

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт изобразительного и декоративно-прикладного искусства

(наименование института полностью)

Кафедра «Живопись и художественное образование»

(наименование кафедры)

44.03.01 Педагогическое образование

код и наименование направления подготовки, специальности)

Изобразительное искусство

(направленность (профиль)/специализация)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Летний костюм» (батик)

Студент

Е.В. Ангелова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Н.В. Виноградова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

И.о. заведующего кафедрой, к.п.н., доцент, Г.М. Землякова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« _____ » _____ 2018 г.

Тольятти 2018

АННОТАЦИЯ

к бакалаврской работе на тему:

«Летний костюм» (батик)

Выполнена студенткой

Тольяттинского государственного университета института изобразительного
и декоративно-прикладного искусства

кафедры «Живопись и художественное образование»

Ангеловой Екатериной Викторовной

Данная бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

В введении обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цель и задачи исследования, а также указываются объект и предмет исследования. В первой главе освещается история возникновения моды в разных странах, ее развитие, область применения на протяжении истории, в прошлом и в современной жизни. Приводятся примеры современных и прошлых годов домов моды. Во второй главе мода представлена как явление экономики и культуры. Прослеживается взаимосвязь этих понятий.

В заключении подводятся итоги исследования, формулируются окончательные выводы по рассматриваемой теме.

В приложениях приведены примеры росписи одежды от древних времен до наших дней, поисковые эскизы автора по изучаемой теме, фото материалов, фотоотчет изготовления костюма – от эскизов до воплощения.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложения.

Оглавление

Введение	4
ГЛАВА I. Мода как феномен современной культуры	
1.1 Сущность моды в контексте культуры	8
1.2 Женская одежда как основной объект в дизайне современной моды	13
1.3. Батик в дизайн одежды	20
Выводы по I главе	24
ГЛАВА II. Мода как вектор экономического и культурного развития общества	
2.1 Мода и экономика	26
2.2 Мода и культура	31
Выводы по II главе	36
ГЛАВА III. Разработка художественно-творческой части бакалаврской работы	
3.1. Выбор темы бакалаврской работы	38
3.2. Разработка эскизов костюма и этапы выполнения работы	42
Выводы по III главе	44
Заключение	45
Список используемой литературы	46
Приложения	51

Введение

С переходом к постиндустриальному, постмодернистскому обществу в конце XX века большой интерес представляет осмысление различного рода мода и «модного поведения» как феномена развития моды в теоретическом и в практическом значении.

Необходимость изучения моды и ее роли связана с специфичностью восприятия моды различными социальными группами, так и с возникновением современных тенденций ее развития.

Однако актуальным для нас представляется факт включения моды в глобальное социальное пространство современного общества в целом мирового и конкретного национального в особенности.

Современные модные тенденции являются, по сути, совокупностью обращенных в прошлое заимствований, которые, будучи идеальными и совершенными, определяют перспективное развитие моды и тех модных тенденций, реализация которых в будущем предполагает достаточно высокий интерес и сохранение традиций. В конкретный период времени различные модные тенденции представляют собой итог гармоничного видоизменения указанных тенденций. Они, естественно, не претендуют на уникальность и не считаются вновь созданными.

Следует отметить, что для современного этапа развития современного общества характерно использования моды в качестве одного из главных элементов социальных, культурных, политических и коммуникативных процессов.

Изучение моды как средства социокультурного значения – достаточно новое направление в исследовании отечественной социологии. Но, этот феномен широко изучался в трудах различных психологов, педагогов, социологов, таких представителей как М.М. Бахтин, Ю.М. Лотман, П.А. Сорокин и др.

Особый интерес представляют работы М.М. Бахтина, Ю. М. Лотмана, с точки зрения которых мода - одно из ярких явлений культуры, основа для ее

развития и формирования чувства восприятия, прекрасного, красивого, гармоничного и эстетического отношения.

Так в своем труде П.А. Сорокин «Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах этики, права и общественных отношений» раскрывает понятие культуры, определяя ее значение в процессе общения для общества. Анализируя его высказывания, можно сделать вывод о том, что мода и модные явления считаются не только культурологическим феноменом, но также и социальным институтом развития общества.

Концепция влияния моды на жизнь общества и модного костюма изучали также известные критики.

Ермилова Д.Ю. в своей работе «История домов моды» очень хорошо рассказывает о процессе возникновения стилей, проводит анализ творческой деятельности модельеров, работу известных домов мод.

Визуализация история моды и ее становление также отражены в работе одного из самых известных деятелей моды А.А. Васильева.

Оригинальность его исследовательской деятельности заключается в том, что А.А. Васильев выбирает «золотую середину» между самой модой и её продуктами в различные исторические эпохи.

Конечно, изучение представленной темы невозможно без обращения к трудам западных культурных деятелей.

Огромнейший интерес к моде проявляется в деятельности немецкого ученого-социолога Г. Зиммеля, который первым использовал такое понятие, как дуализм моды. По мнению ученого, во - первых, мода представляет собой подражание какой-то манере поведения, принятого в данном конкретном сообществе, тем самым компенсируя необходимые потребности в социальной опоре, а, во – вторых, мода развивает у человека стремление к выделению из общей массы индивидов.

Французские научные деятели Ж. Бодрийяр и Р. Барт уделяют вопросам моды большую часть своих научных изысканий.

Так, Бодрийяр, например, рассматривает моду в контексте современности, как уникальную закодированную систему, выражением которой и является мода.

В работе Р. Барт, мода и модные процессы, представляют собой своеобразный язык современной культуры, как своего рода особую коммуникацию общества.

Актуальность нашего исследования состоит в том, чтобы проследить влияние изобразительного искусства XX века на становление моды и дизайна современного костюма, как совместной творческой деятельности художника и дизайнера.

Разрабатываемый нами комплект женской одежды обращает внимание на массовость и индивидуальность в становлении института моды и модных тенденций, символизирует моду в целостности с социокультурными процессами, влияния традиций и значение новаторства в отечественной инфраструктуре индустрии модной одежды.

Таким образом, мода выступает как средство формирования чувства и культуры восприятия, способствует упорядочиванию взаимоотношений между людьми, как показатель степени социокультурной интеграции и развития художественного мышления и вкуса, предопределяет перспективы развития экономической инфраструктуры индустрии модной одежды и социокультурных отношений общества в целом.

Объект исследования – искусство моды и модных тенденций в становлении дизайна современного женского костюма.

Предмет исследования – элементы художественной росписи ткани как традиции и новаторство в создании комплекта женского костюма «Летний день».

На основании этого была определена **цель бакалаврской работы** – создание костюма в технике батик на тему «летний день».

Достижение поставленной нами цели связано с решением следующих **задач**:

- изучить понятие мода как социально-культурное явление в развитии и становлении института моды и модных тенденций;
- проследить значимые исторические этапы в развитии и становлении моды и модных тенденций;
- изучить процесс влияния культуры и искусства на становление института дизайна современной моды и модной одежды;
- определить стилевые прообразы моды в творческом процессе художника-модельера;
- выявить социальные функции моды, характеризующие ее место и роль в современном обществе;
- изучить художественную роспись ткани – батик как одну из мировых тенденций в развитии современной моды, ее традиций и новаторства;
- разработать эскизы комплекта одежды на тему «Летний день»;
- выполнить в технике батик, комплекта одежды на тему «Летний день».

Теоретическую основу нашего исследования составили научные труды по культурологии, философии, психологии, социологии, касающиеся изучения разных аспектов моды в постоянно меняющемся социокультурном пространстве.

Практическая значимость нашей работы в создании комплекта одежды, выполненного в стиле художественной росписи по ткани – батик.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложения.

Глава I. МОДА КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

1.1. Сущность моды в контексте культуры

В различных социальных институтах в качестве предмета исследования мода может выступать как фактор, выражающий различные общественные, социальные, гуманитарные процессы, так и быть фактором, обуславливающим их появление. Так что же такое мода?

Мода (произошло от исконно латинского «modus» – то есть правило, способ) – это временное торжество отдельного стиля или части его в самых различных интерпретациях, областях жизни и общественной культуры. Мода отождествляет популярные на данный момент времени определенные стили и типы одежды, направления в искусстве и способы социального поведения, стиль жизни индивида, господствующие политические идеи, особенности этики и эстетики, архитектуры, литературы, всех видов изобразительного искусства.

Ученые также выделяют еще такое новое для нас понятие, как модная тенденция, тренд или просто актуальные вещи и стильные веяния в конкретный период. Если о человеке говорят, что он находится в тренде, то это значит лишь одно: он в курсе абсолютно всех новинок моды, последних разработок от кутюр, а также просвещен о мире современной литературы, кино, музыки.

В повседневной жизни, понятие мода появилось позже, став при этом центральным объектом научного и социокультурного и познания.

Это обстоятельство оказало огромное влияние на становление и развитие моды как социокультурного явления.

Как объект научного познания, мода исследует законы ее изменения и саморазвития в системе социальных и культурных институтов.

Мода ориентирована на исследование законов развития и видоизменения материальных объектов окружающего мира, которые, является также предметом его практического, культурного освоения.

Мода как объект научного познания исследуют социологи, философы, психологи, ученые в области политологии, культурологии, эстетики, обществознания и истории.

Немаловажное значение в исследовании моды играет средства массовой коммуникации, культура, этика, дизайн, декоративно-прикладное искусство, маркетинг, что находит свое отражение в совокупности научного познания, занимающегося проблемами этнографии, семиотики, семантике, антропологии.

Межотраслевой характер моды подчеркивает важность и ценность ее исследования в качестве основного фундамента знаний о человеке, обществе, культуры и аксиологии.

