

СЕКЦІЯ XX. КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО

DOI 10.62731/mcnd-05.04.2024.002

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ТА ЙОГО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІЗ ІНДУСТРІЄЮ МОДИ

Якименко Дар'я Павлівна

здобувач вищої освіти факультету дизайну

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Гула Євген Петрович

Художник, графік, професор кафедри графічного дизайну

Україна

Метою публікації є аналіз концептуалізації візуальної ідентифікації брендів та переваги інноваційного розвитку графічного дизайну в умовах сучасної української fashion-індустрії. Проведено порівняльну характеристику українських брендів TATTOOSWEATERS, By me, GEPUR та розкрито креативну роль застосування засобів графічного дизайну у стилізації сучасного одягу.

Актуальність дослідження полягає в тому, що велику популярність сьогодні набуває візуальний аспект бренду, так як він є ваговим складовим фактором успіху в світі індустрії моди. Справедливо також підкреслити трансформаційний вплив графічного дизайну на брендинг моди, який є вирішальним в конкурентному середовищі fashion ринку.

Мода – це відома індустрія візуального мистецтва, яка походить від естетично сформульованого візуального повідомлення, що вимагає постійної передової творчості. Графічний дизайн стає візуальною мовою бренду, яка сприяє згуртованому та впізнаваному наративу бренду. У динамічному світі моди графічні малюнки на одязі служать яскравими полотнами, які багато говорять про особистість, культурні впливи, та дух бренду. Коли люди носять одяг, прикрашений малюнками, які торкаються акордів в інших, емоційний резонанс, який виникає між ними та їхнім одягом, посилюється. Цей попит на персоналізацію є рушійною силою потреби в графічному дизайні в моді. У споживачів часто виникає особистий зв'язок з предметами одягу, коли вони бачать зображення, які представляють їхні власні ідеї, досвід або культурну приналежність. [1, 62-76].

Індустрія моди на теренах України ще дуже молода і знаходиться на початкових стадіях свого розвитку. Водночас керуючись свідченнями Української торгової гільдії, ринок одягу вітчизняного виробника вийшов зі стану рецесії і активно росте на 15-20%. Найновіша колекція або демонстрація бренду – це не єдине, що стосується моди сьогодні. В епоху інформаційного вибуху модні бренди повинні прагнути передавати його етос, історію та розвивати чітку ідентичність, яка резонує з їхньою цільовою аудиторією на глибокому рівні. Продумана графіка – це не просто поверхнєве оздоблення; вона є стратегічним інструментом, які підвищують

сприйману цінність бренду.

Теоретичною та методолічною основою дослідження слугували праці Волтер Ландорі, Пол Ранда, Воллі Олінса, Мілтон Глейзера а також укр. дизайнерів такі як О. Волинець, А. Батюк, К. І. Тишкевич та інших, які присвятили свої роботи вивченню проблемам чинника удосконалення графічного дизайну дизайн бренду.

У ХХІ ст. графічний дизайн розширив сфери свого впливу, став включати комунікацію, ринок, культуру, друковану продукцію, Інтернет, моду – які вимагали інноваційного розвитку як реалізації конкурентних переваг. Мета роботи сучасного графічного дизайнера полягає у представленні унікального художнього бачення, кидаючи виклик існуючого смаку сприяючи динамічному та постійному розвитку візуального наративу. Симбіотичний зв'язок між модою та графічним дизайном досліджується на перетині галузей, демонструючи, як до співпраці залучаються графічні дизайнери, які мають досвід у мистецтві, індустрії моди чи технологіях, що призводить до візуально приголомшливих та культурно резонансних дизайнів, які виходять за рамки традиційних кордонів. Є конкретні приклади того, як провідні модні бренди безперешкодно переносять елементи графічного дизайну з друкованих матеріалів на одяг.

Ми можемо переглянути бренди та їхні знаковий взаємозв'язок у системі пріоритетів графічного дизайну, які були частиною успіху їхніх компаній, підкріплені останніми дослідженнями на українському fashion ринку.

