мелких деталях?
67. Стараетесь ли вы уклониться от выполнения общественных поручений?
68. Часто ли беспокойства вызывают у вас бессонницу?
69. Из всех, кого вы знаете, есть ли такие лица, которые вам очень не нравятся?
70. Свойственно ли вам первым вступать в контакт с незнакомым человеком?

Интерпретация данных теста

Айзенк рассматривал структуру личности как состоящую из трех факторов.

1) *Экстраверсия – интроверсия*. Характеризуя типичного экстраверта, автор отмечает его общительность и обращенность индивида вовне, широкий круг знакомств, необходимость в контактах. Действует под влиянием момента, импульсивен, вспыльчив. Он беззаботен, оптимистичен, добродушен, весел. Предпочитает движение и действие, имеет тенденцию к агрессивности. Чувства и эмоции не имеют строгого контроля, склонен к рискованным поступкам. На него не всегда можно положиться.

Типичный интроверт – это спокойный, застенчивый, интроективный человек, склонный к самоанализу. Сдержан и отдален от всех, кро-

ме близких друзей. Планирует и обдумывает свои действия заранее, не доверяет внезапным побуждениям, серьезно относится к принятию решений, любит во всем порядок. Контролирует свои чувства, его нелегко вывести из себя. Обладает пессимистичностью, высоко ценит нравственные нормы.

2) *Нейротизм* – эмоциональная устойчивость. Характеризует эмоциональную устойчивость или неустойчивость (эмоциональная стабильность или нестабильность). Эмоциональная устойчивость – черта, выражающая сохранение организованного поведения, ситуативной целенаправленности в обычных и стрессовых ситуациях. Характеризуется зрелостью, отличной адаптацией, отсутствием большой напряженности, беспокойства, а так же склонностью к лидерству, общительности. Нейротизм выражается в чрезвычайной нервности, неустойчивости, плохой адаптации, склонности к быстрой смене настроений (лабильности), чувстве виновности и беспокойства, озабоченности, депрессивных реакциях, рассеянности внимания, неустойчивости в стрессовых ситуациях. Нейротизму соответствует эмоциональность, импульсивность; неровность в контактах с людьми, изменчивость интересов, неуверенность в себе, выраженная чувствительность, впечатлительность, склонность к раздражительности. Нейротическая личность характеризуется неадекватно сильными реакциями по отношению к вызывающим их стимулам. У лиц с высокими показателями по шкале нейротизма в неблагоприятных стрессовых ситуациях может развиваться невроз.

Высокие оценки по шкале экстраверсия-интроверсия соответствуют экстравертированному типу, низкие – интровертированному.

Средние показатели по шкале экстра – интроверсии: 7–15 баллов.

Средние показатели по шкале нейротизма: 8–16.

Если по шкале искренности количество баллов превышает 10, то результаты обследования считаются недостоверными и испытуемому следует отвечать на вопросы более откровенно.

Привлекая данные из физиологии высшей нервной деятельности, Айзенк высказывает гипотезу о том, что сильный и слабый типы по Павлову очень близки к экстравертированному и интровертированному типам личности. Природа интро- и экстраверсии усматривается во врожденных свойствах центральной нервной системы, которые обеспечивают уравновешенность процессов возбуждения и торможения. Таким образом, используя данные обследования по шкалам экстра – интроверсии и нейротизма можно вывести показатели темперамента личности по классификации Павлова, который описал четыре классических типа: сангвиник (по основным свойствам центральной нервной системы характеризуется как сильный, уравновешенный, подвижный), холерик (сильный, неуравновешенный, подвижный), флегматик (сильный, урав-

новешенный, инертный), меланхолик (слабый, неуравновешенный, инертный).

На графике (рис. 4.2) можно увидеть, как соотносятся типы темперамента со шкалами опросника. Там же приведена краткая характеристика каждого типа темперамента.

Как правило, следует говорить о преобладании тех или иных черт темперамента, поскольку в жизни в чистом виде они встречаются редко.



Рис. 4.2. Соотношение типов темперамента со шкалами опросника

Для характеристики стилевых предпочтений клиента можно использовать результаты трех предшествующих лабораторных работ.