В общепринятом значении под модой подразумевается конкретный образ или стиль жизни. Само же понятие моды употребляется в качестве массового ее производств от чего происходит слияние термина «мода» и «дизайн костюма».

В тоже время границы между этими двумя понятиями размываются, от чего возникают новые тенденции моды.

В настоящее время основным признаком исследования моды является классификация научного подхода к осмыслению данного феномена, как объективному знанию о моде, культуре, обществу и дизайну. [6, с. 161].

Так, советский и российский специалист в области истории и теории социологии культуры, индустриального дизайна и моды А.Б. Гофман выстраивает теоретическую модель моды, которая представляет ее в виде идеального объекта эмпирического наблюдения, обладающего сложной структурой взаимосвязанных и идеальных элементов, принятых обществом, как определенная культурная идеология образа жизни человека, его нормы поведения, этикета, и организации окружающего пространства. Важным атрибутом моды является система ценностей, состоящих из признания ее обществом [9, с. 10].

В широком смысле, мода определяется как существующее и общепризнанное в определенный период времени отношение к внешней форме культуры, как идеальный объект связанный с действиями субъекта и его свойствами, влияющими на становление и развитие моды, как института культуры и являющегося главной его оценкой [14, с. 11].

По мнению А.Б. Гофмана, именно эти особенности являются главным «структурообразующим» компонентом моды» [9].

Эти существенные и структурообразующие компоненты характеризуют моду как циклично-сменяющуюся и распространяющуюся на все сферы жизни человека и общества, его социальную, культурную и физическую жизнь. Выражают популярность моды и ее вещей не столько физическими свойствами, сколько социально-культурным отношением к моде, так как мода принадлежит в своем повседневном употреблении не столько миру вещей, сколько миру людей.

И здесь А.Б. Гофман говорит о знакоутверждающих свойствах моды, что вещи не изменяются сами по себе, под влиянием моды, их изменяет человек, под воздействием своих вкусовых и чувственных пристрастий, приписывая моде значения культурного масштаба [9, с. 10].

В качестве предмета познания, мода имеет идеальный характер исследования, с одной стороны мода рассматривается как материальная форма общества и ее культуры, а с другой стороны важной общественной особенностью является ее нестабильность, изменчивость и неповторимость.

Мода как индивидуализированное явление культуры, соотнесенное с ценностями общества, обусловленные его разноплановым влиянием на все сферы жизни общества и человека, в своем познании открывает свое знаковое значение для данного общества [9, с. 20].

В широком смысле мода изучается спектром различных областей гуманитарных наук, политологии, социологии, философии, каждая из которых интерпретирует ее, исходя из специфики изучения предмета, раскрывает и определяет моду как ценностный феномен общества.

На своем современном этапе моды развиваются не только культурные, но и финансовые, социально-экономические функции общества.

Оказывая колоссальное влияние на развитие потребительского и массового производства, тем не менее находится в постоянном поиске внешнего и внутреннего рынка сбыта и получения прибыли от товара [25, с. 204].

Мода, как один из важнейших механизмов в смене культурного образа дизайнерского костюма и его массового производства и потребления, с одной стороны раскрывает одну из важных черт моды, ее демонстративность и изменчивость, а с другой стороны функция моды в ее игре, в нововведениях, как мощное средство выражения чувств, капризов, интересов.

И поскольку мода взаимосвязана с повседневной жизнью человека и общества то это имеет большое значение в познании смысла моды, как феномена культуры, и как символического, своеобразного индикатора трансформаций, происходящих в социуме [28, с.3-4].

Мода, как феномен научного познания, проникая во все сферы жизнедеятельности человека обладает своими специфическими особенностями, взлеты и падения, которой есть процесс проявления и создания чего-то нового, креативного, творческого, оригинального в области индустрии моды. [9, с. 187].

Как одна из форм массового и культурного проявления, мода по мнению Ю.М. Фёдорова и Б.Д. Парыгина относится к одному из феномена общественно-массовой коммуникации, понимается как достаточно стихийное и одновременно стандартизированное в обществе вкусы и увлечения [14, с. 457].

Именно социологи, изучая моду, выявили причины ее возникновения, развития и влияния на все сферы человеческого бытия, включая экономический, политический и культурный аспект определили моду как зеркало, в котором вырабатываются, модифицируются и отражаются

материальные и духовные процессы в обществе, при этом сама мода является субъектом изменений всех событий, происходящих в обществе [11, с. 105].

Важным элементом в познании моды и социального поведения человека является ее внешний атрибут.

В качестве потребительского и демонстративно-культурного представления, дополняющего знания о человеке средствами моды рассматривалась как идеальное выраженное в материальной форме в трудах Т. Веблена, Г. Зиммеля, Г. Спенсера, Г. Тарда.

Современная философия моды раскрывает ее с различных гендерных, этнических, субкультурных и возрастных аспектах [12, с. 72].

Таким образом, являясь элементом общественно-эстетического развития и аспектом формирования образа жизни, мода стала главным предметом в познании общества и человека, влияющим на все сферы жизни и отражающим все социальные трансформации, происходящие в нем [1, с. 284].

Инновационный характер моды проявляется в неувядающем интересе к ней, обуславливающей множество социальных событий как движущейся силы развития этого общества, формирует цикличность и изменчивость ее во времени и пространстве, демонстрирует всю динамику общественного развития [13, с. 250].

По нашему мнению, одним из ярких направлений в изучении специфики моды и понимания ее сущности, является синергетический подход, определяющий основу для раскрытия механизмов развития любых инноваций, происходящих в обществе, природе, культуре, как универсальная теория развития моды в различные исторические периоды.

1.2. Женская одежда как основной объект в дизайне современной моды

Во все времена, человек никогда не довольствовался лишь тем, что ему давала «природа мать». Люди создавали и продолжают по сей день создавать различные арт-объекты, позволяющие удовлетворить самых взыскательным потребностям культуры и современного общества.

Это касается не только строительства домов и обустройства жилища, но и орудий труда, оружия, автомобилей, бытовых предметов, средств коммуникации в обществе, моды, культуры и искусства.

Все эти изделия человек создавал исходя не только с позиции практического назначения, но и с позиции эстетического комфорта.

Создавая для себя комфортную среду обитания, человек стремился сделать свою жизнь эстетически прекрасной.

Конечно, одним из таких эстетических предметов является одежда, которая всегда, во все времена выполняла и продолжает выполнять множество функций. Одежда, одновременно является и физическим средством защиты тела человека от различных неблагоприятных погодных условий, и средством внешнего эстетического идеала, принятой в обществе и в силу определенной исторической эпохи, политических и культурных событий, принятых обществом.

Большинство современных книг, посвящены истории развития и становлению дизайн костюма. Из более древних источников можно узнать, как и во что одевались первобытные люди каменного века, древнего Египта, Греции, Рима, что носят племена аборигенов Африки и Австралии.

В источниках различного уровня, от древних наскальных рисунков, схематичных и религиозных изображений, примитивных статуэток, до уникальных произведений изобразительного искусства, скульптуры и архитектуры, средств массовой коммуникации, телевидения, кинематографа, дизайн костюма занимает особое место в культуре данного общества.

Многие исследователи моды не просто собирают сведения, а анализируют различные сведения о культуре, обществе и моде.

Стоит отметить, что, например, одежда первобытных людей, изготовленная из различных растений, шкур зверей различных оттенков, предназначенные для защиты от холода и жары, царапин, были не одинаковыми. Именно по одежде, татуировкам, украшениям можно было определить кто самый сильный, кто храбрый в данном племени.

С развитием общества, сменой политических ситуаций, образованием государств, одежда постоянно менялась. Из века, в век, в одежде людей отображались культурные, политические и социально-экономические особенности, по которым можно было оценить к какому социальному положению в обществе принадлежит человек.

Модернизация костюма продолжается и по настоящее время, изменились концепция одежды, что связано с принадлежностью одежды к моде и культуре.

На сегодняшний момент мы не можем утверждать, что именно с развитием культуры источником вдохновения для многих дизайнеров стал традиционный народный костюм.

Для дизайнеров и модельеров многих стран именно традиционный народный костюм является внутренним креативом подчиняющимся золотому фонду классических и универсальных форм, принятых еще в эпоху классицизма, что отвечало общепринятым требованиям эстетического комфорта, при соответствующем назначении.

Тогда что же такое, собственно, костюм? Этим часто употребляемым термином обычно обозначают нечто типичное, устойчивое, общепринятое в конкретном обществе правила и нормы.

Эти главные свойства костюма особенно ярко можно увидеть в театре, на сцене, в старом кинематографе. Именно благодаря одежде мы сможем увидеть, оценить, почитать и понять то что происходит на сцене, именно своеобразный язык одежды и сцены, декораций, речи, грима, транслирует

образ героя. Благодаря одежде мы понимаем, в какой стране, в какую эпоху, социально-общественной среде, время года происходит действие, то или иное событие. К какой профессии человек принадлежит, какой житель, городской или сельский, положительный или отрицательный герой.

Создание дизайн одежды для повседневной жизни, театра или кино, довольно интересная область художественного творчества.

Костюм и его дизайн на протяжении многих веков остается настоящим произведением искусства, которое всегда будет иметь особое социальное и культурно-историческое значение, с присущей ей художественно-эстетической направленностью и своеобразными особенностями, композицией, декором, силуэтом, формой, цветом, символикой, семантикой, конструкцией, значением.

Создавая костюм в современных мастерских, великие дизайнеры и модельеры ищут подсказку для своих образов именно на улицах города, в традициях, созданных предками, в универсальных канонах различных эпох. Поэтому костюм и его дизайн является частью материальной и духовной культуры общества, в котором отражаются современные мировоззренческие и эстетические идеалы человека.

