

СИМБИОЗАТА МЕЖДУ ГРАФИЧНИЯ И МОДНИЯ ДИЗАЙН

Огнян Тодоров Георгиев

Югозападен университет "Неофит Рилски", Инженерен факултет,
Катедра "Машинотехника и технологии", гр. Благоевград, ул. "Иван Михайлов", №66
e-mail: ogitogeo@abv.bg

ABSTRACT

1. Introduction

Графичният и модният дизайн днес заемат важно място в културния живот на човечеството. Те имат много общо в изразните средства и в проблематиката, която разработват. Може да се каже, че такъв, какъвто е сега, модният дизайн не би могъл пълноценно да се развива без тясното сътрудничество с графичния дизайн, пряко свързан с рекламата, с визуалното мислене изобщо, а вече все повече и със самото проектиране на облеклото. Може да се говори за плодотворна симбиоза между двете изкуства, разглеждането на която е важно не само за изясняване на тяхното състояние днес, но и за очертаване на бъдещите хоризонти и тенденции в развитието им.

2. Experimental part

В това изследване се изяснява общото в развитието на графичния и модния дизайн. Разглеждат се конкретни примери, свързани с ролята и значението на графичния дизайн в модата, в нейното представяне, популяризиране, рекламиране и развитието на модната индустрия. Особено място се отделя на използването на графични елементи в самата визия на облеклото, представено чрез примери от творчеството на известни модни дизайнери. С това се внася повече конкретност и яснота в изясняване на общите тенденции.

3. Results and a Discussion

Чрез анализирането на особеностите в симбиозата на графичния дизайн и модния дизайн се очертават важни страни от тяхното състояние сега и тенденциите в бъдещото им развитие. Разглеждането на конкретни примери допринася за по-доброто вникване в тези процеси, за стимулиране на творческото визуално мислене, за обогатяване на представите, свързани с тези области на творчество. Това от своя страна допринася и за вдъхновено генериране на нови идеи, както и за очертаване на нови хоризонти в това плодотворно сътрудничество на двете изкуства.

4. Conclusion

Графичният и модният дизайн са тясно свързани и може да се каже, че не могат един без друг. Те взаимно се обогатяват, стимулират и качествата, придобивани за и в практикуването на едното изкуство допринасят значително и за творческото развитие в другото. Осъзнаването на това води до по-голяма широта във възгледите, допринася за по-разкрепостеното и резултатно творческо мислене.

Keywords: моден дизайн, графичен дизайн, мода, типография, графични елементи.

THE SYMBIOSIS BETWEEN GRAPHIC AND FASHION DESIGN

Ognyan Todorov Georgiev

South-West University "Neofit Rilski", Faculty of Engineering,
Department of Mechanical Engineering and Technologies
Ivan Mikhailov Street, №66, Blagoevgrad, Bulgaria
e-mail: ogitogeo@abv.bg

Процесите в живота като цяло, също и в различните области, свързани с изкуството, науката, обществените отношения, религията и т.н. не протичат изолирано. Наблюдава се естествено влияние и взаимно проникване, което води до обогатяване, по-голяма дълбочина и разкриване на нови хоризонти. Тук ще бъде разгледана симбиозата между графичния дизайн и модата, която днес става все по-явна, плодотворна и необходима.

Между двете области на творчество има много общо. И в двата случая става дума за дизайн, за визуална организация, за визуално мислене, за (предимно) образни изразни средства. Както в графичния, така и в модния дизайн все по-голяма става необходимостта от широкоспектърна подготовка, предполагаща съответно широка култура, както и обширни познания и умения, простиращи се много извън границите на тясноспециалните.

