

Зимогляд Н.С.

ПРОЕКТНЕ РІШЕННЯ ОДЯГУ В ТРИВИМІРНОМУ ПРОСТОРІ ОЗНАК

В публікації [1] Зимогляд Н.С. обґрунтовано, що всю сукупність інформаційних ознак, якими користуються дизайнери при проектуванні одягу, можна представити у вигляді тривимірної моделі (простору), віссю X якої є антропоморфологічні характеристики фігури споживача, віссю Y - психофізіологічні характеристики особистості споживача, віссю Z – художньо-конструктивні характеристики швейного виробу. Шкалами вимірів X, Y, Z є елементи $X_1, X_2; Y_1, Y_2; Z_1, Z_2$ - конкретні інформаційні ознаки для проектування, які утворюються після першого кроку декомпозиції елементів множин X,Y,Z.

В такому разі конкретні проектні рішення одягу в тривимірному просторі ознак є функцією від антропоморфологічних характеристик фігури та психофізіологічних характеристик особистості споживача:

$$Z = f(X, Y),$$

де Z – проектне рішення одягу;

X (X_1, X_2, \dots, X_i) – множина ієрархічних ознак, які репрезентують антропоморфологічні характеристики фігури;

Y (Y_1, Y_2, \dots, Y_i) – множина ієрархічних ознак, які репрезентують психофізіологічні характеристики особистості споживача.

Графічно конкретні проектні рішення являють собою об'ємні фігури – художньо-конструктивні образи одягу (рис. 1).

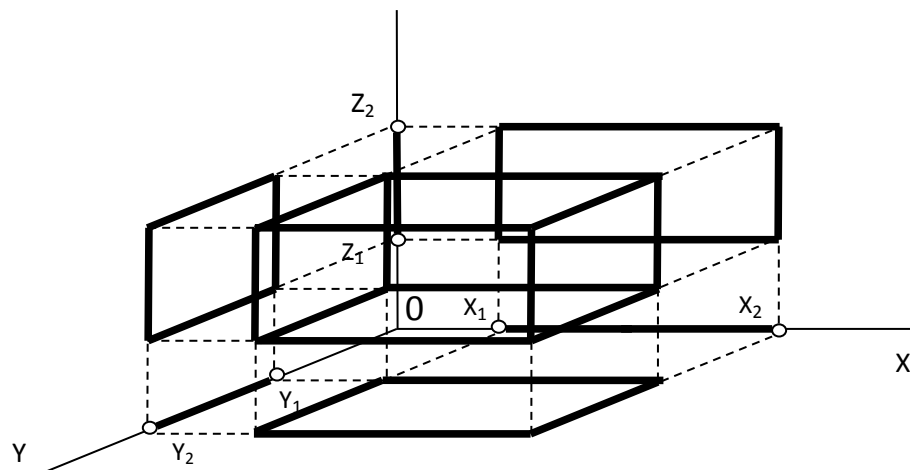


Рис. 1. Представлення проектного рішення одягу в тривимірному просторі ознак

Таке подання проектного рішення одягу у вигляді об'ємної фігури дозволяє наочно порівнювати різні проектні рішення одягу і є відправною точкою для моделювання трьохкомпонентного змісту навчання майбутніх дизайнерів одягу у ВНЗ.

Література:

1. Зимогляд Н.С. Модель вибору художньо-конструктивних ознак одягу з урахуванням психофізіологічних особливостей споживача в проектній діяльності дизайнера / Н.С. Зимогляд // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія №13. Проблеми трудової та професійної підготовки: Зб. наук. праць. – К.: НПУ ім. М.П. Драгоманова. 2010. – Випуск 10. – С.84-95