Рассматривая стилевые решения: отобранные в процессе изучения предложений моды; рекомендованные в соответствии с цветовым типом внешности; рекомендованные в соответствии с размерами, пропорциями и формой тела, необходимо описать предпочтения конкретного клиента. Для этого следует воспользоваться формой табл. 4.2

Таблица 4.2

Стилевые предпочтения в одежде

Решения в одежде	Предпочитаю носить	Можно поэкспериментировать	Никогда не надену
1	2	3	4
Образы и стили			

Окончание табл. 4.2

1	2	3	4
Цвета			
Материалы			
Фактуры			
Рисунки			
Ассортимент изделий			
Силуэты			
Детали			
Средства формообразования			
Аксессуары			

План отчета

В разделе *общих* сведений студент может систематизировать необходимую ему теоретическую информацию о том, как те или иные стилевые предпочтения в одежде связаны с определенными особенностями личности.

В *практической* части лабораторной работы необходимо привести результаты проведенных тестов и дать характеристику психологических черт личности, влияющих на отношение к моде (пункт 5 содержания лабораторной работы).

В выводах по работе структурировать данные, полученные на каждом этапе работы и кратко сформулировать основные особенности личности клиента, его стилевые предпочтения и рекомендации клиенту по выбору основных стилевых решений.

Лабораторная работа 5

ПРОЕКТИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОГО ГАРДЕРОБА

Цель работы: развитие навыков проектирования рационального гардероба с учетом индивидуальных особенностей человека и факторов окружающей среды.

5.1. Анализ стиля жизни клиента

Содержание

1. Выполнить анализ стиля жизни клиента: отметить особенности его личных интересов, профессиональной деятельности, перечислить картины (ситуации) его жизни. Проиллюстрировать картины жизни, выполнив коллаж «Стиль жизни» из реальных фотографий клиента или вырезок из журналов.

2. Обобщив результаты лабораторных работ № 2–4; дать характеристику индивидуальных особенностей внешности и личности клиента, охарактеризовать вкус и стилевые предпочтения, потребительскую ориентацию, другие факторы, влияющие на выбор стилевых и композиционных особенностей предметов одежды и их деталей.

3. Оценить реальный визуальный облик клиента в трех картинах жизни: деловая, домашняя, вечерняя.

4. Представить в табличной форме анализ существующего гардероба клиента.

5. В выводах по первой части работы сформулировать критерии рациональности проектируемого гардероба.

Методические указания

На первом этапе работы студент анализирует особенности стиля жизни клиента (возможные ситуации делового и повседневного общения) исходя из особенностей возраста, семейного положения, образования, профессиональной принадлежности клиента и занимаемой им должности.

Необходимо сделать проект коллажа «Стиль жизни», используя подборку журнальных вырезок и схему, представленную на рис. 5.1. После консультации с преподавателем окончательно доработать коллаж.

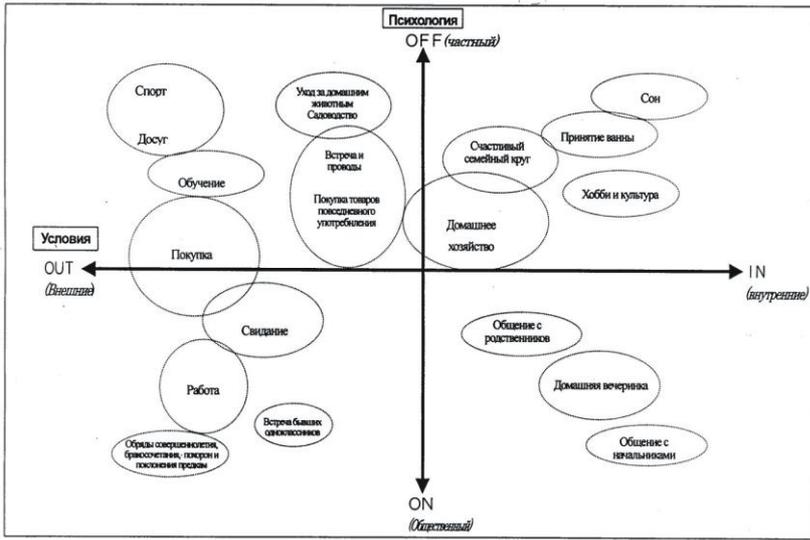


Рис. 5.1. Картины жизни человека. (Стиль жизни)