Дизайнер - модельер, это прежде всего творец и конструктор, прикладник, режиссер и технолог рожающий новую эстетику, новый образ, смелый по замыслу и композиции, это художник, способный воплотить в жизнь различные идеи, показать людям через созданную одежду свои и общественные, внутренние порывы, отразить желания, мечты новый образ не только конкретного индивида, но и общества в целом.

Во все времена, мода определялась общественными настроениями и пропагандировала культ тела, и меняющийся образ жизни общества.

Женская мода несмотря на прогрессивные изменения и происходящие в обществе глобальными событиями, например, такими как первая и вторая мировая война, переход женщины от образа домохозяйки к независимой и сильной женщине, естественно отразилось в моде.

Однако несмотря на это, именно женская мода и модельеры работающие с дизайном одежды для женщин, стремились во все времена показать и подчеркнуть женскую привлекательность и нежность, а именно показать то, что так больше нравится мужчинам, но завуалировано. Даже макияж должен подчеркнуть грациозность, легкость и хрупкость женской природы.

Переворот произведенный в Париже труппой русского балета С.П. Дягилева вывел женскую моду на новый уровень, благодаря которому в моду вошли открытые плечи, живот и отсутствие корсета. Голливуд и киноиндустрия оказала значительное влияние на становление женской моды, где главные героини носили модные от Versace, Valentino, Chanel, Cerutti, Christian Lacroix. Женщины всего мира пытались быть похожи на главных героинь, одеваться и вести тот образ жизни, который культивировал «голубой экран».

Красота – это эстетическое представление, а женская мода – это всегда усилие над собой, ибо мода – это неудобство и комфорт, она требует жертв и страданий в виде диет, каждодневных занятий спортом, каблуков, ухоженных волос и накладных ресниц. Если вы одеваетесь лишь для комфорта, то вы перестаете быть модным, ваша одежда становится растиражированной.

Мода – это всегда взгляд через призму прошлого, отражающее глобальные и мелкие изменения, заставляющая смотреть на вещи с другой стороны, изменяющая образ жизни, помогающая женщине обрести себя, рычаг с помощью которого женщина достигала эстетического и психологического удовлетворения и самовыражения.

Во то, что мы называем красивым, эстетичным вызывает некое созидующее и гармоничное начало.

Выбирая одежду по своему вкусу, мы вносим в свою жизнь гармонию, не осознанно воплощаем в своем внутреннем мире спокойствие и удовлетворенность.

Гармоничный человек, это прежде всего цельный во всех сферах жизни индивид, личность которого подчеркнута определенным образом, его индивидуальностью, стилем одежды, прически, поведения, манеры, силуэта, выбором ткани, украшений и аксессуаров.

Но гармоничный человек, это не только внешне, но и внутренне красивый.

Гармония, представляет собой согласованность противоположных элементов, различных по своему качеству и как эстетическая категория, того что мы называет красота, вызывающая наслаждение и цельность восприятия.

В пошиве одежде, так и в изобразительном искусстве, существуют свои правила композиции и закономерности ее изображения. В отличие от изобразительного искусства, одежда есть объект представления, сочетающая в себе стиль, создающий определенный образ, соответствующий социальному положению и обстановке. Дизайн в широком смысле этого слова, представляет собой определенную художественно-идейную общность, тех изобразительных приемов, характерных для различных эпох культуры и искусства: готика, классика, модерн, романтизм.

Мода же, это достаточно кратковременное господство определённых фасонов и силуэта одежды, создающая определенный образ человека, индивидуальный имидж. Многие средства массовой информации во многом пропагандируют и культивируют тот образ жизни и одежды, для большинства людей является не только идеалом и совершенством, требующих огромных материальных и физических затрат, но и для которых мода – это «блаж», созданная для определенного слоев общества, обладающего привилегированными правами.

Как и изобразительное искусство, одежда созданы по законам гармонии, красоты и композиции. Раскрой одежды и ее пошив начинается с ее дизайна. Целостность композиции в дизайн одежде выражается совокупностью объединения всех его элементов в единое художественное целое, выражающих определённый образ, идею, мысль.

В настоящее время дизайн одежды стал прибыльным в материальном плане делом, культивируя одежду как «высокую моду» созданную по законам золотых пропорций, эстетики, креативности и творческой фантазии художника.

Стилистика костюма требует, чтобы ее дизайн был эстетически целостным, что делал гармоничным и привлекательным во всех отношениях.

Образ человека воспринимается целостным только тогда, когда его внешность, форма тела, пластика и поведение соответствуют его стилю в одежде, когда внешние аксессуары не разрушают, а дополняют образ, уравнивают, создают сильное художественное впечатление.

При этом важной составляющей образа, является главный композиционный центр. Это может быть аксессуар, как акцент, цветовая или тональная доминанта, цветной принт, бусы, галстук, пояс, клатч, туфли, сумка, головной убор или очки, которые привлекая внимания, дополняют образ. В создании образа такая цветовая доминанта является основной стилеобразующей точкой, но при этом возможно существование в одном костюме несколько акцентов, связанных между собой, дополняющих образ, от самой мелкой детали – броши, до большой женской сумки-портфель, но объединённые в общий композиционный, образно-конструктивный, цветовой идейный замысел, выраженный в костюме дня, для офиса, пляжа, деловой встречи или вечеринке.

Важнейшим композиционным принципом любого костюма является согласованность его элементов по трём составляющим – нюанса, контраста и подобия.

Любой костюм предполагает нахождение композиционного центра. И даже если на индивиде одет костюм одного цвета, то цветовой доминантой может стать все что угодно, начиная от маникюра и заканчивая макияжем. Если в одежде, например, композиционным центром является один из аксессуаров одежды – это шляпа, соответственно она должна подходить к лицу человека, его глазам, волосам, шее, к целостному образу костюма,

общему силуэту, отличаться своими пропорциями, дизайном, материалом и фактурой, и только тогда данный аксессуар станет его доминантой, тем центром, который привлекает внимание.

В этом конкретном случае и одежда, и другие аксессуары должны и будут служить всего лишь фоном и ни в коем случае не перетягивать внимание от человека на себя.

Центр всей композиции, расположенный по центру любой фигуры, привлекает внимание и к телу – груди, талии, бёдрам. Доминанта, перенесённая в нижнюю часть, к ногам, придаёт образу фундаментальность, основательность, устойчивость. Если же композиционный центр в конструкции костюма отсутствует, то тогда и образ не воспринимается цельным, кажется размытым, незаконченным и распадается на множество отдельных элементов.

Поэтому создание, пошив и дизайн одежды — это довольно трудная творческая задача, так как конечный итог, говорит не только о возможностях автора дизайнера, но и о его эстетическом вкусе.

Контраст в дизайне одежде это резко выраженная противоположность, демонстрирующая себя форме, цвету, объёму, материалу, фактуре или даже принту. Контраст необходим, он делает образ ярким, запоминающимся, необычным, эмоциональным, сложным для восприятия, раскрывающим его двойственность и неоднозначность внутреннего содержания образа. Цветовой принт в одежде дает ощущение свободы полета, легкости восприятия, воздушности, движения, ритма. Однако, дизайнер всегда помнит, что контрастность должна быть оправдана внесением в образ несочетаемого, так как является задумкой, замыслом художника.

В костюме должно быть и подобие, как повторение, тождество, равенство одного элемента с другим, как декоративная деталь, соединяющая и вернее сказать объединяющая образ, браслет от часов с поясом или ручкой от сумочки, фактуру ткани верхней одежды с фактурой шляпы, цвет костюма с цветом аксессуаров.

Что касается нюанса, это тонкий оттенок, мягкий и очень нежный переход от контраста к линии мягкой, воздушной легкой, спокойной. Нюанс способен подчеркнуть очень тонкий акцент, почти незаметный, еле уловимый, но такой нужный, создающий очень изысканный образ костюма.

На основании этого можно сказать, что все три элемента на которых строится дизайн костюма, такие как контраст, нюанс и тождество выглядят гораздо ярче, и используются художником, как средства гармонизации элементов и построения в единстве представленного образа.

1.3. Батик в дизайне одежды

С древнейших времен человек окружает себя множеством предметов, среди которых различные текстильные материалы, занимающие важное культурное значение в обществе и жизни человека. Самобытность изделий декоративно - прикладного народного творчества проявляется и в художественной росписи ткани – батик.

В своем становлении и развитии батик имеет глубокие исторические корни и национальные традиции, дошедшие и до наших дней. Батик в виде причудливой росписи, неся художественную культуру в массы, заставляет художников с особым вниманием относиться к традициям древнейшего искусства, что можно увидеть у разных народов.

Важнейшими принципами росписи по ткани является - резервирование, что позволяет покрывать по ткани, раствором, не пропускающим краску в тех местах, которые должны остаться не закрашенными, образуя причудливый узор.

«Батик» в переводе с древне - яванского означает «нанесение рисунка горячим воском». Так возникла техника известная как «горячий батик». И по сей день батик служит национальной одеждой для яванских мужчин и женщин.

В России, батик появился только в XX веке, в таких городах, как Москва, Иваново, Ленинград, Киев, Одесса, Тбилиси.

У истоков развития батика стояли великие русские художники, такие как А. Алексеева, Т. Алексахина, Н. Вахмистров, К. Малиновская.

Именно в России возникла техника «холодного батика», на основе резервирующего состава не требующий разогревания.

