

На правах рукописи



ВАНИЕВА Ольга Владимировна

ДИЗАЙН ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЖЕНЩИН ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА

Специальность 17.00.06

«Техническая эстетика и дизайн»

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата технических наук

Москва 2016 г.

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)» на кафедре «Дизайн костюма».

Научный руководитель доктор технических наук, профессор
Коробцева Надежда Алексеевна

Официальные оппоненты кандидат технических наук,
доктор искусствоведения, профессор
Савельева Ирина Николаевна

кандидат технических наук, доцент
Голубчикова Анастасия Валентиновна

Ведущая организация: ФБГОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Защита состоится «2» марта 2017 г. в 16.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.144.05 на базе Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) по адресу: 117997, г. Москва, ул. Садовническая 33, стр. 1.

Автореферат разослан «___» _____ 2016 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 212.144.05
доктор искусствоведения, профессор



Стор И.Н.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В новом тысячелетии общество значительно изменило свою возрастную структуру. Улучшение качества здравоохранения, интенсивное развитие медицины, усовершенствование санитарного надзора, расширение доступности образования и экономическое благополучие привело к тому, что за последние три десятилетия население планеты в возрасте шестидесяти лет и старше удвоилось. Доля людей старше 65 лет в России составляет 13%, согласно международным критериям население России считается старым. Президент РФ Путин В.В. считает, что государству необходимо создавать по-настоящему комфортную среду для пожилых людей, особенно для тех из них, кто хочет работать, активно участвовать в общественной и культурной жизни. В связи с этим возрос интерес к проблеме проектирования позитивного имиджа пожилого человека, а как следствие, все более актуальным становится производство красивой, модной и удобной одежды для женщин пожилого возраста.

Современное прогнозирование моды также свидетельствует о перспективах в области разработки дизайна одежды для пожилых женщин. Подтверждением служат коллекции дизайнеров последних сезонов, ориентированные на зрелого потребителя. Например, последние коллекции Модного дома Dolce&Gabbana для женщин сопровождаются рекламными съемками с участием возрастных моделей. Становится популярным участие в модных шоу пожилых моделей, как в показах брендов Norisol Ferrari и Marimekko, шоу Donna Karan, Hermes, Moschino и Jean-Paul Gaultier. Промышленные предприятия в условиях нарастающей конкуренции и в поисках новых сегментов рынка готовы рассмотреть возможность производства одежды для возрастного покупателя. О необходимости исследований свидетельствует развитие направлений имидждизайна. Мода все чаще распространяется на людей с индивидуальными особенностями, с нестандартной фигурой, внешностью, расширяя свои интересы к возрастным границам.

Отсутствие рекомендаций в области художественного проектирования одежды для пожилых женщин явилось основанием для выбора темы исследования – дизайна одежды для женщин пожилого возраста.

Для многих пожилых россиянок, которые прошли социализацию в период тотального дефицита, проблема позитивного имиджа связана с новым осознанием себя частью мировой моды. К сожалению, несмотря на востребованность тематики можно констатировать скудность материалов в научных исследованиях в области художественного проектирования одежды

для женщин пожилого возраста. Этому отчасти могла способствовать доктрина, существующая до недавнего периода, что модные тенденции адресованы только молодым.

Степень разработанности темы. Вопросы адресного проектирования одежды для пожилых женщин, с точки зрения совершенствования конструкции рассматривали в своих работах Янчевская Е.А., Рыбкина Е.А., Шершнева Л.П., Новосельцева Т.В. Однако, в их работах не затрагивались вопросы дизайна одежды системе гардероб, вопросы создания промышленных коллекций для женщин пожилого возраста и принципы адаптации приемов моделирования с модными тенденциями. Необходимость установления возрастных рамок пожилого потребителя требовала обращения к работам ученых, занимающихся вопросами возрастной периодизации. Были рассмотрены работы Альперовича В.Д., Глуханюк Н. С., Капилевич Л.В., Кона И.С., Дж. Биррена, Д. Б. Бромлей, В. В. Бунака, Ш. Бюлера, Р. Гаулду, Д. Левинсона, Д. Вейланта, Б. Нейгартен и Э. Шанас. В ходе работы рассматривались аспекты системного проектирования, освещенные в работах Козловой Т.В., Петушковой Г.И. В качестве научной платформы избран импрессивный (имиджологический) подход к проектированию (ныне платформа имидждизайна) (Коробцевой Н.А.).