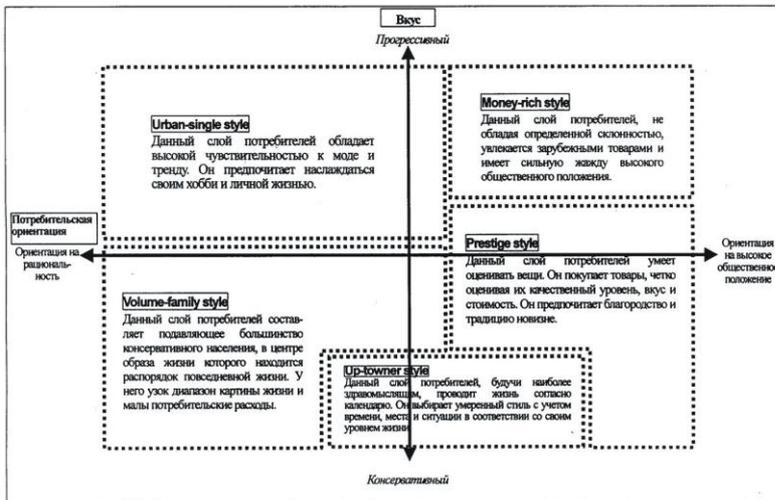


Рис. 5.2. Вкус и потребительская ориентация клиентов

Затем на основе анализа результатов лабораторных работ 2–4 следует представить «портрет клиента» – описание индивидуальных характеристик внешности и личности клиента (пол, возраст, образование,

национальные, культурные, религиозные особенности, влияющие на стилевые предпочтения; цветовой тип, особенности телосложения, психоэмоциональные характеристики личности).

Следующим шагом должен стать анализ визуального облика клиента. Набор элементов визуального облика может быть любым, в зависимости от стилевых предпочтений клиента. Следует учесть все визуально значимые (заметные, яркие) элементы ансамбля.

Анализ реально существующего гардероба клиента выполняется в табличной форме. По согласованию с преподавателем и по желанию студента таблица может быть дополнена фотографиями предметов гардероба.

Итогом выполнения данной части лабораторной работы должен стать перечень критериев рациональности проектируемого гардероба.

5.2. Разработка структуры гардероба и эскизное проектирование изделий, входящих в его состав

Содержание

1. Определить структуру (количество и назначение капсул) рационального гардероба:
2. Разработать проект каждой капсулы.
3. Выполнить серию эскизов проектируемых капсул гардероба.
4. Сформулировать выводы по работе.

Методические указания

При разработке функционального, практичного гардероба особое внимание должно уделяться его рациональной организации.

Для достижения внутренней гармонии предметов одежды по стилю, форме, пропорциям и цветовой гамме кампания «Beauty for all seasons» предлагает применять принцип разбиения гардероба на отдельные капсулы.

Капсула представляет собой оптимальную группу из пяти-восьми предметов одежды, объединенных общим назначением и соответствующих друг другу по стилю и цветовой гамме.

Отличительные признаки капсулы:

- Каждый предмет из капсулы должен точно соответствовать ее назначению
- Все вещи, составляющие капсулу, должны хорошо сочетаться между собой по стилю, пропорциям.
- Цвет, рисунок, фактура каждого предмета одежды должны сочетаться с цветом, рисунком, фактурой других изделий в капсуле.

Например, компания «Beauty for all seasons» выделяет в составе гардероба деловой женщины следующие основные капсулы: капсулу профессиональной одежды (в двух вариантах: авторитетная (для руко-

водителей) и персональная (для рядовых сотрудников)) а также *повседневную, спортивную и вечернюю* (выходную) капсулы.

Количество и назначение капсул, а также количество предметов гардероба, входящих в их состав, могут варьироваться в зависимости от стиля жизни клиента. Обычно количество капсул проектируется таким образом, чтобы каждой картине жизни клиента соответствовали одна или несколько капсул. Таким образом, для любой ситуации, характерной для стиля жизни человека должна быть подходящая одежда. К примеру, при необходимости может быть добавлена капсула домашней одежды.

Комбинируя изделия в рамках отдельной капсулы, можно добиться оптимального результата, не рискуя нарушить при этом законы гармонии. Принцип капсул удобен для анализа уже имеющихся предметов гардероба, а также для планирования покупок.