В горячем же батике в качестве резерва используют расплавленный воск, который наносится специальным инструментом – чантингом. Данный инструмент разработан Сергеем Давыдовым, замечательному художнику – «батичисту». Приобрести чантинг можно в «Школе батика Сергея Давыдова». Чантинг представляет собой маленькую медную чашечку, которая своим носиком прикреплена к деревянной или бамбуковой ручке, что позволяет художнику наносить сложный узор из множества тончайших линий, точек и капелек. Затем художник, последовательно и поэтапно окрашивает каждую ячейку, заливая ее нужным цветом.

В настоящее время можно использовать множества других техник нанесения батика на ткань, при этом резерв можно наносить при помощи кисти или капая воск на ткань в нужные места.

Места, где узор покрывается воском, ограничивает распространение краски по ткани.

Воск используется в «горячем батике», в размягченном виде для росписи по плотной хлопчатобумажной ткани.

После завершения работы художник удаляет воск с поверхности ткани. Эффект многослойного батика, достигается еще, благодаря разноплановой росписи, с постепенным нанесением, слой, за слоем краски.

В горячем батике больше возможностей чем в холодном, однако это требует заранее продуманной композиции, точности рисунка и гармоничности в цветовом решении.

Если художник ошибется уже в момент нанесения резерва, то это невозможно исправить, придется менять всю композицию или ее часть.

В технике батика выполняются многие изделия домашнего быта, среди которых декоративные подушки, скатерти, шторы, платья, палантины, юбки, кофты, сарафаны, платки, блузки.

Рисунок горячим воском, менее графичен, так как он позволяет больше возможностей в создании плавных переходов. Холодный батик красиво смотрится если используют шелк.

В росписи для ткани на сегодняшний день используют современные синтетические материалы, созданные на основе акриловой полимерной эмульсии, которая выступает в роли связующего вещества между цветным пигментом и водой.

В холодном батике художник наносит резервом рисунок сразу на ткань, либо по заранее созданному рисунку композиции. После высыхания резерва, можно наносить краски. Краска никогда не пересечет линию контура, если только у художника стоит другая художественная задача. Однако контур можно сделать цветным, добавив в резервирующий состав масляную краску (предварительно его обезжирив, положить на бумагу, которая впитает масло, содержащееся в краске).

Также резерв можно наносить поверх уже высохшей краски. Тогда контур не будет сильно бросаться в глаза. Такой метод можно использовать, например, при проработке теней от предметов в рисунке. В прошлом роспись одежды подразумевала нанесения рисунка без предварительного резервирования ткани. Перед началом такой росписи ткань покрывают отваром риса. Так краска не будет растекаться по ткани.

Техника «шибори», в отличие от горячего или холодного батика предполагает резервирование. Происходит это довольно интересно, ткань защипывают в строго определенном месте, фиксируя это нитками, достаточно плотно связывающих ткань. В ткань также завертывают камушки, затем натягивают на трубу, складывая в различные геометрические фигуры, фиксируя ее при этом утюгом. В результате получаются своеобразные узоры.

Из вышесказанного, можно сказать, что батик – достаточно разноплановое искусство росписи по ткани, позволяющее украшать не только предметы быта, но и одежду, обувь, аксессуары.

Таким образом, батик и мода становятся едиными в развитии дизайна одежды, когда мода это не нечто массовое, высокое, доступное истинным ценителям искусства и традиций.

На сегодняшний день дизайнеры создают эксклюзивные и необычные галстуки и ткани для сарафанов платьев, костюмов, расписывают шарфы, платки, шали, и косынки. Эти изделия выглядят достаточно стильно и существуют в едином экземпляре.

Поэтому батик, это не только традиционное и историческое наследие, но современное искусство, широко используемое в различных областях дизайна, от интерьера до художественного творчества.

Батик – не только ценное историческое наследие, но и современное искусство, творчество мастера подчеркивающее индивидуальность личности, создавая неповторимый образ и стиль, широко применяющееся в самых разных областях – от дизайна интерьера до художественного творчества.

В легкой промышленности сейчас используют батик, но в фабричных условиях, с применением искусственных красителей и специальных штампов, что понижает стоимость изделия и удешевляет искусство дизайнера.

В то же время синтетические красители не выгорают, поэтому художники и модельеры все чаще используют батик в дизайн одежде, разрабатывают новые приемы и техники росписи по ткани, от чего данная область моды становится популярной.

Выводы по I главе

Мода, как феномен и элемент визуальной культуры, является неотъемлемой частью жизни и образа человека, влияющая на общество и служит индикатором всех социокультурных трансформаций, которые происходят в нем.

Предметы быта, аксессуары, образ жизни, поведения все это в доминирующей зависимости от моды. Чтобы познать сущность той или иной эпохи, понять смыслы и идеалы культуры, мы обращаемся к моде, как источнику демонстрирующего ценности и вкусы данного общества.

В XX веке мода стала тем показателем уровня жизни и тех изменений, которые происходят во всех сферах общества, начиная от производства и заканчивая сферой духовного, межличностного общения, социальным статусом человека, его идеологическими, политическими и эмоциональными пристрастиями. Именно встречаем по внешней «одежке», является существенной линией в жизни человека, как при установлении контактов, так и при личных отношениях. Так мода стала источником вдохновения, творчества человека, его фантазии, но и средством его социализации и принятия этим обществом, особенно в среду, где существуют эталоны. Таким эталоном является верхушка политической и экономической жизни человека, его материального благосостояния.

Мода, оказывая существенное воздействие, выступает как инструмент рекламы, что во многом способствует развитию производства товаров, росту экономики и потребительского рынка, но и является инструментом, пропагандирующим определенный образ жизни.

В социокультурном плане, мода способствует формированию и преодолению тех социально-психологических конфликтов, которые могут сталкивать не только человека, друг с другом, различными слоями общества, но целыми странами и государствами.

То есть и в политической жизни общества, мода принимает активные решения, способна повлиять на наше будущее.

На сегодняшний момент мода связана с теми накопленными ценностями социума, оказывающими огромное значение в познании и понимании культуры, личности человека, особенности его восприятия и уровня мышления, образования, воспитания, как характерное средство творческого самовыражения, его умений и навыков.

Мода, как феномен представляет собой совокупность тех форм человеческой деятельности, на основе которых строится, существует и развивается культура. Феномен моды также в том, что она является тем набором символов и кодов, которые управляют человеком, оказывая влияние на становление его личности и характера, манеры, поведения и образа жизни.

Поэтому мода — это источник познания культуры, но и инструмент человеческой деятельности.

ГЛАВА II. МОДА КАК ВЕКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

2.1. Мода и экономика

Существует выражение, что состоянии экономики зависит от длины женской юбки. Что естественно возникают вопросы и толкает исследователей на решение следующей проблемы: «в чем причина и основания взаимосвязи моды и экономики и когда, появилась эта взаимосвязь?».

Индустрия моды, занимает особое место в экономики страны и конечно влияет на ее развитие.

Как показывает экономическая оценка мирового производства товаров и услуг в области одежды, что именно мода занимает более 2/5 всей индустрии.

Мода, удовлетворяющая многие вкусы и эстетические потребности населения в частности, влияет на многие сферы жизни человека, имеет самый высокий коэффициент развития. Экономика моды опирается на сотни миллиардов долларов, обеспечивает работой $\frac{1}{4}$ рабочих мест, в результате чего растет бюджет страны [2]. Эта статистика показывает, что мода стала ключевым экономическим источником дохода для производителей страны.

Как социальный феномен, мода известна еще с древности, но лишь с 1800-го по 1960-е превратилась из малого бизнеса в массовое производство, стало результатом творческой и интеллектуальной деятельности человека.

Так, например, особое внимание моде уделяли правители, начиная с Людовика XIV и заканчивая Наполеоном III. В этом плане Франция стала лидером по текстильному производству, а профессия швеи стала дорогостоящей. Русская аристократия во всем подражала Франции, модно было говорить и одеваться по-французски.

В начале XIX века модным направлением в одежде стал стиль «ампир» (от фр. «empire» - «имперский»). Русские модницы во всем копировали этот

стиль. Наполеон I издал указ, по которому местные аристократки обязаны были появляться на балах только лишь в шелковых бальных нарядах.

Преобладали платья «сорочки», выполненные из английского полупрозрачного хлопка, муслина, вуали, батиста с высокой линией талии. Под такое платье надевали розовое плотное трико или тонкий чехол, чтобы фигура пикантно просвечивалась сквозь такую ткань. Такой наряд был очень нежны, подчеркивая легкость и женскую красоту.

В России, в знак патриотизма, принято было парадное бархатное платье или платье из дорогого белого полупрозрачного шелка, в русском стиле «а-ля бояр» обязательно со шлейфом и длинными рукавами.

В период с 1950 – 1960-е, в различных странах появилась система анализа тенденций развития и прогнозирования моды, которые решали «масштабные» проблемы о производстве и закупке сырья и оборудования.

Таким образом, производители зависели от дизайнеров, но и от сырья, которое имелось в наличии.

Революцию в мире моде совершил Исаак Зингер, созданием первой швейной машинке, что заменило тяжелый ручной труд и увеличило объем производства одежды.

С 1890-х до 1960-х годов на моду особое влияние оказала и полиграфия.

Возникли журналы мод, которые освещали весь ассортимент мировых магазинов одежды.

Всё это способствовало плавному переходу от изготовления модной одежды в ее массовое производство.

Время идет вперед, и мода «не любит ждать», она быстро меняется поэтому необходимо заранее иметь прогноз, того что будет дальше в будущем.

В своем развитии экономика моды делится на:

- товары «от-кутюр» (индивидуально-личностные пошивы и заказы для высших слоев общества);

- «прет-а-порте» (массовое производство товаров для малого и среднего слоев общества).