Цель и задачи работы. Цель работы – развитие основ дизайна одежды для пожилых женщин на основе импрессивного подхода. Для реализации поставленной цели в работе последовательно решены следующие проектные задачи:

- исследовано современное состояние и выявлены тенденции развития вопросов дизайна одежды для женщин пожилого возраста (далее ОПЖ), проведен анализ вопросов проектирования и формирования сезонных промышленных коллекций ОПЖ, обоснован импрессивный подход к дизайну;

- разработано информационное обеспечение процесса проектирования сезонных промышленных коллекций, проведено исследование удовлетворенности пожилых женщин ассортиментом одежды и их представлений об идеальном гардеробе. Проведена адаптация структуры промышленной коллекции, модных тенденций и алгоритма проектирования сезонной промышленной коллекции к потребностям женщин пожилого возраста;

- исследована психологическая комфортность (далее ПК) ОПЖ из трикотажа и из тканей;

определены значимые характеристики ПК для разработки дизайна;

- обоснована необходимость разработки стилистических особенностей дизайна ОПЖ, исследован эстетический идеал женской красоты в современном обществе; изучены вопросы формирования индивидуального стиля;
- исследованы и разработаны стилистические особенности дизайна ОПЖ; предложены стилевые типажи для проектирования ОПЖ; исследованы цветовые типажи пожилых женщин; разработана автоматизированная программа по гармонизации цветового решения костюма с цветовым типажом; проведено исследование возможности использования принтов в дизайне ОПЖ;
- на основе выполненных исследований разработаны, апробированы и внедрены четыре сезонных коллекций ОПЖ.

Научная новизна результатов исследования заключается:

- в развитии теоретических основ, в исследовании и в обосновании необходимости решения первоочередных задач дизайна одежды с учетом специфики пожилого потребителя;
- разработке методики определения структуры гардероба для пожилых женщин с учетом импрессивной составляющей;
- в предложении импрессивного подхода к дизайну ОПЖ и исследовании импрессивной составляющей психологической комфортности, определении ее значимых характеристик;
- в предложении стилевых ориентиров для разработки индивидуального стиля пожилых женщин;
- в предложении алгоритма проектирования автоматизированной программы для разработки гармоничных цветовых сочетаний изделий коллекции;
- в предложении алгоритма проектирования промышленной коллекции одежды для пожилых женщин.

Теоретическая и практическая значимость работы.

- разработано информационное обеспечение дизайна ОПЖ, обеспечивающее психологический комфорт и способствующее социальной адаптации пожилых женщин за счет создания позитивного имиджа.
- разработаны рекомендации по применению принтов, как части композиционного решения моделей одежды
- предложены современные стилевые типажи, объединяющие типичные поведенческие шаблоны потребителей в выборе стиля одежды для повышения конкурентоспособности промышленных коллекций.
- результаты работы внедрены в учебный процесс, издано учебное пособие которое используется для подготовки бакалавров и магистров по направлению 54.03.01 Дизайн, профиль «Дизайн костюма» (имеется соответствующий акт).

Методы исследований. Задачи, поставленные в работе, решались комплексным методом, объединяющим методы теоретических, экспериментальных, маркетинговых, социологических, психологических и математических исследований. Использовались, также, современные универсальные методы исследований, применяемые в дизайне, такие как, методы «прототипов», «персонажей», направленного сторителлинга, «доски изображений», опроса, тестирования привлекательности и анализа фотодокументов.