В заключение выполняется серия эскизов проектируемого гардероба. Каждая капсула должна быть представлена в виде технических эскизов предметов одежды. Оценивается соответствие:

- набора капсул – картинам жизни клиента;
- внешних и внутренних линий предметов одежды в капсуле – линиям внешности клиента;
- разработанного гардероба – заявленным критериям его рациональности.

5.3. Разработка индивидуальной цветовой палитры клиента

Цель работы: разработать индивидуальную цветовую палитру рационального гардероба в соответствии с цветовым типом внешности клиента и тенденциями современной моды.

Содержание

1. Изучить классификацию основных групп цветов гардероба.
2. Разработать палитры основных групп цветов гардероба, отражающие цвета, фактуры, рисунки материалов, характерных для данного типа. Для изготовления цветowych карт возможно использование как бумажных, так и текстильных материалов.
3. Сформулировать выводы по работе.

Методические указания

В гардеробе выделяется несколько основных групп цветов: базовые, светлые, базовые яркие и акцентирующие.

Базовые цвета – это цвета основных предметов одежды: костюмов, жакетов, брюк; базовых платьев, обуви, ремней и сумок. Они создают ощущение респектабельности, авторитетности, профессионализма и

доверительности; легко сочетаются с другими; нейтральны и ненадоены. При проектировании одежды базового цвета уделяется большее внимание модели, деталям, ткани, чем когда используется один яркий цвет. Особенно это справедливо для женской одежды синего цвета.

Светлые цвета – это вторая важная группа цветов гардероба. Светлая гамма очень хороша для блузок и сорочек, т.к. они выгодно контрастируют с темным жакетом. Цветовой контраст в деловом гардеробе оптимально соответствует авторитетному руководящему имиджу.

Как ненадоены и неброские, светлые тона хороши для летнего делового гардероба. Кроме того, они используются в вечерней одежде, блузках, нижнем белье, теплой одежде и особенно выигрышно смотрятся в купальных костюмах при загорелой коже.

В эту группу входят цвета кожи, волос и глаз, а также металлические цвета.

Яркие базовые – третья группа цветов гардероба. В некоторых ситуациях яркость необходима. Так, яркие базовые широко используются в одежде для особых случаев и спортивной.

В деловом гардеробе применимы наиболее консервативные оттенки из этой палитры. В мужском гардеробе яркие базовые – это цвета галстуков, в женском гардеробе – блуз и шарфов.

Последняя группа – акцентирующие цвета. Они используются в модных блузках, шарфах, жакетах, свитерах, платьях и в одежде для особых случаев. За исключением модной индустрии, в деловом гардеробе эта палитра не используется. Такие цвета, как оранжевый, цвет зеленого яблока и другие яркие цвета считаются слишком вызывающими и раздражающими для делового гардероба.

План отчета

Часть 1. В отчете представляются результаты анализа стиля жизни и «портрет» клиента. Выполняется проект коллажа «Картины жизни клиента». В табличной форме представляются результаты анализа визуального облика клиента и существующего гардероба клиента.

В выводах по первой части необходимо сформулировать критерии рациональности индивидуального гардероба клиента, и указать, в какой степени существующий гардероб соответствует указанным критериям.

Часть 2. В отчете должна быть обоснована структура капсул гардероба и представлены проекты каждой капсулы.

В выводах по данному разделу следует обосновать, как критерии рациональности гардероба, разработанные в первой части работы, учтены в проекте нового гардероба

К отчету прилагаются эскизы всех капсул рационального гардероба.

Часть 3. В теоретической части дать характеристику основных групп цветов гардероба.

В экспериментальной части разработать и представить палитру оттенков цвета, рекомендованную для каждой капсулы.

К отчету прилагается выполненная цветовая палитра каждой капсулы гардероба.

В выводах по третьей части отчета необходимо обосновать выбор палитры гардероба.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Прогноз тенденций моды в женской одежде

сезон

Индекс	Тема тенденции	Характеристика	Оценка потреб.

Индекс	Цвет	Оценка потреб.	Индекс	Силуэт	Оценка потреб.

Индекс	Материал	Оценка потреб.	Индекс	Детали	Оценка потреб.

Индекс	Рисунок	Оценка потреб.	Индекс	Ассортимент	Оценка потреб.