Начиная с 1960 – 1980-е ведущее место в индустрии моды занимает Франция, среди которых мы можем перечислить самых известных дизайнеров моды: Кристиан Диор, Юбер Живанши, Коко Шанель, Ива Сен Лоран и др.

В настоящий момент состояние экономики, зависит на 40% от того, что происходит в индустрии моды, на 30% - от производимого сырья, необходимого для производства одежды и на 30% - от желаний и потребностей потребителей моды, то есть человека.

Мода, как показатель статуса человека, считалась привилегией высших слоев общества. Таким образом, чем выше экономическое состояние страны и людей, тем богаче страна выглядит. Поэтому многие страны, среди которых Прага, Париж, Милан, Лондон, Нью-Йорк стали странам-эталонами моды и ее индустрии. Так мода расширила сферу своего влияния на экономику этих стран.

В структуре рыночной экономики, коммерциализация моды и модной одежды стала областью человеческого труда, области его творчества и интеллектуальной работы.

Мода проявила себя в искусстве, спорте, предпринимательстве, политике. Появились множества направлений моды, творческих проектов, конкурсов, Дома мод, появились правила ценообразования, системы сбыта и контроля. Это привело к тому, что именно гарантия дохода, определило в дальнейшем моду как систему предпринимательского труда, мода стала пространством рыночных и экономических отношений.

Конечно, такое производство опирается не только на спрос потребителей, но и требует коллективного числа людей, занятых разработкой, пошивом, производством, импортом и экспортом одежды.

Двоякая природа моды, с одной стороны, как культурное явление, а с другой связана с технологической стороной производства, как тренд технологического прогресса страны.

Мода, это достаточно сложное в экономическом плане предприятие, так требует комплекс экономических форм и инструментов, среди которых реализация творческой идеи, распространение рекламы, приобретение нужного оборудования и материалов, которые взаимодействуют между собой и создают в общем понимании - «индустрия моды».

Параллельно мода влияет на человека, на стиль его поведения, образа жизни, определяет его социальный статус. Человек демонстрирует себя через образ костюма, идею, логотип одежды, автор которой признан во всем мире.

То есть одежда становится символом благосостояния человека, рыночным механизмом и социально-экономическим статусом личности.

«Человека характеризуют его вещи...», - полвека назад написал Ж. Бодрийяр [1, с 75].

Так мода, стала брендом, имиджем. На сегодняшний день на высоте находятся именно нематериальные активы – это услуги, качество обслуживания, бренды, имидж, упаковка.

Например, появление на рынке моды «рванные джинсы», связано прежде всего с экономическим кризисом, с труднодоступностью качественного материала, что и привело производителей к созданию бренда – «рваной одежды». Появилось много дешевого материала, однако эту идею подхватили дома мод и в результате экономика страны выросла.

Тоже самое произошло и модой на женское нижнее белье. Это самая дорогая индустрия моды. Российские производители закупают такие товары во Франции, Италии и Германии, что во многом способствует развитию именно экономики этих стран.

Вывод: мода – это экономический фактор, экономический двигатель. Мода играет огромную роль в экономической системе, а от состояния

экономики в стране влияет на моду. Их влияние циклично, которое, если разорвать, может привести к неизвестным последствиям.

Однажды Григорий Ковальчук, один из исследователей моды сказал, «Мода – один из способов доставлять радость маленьким людям за большие деньги».

По последним данным население Западной Европы тратит на покупку одежды около 10% собственных доходов, в то время, как в США – не более 5%. Если же включить все услуги, с которыми связана индустрия моды, а это шампуни, косметологи, аксессуары, образ жизни, спорт, еда, путешествия, то человек в среднем тратит почти 60% расходов из собственного бюджета.

По данным Британского совета моды, fashion industry ежегодно приносит экономике королевства около 21 млрд. фунтов / 33 млрд. долларов.

Темпы развития роста экономики моды во много раз превышают темпы развития культуры и образования.

Мода стала настолько глобальной индустрией, под эгидой ООН разработана и реализуется сейчас программа Catwalk the World («Мир как подиум»). В рамках этой программы проводятся и показы мод с целью сбора средств для оказания помощи отстающим странам.

Однако, одежда, даже от самых известных домов моды, таких как Дж. Гальяно, К. Лагерфельд, В. Зайцев, В. Юдашкин, Н. Нафталиева – не могут быть уверены в сбыте всех моделей. Продажа одежды из высокой моды во многом зависит от вкуса покупателей того узкого круга людей из высших слоев общества, для которых в принципе и создаются показы моды и ее демонстрации.

В России fashion индустрия свое развитие начала лишь к 1990-м годам. Этому развитию способствовала реклама и телевидение, а препятствием служила отсутствие капитала и прерогатива иностранных фирм, среди которых Турция и Китай.

Турецкие и Китайские производители усердно работают, чтобы удовлетворить требования россиян, тем самым остаться лидерами в данной

индустрии. Любовь наших граждан к зарубежным Интернет-сайтам, среди которых «AliExpress» и «eBay», лишают финансирования отечественные бренды, которые могли бы приносить существенные доходы в экономику страны.

При этом лидируют именно затраты наших соотечественников на покупку модных товаров из-за границы. Из этого можно сделать вывод, что индустрия моды оказывает сильнейшее влияние на развитие экономики страны, и при грамотной ее организации она способна поднять страну из любых кризисных ситуаций.

2.2. Мода и культура

Начиная с живописи, архитектуры, танцами и даже кулинарией, мода оказала большое влияние на формирование искусства и культуру.

Мода, как понятие, определяет господство внешних форм культуры, одежды, образа жизни, литературы, поведения, кухни.

В узком смысле этого слова, мода – это одежда, внешний облик человека.

Современная индустрия моды начинает свое развитие в XIX веке, когда Чарльз Фредерик Уорт, французский модельер основал предприятие и первым стал отмечать ярлыками свои изделия по пошиву одежды.

Мода появилась еще давно, когда человек стал прикрывать свою наготу шкурами животных, украшать одежду янтарем, костями и клыками животных, добытых их в бою или во время охоты.

Одежда приобрела культурную и социальную, когда общество начало дифференцировать себя на социальные слои, чтобы показать свои достижения и свой статус.

В современном понимании мода начала свое становление в XII–XIII вв., в Западной Европе, с развитием городов, появлением новых технологий и цехового производства [4, с. 6].

Именно город стал центром политической и культурной жизни общества, центром промышленного производства, зарождения новых веяний моды.

Именно с этого времени становится важным не только одежда, а ее силуэт, фасон, стиль, пошив.

Долгое время мода являлась атрибутом человека из высшего общества, а одежда низших сословий была, не менялась веками [3, с.6].

С появлением мануфактур в XV в., после технической революции в XVIII в и растущего среднего сословия – буржуазией, мода начала свое движение в массы [4, с.10].

И только благодаря Чарльзу Фредерику Уорту, а скорее его жене в 1858 году он открывает свою мастерскую по пошиву одежды, клиентов которой были самые известные представительницы аристократии Западной Европы того времени [4, с.12].

Заслуга Чарльза Уорта в том, что он в 1868 году создает Синдикат высокой моды, организацию в которой создавались модели для высших слоев общества и в которой впервые были защищены авторские права художника по одежде. Чтобы хоть как-то подчеркнуть свой социальный статус, аристократия стала платить большие деньги, в пошиве эксклюзивных моделей одежды. Однако, и такая одежда постепенно проникала в низшие слои общества и буржуазию.

Потребность в эксклюзивности одежды побудила Уорта ставить ярлык на моделях одежды созданной на его фабрике. С этого времени, законодателями моды, стали кутюрье. Чарльзу Уорту также принадлежат идея создания коллекций «по сезону» и идея использования манекенщиц для демонстрации одежды своим богатым клиенткам [4, с.13].

XX век внес кардинальные изменения в представления о моде, как об одном из индивидуализированных маркеров социального статуса общества и человека, в частности. Высшие слои общества, и аристократия одевались у

известных кутюрье, на заказ пошива одежды предпочитала буржуазия, а низшие слои общества покупали уже готовую одежду.

Мода как явление массовое оказывает огромное влияние на все сферы жизни человека, искусство и политику.

Костюм играет значительную роль в театральных постановках, музыке, балете, кино, где созданный персонаж является образом пропагандируемого им героя, его стиля поведения, жизни, способом внимания публики.

Одежда есть средство, способное приблизить или отдалить человека от масс. Так полит, чтобы приблизиться к простым людям, одевается таким образом, чтобы быть на одной социальной лестнице с другими людьми, рабочими.

Тогда, мода стала своеобразным видом искусства, через которое люди выражают индивидуальность и чувства. Менялось искусство, каноны красоты, эстетические идеалы, происходили перемены в культуре, изменялась и мода.

Так, например, в картинах Рубенса отражаются идеалы эпохи Ренессанса. В картинах Боттичелли, в средние века были модными худые, болезненного цвета дамы, со слегка выступающим животом. Одежда, создаваемая в те времена, соответствовала канонам и идеалам, пропорциям человека того времени. Мода влияет на эстетические, моральные и политические аспекты общества, становится своеобразным зеркалом культуры, формирует эту культуру и определенный стиль этой эпохи.

Мода XX века пройдя значительные изменения в системе художественных стилей, религиозных верований, предпочтений аристократии, формирует различные категории костюма, такие как массовое и элитарное, социальное, художественное, формирует различные образы женщины и мужчины, женственности и мужественности, как ценности различных субкультур и гендерной принадлежности. Это привело к развитию бренда – «высокая мода».

В своем историческом развитии важно разграничить понятия «одежда», «мода», «костюм».