Положения, выносимые на защиту

1. Импрессивный подход к дизайну одежды для женщин пожилого возраста избран теоретико-методологической платформой исследований. На его базе подтверждена гипотеза о специфике проектирования одежды для женщин пожилого возраста и сформировано информационное обеспечение процесса проектирования сезонных промышленных коллекций для пожилых женщин, выявлены основные требования потребителей к одежде.
2. Раскрыты принципы адаптации модных тенденций к потребностям женщин пожилого возраста. Проведена адаптация структуры промышленной коллекции, введен новый блок – «timeless» (одежда вне возраста). Представлен алгоритм проектирования сезонных промышленных коллекций.
3. Проведена оценка ПК одежды из трикотажа и ПК гардероба в целом. На основе исследований показателя ПК установлены требования к дизайну одежды для пожилых женщин и предложен вариант составления гардероба для женщины пожилого возраста по ассортименту и стилевому решению.
4. Установлено, что дизайн многокомпонентной системы «гардероб» для создания молодежного внешнего вида пожилой женщины приоритетно сводится к проработке блоков: «стилевой типаж», «цветотип», «модный принт». Сформулированы рекомендации к каждому из блоков.

Апробация и внедрение результатов работы. Научные результаты исследования докладывались, обсуждались и получили положительную оценку на: Всероссийской научно-практической конференции «Инновации и современные технологии в индустрии моды» - Новосибирск, НТИ МГУДТ в 2013 году; Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие пищевой, легкой промышленности и индустрии гостеприимства» Алматы: АТУ, – в 2013 году; Международной научно-технической конференции «Инновационные технологии развития текстильной и легкой промышленности» 21-22 октября 2014 года в Институте менеджмента и индустрии моды ФГБОУ ВО «Московского государственного университета технологий и управления» имени К.Г. Разумовского; Международной научно-технической конференции «Инновационные технологии в текстильной и легкой

промышленности», 26 ноября 2014 года в Витебском государственном технологическом университете (республика Беларусь); на III Международном женском конгрессе «Имидж женщины XXI века: успех, красота, стабильность» Москва, 10 марта 2016 года. На предприятии ООО «Ангелики Фэшн Рус» г. Новосибирск разработана и внедрена коллекция одежды для женщин пожилого возраста на 2016 год.

Достоверность результатов и проведенных исследований подтверждается применением современных методов исследования, апробацией основных положений диссертации в научной периодической печати, и научных конференциях. Достоверность результатов исследований обеспечена их статистической обработкой и оптимальным числом респондентов.

Публикации. По материалам диссертационной работы опубликовано 13 научных статей, в том числе 3 статьи – в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертационная работа изложена на 211 страницах. Структура работы включает в себя введение, 4 главы, заключение и список литературы из 127 наименований использованных источников. Диссертация содержит 8 таблиц и 76 рисунков. Приложения представлены на 34 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы исследования, сформулированы цель и основные задачи исследования, отмечена научная новизна и практическая значимость результатов диссертационной работы.

В первой главе на основе анализа литературных источников исследовано современное состояние и выявлены тенденции развития вопросов дизайна одежды для пожилых женщин. Определены возрастные рамки пожилого потребителя от 55 до 74 лет (по материалам VII Всесоюзной конференции по проблемам возрастной морфологии, физиологии и биохимии г. Москва, 1965 г.). В эту же группу входят женщины, возраст которых определяется американскими геронтологами Б. Нейгартен и Э. Шанас (the Young Old), обладающие высоким ресурсным потенциалом, как потребители модной одежды.