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

Приложение 2

Цветовой анализ внешности. Вербальные тесты

Тест на определение весеннего типа

<i>Критерии оценки типа</i>	<i>Да</i>	<i>Нет</i>
Ваша кожа нежна и почти прозрачна?		
Ваш цвет лица имеет нежный светло-золотистый или тёплый персиковый оттенок?		
Кровь легко бросается вам в лицо. Когда вы волнуетесь или раздражены, на ваших щеках быстро выступают красные пятна?		
Ваше лицо имеет природный тепло-розовый румянец, нарушающий равномерную белизну слоновой кости?		
Ваши волосы желтовато-светлые, льняные, золотистые или слегка рыжеватые – но в любом случае желтоватые, а не пепельно-светлые?		
В детстве вы были золотистой блондинкой (блондином)?		
Рыжеватые искры присутствуют у Вас в волосах всегда, а не только под прямыми солнечными лучами		
Загораете ли вы относительно быстро?		
Ваш загар имеет скорее золотистый или слегка красноватый оттенок. (Но только не серый и не ореховый)?		
Если у вас есть веснушки, то они золотисто-коричневые, но не пепельно-коричневые?		
Кремово-белый идёт вам больше, чем чисто белый?		
Цвет верблюжьей шерсти и золотисто-коричневый идут вам больше, чем серо-коричневый?		
Цвет лосося идёт вам больше, чем едко-розовый?		
Цвет лосося идёт вам больше, чем апельсиновый?		
Кораллово-красный идёт вам больше, чем голубовато-красный цвет азалии?		
Серебряно-серый идёт вам больше, чем антрацитовый?		
Коричневые тона идут вам гораздо больше, чем серые?		

Тест на определение осеннего типа

<i>Критерии оценки типа</i>	<i>Да</i>	<i>Нет</i>
Если у вас светлый цвет лица, ваша кожа равномерно-светлая, как слоновая кость, или светлая с веснушками?		
У вас бесцветные ресницы?		
Если у вас более тёмный цвет лица, то ваша кожа окрашена в интенсивный золотисто-рыжий цвет, как тёмный персик или абрикос?		
У вас рыжие волосы: они медно-рыжие, ржаво-рыжие или тёплые каштаново-рыжие? (Но ни в коем случае не голубоватые).		
Если вы оцениваете себя не как рыжую, а скорее как каштаново-коричневую, ваши волосы имеют медовый оттенок, светлый или тёмный, но в любом случае тёплый и золотисто-окрашенный?		
Вы ни в коем случае не находите в своих волосах пепельного оттенка?		
В детстве у вас был такой же цвет волос, что и теперь, и в течение жизни вы потемнели лишь незначительно?		
Если у вас светлая кожа, то на солнце она вообще не загорает. Вы легко получаете солнечные ожоги?		
Если у вас более тёмный цвет лица, то на солнце ваша кожа без особой угрозы солнечных ожогов краснеет, как у индейцев?		
Если веснушки легко выступают у вас, то они интенсивно-рыжие, рыжевато-золотистые или рыжевато-коричневые?		
Горчично-жёлтый идёт вам больше, чем одуванчико-жёлтый?		
Оливково-зелёный идёт вам больше, чем мятно-зелёный?		
Оранжевый идёт вам больше, чем розовый?		
Ежевичное идёт вам больше, чем сиреневое?		
Антрацитовое вам лучше, чем шоколадно-коричневое?		
Помидорно-красное идёт вам больше, чем голубовато-красный цвет азалии?		
Керосиновый (приглушённый сине-зелёный) идёт вам больше, чем холодная яркая синева?		