Одежда – это форма изделия. Костюм – система подобранных предметов и аксессуаров одежды, обусловленная конкретным образом и целью.

Мода (фр. Mode; лат. modus) – это господство определенных внешних форм в одежде, духовных идеалов, выражающих определенные ценности [1].

Если костюм – способ репрезентации определенно образа, одежда – средство, то мода – правила создания этого образа, то чему хотят следовать в социально-ценностном аспекте.

Основным принципом моды являются принципы соответствия и демонстративности, социальной обусловленности, так как мода нуждается в зрителе. Мода является способом авто репрезентации, средством идентификации личности, благодаря которому можно определить социальное и семейное положение, профессию, место жительства и уровень социальной жизни человека.

По классификации Г.Дж. Блюмера, мода всегда современна, и капризна, нуждается в игре, в желании людей подражать, копировать и соперничать с другими модными и культурными течениями. Мода связана с элитными классами общества, с сексуальными интересами, рисками и нововведениями, с желанием демонстрировать свое «Я» в идентификации своего положения в обществе [2].

Но чем ближе различные социальные слои друг к другу, тем быстрее происходит изменения той или иной модной тенденции, что лишь ускоряет смену моды.

Как искусство, мода реализует эстетические представления художника-модельера об эпохи, в соответствии с желанием конкретной личности.

Одной из основных функций моды, является ее практичность, эстетичность, символичность, ценностно-ориентировочный характер и коммуникационность.

При изучении моды мы учитываем технологические, конструктивные и стилевые характеристики костюма, выражающиеся в наличии аксессуаров и стилистики, в создании определенного модного образа.

Новизна образа определяется его «информативными» точками, параметрами трансляции которой является силуэт, цвет, линия, фактура, орнамент, форма.

Таким образом, манера поведения, одежда, аксессуары, стилистика создают социально-культурную восприимчивость в понимании образа человека и его костюма.

Для нашей работы, становится важен тот факт, что мода является идентификатором идентичности человека к социальному обществу и его культурному наследию, и как эстетическая форма выступает показателем его индивидуальности и культурной идентичности.

Конечно, мода, как явление индустриального и культурного прогресса, индивидуально-массовое создается по своим канонам и идеалам, она опирается на традиции, выступает средством выражения автора, его отношением к прекрасному и безобразному, в совокупности и создает искусство моды.

Характерной чертой для моды является ее распространяемость на все слои общества, когда происходит «оформление» внешнего облика человека.

И тут нужно отметить о категориальной разнице понятий «мода», «модный» и «красивы».

Как утверждала Коко Шанель: «мода – это архитектура, где главный вопрос – это построение пропорций». Поэтому все кутюрье мира согласны с тем, что мода и модная одежда создается по канонам красоты, гармонии, законченности и целостности образа. С другой стороны, то что модно и красиво сейчас, не значит, что модно было в другие времена и эпохи.

В соответствии этим высказыванием эпатажное и экстравагантное, даже уродливое тоже является частью моды. То есть то, что создано не совсем по законам гармонии и красоты. И это естественно, ведь мода всегда

изменчивая и трансформирующаяся, зависит от того исторического периода, идеалов красоты и канонов, социальных факторов, во времена которых она создана.

Феномен моды заключается в том, что одни люди подражают другим, но не любого, а авторитетному, лучшему. Природа человека такова, что он подражает другому, стремится приблизиться к этим «лучшим» сравняться с ними, а это значит сравнить себя, идентифицировать себя с другим, казаться не менее значительным, чем другие [32, с. 193].

Поэтому мода – это индивидуальность, определяющий фактор экономики и культуры общества, ибо она создана модельером для одного человека, и для «конкретного» общества.

Выводы по II главе

Изучая моду в аспекте культуры, можно сказать о ее ценностных отношениях, позволяющих построить систему взаимоотношений между человеком и обществом, как своеобразный «культурный фильтр», который пошел проверке временем, обществом и как особую сферу его художественно-творческой деятельности, которая подчиненна эстетическим требованиям эпохи и зависит от личностных предпочтений.

Поэтому мода, с философской точки исследования представляет собой как своеобразный образ, мера и обработка информации, как способ межличностной коммуникации.

Господство моды в экономическом плане базируется на принципах, «эфемерности» и удовольствия получаемое человеком в качестве материального достатка.

Поэтому проблеме моды посвящено много научных исследований, как со стороны, культуры, так и экономики, политики, искусствоведения, истории моды, художников, дизайнеров, философии и эстетики.

И во многих исследованиях происходит именно смешивание моды с различными аспектами жизни человека, что не позволяет в полной мере отделить моду от культуры, или экономики, а эстетику от человека «модного» и «модного костюма».

Мода, проникнув во все сферы жизни, стала объектом касающегося организации офисного и жилого интерьера, предметов быта и их аксессуаров.

Что ставит моду на один ряд с исследованиями научно-технического прогресса и эстетики. В качестве экономической доминанты мода также является фактором развития производства, легкой промышленности, экономического развития страны и способом расширения сбыта товаров.

В политической жизни общества, мода выступает как регулятор различных политических программ, идеологией определенного класса общества и общественных движений.

В социально-психологическом исследовании мода, представляет собой знаковую систему, репрезентирующую определенные смысловые сообщения, как форма массового поведения, воздействия на личность и формирования эстетического вкуса, что особенно характерно для молодежной субкультуры.

В этом отношении, мода выступает как эфемерное средство ухода человека от различных экономических и культурных проблем, так как уводит его в мир «грез» и фантазии.

Таким образом, эмоционально-регулятивными социально-политическим, экономическим и культурным аспектам моды являются комплекс мотивационных, авторитарных, эволюционных и событийных исследований моды.

ГЛАВА III. РАЗРАБОТКА ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКОЙ ЧАСТИ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

3.1. Выбор темы бакалаврской работы

Художественно-творческая часть дипломной работы представляет собой пошив платья и его роспись, выполненную в технике батика.

Выбор сюжета творческой работы произошел без особых колебаний. Сначала возникла идея создания собственно батика, затем захотелось воплотить замысел в совокупности с такими понятиями как мода, батик, одежда.

В этом плане наилучшим композиционным и идейным сюжетом послужили летние пейзажи лугов, цветников.

Нам хотелось запечатлеть в работе именно передачу образа летнего дня, его яркое солнце, счастье, тепло, чистое небо, воздух и легкость летней прохлады.

Нам хотелось, чтобы зритель погрузился в атмосферу счастья и умиротворенности, потому что зимой, мыслями и душой мы хотим вернуться в лето, в тепло, в счастье отпуска, путешествий. каникул.

Наибольшее влияние на создание моей композиции и выбора темы, идею оказало творчество известных модельеров, таких, как Ив Сен Лоран, Келвин Кляйн, Пуаре.

Также мы открыли для себя художника - батичиста – Сергея Давыдова. Мастеру в полной мере удастся соединить в своих работах холодный и горячий батик, узелковую технику и свободную роспись.

Поэтому одной из задумок, мы решили использовать в своей работе различные техники этого искусства: холодный батик, узелковый, свободная роспись, шибори. В соответствии с этим мы разработали план и этапы выполнения работы:

Работа над эскизами костюма.

- Разработка эскизов росписи.

- Исполнение различных техник батика на ткани.
- Раскройка и пошив платья.
- Нанесения рисунка и его роспись в технике батик.
- Создание образа костюма «Летний день».

Платье было решено сделать в форме «трапеция». (Далее постараемся объяснить свой выбор фасона изделия).

Платье-трапеция всегда было идеально для любого женского гардероба. Впервые этот фасон появился на подиуме в 1957 году, когда была представлена самая первая коллекция Ив Сен Лорана.

Молодой тогда дизайнер, занявший место директора модного дома «Кристиан Диор», подарил всему миру свое изобретение – платье с узкими плечами и расширяющейся к низу юбкой, идеально подчеркивающее женственность, то что не ощущается на теле, не сковывает движения, и самое главное, что то, что завоевала сердца многих модниц во всем мире.

Сегодня иметь такую модель в своем гардеробе – правило хорошего тона и тонкого вкуса. Классический вариант трапеции – зауженное в груди платье без рукавов с расширенным низом. Отличительной особенностью его является простота, элегантность, стиль.

Несмотря на то, что модель выглядит слегка мешковато, платье все равно идеально подчеркивает женственность и привлекает внимание. Дизайнер продумал и длину платья: широкое платье, выше колена, а не слишком расширенное платье - до или ниже колена.

Сейчас модельеры предлагают изделия без рукавов, с короткими и длинными рукавами, фонариками. Изделия с рукавами $\frac{3}{4}$ выглядят нарядно и привлекательно. Изысканно также смотрится платье – трапеция с длинными рукавами и поясом на тонкой талии.

Применяются такие образцы, как для повседневной носки, так и для праздничных событий.

Форма выреза горловины также может быть самой разнообразной – и круглой, и треугольной, и квадратной, и в виде лодочки, и так далее.

В качестве декоративных элементов в таком фасоне могут применяться аппликации, роспись, кружевные вставки, вышивка в зоне декольте и подола, накладные карманы.

Летние модели – трапеции чаще всего короткие и очень яркие. Для зимы и осень-весна, модельеры предлагают платья-трапеции средней длины. Образцы до колена смотрятся стильно, такое уместно надеть в офис, на дружеские или деловые встречи.

Летнее платье – трапеция выполняется из легких и струящихся тканей. Изящное платье – трапеция выше колена из шифона станет подобием туники – это очень удобный и комфортный наряд для прогулок, кафе и ночного клуба.