Поскольку, при достаточной разработанности вопросов создания сезонных промышленных коллекций в целом, производители, не выделяют группу пожилых потребителей и не учитывают их потребности, была обоснована необходимость разработки информационного обеспечения процесса проектирования сезонных промышленных коллекций для пожилых

женщин и возможность внедрения этого сегмента в структуру промышленных сезонных коллекций. Установлен объем информации, необходимой для разработки дизайна с учетом впечатлений от одежды – половозрастные характеристики, социальное и материальное положение потребителей, потребительские предпочтения по основным признакам внешнего вида изделий для каждого рыночного сегмента (цвету, силуэту, стилевой направленности), признаки общего назначения одежды или отдельных ее видов (ассортименту, сезонности, условиям эксплуатации) - Рисунок 1.



Рисунок 1 – Информационное обеспечение процесса проектирования рационального ассортимента одежды

Предложен импрессивный подход к разработке дизайна ОПЖ, который во главе производственной цепочки ставит требования, выдвигаемые потребителем, что приобретает особое значение в условиях насыщения рынка продукцией. Выявлены возможности применения импрессивного подхода к разработке дизайна для пожилых женщин для задач исследования признаков молодости.

Выявлено, что господствующие в обществе стереотипы диктуют необходимость визуального омоложения пожилого потребителя посредством костюма. Поставлена задача исследования привлекательных признаков молодости внешнего вида, создаваемых при помощи костюма.

Определена необходимость разработки дизайна одежды в системе гардероб. Установлено, что дизайн многокомпонентной системы «гардероб» для создания молодого внешнего вида пожилой женщины, может быть приоритетно сведен к трем направлениям в работе - гармонизации цветового типажа внешности с цветом костюма, стилизации образа под выбранный модный типаж и проектированию современных принтов.

Установлено, что для разработки гармоничной цветовой палитры костюма необходимо исследование по определению цветовых типажей пожилых женщин, исходя из природного пигмента. Намечен путь для оптимизации процесса создания гармоничной цветовой палитры костюма – разработка программного продукта автоматического выбора цветовых решений.

Определено направление исследований принтов в дизайне ОПЖ-определение месторасположение рисунка, его тематика и цветовое решение.

Вторая глава посвящена исследованиям, необходимым для информационного обеспечения процесса проектирования сезонных промышленных коллекций.

В исследованиях, проводимых в период с 2010 по 2015 гг. приняли участие около 500 женщин возрасте 55-74 лет, относящихся к группе «the Young Old». Расчет доверительной выборки респондентов проводился с использованием данных на 1 января 2012 г, согласно которым в городе Новосибирске проживало 1498921 человек. Из них 15,4% составляли люди в возрасте от 55 до 70 лет. Из них 138982 – женщины. При уровне доверительности 95% и предельной ошибки выборки 5%, объем выборки составил 100 человек.

Экспериментально подтверждена гипотеза о слабой удовлетворенности женщин старшей возрастной группы ассортиментом и качеством одежды, доказана актуальность исследований в области дизайна ОПЖ. Выявлены основные причины неудовлетворенности.-неудовлетворительный внешний вид одежды (45%), высокая цена (27%), отсутствие нужного размера (21%). 31% респондентов отметил, что изделия выглядят слишком модными и не подходят им по возрасту, 21% - изделия плохо сидят на фигуре, 18% - старят, 12% - вещи плохо подходят к имеющемуся гардеробу, 18% указали иные причины (одежда полнит, не подходит цветовая гамма, не нравится волокнистый состав материала и т.д.). Дальнейшие исследования с использованием методов направленного сторителлинга и опроса позволили получить данные о предпочтениях потребителей в ассортиментном, силуэтном, колористическом и стилевом (Рисунок 2) решении одежды, и подтвердили гипотезу о необходимости проектировании ОПЖ в системе гардероб.