Для аналізу вітчизняних брендів до уваги взято:

TATTOOSWEATERS – творчий проект, такий собі нескінченний експеримент. Бренд має намір об'єднати художників, татуювальників, фотографів, стилістів і перенести їхнє мистецтво на базовий зручний одяг для кожного. Основа TTSWTRS – це ілюзія тіла, вкритого татуюваннями, немовби у продовження одягу та тіла. Адже саме шкіра є тією гранню між нашим внутрішнім та зовнішнім світом, а також одним з найважливіших засобів комунікації. Татуювання, по своїй суті, є втіленням свідомого вибору жити тут і зараз і відчувати себе вільно. **TTSWTRS** насамперед пропагандує ідею самовираження та прийняття свого тіла [2]. Кожен компонент, лінія та колірне рішення функціонують як штрих пензля в ширшій розповіді, що призводить до того, що одяг має додаткові шари глибини та важливості у його сенсах. (Рис.1)

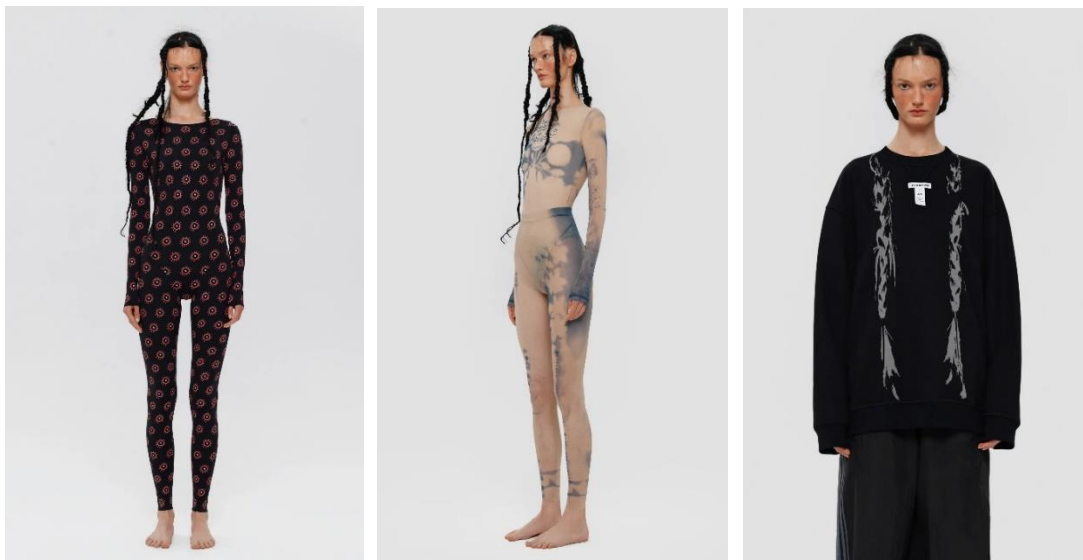


Рис. 1. Авторський одяг TATTOOSWEATERS

Український виробник одягу **Vy me** випустив дуже зворушливу колекцію з фрагментами косівської мальованої кераміки 19 століття. Дизайнери надихалися роботами косівських майстрів, які виготовляли вази, посуд, сувеніри, дитячі забавки та інші речі. (Рис.2) Ці характерні теми дають можливість ділитись українською культурною спадщиною зі світом і нагадувати українкам та українцям, що цінного ми маємо. [3]



Рис. 2. Графічні патерни колекції бренду «Vy me»

Взагалі речі цього бренду цікаво розглядати навіть просто для естетичного задоволення. Графічні компоненти стають маяком у ландшафті, який переповнений модними можливостями, спрямовуючи споживачів на ідентифікацію і розвиваючи зв'язки з потенційними клієнтами.

Український бренд **GERUR** нещодавно випустив лімітований дроп жіночого одягу "Душа". "Він втілює неповторну українську душу: чуттєву, містичну, ніжну, відважну. Різну", – йдеться в описі дропу [4]. На одяг в стилі бренду нанесені різні малюнки та фрази, наприклад, слова Лесі Українки відгукнуться кожній: Я в серці маю те, що не вмирає". Таким чином бренд втілює ціннісні сенси своєї філософії в авторських патріотичних дропах.