Демисезонное платье с кружевом или вставками из атласа и гипюра смотрится мило и нарядно, поэтому его применяют для торжественных мероприятий. Зимние модели изготавливают из шерсти, полушерсти, вискозы или трикотажа. Прекрасно смотрится вязаное платье-трапеция, которое добавляет роскошь и изящность силуэту. Таким образом, вязаное крючком или спицами изделие с ажурным рисунком остается модным на протяжении многих лет.

В своем эскизе мы опирались на общие правила композиции фасона и общего силуэта модели, что очень важно правильно подобрать фасон платья-трапеции, его длину в зависимости от женской комплекции.

Если женщина имеет фигуру вида «яблока» или «груши», то платье однозначно скроет и широкие бедра, и большой живот. Высокие стройные девушки, надевая такое платье, смогут лишь подчеркнуть красоту своих ног. Для широкоплечих крупных женщин такие изделия помогут добавить изящность и стройность.

Женщинам с большой грудью модельеры рекомендуют носить трапециевидные платья с вытачками на груди или спине. Расширенные книзу платья средней длины – отличный вариант для слегка полноватых женщин. Если декорировать изделие кружевными вставками или контрастными

фрагментами в области бедер, то платье добавит изящности фигуре и поможет создать красивый силуэт.

Также трапециевидное платье с краем от груди – это очень удобный вариант для беременных женщин.

Главным достоинством таких изделий является то, что они обеспечивают свободу движений и легкость.

Свободный силуэт платья-трапеции позволяет даже скорректировать фигуру, скрывая недостатки и подчеркивая достоинства.

Стилисты рекомендуют выбирать изделия в виде трапеции из мягких и эластичных тканей, чтобы не создавалась видимость лишнего объема живота. Например, трикотажное платье-трапеция красиво облегает плечи и мягко ложится под грудью.

Красиво смотрятся на стройной фигуре вискозные, полушерстяные изделия с кружевными рукавами или эластичными аппликациями в зоне декольте и пояса.

С чем же носить платье в виде трапеции? Это может быть и пиджак, и кардиган, и кофта – болеро или же короткая кожаная курточка.

При составлении данного ансамбля одежды важно учесть соответствие ткани и цвета платья и аксессуаров.

Платье из кожи удачно сочетается с кожаной курткой или жакетом из джинсов. Шерстяные платья с короткими рукавами можно надеть с облегающей водолазкой, а вискозные платья будут сочетаться с шерстяным пиджаком. Летнее платье из сатина достаточно гармонично сочетается с кружевной кофточкой или коротким джинсовым пиджачком. Легкое шифоновое платье можно украсить шейным платком или изящным ремешком на бедрах, не применяя при этом лишних элементов в одежде.

Опираясь на все эти рекомендации, мы хотели, чтобы платье получилось действительно летним, «вкусным», разработали эскиз, композицию, цветовую гамму платья (Приложение И).

3.2 Разработка эскизов росписи и этапы выполнения работы

Для воплощения идеи декоративной росписи ткани нами было изучено множество картин и фотографий, с новыми коллекциями российских и зарубежных модельеров. Хотелось создать образ стильной и воздушной, передать женскую легкость и женственность через нежные, чистые краски.

В начале нашего эскиза мы решили сделать графическое решение, сделать композицию рисунка цветов более стилизованным, но в ходе выполнения и для большей выразительности образа остановилась на более реалистичном и чуть-чуть декоративном решении.

Прежде всего, необходимо уточнить задачу, которую надо было решить в процессе создания композиции. Задачей являлось создание образа костюма, расписанного в технике «батик» - «Летний день» (Приложение И).

Приступая к разработке эскизов росписи, в первую очередь, было определено место расположения рисунка на костюме. Было решено поместить роспись снизу костюма.

За основу и центральным элементом был выбран образ нежного летнего цветка - ириса, с изящно изогнутыми к низу листьями, расположенными в основании стебля, символизирующего грацию, легкость, нежность.

Цветы и бутон ирисов выполнены практически в одном тоне, что позволяет целостно воспринять всю композицию росписи платья.

Листья изображены в светло-зеленом цвете для того, чтобы они не оттягивали на себя внимание от цветов и бутона.

По обеим сторонам, в верхней части композиции, размещены круглые одиночные элементы – цветы.

Цвета в росписи ткани было решено использовать единые на всем полотне платья – выполненные в единой сиренево-лиловой гамме. Исключение составляет только зеленый цвет листьев, который больше не повторяется нигде.

Роспись ткани, цветов и листьев мы решили выполнять в технике холодного батика. Составленный эскиз росписи с помощью смываемого маркера переносился на полотно в масштабе 1:1.

Затем, тонкой гранью мелка наметили основные формы и очертания на детали платья предназначенной для росписи. Раскроенную деталь платья, предназначенную для росписи, мы плотно натянули по всему периметру на специальную раму и закрепили кнопками.

Материал, использованный для создания росписи: краски для росписи ткани JAVANA и Marabu; крупная прозрачная соль для ванн; состав резервирующий; нитки.

После того, как рисунок был перенесен на полотно, мы обвели контур рисунка специальным резервирующим составом. После высыхания резерва, приступили к выполнению росписи (Приложение И).

Одним из решений было использовать в работе кристаллы соли, потому как соль из-за своих свойств, притягивает к себе воду с красителем, тем самым, оставляя в ярких красках росписи светлые красивые разводы.

Техника «шибори» мы решили использовать ближе к лифу костюма. Ткань защищается сверху и обматывается нитками, которые в данный момент выполняют роль резервирующего состава, препятствуя проникновению краски в изолированную нитями ткань.

При заполнении плоскости изображаемых цветов и бутона, первым окрашивается бутон, так как он на этой росписи не является ярким элементом. Края лепестков заливаются более темным цветом краски для уточнения контраста.

Раскидистые листья цветка, внутри, заполняются светло – зеленым цветом. По внешнему краю лист заливается чуть более темным цветом опять же для усиления ощущения контраста (Приложение И).

Выводы по III главе

Создание творческой работы на тему Летний день, выполненный в технике свободной росписи по ткани – батик, позволил нам изучить исторический материал по проблеме мода и человек в моде, направления моды и ее феномен в культурной и экономическом плане, систематизировать знания о батике, основные принципы и приемы росписи освоить технику исполнения в материале, получить знания и навыки работы с материалами.

Работа над темой позволила нам расширить и обогатить представления о культуре моды, различных модных тенденциях, изучить само понятие мода и ее феномен. Данная работа позволила нам в полной мере изучить технику батик, как тончайшее искусство росписи по ткани, что данный вид искусства не устарел, а наоборот пользуется популярностью, и что многие предметы быта делают это роспись именно традиционно-народной, любимой и интересной. Нам представилась возможность выполнить творческую работу в данной технике, что так вдохновляет многих художников на создание одежды и предметов быта, аксессуаров.

Мы считаем, что это позволит нам в дальнейшем сделать нашу творческую деятельность более содержательной, интересной и яркой.

Заключение

На основании нашего исследования, в ходе которого был проведен комплексный анализ о становлении моды как в историческом, так и в культурном плане, можно сказать, что сущность моды, в внутри культурной и межкультурной коммуникации, социокультурной природе и знаковом характере восприятия и понимания моды.

Мода присутствует в различных сферах жизни человека, его деятельности и культуры, в архитектуре, художественной литературе, науке, поведении.

Мода издавна служила объектом изучения самых различных наук о человеке и культуре и будучи сложным многоаспектным явлением в истории и теории культуры, эстетики, социологии, семиотики, психологии, экономической науки, говорит о ее многоплановости.

Исследуя культурные и социологические особенности различных исторических эпох, говорит о моде как о взаимодополняющей функции культуры данного общества, регулирующей поведение индивида посредством цикличности времени, новаторства, эстетике и моральных ценностей, материальной прибыльности и ее демократичной открытости.

Занимая центральное место в жизни общества и культуры, мода появляется в эстетической, символической, коммуникативной идентифицирующей функции. Мода объединяет разного круга людей, и в тоже время разъединяет, демонстрирует различные социальные неравенства и стандарты, в которых человек это предмет индивидуальности и его неповторимости.

Мода является своеобразным регулятором материальных и духовных ценностей общества. Как культурный фильтр, понятие мода раскрывается как образ жизни человека, определённого стиля жизни, раскрывающая его индивидуальность, как способ самоидентификации потребителя.

Отношение к моде влияет на процесс ее развития.

Список используемой литературы

1. Акопян, К.З. Пределы глобализации (культура в контексте глобализационных процессов) // Пределы глобализации. Материалы постоянно действующего междисциплинарного семинара Клуба ученых «Глобальный мир» /Институт микроэкономики. - М.,2002., № 4 (10). - С. 398-419.
2. Алексеенко, Л.В. Социология моды: классический социологический дискурс о моде // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. №6. С. 284-288. URL: [http:// elibrary.ru/item.asp?id=17898452](http://elibrary.ru/item.asp?id=17898452)
3. Бегма, Ю.С. Экономика моды: реальность или игра слов // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2011. №10 (72). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-mody-realnost-ili-igra-slov-1> (дата обращения: 09.06.2018).
4. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. – 387 с. Перевод с французск. С.Н. Зенкин. ISBN 5-7913-0047-6
5. Бадцано, И.Ц. Мода XX века: энциклопедия / И.Ц. Балдано. М.: ОЛМА- пресс, 2002. - 399 с.: ил., цв. ил. -Библиогр.: С. 398-399.
6. Барт, Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. – М., 2003.
7. Башкатова, Д.А. Современный русский дискурс моды: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Д.А.Башкатова; [Место защиты: Москва, Slovo, 2005. 480 с.: ил.
8. Breward, Christopher. Cultures, Identities, Histories: Fashioning a Cultural Approach to Dress // The Fashion Business. Theory, Practice, Image. Ed. by N. White and I. Griffiths. Oxford – N.Y., 2000, pp. 23-35, p. 32.
9. Blumer, H.G. Fashion // International Encyclopedia of the Social Sciences. Vol. 5. N.Y.: The Macmillian Company and The Free Press, 1968, pp. 341-343; Sapir, E. Fashion (1931) // Sociological Theory. N.Y., 1956; Blumer, Herbert G. Fashion: from class differentiation to collective selection // Sociological Quarterly, 1969, 10 (summer), pp. 275-291.