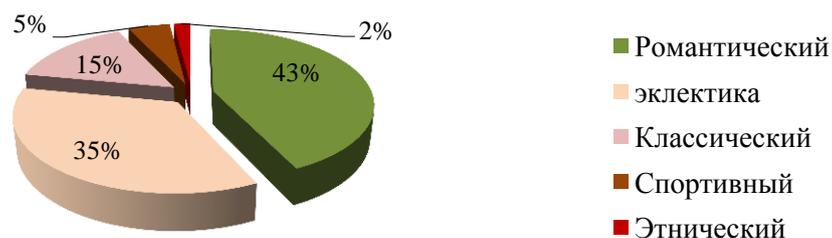


Рисунок 2– Распределение стилевых предпочтений пожилых потребительниц

На основе полученных данных проведена адаптация типовой структурной схемы промышленной коллекции, в которую предложено ввести новый блок – «timeless» или одежда вне возраста. Обновленная структурная схема предполагает, что дизайн части изделий каждого блока будет уже на стадии предпроектного анализа учитывать информацию о требованиях к изделиям, запланированным в ней как «timeless». Для представления визуальных характеристик эстетики образа, стиля и дизайнерского замысла коллекции предложено использовать традиционные доски изображения (mood board) (Рисунок 3), с учетом особенностей аудитории, обозначенной нами, как аудитория «timeless» (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Доска изображений коллекции верхней одежды для пожилой женщины

Изображения могут включать типажи людей, определяющих данную целевую аудиторию с учетом привлекательности их возрастных и поведенческих особенностей. Это определило необходимость проведение дальнейших исследований по выявлению наиболее привлекательных типажей для данного сегмента покупателей. Данные исследования восприятия женщинами пожилого возраста модных трендов (Рисунок 4) позволили наметить принципы адаптации трендов для дизайна ОПЖ.

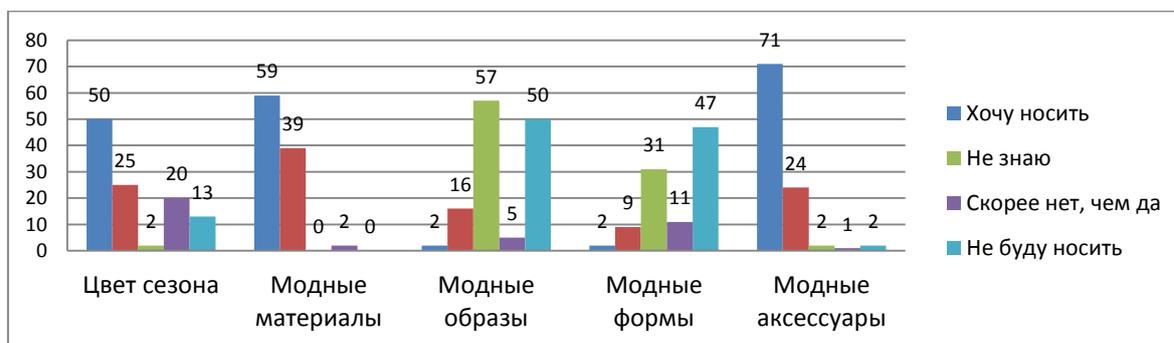


Рисунок 4 – Распределение вариантов ответов на вопросы относительно восприятия респондентами модных тенденций

Далее построен алгоритм разработки сезонных коллекций одежды с учетом требований пожилого потребителя, что подготовит процесс автоматизированного формирования структуры коллекции.

В третьей главе решена задача изучения требований потребителя, через оценку психологической комфортности одежды для женщин старшей возрастной группы (методика Петровой Е.А., Коробцовой Н.А). При этом проведена оценка ПК трикотажной одежды и ПК гардероба в целом. Составлено семантическое описание женщин идеальной, на взгляд потребителя трикотажной одежды и идеального гардероба. Выбраны характеристики комфортной одежды, на основе выбранных характеристик разработаны эскизы моделей одежды, отвечающие требованиям идеального гардероба – сочетание модных тенденций и возрастных характеристик; наличие классического ассортимента одежды в современном прочтении; ощущение комфорта при соприкосновении с телом; материалы из натуральных волокон (Рисунок 5).