Вече редица модни дизайнери имат опит в графичния дизайн, което им помага в проектирането и развитието на техните творчески идеи. Такива са Радитя Пуспойо от Delapan Batik, Лирис Алвина от Imaji Studio, Кент Хади, (завършил дигитални медии и дизайн в LaSalle College Indonesia). Някои от тях, освен, че имат опит и подготовка в графичния дизайн, също работят едновременно и в областта на модата: Джеф Стейпъл, основава агенция за визуална комуникация Staple Design, Ерик Торстенсон, един от основателите на творческата агенция Saturday Group, стартира FRAME Denim през 2012 г. [1] Ина Бинандари,

координираща моден отдел в UIC Design, заявява, че притежава много умения на графичен дизайнер, които ще бъдат от полза в областта на модния дизайн. Тя отбелязва, че "студентите по моден дизайн винаги си сътрудничат със студенти по графичен дизайн по време на модни ревюта, за да създават фон и инсталации на шоутата" и изтъква: "Инсталацията, скулптурата и мултимедията за модно ревю са част от графичния дизайн. Не можем да отделим графичния дизайн от модата.", (пак там) Според всички, споменати по-горе двете области на творчество имат много общо, включително и в някои от предвидените при обучението дисциплини.

Екипът на Veinoren, партньори в провеждането на курс Дизайнер на облекло в онлайн университета Skillbox, правят сравнение между тенденциите в уебдизайна и тези на модния подиум. Тенденциите от 2010-те към абсурдност, странност, несериозност са отразени в работата на дизайнери като Гоша Рубчинский, Демна Васалия. Техните подходи, при които до голяма степен колекциите се изграждат въз основа на графиката - (лого, принтове), са преосмисляни и умело развивани от големи модни къщи като Prada и Valentino. [2]

Отношенията между графичния дизайн и модата се проявяват основно в две направления. Едното е графичен дизайн за модата, представящ, рекламиращ, обслужващ модната индустрия. Другото е свързано с прякото приложение на графичния дизайн в модата,

свързано с проектирането на облекла, в които са използвани специфични, характерни за него елементи и похвати - в различна степен и по различни начини.

Графичен дизайн за модата. Днес рекламната играе важна, съществена роля за успеха на който и било продукт, на което и да било начинание, на която и да било идея. Пряко и ключово отношение към рекламната има графичният дизайн. Важно е не само какво се произвежда, но и как ще бъде представено; как изглеждат всички елементи на рекламната кампания, като покани, брошури, анонси, плакати. Графичният дизайн онагледява, популяризира, рекламира, убеждава. Той помага идеите на модните дизайнери да бъдат по-ясно и пълно възприети, да бъдат представени още по-привлекателно. Заедно с това играе ключова роля в изграждането, развитието и утвърждаването на бранда, на визуалната идентичност. До голяма степен влияе в задаването на тенденциите в модата, свързани с цветовете, форми, текстури, дори шрифтове.

Почти всяка модна къща има собствен графичен дизайнер, който е запознат по-дълбоко с особеностите и нуждите при развитието на конкретната фирма, на съответния бранд. Създаването и утвърждаването на визуалната идентичност са пряко свързани с професионалното проектиране и използване на добра типография, лого, с визуалното представяне в социалните медии, рекламните кампании, с провеждането на модните събития и т.н. Брандът се превръща в авторитет, който ориентира, привлича, вдъхва респект и продава – понякога и произведения, които може и да не са задължително шедеври.

Дори към създаването на такъв сравнително малък по размери продукт, какъвто е като **поканата**, се подхожда отговорно, вдъхновено и креативно. Обикновено това е първият официален контакт, който се осъществява със значимите посетители на модните форуми. Затова впечатлението от него е изключително важно. Освен пряката функция, която изпълнява, поканата трябва да утвърждава представата

за бранда, да интригува, да очарова, да бъде в синхрон с идеята и стила, заложили в предстоящото събитие.

Сред предпочитаните подходи е използването на класическо черно, комбинирано със селективен УВ лак (Louis Vuitton, 2016), релефни букви (Jil Sander, 2016). Но цветовете и десените често са като използваните в модната колекция. В поканата на Palm Angels от 2016 е използвано златисто металик фолио (такъв ефект има и в колекцията). Част от поканата на Paul Smith за седмица на модата в Париж е елемент с асоциативно послание, напомнящ за някои тенденции в плаката. В същия дух е и решението на креативния директор на Givenchy - Riccardo Tisci: бял плакат с черно-бяло изображение на красиво момиче, интим-ните части на което са покрито частично с розов прах. Phillip Lim поставят поканата в бамбукова кутийка с капак (асоциации с японската култура).