10. Barthes, R. *Système de la mode*. Paris, 1967; Бодрийар, Ж. Система вещей. М., 2001; Lipovetsky, Gilles. *L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*. P.: Galllimard, 1987.
11. Васильев, А.А. Красота в изгнании: творчество русских эмигрантов первой волны: искусство и мода: автореферат дис. ... кандидата философских наук: 09.00.04 / А.А. Васильев; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Филос. фак.]. - Москва, 2009. - 20 с
12. Васильев А.А. Европейская мода. 3 Века. Из коллекции Александра Васильева. – М.: Слово, 2006. – 420 с.
13. Васильев А.А. Судьбы моды. – М: Альпина нон-фикшн, 2010. – 464 с.
14. Галитбарова, М.И. Мода как явление культуры: диссертация ... кандидата культурологии: 24.00.01. - Челябинск, 2004. - 150 с.
15. Гофман, А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 5-е изд. – М.: Книж-ный дом «Университет», 2013. 228 с.
16. Гришаева, Т.А. Мода как феномен современной культуры: диссертация ... кандидата философских наук: 24.00.01 / Т.А.Гришаева: [Место защиты: Юж. федер. ун-т]. - Ростов-на-Дону, 2008. - 125 с
17. Демшина, А.Ю. Мода в контексте визуальных искусств XX-XXI веков. А. Ю. Демшина, М. В. Яковлева; Санкт-Петербургский государственный институт культуры [Текст]: [монография]. - Санкт-Петербург: СПбГИК, 2017. - 179 с.; 24 см.; ISBN 978-5-94708-239-5: 500 экз.
18. Долгин, А. Информационная экономика индустрий моды. // Критическая масса. 2006. № 2
19. Дробо, К. Секреты сильного брэнда: как добиться коммерческой уникальности. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
20. Елец Ю. Л. Повальное безумие: к свержению ига мод / Ю. Л. Елец; отв. ред., авт. вступ. ст. О. Л. Донских. - Изд. 5-е. - Новосибирск: Сова, 2006. - 292 с.

- 21.Ермилова, Д.Ю. История домов моды: учеб. пос. для высш. учеб. завед. / Д.Ю. Ермилова; ред. Е.В. Слюсарь. -М.: Академия, 2003. 288 с.
- 22.Жилина, А.А., Моор, С.М. Современное понимание сущности моды // СИСП. 2015. №6 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-ponimanie-suschnosti-mody> (дата обращения: 14.05.2018).
- 23.Зиммель, Г. Мода // Георг Зиммель. Избранное. Том 2. Созерцание жизни. М.: Юрист, 1996, с. 268.
- 24.Ильин, А.Н. Мода как тенденция массовой культуры и ее влияние на человеческую субъектность // Вестник ОмГУ. 2009. №2 С. 25–35. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/moda-kak-tendentsiya-massovoy-kultury-i-ee-vliyanie-na-chelovecheskuyu-subektnost> (дата обращения: 25.05.2018)
- 25.Киммель М. В. Сущность глобализации и основные этапы ее осмысления // ОНВ. 2007. №5 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-globalizatsii-i-osnovnye-etapy-ee-osmysleniya> (дата обращения: 09.06.2018)
- 26.Кибалова, Л. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Кибалова, О. Гербенова, М. Ламарова / пер. И.М. Ильинской, А.А. Лосевой. – Прага: Артия, 1988. 608 с.
- 27.Ковриженко, М.К. Постмодернизм и реклама / Доклады II Всероссийского социологического конгресса «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы. В 2-х т. — М.: Альфа -М, 2004. Т.1.
- 28.Ковриженко, М. Креатив в рекламе. Постмодернистский облик моды. - СПб.: Питер, 2004. - 253 с.: ил.
- 29.Коен, Ж. Макияж от Vogue / Ж. Коен; пер. с англ. Н.Н. Лилиенталь; - М.: Астрель ; АСТ, 2003. 192. с.: ил.
- 30.Кузьмук, О.Л. Мода как социокультурный фактор функционирования отечественной индустрии модной одежды: На примере г. Москвы: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.06. - Москва, 2000. - 148 с.

31. Katz, E. and Lasarsfeld, P. Personal Influence. Glencoe, Il : The Free Press, 1955; King, Ch. W. Fashion adoption // Toward Scientific Marketing. Chicago, 1963, pp. 108-125.
32. Кибалова Л., Гербенова О., Ламарова М. Иллюстрированная энциклопедия моды. – Прага: Арттия, 1987. – 1007 с.
33. Кошелева Д.С. Мода как феномен современной европейской культуры // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 1 (18). – С. 32–35.
34. Куликова, А.С. Стиль жизни: мода и эстетика повседневности: автореферат дис. ... кандидата философских наук: 09.00.04 / А.С. Куликова; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова]. - Москва, 2010. - 31 с.
35. Нестик, Т. Концептуализация моды: основные этапы (Обзорный материал) (Электронный ресурс), Режим доступа: <http://www.artpragmatica.ru/science/projects/5/> (дата обращения: 25.05.2018)
36. Steele, Valerie. Fashion: Yesterday, Today and Tomorrow // The Fashion Business. Theory, Practice, Image. Ed. by N. White and I. Griffiths. Oxford – N.Y., 2000, pp. 7-20, p. 8.
37. Steele, Valerie. Ibidem, p. 13. В британском «Vogue» в это время можно было прочесть: «Подлинная звезда моды – это тот, кто ее носит...Вы»
38. Современная энциклопедия. Мода и стиль Глав. ред. В.Володин.-М., 2002
39. Такер Э. История моды / Э. Такер, Т. Кингсвелл ; [пер. с англ. И. Бельченко ; ред. М. Мазепова]. – М.: АСТ: Астрель, 2003. - 143 с. - (Культура. Открытие).
40. Таксанов А. «Мода: человеческая слабость или мотор экономики?» [Режим доступа] <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1049970180> (дата обращения 28.05.2018)

- 41.Философия XX в.: всемирная энциклопедия / глав. науч. ред. и сост. А.А. Фогг М. История моды. 100 платьев, изменивших мир. – М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2015. – 256 с.
- 42.Хиллер, Б. Стиль XX века / Б. Хиллер. М.: Слово, 2004. - 240 е., ил. 12.
- 43.Ятина, Л.И. Мода глазами социолога / О.И.Ятина; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Фак. социологии. - Санкт-Петербург: Элексис Принт, 2006. - 175 с.: ил., табл.; 21 см.; ISBN 5-98683-049-0
- 44.Шубин, Г.Г. Мода и эстетическая культура / Г. Г.Шубин. - М.: Знание, 1987. - 59, [3] с.; 16 см. - (8/1987).
- 45.Махмудова Х.Б. Мода как элемент культуры // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. по мат. XXXIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(38). URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/10\(38\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/10(38).pdf) (дата обращения: 07.05.2018)

Приложения

Панно в технике «холодный батик»





Одежда в технике «горячий батик»





Техника «шибори»





Продолжение Приложения В





Приложение Г

Техника «свободная роспись»



Продолжение Приложения Г



Приложение Д

Роспись одежды в технике «батик»



Продолжение Приложение Д



Продолжение Приложение Д



Продолжение Приложение Д



Продолжение Приложение Д



Продолжение Приложение Д

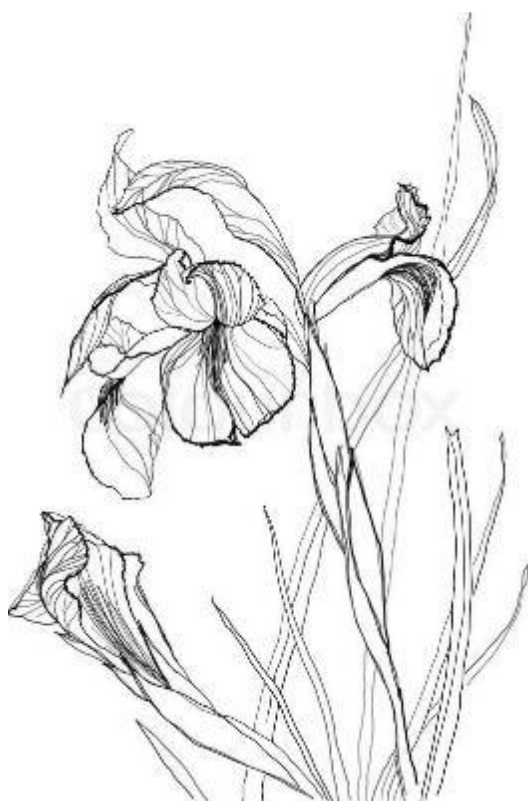


Приложение Е

Поэтапное выполнение росписи платья. Этап № 1.



Разработка эскизов росписи



Поэтапное выполнение эскизов композиции рисунка для росписи



Продолжение Приложение 3

Поэтапное выполнение эскизов композиции рисунка для росписи



Продолжение Приложение 3

Поэтапное выполнение композиции рисунка в материале

