

6. Цунджуанг Ван. Нова парадигма освіти студії дизайну. Міжнародний журнал про освіту в галузі мистецтва та дизайну. № 5. 2010.

Наталія Орлова  
(Полтава, Україна)

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШРИФТОВОЇ ГРАФІКИ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ТЕКСТИЛЬНИХ ВИРОБІВ**

*У статті представлено аналіз основних напрямків шрифтової графіки в трендах молодіжного одягу. Особливу увагу приділено особливостям стилістичного взаємозв'язку художньо-графічних елементів шрифту та шрифтових композицій з образом носія та формотворчими характеристиками самого костюма.*

**Ключові слова:** *шрифтова графіка, принт, стилізація, костюм.*

*This paper presents an analysis of the main directives of font graphics in youth clothing trends. Particular respect was given to the peculiarities of the stylistic interrelationship of artistic and graphic elements in the font and font compositions, the manner of wearing and the formative characteristics of the costume itself.*

**Keywords:** *font graphics, print, stylization, costume.*

Сучасний дизайн виробів текстильної та легкої промисловості бере активну участь у процесі глобалізації, в який на сьогоднішній день включилися всі галузі культури та мистецтва. Різні культурні течії: абстракціонізм, мінімалізм, поп-культура, примітивізм, максималізм, модернізм, молодіжні субкультури тощо, проявляються у всіх сферах інформаційного впливу на людину: кіно, театр, одяг, телебачення, література, музика. Графічний дизайн та дизайн текстильних виробів як складова культурного комплексу не залишаються осторонь. Чітка адресність сучасного текстилю – відчутна тенденція нового часу [3].

*Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю  
«Дизайн-освіта майбутніх фахівців: проблеми та перспективи»*

Модні тренди численні та різноманітні. З кожним новим сезоном деякі з них втрачають частку популярності, поступаючись місцем іншим модним напрямкам [2]. У даний час однією з найпопулярніших тенденцій є написи на одязі. Це унікальний спосіб заявити про свою особистість і при цьому виявити креативність, стилізуючи повсякденні вбрання. Одяг із шрифтовими графічними композиціями має певне призначення. Зазвичай, це одяг повсякденного чи спортивного характеру і більш спрямований на молодіжну аудиторію [1].

«Молодіжна» група характеризується тим, що її представники, як правило, починають самі обирати та купувати собі текстильні вироби. Крім того, ця група є найбільш соціально залежною, оскільки молоді властиво вступати в різні соціокультурні спільноти та течії, що мають графічне вираження.

Один із найхарактерніших і найспецифічніших методів графічної стилізації напису – «одне слово». Одяг з написами лише з одного слова – найкреативніший і найпривабливіший спосіб адаптації тренду, який подобається багатьом дизайнерам. З цих позицій заслуговують на увагу колекції Sister by Sibling, Christopher Kane, Celine та багато інших. Так, серед найпопулярніших написів у колекції молодіжного одягу Sister by Sibling можна зустріти «Happy» або «Flower» (рис. 1, а). Принцип розміщення напису залишається незмінним: це певне послання оточуючим, яке можна донести за допомогою моди.

Дизайн текстових написів у формі лем та виразів – ще один популярний спосіб стилізації, а також тенденція, яку можна було спостерігати на показах модних колекцій сезону весна-літо 2021. Такий напис дозволяє більш повно висловити свій настрій чи ставлення до чогось порівняно з написом в одне слово.

У колекціях Kenzo, Moschino та Jeremy Scott кожен з дизайнерів

продемонстрував специфічний тип та зміст написів-виразів. «Mars of Bust» або «La classe non e acqua» – одні з найпопулярніших написів подібного типу. Розглядаючи цю тенденцію, варто згадати DKNY – молодіжну лінію одягу, взуття та парфумерії компанії, створеної дизайнером Донною Каран. Колекції зазвичай виконуються в особливому урбаністичному стилі, заснованому на напрямі casual. Цей бренд у 2019 році випустив колекцію концептуального одягу DKNY FW19, заключними моделями якого була лінія толстовок з різними написами. Вони висловлювали основний концепт колекції та звучали як гасла. Наприклад: «Дизайнери нічого не знають», «Божевільні діти Нью-Йорка», «Не стукайте підборами по Нью-Йорку» тощо. Написи були виконані білим кольором на чорних толстовках, зміщені вліво та за графіком нагадували газетні заголовки (рис. 1, в).

Такі шрифтові принти виглядають яскраво, помітно і несуть на собі більш смислове навантаження, ніж художнє. В даному випадку одяг (толстовки) для них є тлом, оскільки прості по крою, з гладкою поверхнею. Подібного типу написи продемонстровано також у колекціях Jeremy Scott, Dior, Vivienne Westwood.