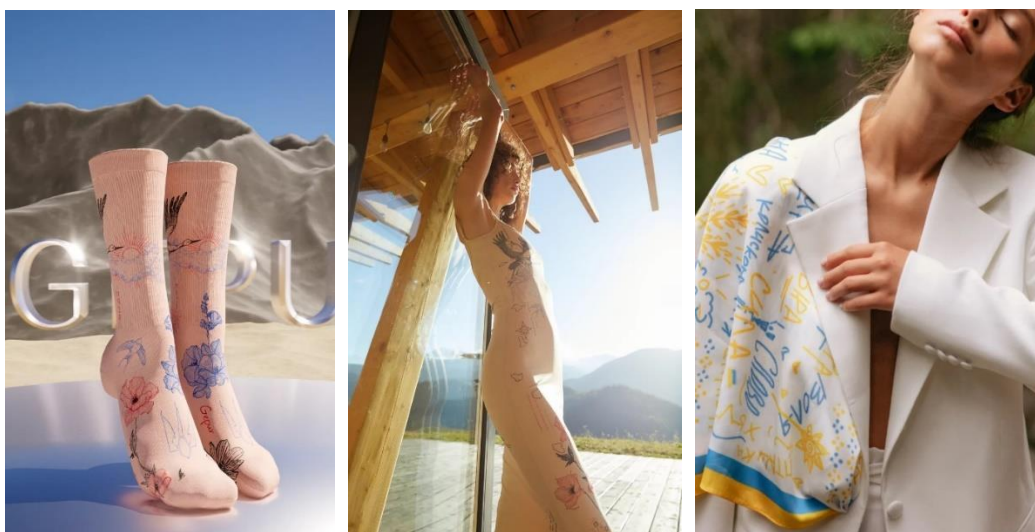


Рис. 3. Лімітована колекція «Душа»

Лімітовані випуски позиціонуються як трансформатори, що перетворюють модні речі на бажані та культурно значущі витвори мистецтва, які можна носити. Проведене дослідження виходить за рамки естетичних міркувань і вивчає те, як нові тенденції графічного дизайну впливають на залучення споживачів.

ВИСНОВКИ. Підсумовуючи, неможливо переоцінити довготривалий вплив графічного дизайну на модний ландшафт. Оскільки мода розвивається, графічний дизайн залишається рушійною силою, формуючи те, як бренди спілкуються зі споживачами та виражають свою ідентичність. Перетин креативності, інновацій та залучення потенційних клієнтів підкреслює постійно зростаючу важливість графічного дизайну у визначенні візуальної мови індустрії моди.

Коли ми рухаємося динамічним ландшафтом, де мода та дизайн сходяться, стає очевидним, що графічний дизайн – це не просто естетичний аспект; це мова, яка говорить про суть бренду. Завдяки стратегічному вибору, співпраці та створенню шедеврів обмеженого тиражу графічний дизайн стає мазком, який малює яскраву та стійку картину модних брендів у колективній уяві людей. Незалежно від того, чи то сміливий логотип чи складна вишивка, вплив графічного дизайну на моду беззаперечний.

Список використаних джерел:

1. Концептуалізація дизайну бренду як соціального і культурного феномена у контексті графічного дизайну: освітнянські аспекти / І. Ригова, К. Северин, Т. Пасічна, Н. Пантус, І. Бобровський // Humanities Studies – № 16(93) (2023) – 2023-10-13, – С. 62-76. URL: <http://humstudies.com.ua/>.
2. Офіційний сайт бренду TATTOSWEATERS URL: <https://ua.ttswtrs.com/pages/about>.
3. Офіційний сайт бренду by Me URL: <https://byme.ua/p/kolektsiia-odiagu-natkhnenna-kosivskoiu-kermamikoIU/>.
4. Офіційний сайт бренду GEPUR : <https://gepur.com/uk>.