На основе эскизов изготовлены образцы. Произведен расчет коэффициентов ранговой корреляции между данными о представлениях об идеальном гардеробе, эскизами, и образцами. Выявлена высокая психологическая комфортность одежды, разработанной с учетом требований к комфортности одежды, т.к. коэффициенты ранговой корреляции не превысили пороговое значение 0,05.

В четвертой главе проведено исследование и разработка стилистических особенностей дизайна одежды для пожилых женщин. Введено понятие *стилевого типажа пожилой женщины*. В импрессионном проектировании под стилевым типажом подразумевается образ человека социально и визуально привлекательного для большинства в обществе для прямого переноса наиболее выраженных визуальных признаков стиля его костюма на проектируемую одежду. На основании исследования методом опроса выявлены образы известных персон, являющихся привлекательными для большинства пожилых женщин, идентифицируемые нами соответственно как «леди-статус», «леди-воин», «леди-фетиш» и «леди-сказка». Выявлен самый привлекательный *стилевой типаж* для пожилых женщин - романтический. Для его визуализации предложен романтический образ Ренаты Литвиновой, его выбрали как привлекательный объект 50% опрошенных.

верх						
низ						

Рисунок 5 – Матрица базового гардероба для женщины пожилого возраста

Этот же образ в приоритете и для дизайнеров одежды (40% опрошенных) при разработке концепции коллекции. Далее в ходе исследования методом анализа фотоотчета выявлен самый распространенный цветотип внешности – это цветотип «лето», доля представительниц этого цветотипа у пожилых женщин составила 58%, что подтвердило гипотезу о необходимости выбора неактивных и ненасыщенных цветов для разработки дизайна промышленных коллекций ОПЖ. Приоритетными при выборе основного цвета являются «припыленные», так как подходят самому распространенному цветотипу внешности. Разработано программное обеспечение подбора цветовой гаммы костюма на базе основного цвета «Цвет и K^0 », позволяющее разработать цветовую палитру костюма с учетом цветотипа внешности пожилой женщины (Рисунок 6).



Рисунок 6.- Окно программы «Цвет и К⁰» для подбора дополнительных цветов костюма

Установлено, что принт является одной из важных составляющих эмоционального впечатления от образа. Исследована эмоциональная реакция на различные виды принтов методом тестирования привлекательности. Эмоции положительного спектра независимо от тенденций моды вызывают рисунки с изображением цветов, выполненных в пастельной гамме или приглушенных тонов. Установлено, что при разработке принта на одежде для пожилых женщин предпочтительными являются рисунки со статическим равновесием элементов на плоскости. Методом прототипирования выявлены четыре варианта предпочтительного расположения рисунка – рисунок по низу изделия, рисунок в верхней части переда, рисунок на боковой части переда и рисунок, расположенный по центру переда (Рисунок 7).



Рисунок 7 – Эскизы блузки и платьев для пожилой женщины и использованием принта

На основе диссертационного исследования разработано и изготовлено четыре промышленных коллекции одежды для пожилых женщин. Предприятием ООО «Ангелики Фэшн Рус» г. Новосибирск изготовлены опытные партии платьев в количестве 25 изделий каждой модели. При реализации установлен повышенный спрос на данную продукцию (имеются