І останній напрямок у стилізації написів на одязі – це логотипи. Багато хто називає цей напрямок логоманією. У цьому випадку дизайнери розміщують на одязі логотипи знаменитих брендів та торгових марок. Найчастіше приклади логоманії можна спостерігати в лініях одягу DKNY дизайнера Donna Karan, зокрема, в колекції Ashish або колекції модельєра Jean Paul Gaultier (рис. 1, б).

У цій колекції шрифтові композиції виконують саме функцію принтів. Вони виконані різними шрифтами, кольорами, написані під різним кутом. Все це створює ефект динаміки, надає одягу спортивний вигляд, особливо у поєднанні зі смугами та кольоровими вставками в

одязі. Сміслові навантаження у даних принтах відсутні.

Принти в більшості складаються з різноформатних композицій слів «Logo», що й перекладається як «логотип», «JPEG» – «картинка». Принти в основному двоколірні і завдяки композиції нагадують газетні вирізки, обгортки цукерок або поліетиленову упаковку. Композиційні закони для шрифтових графічних композицій такі самі, що й для художніх. Зображення та текст мають бути виконані в єдиному стилі та мати спільні ознаки. У виключно шрифтових композиціях це не говорить про єдиний шрифт, але має бути увазі стилістична сполучність, повинен читатись композиційний центр і має бути правильно вибудована супідрядність об'єктів один одному. Шрифт має бути не лише фразою чи текстом, а й художнім зображенням.

Органічність літер у слові – не лише естетична вимога. Вона закономірно впливає з особливостей читання тексту, коли людина читає не по буквам, а охоплює поглядом ціле слово і навіть кілька слів. Літери можуть бути написані абсолютно різними шрифтами. Рукописний шрифт створює ефект недбалості та легкості, округлий – романтичності, незграбний шрифт – жорсткості, широкий і рівний шрифт виглядатиме впевнено та яскраво [4].

Також шрифтові композиції використовуються як рапорт. Такими тканинами користуються модні будинки. Часто вони застосовуються як підкладкові матеріали або для оформлення аксесуарів. У повсякденному молодіжному одязі допускається широкий спектр шрифтових принтів. В основному вони включають фрази, висловлювання, іноді цілі тексти. Яскраві та сміливі шрифтові принти використовуються в одязі спортивного призначення. Причому, це включає не тільки одяг для спорту, а й одяг у спортивному стилі. Можуть використовуватися як невеликі написи, логотипи, так і великі. Шрифти можуть покривати весь

одяг цілком, можуть бути різноманітні, різнокольорові, виконані декількома видами шрифтів.

Одяг, розписаний написами дуже популярний у молодіжних субкультурах. Він відбиває стилістику костюма, його сенс, підтримує концепт самої субкультури (рис. 1, в).

Отже, використання шрифтових композицій у принтах одягу, у разі молодіжного, не можна виділити на окремий вид мистецтва. Але при його створенні має вирішуватися більше завдань, ніж при зображенні тих самих композицій на площині. Тому, що в даному випадку, дизайнер повинен вміти зв'язати шрифт з елементами зображення та самим костюмом. Повинні враховуватись матеріал, з якого виконано одяг, його форма, крій, силует, розмір.



Рис. 1. Напрями стилізації написів на одязі:  
а) одне слово, б) логотип, в) напис-зміст

А для цього лише володіти принципами шрифтової, орнаментальної та образотворчої композиції, взятими окремо, буде явно недостатньо. Костюм та шрифтовий принт повинні бути приведені до «єдиного знаменника», підпорядковані образу тієї людини, для якої вона призначається, відповідати її стилю, характеру, роботі, способу життя, вподобанням, фігурі, віку, соціальному становищу.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Колосніченко М. В., Процик К. Л. *Мода і одяг. Основи проектування та виробництва одягу.: навч. посіб. Київ : КНУТД, 2011. 238 с.: іл.*
2. *Основи теорії проектування костюма: Навч. посіб. для вузів / під ред. Т. В. Козлової. Москва : Легпромбитаіздат, 1988. 352 с.*
3. Пархаєв Г. О. *Принципи та методи художнього проектування шрифтових текстильних композицій: дисертація ... кандидата мистецтвознавства. Київ, 2009. 341 с.*
4. Роєм Д. *Практика візуального мислення. Київ : Манн і Фербер, 2014. 374 с.*

*Юлія Дуброва  
(Зіньків, Україна)*

## **ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ВИКЛАДАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ПРИ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ПРОФЕСІЇ «ПЕРУКАР (ПЕРУКАР-МОДЕЛЬЄР) МАНІКЮРНИК»**

*У статті схарактеризовано окремі аспекти формування колористичної підготовки майбутніх фахівців з перукарського мистецтва. Розкрито поняття колористичної компетентності, колористичної підготовки. Подано трактування поняття кольору, колірної гармонії, колористики та особливостей використання кольору в процесі професійної підготовки спеціалістів сучасної індустрії моди.*

**Ключові слова:** *колористична компетентність, перукарське*

*Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю  
«Дизайн-освіта майбутніх фахівців: проблеми та перспективи»*