В стремежа към впечатляваща креативност понякога поканите се правят във вид на рублик-куб или в стил хартиена матрьошка например (*Фигура 1*). Освен със стила на модната колекция поканата може да е съобразена и с целевата аудитория като възраст, социална принадлежност и т.н. [3]

Огромното многообразие от стилове, тенденции и подходи, характерни за областта на плаката, се наблюдават и в произведенията, рекламиращи модни ревюта, седмици на модата и други събития от тази сфера. В тях също е отразен стремежът към съответствие със стила и духа на модната колекция, със събитието като цяло. Умелото съчетание на типографски и декоративни елементи, на рисуване и фотоилюстрация, използването на виртуозни колажи и bleed ефекти, на контраста и празното пространство като изразно средство водят до впечатляващи композиции. (*Фигура 2*) Цветовете решения варират от монохромни, черно-бели до използването на ярки, наситени, понякога крещящи тонове. Освен типичните за представянето на облекла професионални модели в тях може да се видят и визуални



Фигура 1



Фигура 2

метафори, обогатяващи посланието, още по-силно впечатляващи и интригуващи. Високо професионално ниво се поддържа и в рекламите за модни намаления.

По подобен начин стоят нещата и в дизайна на фирмена акциденция, на флаери, брошури, каталози. Последните по-задълбочено представят даден бранд или колекция, помагайки по-трайно те да се настанят в съзнанието на целевата аудитория. Същото се отнася и за списанията, посветени на тенденциите в модата. Например при проследяването на еволюцията дори само в оформянето на кориците на списания като HARPER'S BAZAAR и VOGUE може да се видят както основните направления в развитието на модния, така и на графичния дизайн.

Графичен дизайн в модата. В модните къщи все повече се разчита на специалисти с добра квалификация в областта на графичния дизайн и във връзка с необходимостта от създаването на оригинални текстури, знаци, изображения, подходящи за интегриране в проектираните облекла. В много от стилните модни колекции находчиво се използват изразни средства и похвати от графичния дизайн, сред които особено място заемат типографията, различни графични структури, текстури, както и цифрови изображения, създадени чрез богатите възможности на компютърните програми, ползвани днес в графичния дизайн.

Все по-ясно става, че "динамиката в модните тенденции направи използването на програмни продукти задължително условие за съществуването и развитието на фирмите от шевната индустрия"[4]. "Това налага определени изисквания към степента на усвоени компетенции и интелектуални способности, умения...". [4] Освен софтуера, предназначен за проектиране и производство на дрехи, като насъщен и необходим се приема все повече и този, предназначен за проектиране във визуалната реклама.

Използването на графични структури днес е ефектно и разнообразно както никога досега

благодарение на новите възможности, които дава съвременната техника, комбинаториката и разбира се силната креативност в дизайнерското мислене. Благодарение на новите технологии става по-достъпно и ефектно използването на неоновы цветове, на фрактални елементи и структури.

Наистина "Модата обича графичния дизайн" [5]. Много модни дизайнери от новото поколение превръщат своите модели в истински произведения на изкуството, вкарвайки елементи от графичния дизайн. И това става възможно не на последно място и благодарение на техните познания и умения, свързани с дигиталните медии, брендирането, информационния дизайн, фотографията, създаването на перфектна модна марка. (пак там) Или благодарение на сътрудничеството с графични дизайнери.

Изразните средства в дизайна на модата се комбинират и допълват, а понякога и се заместват със заемки от графичния дизайн. Чрез материите и начина на ушиването и съчетаването им, използвайки различни елементи, форми и цветове, дизайнерът на облекло изгражда своите модели, оформяйки силуета, пропорциите, използвайки различни десени на тъканите, декоративните ефекти на шевове с конструктивни или украсни функции, плисета, апликации, различни декоративни елементи... Разбира се и умело подбрани цветове. Към всичко това се добавят изразните средства на графичния дизайн, при което в облеклото се интегрират букви, логотипи, текстове, графични структури и цели композиции, които би могло да бъдат самостоятелни плакати или страници от печатни произведения. И това до голяма степен става благодарение на възникналата между 2014-2015 г. тенденция, променяща облика на световната мода и позволяваща "на всички всичко" [2]. При това все повече се използват непривични, странни, взаимноизключващи се стилове и компоненти, довеждащи до абсурдни резултати. Вече няма ясни и категорични възгледи за красиво, естетично. Онова, което преди е считано за низше, изплува

на повърхността, понякога съжителствайки с луксозното например.