акты об апробации и внедрении). Результаты разработок использованы в учебном пособии (Н.А. Коробцева, О.В. Ваниева).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Установлены возрастные рамки «theYoung Old» (женщин пожилого возраста) - от 55 до 74 лет. Указанный возраст характеризуется большим ресурсным потенциалом и сохраняющимся интересом к моде, высокой социальной активностью, склонностью к обучению и большим процентом работающих женщин, часто руководящих собственным бизнесом.
2. Обоснован импрессивный подход к дизайну одежды для женщин пожилого возраста в качестве теоретико-методологической платформы исследований.
3. Разработано информационное обеспечение процесса проектирования сезонных промышленных коллекций для пожилых женщин, которое включило: данные удовлетворенности/неудовлетворенности ассортиментом одежды; их предпочтения в одежде. Выявлены основные требования потребителей к одежде, соотношение ассортиментной представленности изделий различного назначения в гардеробе и предпочтения потребителей по силуэтам, стилям, материалам.
4. Раскрыты принципы адаптации модных тенденций к потребностям потребителя пожилого возраста. Проведена адаптация структуры промышленной коллекции, введен новый блок – «timeless» (одежда вне возраста). Разработаны рекомендации по использованию метода доски изображений для сегмента пожилых покупателей. Представлен алгоритм проектирования сезонных промышленных коллекций.
5. Исследована импрессивная составляющая впечатления от одежды с применением методики оценки психологической комфортности одежды. Проведена оценка ПК одежды из трикотажа и ПК гардероба в целом. Выбраны характеристики комфортности в одежде. Предложен вариант составления гардероба по ассортименту и стилевому решению, соответствующий представлениям женщин старшей возрастной группы об идеальном базовом гардеробе. В качестве требований были установлены следующие: сочетание модных тенденций и возрастных характеристик; наличие классического ассортимента одежды в современном прочтении; ощущение комфорта при соприкосновении одежды с телом; материалы из натуральных волокон. Получены дополнительные характеристики, ими являются придание молоджавости всему образу и коррекция фигуры посредством одежды.
6. Установлено, что разработка дизайна многокомпонентной системы «гардероб» для создания молоджавого внешнего вида пожилой женщины

сводится к трем направлениям в работе: определению типа телосложения и поиску вариантов коррекции фигуры при помощи костюма, гармонизации цветотипа внешности с цветом костюма и стилизации образа под выбранный модный типаж.

7. Выявлен самый распространенный цветотип внешности среди пожилых женщин – это цветотип «лето». Установлено, что в дизайне сезонных коллекций в качестве основных цветов следует выбирать неактивные и ненасыщенные. Приоритетными при выборе являются припыленные и разбеленные цвета. Для определения дополнительных цветов разработана программа автоматического подбора цветовой гаммы костюма.

8. Выделено направление исследований принтов в дизайне одежды для пожилых женщин. Экспериментально определены: месторасположение, тематика и цветовое решение рисунка. Исследована эмоциональная реакция потребителей на различные виды рисунков методом тестирования привлекательности.

9. Введено понятие стилевого типажа пожилой женщины. Определены взаимосвязи между понятиями «стиль» и «эстетический идеал красоты человека». Выявлены образы известных персон, являющихся привлекательными для большинства пожилых женщин. Выявлен наиболее привлекательный стилевой типаж для пожилых женщин – романтический.

10. Проведена апробация и внедрение результатов исследований в виде четырех коллекций одежды для пожилых женщин. Результаты работы внедрены в учебный процесс в виде учебного пособия, которое используется для подготовки бакалавров и магистров по направлению 54.03.01 «Дизайн», профиль «Дизайн костюма».

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ РАБОТЫ:

1. Ваниева, О.В. Разработка особенностей проектирования костюма для пожилых женщин с учетом стилевых типажей / О.В. Ваниева, Н.С. Мокеева // Материалы международной научно-практической конференции «Инновационное развитие пищевой, легкой промышленности и индустрии гостеприимства» Алматы: АТУ – 2013. – С.350-353.
2. Ваниева, О.В. Выбор стилевых ориентиров при разработке дизайна костюма для женщин старшей возрастной группы / О.В. Ваниева, Н.А. Коробцева // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Инновации и современные технологии в индустрии моды» - Новосибирск, НТИ МГУДТ. - 2013. - С.17-21.
3. Ваниева, О.В. Современное состояние вопросов дизайна костюма для женщин старшей возрастной группы / О.В. Ваниева, Н.А. Коробцева // Материалы Международной научно-технической конференции «Инновационные технологии развития текстильной и легкой промышленности» Института менеджмента и индустрии моды. ФГБОУ ВО «Московского государственного университета технологий и управления» имени К.Г. Разумовского. - 2014.- С.157-160.
4. Ваниева, О.В. Разработка особенностей дизайна промышленных коллекций одежды для пожилых женщин Материалы международной научно-технической конференции /

О.В. Ваниева, Н.А. Коробцева // «Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности», Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь.- 2014. - С.247-253.