Тест на определение летнего типа

<i>Критерии оценки типа</i>	<i>Да</i>	<i>Нет</i>
Ваша кожа в неподкрашенном виде плохо питается кровью, она холодновата и кажется почти серой?		
Ваш цвет лица в сравнении с другими скорее голубоватый, чем золотистый?		
Если у вас не очень светлая кожа, порой она кажется розоватой или красноватой?		
Если ни один из предыдущих вопросов к Вам не относится, может быть Ваша кожа имеет оливковый подтон?		
Ваши волосы имеют отчётливый пепельный тон, по крайней мере без желтизны?		
Думаете ли Вы, что Вам пошли бы серебряно – светлые пряди (или уже идут)?		
Часто ли у Вас возникает чувство, что цвет Ваших волос «неинтересный», появляется желание это изменить?		
В дошкольном возрасте вы были светловолосой, а то и вовсе белоголовой?		
Если вы проводите отпуск в солнечном краю, то вы всё равно не становитесь такой загорелой, как другие?		
Ваш загар не золотисто-коричневый, а по сравнению с другими скорее серо-коричневый или ореховый?		
Если у вас на солнце проступают веснушки, то они скорее серо-коричневые или серо-розовые, но не золотисто-коричневые?		
Ваши глаза напоминают пасмурный день, так как радужная оболочка и белок не составляют яркого контраста		
Холодный розовый идёт вам больше, чем абрикосовый и цвет лосося (он придаёт вам розоватые оттенки, а не желтоватые)?		
Серо-голубой (да и все линиялые, приглушённые голубые тона) идут вам больше, чем яркие, светящиеся, интенсивно-голубые?		
Нежная бирюза идёт вам больше, чем майская зелень и всё жёлто-зелёное?		
Серо-коричневое и очень светлый оттенок грязи идёт вам больше, чем цвет верблюжьей шерсти или кирпичный?		
Голубовато-красный цвет фуксии вам существенно лучше, чем апельсиновый?		

Тест на определение зимнего типа

<i>Критерии оценки типа</i>	<i>Да</i>	<i>Нет</i>
Если у вас светлая кожа, то она кажется голубовато-прозрачной или фарфоровой?		
Если у вас тёмный цвет лица, то ваша кожа окрашена не золотисто-коричневым, но имеет скорее холодный, переходящий в оливковый тон?		
Вы ощущаете отчётливый контраст между цветом ваших волос, глаз и кожи (даже если вы блондинка)?		
Ваши волосы чёрные или даже с синеватым отливом?		
Ваши волосы всегда имеют пепельный оттенок (голубоватый, с серебряным блеском, но никогда не с золотым)?		
Если вы блондинка: ни одно из этих описаний не подходит к вашим волосам. Однако всё, что было сказано относительно кожи, верно, и сильный контраст имеется?		
Вы относительно рано (вы считаете, что рановато) обнаружили у себя седину?		
Если у вас очень светлый цвет лица, на солнце вы вообще не загораете или у вас остаётся лишь лёгкий намёк на загар?		
Если у вас тёмный цвет лица, загар у вас очень глубокий на зависть всем остальным?		
Может быть, у Вас выступают веснушки, но тогда они очень серые, но не золотисто-коричневые?		
В чёрном вы расцветаете, в коричневой одежде кажется печальной?		
Ярко-розовый вам больше к лицу, чем вялая роза?		
Хвойно-зелёный идёт вам больше, чем оливково-зелёный?		
Ярко-красное вам лучше, чем ржавое или медное?		
Светящийся синий цвет идёт вам больше, чем приглушённый голубино-голубой?		
Снежно-белый идёт вам больше, чем сметанно-белый?		
Яркий цвет морской волны идёт вам больше, чем мягкий дымчато-голубой?		

Приложение 3

Цветовой анализ внешности

Тест с использованием цветных платков

№ п/п	Название цвета	Оценка влияния цвета на внешность	Резюме
1	BFAS группа красно-синих		
2	BFAS группа красных		
3	BFAS группа красно-желтых		
4	BFAS группа желтых		
5	Лососевый		
6	Серо-розовый холодный		
7	Оранжевый		
8	Фуксия (насыщенный едко-розовый)		
9	Серый теплый		
10	Серый холодный		
11	Снежно-белый		
12	Молочный		
13	Цвет топленого молока		
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			

Приложение 4

Анализ линий внешности

Показатель	Величина показателя	Результат анализа
1	2	3
Габаритные размеры и пропорции фигуры		
Рост		высокий средний невысокий
Обхват груди III		
$K_1 = OгIII/P$		узкосложенный, $K < 0,56$ среднесложенный широкосложенный, $K > 0,66$
Длина ноги по внутренней стороне		
$V_{\text{тали}}$		
$K_2 = P/V_{\text{тал.}} = 1.618$		короткое туловище, длинные ноги среднепропорциональная фигура длинное туловище, короткие ноги
Форма тела в фас		
Соотношение ширины плеч и бедер		верхний тип равновесный тип женственный тип
Прогиб по линии талии		четкий средний нечеткий
Высота плеч		высокие средней высоты покатые
Анализ внешней линии фигуры		контуры четкие контуры мягкие
Форма тела в профиль со стороны переда		
Соотношение выступа груды и живота		грудной тип равновесный тип брюшной тип