Използването на ирония, стремежите към странност, дори мистицизъм, носталгични заемки на символи от миналото, засилен стремеж към дигиталната естетика, включваща различни ефекти, градиенти, филтри, са характерни за новите тенденции в модата. В нея равноправно съжителстват максимализъм и минимализъм, сдържаното използване само на черно и бяло с пицни, крещящи цветове. В стремежите към впечатляваща парадоксалност рафинираното и интелектуалното флиртува с пошлото и глупавото. "Уродливият" дизайн става "идеален в своята странност" [2], прев-

ръща се в пример за подражание. Всичко води до огромно разнообразие в търсенията и премахването на тесните канони. Терминът **diversity** в западните средства за масова информация се употребява не само по отношение на половете, националностите, но и във визуалната естетика, във възгледите за красотата изобщо.

В пищния лукс на модното ревю на Dolce & Gabbana есен 2017 към орнаментите, текстури-те, емблемите, картите за игра и т.н. са добавени и текстови структури, присъстващи не само в облеклата, но и в обувки, ботуши, дамски чантички и др. (*Фигура 3*) [6]



Фигура 3

Неочаквано, необичайно и разнообразно приложение в дизайна на облеклото намира **типографията**. Типографски елементи, предимно букви, а понякога изрази и цели текстове образуват своеобразни структури, които играят ролята на десени. Дребни или смело уедрени, понякога те заемат части от облеклото, а понякога го обхващат изцяло. Самостоятелно или в съчетание с други графични елементи, в едни случаи придават усещане за аморфност, а в други - структурират, подчертавайки някои части от дрехата или обособявайки визуално нови, несъществуващи иначе като резултат от нейното ушиване. Така те визуално напомнят на джобове и яки например, на шевове, колани, плохи, маншети, ципове... Подобни подходи се

наблюдават включително и в обувките, в модните аксесоари, в които допреди като графичен елемент можеше да се види само дискретно поставено лого или етикет, изпълнени чрез печат, а понякога и като релеф, върху плат, кожа, метали и т.н.

Използват се всякакви шрифтове: серифни и сансерифни, класически и декоративни, "спортни" "състезателни", строги и раздвижени... На са малко случаите, при които виртуозни калиграфски надписи безпардонно се появява не само върху спортни тениски, якета, суичери и панталони, а дори и върху луксозни тъкани в костюми. Други, изпълнени сякаш небрежно със спрей, напомнят за уличното изкуство и графитите.



Фигура 4 Маркета Мартискова, Ансамбъл "Протест" 2012. Снимка: Етиен Тордоар [7].

Впечатляващи са търсенията в тази насока на Покрас Лампас (Pokras Lampas), наричан в статия на Vogue "най-модерният калиграф", представени в селекцията от март 2019 г. За нея "в реално време" той изписва с текстове и експресивни цветни петна 30-метрово платно, което използва после в моделите си. Идеята е "да покаже връзката между готовите изделия и пряката работа на калиграфа, четката и времето". [8]

Ясно изразената тенденция за охотното използване на печат и типография се вижда в представеното на Resort 2014. Често в нея се използва черно и бяло за по-контрастен и ясен оптичен ефект. В различните композиции се създават "положителни и отрицателни пространства, подчертавайки както геометрични, така и органични форми, открити в буквите и цифрите". [9]

Като цяло графично-типографските елементи се правят преобладаващо чрез печат, но се срещат и релефни, апликирани, перфорирани, а понякога и обемни.