5. Ваниева, О.В. Разработка базового гардероба для женщин пожилого возраста/Н.А. Коробцева, О.В. Ваниева, М.А. Киричек //«Дизайн и технологии» (реком. ВАК). 2014.- № 40. - С.35-40.

6. Ваниева, О.В. О направлении имидждизайна костюма для категории «the Young Old» / Н.А. Коробцева, О.В. Ваниева // Имидж образования – вызовы современного мира: материалы Первой Международной конференции 29 января – 1 февраля 2015 года. г. Рязань: сб. науч.тр. под науч. ред. проф. Е.А. Петровой. - 2015. - С.113-120.

7. Ваниева, О.В. Исследование предпочтений в выборе одежды у пожилых женщин / О.В. Ваниева, Н.А. Коробцева // Дизайн и технологии (реком. ВАК). - 2015. - № 49 - С.19-23.

8. Ваниева, О.В. Исследование степени удовлетворенности ассортиментом одежды у пожилых женщин / О.В. Ваниева, Коробцева Н.А. // Дизайн и технологии (реком. ВАК). - 2015. - №48 – С.28-33.

9. Ваниева, О.В. Импрессивное проектирование одежды и формирование гардероба для пожилых женщин: учебное пособие / О.В. Ваниева, Н.А. Коробцева. - М.: РИО МГУДТ, 2014. - 33с.

10. Ваниева, О.В. Имидждизайн одежды: стилевые типажи для пожилых женщин / Коробцева Н.А., Ваниева О.В. // Имидж женщины XXI века: успех, красота, стабильность: Материалы III международного женского конгресса (Москва, 10 марта 2016) / под науч. ред. Е.А. Петровой. – 2016. - С.312-318.

11. Ваниева, О.В. Разработка импрессивной оценки психологической комфортности одежды из трикотажа для пожилых женщин группы / О.В. Ваниева, Н.А. Коробцева // Бюллетень науки и практики. – 2016.- № 3. – С. 36-45.

12. Ваниева, О.В. Роль цвета как субъекта воздействия при формировании гардероба женщин старшей возрастной группы / О.В. Ваниева, Е. А. Миронова // Новые парадигмы общественного развития: экономические, социальные, философские. Политические, правовые, общенаучные тенденции и закономерности: материалы международной научно-практической конференции (28 декабря 2015 г.).- 2016.- С. 10-11.

13. Коробцева, Н.А., Туризм и путешествия: имиджологический подход к дизайну одежды для пожилых женщин / Коробцева, Н.А., Ваниева О.В. // Туристический имидж России: современные тренды и пути совершенствования: Материалы XIV международного симпозиума по имиджологии (Суздаль, 25-27 мая 2016 г.) / под науч. ред. Е.А. Петровой, - Суздаль: Изд-во АИМ; РГСУ, 2016, - С. 158-152.

Ваниева Ольга Владимировна

ДИЗАЙН ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЖЕНЩИН ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА

Автореферат диссертации на соискание ученой степени

кандидата технических наук

Бумага офсетная. Печать цифровая

Усл. печ. - 1 п.л. Тираж 80 экз. Заказ № _____

Редакционно-издательский отдел ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

117997, г. Москва, ул. Садовническая, 33, стр. 1

Тел./факс: 8 (495) 506-72-71

E-mail: rfrost@yandex.ru

Отпечатано в РИО ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»