Окончание прил. 4

1	2	3
Величина грудной железы		
Выступ живота		
Форма тела в профиль со стороны спины		
Соотношение выпуклости ягодиц и лопаток		кифотический тип равновесный тип лордотический тип
Выраженность изгиба спины		выпрямленный тип нормальный изогнутый
Положение корпуса		перегибистая осанка нормальная осанка сутулая осанка
Пропорции и овал лица		
Высота лица		
Ширина лица		на уровне лба на уровне скул на уровне челюсти
$K_3 = \text{Вл} / \text{Ш}_{\text{скул}}$		широколикие среднепропорциональные узко- ликие
Овал лица		
Форма верхних и нижних конечностей		
Угол α		
Угол β		
Степень развития мышц и жировых отложений		
Форма ног		

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Фалько, Л.Ю. Индивидуальный стиль в одежде: конспект лекций / Л.Ю. Фалько. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 1999. – 140 с.
2. Ватерман, Г., Цингель, Ф. Ваш неповторимый стиль / Г. Ватерман, Ф. Цингель. – М.: АОЗТ Кристина и К°, 1995
3. Спиллейн, М. Создайте свой имидж / М. Спиллейн. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 1996.

Дополнительная литература

4. Лебсак-Клейманс, А. Прогнозирование в моде / А. Лебсак-Клейманс // *Текстильная промышленность*. 2002. № 7. С. 46–47.
5. Люшер, М. Одежда как символ личности / М. Люшер // *Магия цвета*. – Харьков: АО Сфера, 1996.
6. РОТОБО и институт комплексных исследований «Мицубиси»: мат-лы семинара «Бизнес в сфере моды». – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2001.
7. Сестры Сорины. Язык одежды или как понять человека по его одежде. – М.: Ассоциация «Тандем», «Гном-Пресс», 1998. – 224 с., ил.
8. Фалько, Л.Ю. Художественное конструирование одежды: конспект лекций / Л.Ю. Фалько, Т.А. Кравцова, И.А. Лукашова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 1999. – 104 с.
9. Шершнева, Л.П. Конструирование женских платьев / Л.П. Шершнева. – М.: Легпромбытиздат, 1991. – 256 с., илл.
10. Шершнева, Л.П. Конструирование женской одежды на типовые и нетиповые фигуры / Л.П. Шершнева. – М.: Легкая индустрия, 1980.
11. Шнайдер, Л. Ты и цвет / Л. Шнайдер. – М.: ТОО Внешсигма, 1997.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	1
Лабораторная работа 1. АНАЛИЗ СТИЛЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ	4
Лабораторная работа 2. АНАЛИЗ ЦВЕТОВОГО ТИПА ВНЕШНОСТИ	9
Лабораторная работа 3. АНАЛИЗ ФОРМЫ ТЕЛА И ЛИНИЙ ВНЕШНОСТИ	13
Лабораторная работа 4. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ, ВЛИЯЮЩИХ НА ВЫБОР СТИЛЕВЫХ РЕШЕНИЙ В ОДЕЖДЕ	15
Лабораторная работа 5. ПРОЕКТИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОГО ГАРДЕРОБА	24
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	30
Приложение 2.....	31
Приложение 3.....	35
Приложение 4.....	36
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	38
Основная литература	38
Дополнительная литература	38

Учебное издание

Фалько Людмила Юрьевна

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ В ОДЕЖДЕ

Лабораторный практикум
по специальности
070601 «Дизайн» («Дизайн костюма»)

В авторской редакции
Компьютерная верстка М.А. Портновой

Лицензия на издательскую деятельность ИД № 03816 от 22.01.2001

Подписано в печать .05.08. Формат 60×84/16.
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л..
Уч.-изд. л. Тираж экз. Заказ

Издательство Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

690600, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано в типографии ВГУЭС
690600, Владивосток, ул. Державина, 57