Виктор Хорстинг и Ролф Сноерен в есенната колекция от 2008 г. Ready-to-Wear добавят и 3-D типографски детайли, допринасящи за по-ефектното изразяване на малко трудния за разбиране смисъл на шоуто. Думата "He" изскача от гърдите триизмерно, а на рокля от черен тюл е избродирана фразата "Мечтай нататък". [10]

Традиционно надписи, лого и изображения - поднесени самостоятелно или съчетани в ефектни графични композиции и плакати, с рекламно-естетическа функция или с цел агитация, се поставят предимно на тениски, ризи, спортни якета. Сега графични композиции се появяват почти във всички видове облекла, включително и в официални. В такива случаи дрехата (предимно предната страна или гърба, но също и на външните части на ръкавите, на маншети, качулки, яки и т.н.) се използва като графичен лист, приютявайки

графичния дизайн, давайки му възможност за относително автономна изява. Така тя (дрехата) от една страна играе ролята на един вид рекламоносител, от друга страна обогатява визията на облеклото и изразява някакво послание, vyplъщава някаква идея. (Фигура 5)



Фигура 5

<https://www.pinterest.com/pin/830562356257661771/>

Една от възможните функции на облеклото е да изразява индивидуалността на човека, което е тясно свързано с възможностите му за някакъв вид комуникация. Именно благодарение на графичния дизайн, чрез смесването на различни елементи, това става по-изразително и разнообразно. И по-конкретно Анаис Роджер учи две години графичен дизайн и има силно привличане към шрифта и текста. В моделите си използва думи, фрази, изречения, (често перфорирани, а понякога излизащи от облеклото като самостоятелни обеми), чрез които иска да предава "нещо положително" на публиката си - нещо, което споделя от прочетеното в любимите си книги. [11]

Всички тези тенденции и особености се проявяват по най-различен начин в творчеството на редица модни дизайнери. В представената от Донатела колекция мъжко облекло Versace пролет / лято 2019 в Седмицата на модата в Милано (Palazzo Versace) освен изобилието на "електрикови неоновы тонове" и флорални мотиви впечатление прави и широко използване на типографски елементи, сред които и части от страници на вестници-таблоиди. [12] Такива използва и Жан Чарлз в колекцията си есен / зима 2011 г., озаглавена "Woman / Ray". В нея освен на фотографии - като почит към творчеството на големия фотограф-сюрреалист Man Ray, може да се видят и щампи, сякаш направо взети от книга или друго печатно издание с "измислени откъси, заглавия на кориците и интерпретации на Дисни на детски класики". [13]

В колекцията - "ESCAPE" (Ана Каролина, 2017) органично се преплитат графични и типографски елементи. *"Принтовете са цветни, графични и смели, вдъхновени от стенописите на уличното изкуство. Поспециално от Shepard Fairey и Studio Job. Традиционният метод на ситопечат се използва по съвременен начин, наслоен с лазерно рязане и цифров печат"*. [14]

Пример за графичен дизайн в модата, за сътрудничество между художници и дизайнери, е и колекцията на Fendi Resort 2015. Вдъхновена от етнически костюми и градски графити, в нея се използват необичайни съчетания от щампи (точки, карета, геометрични фигури, ивици, флорали и др.), ярки цветове, а също и буквени обозначения, като например ръкописният мотив "Fendi Roma", който се появява в редица визии - адаптиран от лого, което Карл Лагерфелд проектира през 1988 г. [15]

Не са малко и примерите за вграждане на лого в дизайна на дрехата (Stella McCartney, Moschino). Подобна тенденция вероятно няма да е вечна, но някои решения ще останат като едни от най-добрите проекти, дори и след отминаването на тази вълна. [16]

В колекцията си пролет/лято 2015 финландският художник-дизайнер Даниел Палило (учил живопис), избягвайки конвенциите на света на модата, експериментира с моделите си като с картини, отстоявайки сюрреалистичната, докосваща се до кича естетика. В ръчно изработените, състоящи се от 180 парчета модели, се разиграват графично-декоративни структури, знаци, а на места и елементи от надписи. Контрастното съпоставяне на черни, бели и звучни цветни петна и елементи придава изключителна свежест на моделите. [17] Na Di Studio (колекция есен / зима 2015 г.) експериментира с контраста между класика и съвременност, между реалистично и фантастично, постигайки един "игрив математически стил" в своеобразни "координирани костюми", съчетавайки графични структури, знаци, букви, цифри, елементи от комикси, линии и др., обогатяващи и освежаващи иначе изчистената, лаконично композирана визия на облеклата. (*Фигура 6*) С тях не просто се десенират, украсяват тъканите, но и се внася допълнителна визуална организация.

*Фигура 6*

Симбиозата на графичния и модния дизайн има многостранни проявления. Процесите на това плодотворно сътрудничество и впечатляващите резултати от него говорят за невероятните възможности, които то предлага и вдъхват за още по-задълбочено и изобретателно

проникване между двете области на творчество. При това се получава впечатляващ синергичен ефект, който би бил невъзможен при тяхното относително самостоятелно развитие.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] The unbreakable bond between graphic design and fashion, 2019, <https://www.thefineryreport.com/articles/2019/3/5/the-unbreakable-bond-between-graphic-design-and-fashion>
- [2] Графический дизайн и мода: какие визуальные тренды веба можно увидеть на подиуме, 2020. <https://instyle.ru/moda/graficheskiy-dizayn-i-moda-kakie-vizualnye-trendy-veba-mozhno-uidet-na-podiume/>
- [3] Графический дизайн в сфере моды, 2016, <https://peopleofdesign.ru/ru/2016/05/graphic-design-in-the-fashion-2016/>
- [4] Благова Е., Пълева-Кадийска Бл., Художествено проектиране и конструиране на облекла с CAD/CAM системи, Научна сесия по проект "Основи на изследователско-то обучение във висшето училище", Югозападен университет "Неофит Рилски", Благоевград, 27 Октомври 2017 г.
- [5] Fashion loves graphic design, 2020, <https://www.agneseangelini.com/fashion-loves-graphic-design/>
- [6] Fall 2017 Ready-to-Wear Dolce & Gabbana, Vogue, 2017, <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/details#209>
- [7] Sara Panagiotopoulou, Utopian Bodies: Fashionable Innovation and Imagination-to-Wear at Liljevalchs Museum, 2015, <https://www.yatzer.com/utopian-bodies-liljevalchs-konsthall>
- [8] ЛТ и Покрас Лампас создали коллекцию одежды Vogue, 2019, https://www.vogue.ru/fashion/news/dlt_i_pokras_lampas_sozdali_kollekciyu_odezhdy?g=131986
- [9] West, Aaryn. Resort 2014 Runway Trends: Typographic <https://www.aarynwest.com/blog/fashion/resort-2014-runway-trends-typographic>
- [10] Phelps, Nicole. Viktor & Rolf Fall 2008 Ready-to-Wear, 2008. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2008-ready-to-wear/viktor-rolf>
- [11] Atlas Magazine, 2021, <http://theatlasmagazine.com/anais-roger-fashion-designer/>
- [12] Duong, Amy. The Versace Spring/Summer 2019 Menswear Collection is Eclectic, <https://www.trendhunter.com/trends/versace-springsummer-2019>
- [13] Suthagar, Whyishnave. JC de CASTELBAJAC FASHION SHOW - AW 2011, Woman/Ray? Man/Ray?, 2011,
- [14] Carolina, Ana. Fashion BA Hons, "ESCAPE", 2017, <https://www.artsthread.com/portfolios/escape3/>
- [15] Klein, Alyssa Vingan. Fendi's Resort 2015 Collection Is Bright, Sporty and Urban. Prints, polka dots, pleats - you name it, this collection has it. 2014, <https://www.pinterest.com/pin/18014467234602992/>
- [16] Stella McCartney, Versace, Logomania, 2018, <http://www.coisasdeteteias.com.br/2018/09/logomania.html>
- [17] Adriano B. Daniel Palillo Spring/Summer 2015 Lookbook, http://fuckingyoung.es/daniel-palillo-springsummer-2015-lookbook/#.VA8tl_na5cY
- [18] Imbimbo, Luca. Na Di Studio Fall/Winter 2015 Lookbook, <http://fuckingyoung.es/na-di-studio-fallwinter-2015-lookbook/>