

**ԳՐԱՖԻԿԱԿԱՆ ԴԻՉԱՅՆԻ ԴԵՐՆ ՈՒ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ
ՆՈՐԱՁԵՎՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՈՒՄ**

Կլարա Սամվելի Մարգարյան

*Ճարտարապետության և շինարարության Հայաստանի ազգային համալսարան, ք. Երևան, ՀՀ
km2010ha@gmail.com*

Հողվածում դիտարկվում է գրաֆիկական դիզայնի նշանակությունն ու դերը նորաձևության ոլորտում: Հողվածի նպատակն է ցույց տալ, որ գրաֆիկական դիզայնը բացի ապրանքը գովազդելու միջոց լինելուց նաև բուն հագուստի դիզայնի մաս է: Ուսումնասիրված է գրաֆիկական դիզայնի ազդեցությունը նորաձևության վրա՝ 90-ականներից մինչև մեր օրեր և թե ինչպես է նորաձևությունը ոգեշնչում գրաֆիկական դիզայներներին և հակառակը: Անդրադարձ է կատարվում, թե գրաֆիկական դիզայնի ինչ սկզբունքներ և տեխնիկա են օգտագործվում ժամանակակից նորաձևության ոլորտի մեջ և թե ինչ ձևաչափերով են համագործակցում այս երկու ոլորտները: Այն կարող է ծառայել որպես ուսումնասիրության նյութ գրաֆիկական դիզայնի և նորաձևության ոլորտն ուսումնասիրող ուսանողների և մասնագետների համար, ինչպես նաև խթանել տվյալ ոլորտների կապը և զարգացումը Հայաստանում:

***Բանալի բառեր.** գրաֆիկական դիզայն, նորաձևություն, միտում, գրաֆիկական նախշեր, ժամանակակից մոտիվներ*

Ներածություն

Հետ նայելով, թե ժամանակի ընթացքում ինչպես են այս երկու ոլորտները միասին աշխատել, կարելի է տեսնել, թե որքան սերտորեն են կապված դրանք: Գրաֆիկական դիզայնը կարևոր դեր է խաղում նորաձևության աշխարհում՝ որպես ապրանքանիշի ինքնությունն ու ոճը արտահայտելու և ընդգծելու միջոց: Երկու ոլորտների միջև փոխազդեցությունն ու համագործակցությունը ստեղծում է հետաքրքիր և նորարար լուծումներ, որոնք ընդհանուր առմամբ նպաստում են նորաձևության ոլորտի զարգացմանը: Նորաձևության միտումներն ու ոճն էլ իրենց հերթին կարող են ազդել գրաֆիկական դիզայնում կիրառվող լուծումների վրա:

Երբ դիտարկվում է, թե ինչպես են միավորվում գրաֆիկական դիզայնը և նորաձևության դիզայնը, պարզ է դառնում, որ դրանք ունեն ընդհանուր գաղափարներ: Երկու ոլորտներն էլ կենտրոնանում են ինչ-որ գրավիչ և իմաստալից բան ստեղծելու վրա՝ օգտագործելով այնպիսի գործիքներ, ինչպիսիք են գունատեսությունը, հորինվածքը, հավասարակշռությունը և հակադրությունը: Օրինակ, դիզայները կարող է հագուստի մեջ օգտագործել համարձակ գունային լուծումներ, ճիշտ այնպես, ինչպես այն կարող է օգտագործվել պաստառում, ուշադրություն գրավելու և որոշակի տրամադրություն կամ հաղորդագրություն փոխանցելու համար: Նորաձևության դիզայները կարող է օգտագործել թվային տպագրություններ՝ ոգեշնչված գրաֆիկական դիզայ-

նից՝ հասարակ զգեստը վերածելով արվեստի գործի: Այս մտտեցումը ցույց է տալիս, թե ինչպես գրաֆիկական դիզայնի տարրերը կարող են ուղղակիորեն ազդել նորաձևության վրա, ինչը հանգեցնում է նորարարական և արտահայտիչ հագուստի ստեղծմանը [1]:

Արվեստի երկու ուղղություններն էլ ներշնչանք են գտնում ժամանակակից միտումների, մշակույթի և գեղագիտության մեջ: Գրաֆիկական դիզայներների և նորաձևության ապրանքանիշերի միջև համագործակցությունն ընդգծում է ուժեղ տեսողական ինքնության ստեղծման կարևորությունը, ինչը գրավում և տպավորում է մարդկանց: Այս փոխազդեցությունը հանգեցնում է եզակի համագործակցությունների ստեղծմանը, որոնք օգնում են նորաձևության ապրանքանիշերին առանձնանալ մրցակիցներից և հիշվել իրենց լսարանի կողմից: «Գրաֆիկական դիզայնը և նորաձևությունը երկու ոլորտներ են, որոնք կատարելապես լրացնում են միմյանց՝ ստեղծելով եզակի և ոգեշնչող դիզայն» (դիզայներ Մարկ Ջեյքոբս [2]):

Տեխնոլոգիական առաջընթացը նույնպես ազդում է նորաձևության և գրաֆիկական դիզայնի վրա: Թվային տեխնոլոգիաների զարգացման հետ մեկտեղ դիզայներներն ավելի շատ հնարավորություններ ունեն ստեղծագործելու և փորձերի համար, կարող են ստեղծել բարդ և դինամիկ հորինվածքներ, օգտագործել անիմացիա (շարժման պատրանք ստեղծելու և միմյանցից աննշան տարբերվող անշարժ պատկերների արագ փոփոխման գործընթաց) և այլն: Ընդհանուր առմամբ նորաձևությունը և գրաֆիկական դիզայնը շարունակում են զարգանալ և փոխվել, քանի որ մարդկանց ակնկալիքները մշտապես փոխոխվում են: Կարևոր է հաշվի առնել նորաձևության վերջին միտումները և կիրառել նորարարական տեխնիկա և տեխնոլոգիաներ՝ ստեղծելու եզակի և հիշարժան աշխատանքներ:

«Նորաձևությունը մշտապես շարժման մեջ է, այն արտացոլում է հասարակության զարգացումը և նոր միտումները: Գրաֆիկական դիզայնը նորաձևության մեջ թույլ է տալիս ստեղծել գրավիչ և հիշարժան պատկերներ» (դիզայներ Ալեքսանդեր Վանգ [2]):

Նյութեր և մեթոդներ

Գրաֆիկական և նորաձևության դիզայնի համագործակցությունը մեծ նշանակություն ունի ստեղծագործական աշխարհում: Դա նման է տեսողական արվեստը խառնելու այն արվեստին, որը կրում է անձը: Այս խառնուրդը փոխեց մարդկանց մտածելակերպը դիզայնի մասին և հանգեցրեց հիանալի հավաքածուների ստեղծմանը:

Գրաֆիկական դիզայնի և նորաձևության միջև համագործակցությունը կարող է լինել տարբեր ձևաչափերով: Օրինակներից մեկը նորաձևության ապրանքանիշերի և գովազդային արձավների նյութերի ստեղծումն է: Գրաֆիկական դիզայնը առանցքային դեր է խաղում արդյունավետ հաղորդակցության և ապրանքների, ծառայությունների նկատմամբ ուշադրություն գրավելու գործում: Հայեցակարգային և գրավիչ դիզայնի միջոցով ապրանքանիշերը կարող են առանձնանալ մնացածից և գրավել ավելի շատ սպառողներ:

Համագործակցության մեկ այլ ձև է նորաձևության ապրանքանիշերի համար փաթեթավորման և պիտակների ստեղծումը: Հարմարավետ և գրավիչ փաթեթավորումը կարևոր դերակատարություն ունի սպառողների շրջանում:

Հետաքրքիր համագործակցության ձև են ներկայացնում նորաձևությունն ու գրաֆիկական դիզայնը համատեղող նախագծերը: Դրանք կարող են լինել ցուցահանդեսներ, ֆոտոսեսիաներ կամ ամսագրերի նախագծեր, որտեղ նորաձևության և գրաֆիկական դիզայներները միասին ստեղծում են նոր գաղափարներ: Նման համագործակցությունը նպաստում է նորաձևության և դիզայնի ոլորտում փոխադարձ առաջխաղացմանն ու դիրքերի ամրապնդմանը:

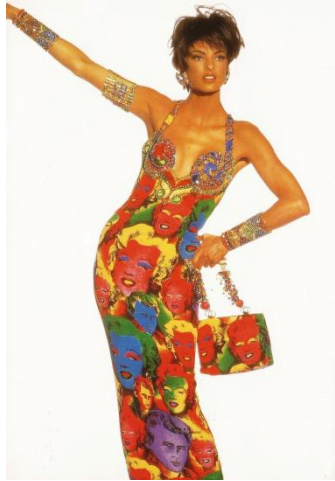
Գրաֆիկական դիզայնի և նորաձևության ոլորտի կարևոր համագործակցություններից մեկը, որի մասին և խոսվում է հոդվածում, հագուստի հավաքածուների ստեղծումն է՝ ոգեշնչված հայտնի նկարիչների աշխատանքներով կամ գրաֆիկական դիզայնի ոճերով: Այս համագործակցությունները թույլ են տալիս նորաձևության ապրանքանիշերին ստեղծել յուրօրինակ հագուստ և ներգրավել նոր սպառողների, իսկ դիզայներներին ընդլայնել իրենց ստեղծագործական ընդունակությունները:

Արդյունքներ և քննարկում

Ընդգծելու համար գրաֆիկական դիզայնի դերն ու ազդեցությունը նորաձևության ոլորտում, որպես հագուստի մաս՝ ստորև կքննարկվեն հայտնի նկարիչների, դիզայներների և նորաձևության տների համագործակցությամբ ստեղծված մի քանի հավաքածուներ:

Նկարիչ, դիզայներ, լուսանկարիչ և հրատարակիչ Էնդի Ուորհոլի ներդրումը գրաֆիկական դիզայնի և նորաձևության աշխարհում զգալի է: Նրա նորարարական մոտեցումները, ներառյալ մետաքսատպագրությունը (*шелкография*), տեքստի և պատկերների կրկնությունն ու ինտեգրումն անջնջելի հետք թողեցին երկու ոլորտներում [3]:

Versace նորաձևության տունը 1991 թ. գարուն-ամառ հավաքածուի (նկ. 1) համար ստեղծեց հագուստ ոգեշնչված փոփ-արտից՝ զգեստի տարրերի մեջ ներառելով Էնդի Ուորհոլի աշխատանքները [4]: Նույն այդ մոտիվներով նորաձևության տունը ստեղծեց իր 2017 թ. գարուն-ամառ հավաքածուն (նկ. 2)՝ ընդգծելով Ուորհոլի աշխատանքների արդիականությունն ու թարմությունը նաև մեր օրերում: Ուորհոլի ստեղծագործությունը շարունակում է ոգեշնչել դիզայներներին և արվեստագետներին, նրա աշխատանքները մինչ օրս համարձակություն են ներշնչում նորաձևության դիզայնի մեջ՝ խրախուսելով դիզայներներին ջնջել արվեստի և հագուստի միջև եղած սահմանները:



Նկ. 1. Versace նորաձևության տան 1991 թ. գարուն-ամառ հավաքածուն



Նկ. 2. Versace նորաձևության տան 2017 թ. գարուն-ամառ հավաքածուն

2010-ների կեսերից մինիմալիզմը և գույսպ ոճը դադարեցին արտացոլել ժամանակակից աշխարհը: Այս շրջանի հավաքածուները հիմնականում հիմնված էին գրաֆիկական տարրերի վրա՝ տարբերանշաններ, նախշեր և այլն: Դրանք հմտորեն մշակվել և կիրառվել են այնպիսի խոշոր նորաձևության տների կողմից, ինչպիսիք են՝ Valentino-ն (նկ. 3), Prada-ն (նկ. 4) և այլն [5]:



Նկ. 3. Valentino նորաձևության տան 2014 թ. հավաքածուն



Նկ. 4. Prada նորաձևության տան 2020 թ. հավաքածուն

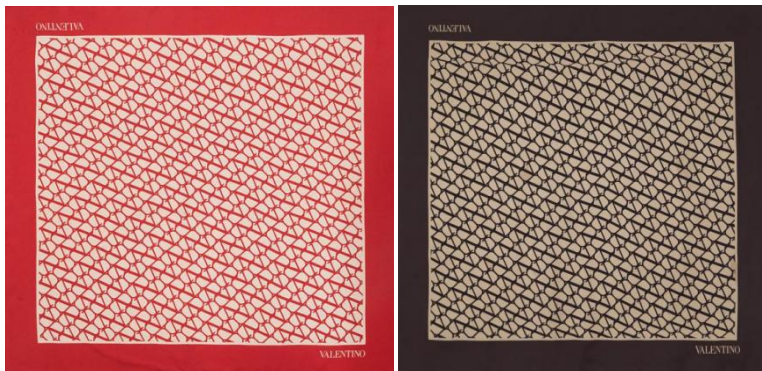
Նկարիչները սկսեցին ավելի ու ավելի շատ փորձարկումներ կատարել գրաֆիկական խոշոր էլեմենտների ու պատկերների հետ (նկ. 5): Հագուստի մեջ շեշտադրվում էր կոնստրուկտիվիզմը, տարբերանշանների հետ խաղը, մաքսիմալիզմը, հակադրական գունային համադրությունները և թվային տեխնոլոգիաների կիրառությունը: Այս միտմանը բնորոշ են անհեթեթ ու անհամատեղելի թվացող տարրերը, գույների ու նախշերի անսպասելի համադրությունները, որոնք կիրառվում են նաև ժամանակակից գովազդային պաստառներում:



Նկ. 5. Prada նորաձևության տան 2014 թ. հավաքածուն

Նախշերը գրաֆիկական դիզայնում հաճախ կիրառվող էլեմենտներ են՝ սկսած փաթեթավորման դիզայնից մինչև կայքերի դիզայն և այլն: Ըստ սահմանման նախշն առաջանում է տարրիկամ մոտիվի կրկնությունից [6] և հագուստի մեջ այն ակտիվ սկսել է օգտագործվել 2000-ներից: Նախշերի առատությունը նորարար ու թարմ լուծում էր, քանի որ այն ամբողջովին հակառակվում էր դասական ու մինիմալիստական ոճին:

2023 թ. աշնանն իտալական Valentino նորաձևության տունը ներկայացրեց հագուստի և նորաձևության այլ պարագաների գարուն-ամառ հավաքածուն՝ ամբողջությամբ նվիրված իր տարբերանշանին (նկ. 8) [7]:



Նկ. 6. Valentino նորաձևության տան տարբերանշանից ստեղծված գրաֆիկական նախշեր



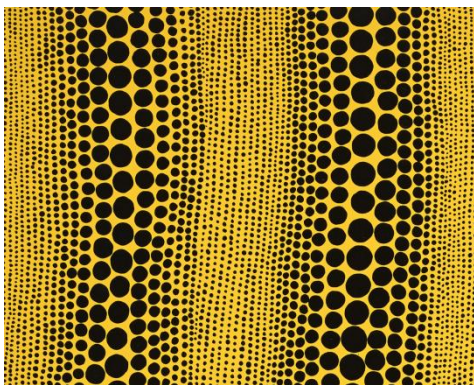
Նկ. 7. Valentino նորաձևության տան տարբերանշանը

Բարձրահարթակով քայլում էին մոդելներ, որոնց ոչ միայն զգեստները, այլև դեմքերը և ներքնազգեստը զարդարված էին գրաֆիկական նախշերով (նկ. 6), որոնք ստեղծված էին Վալենտինո նորաձևության տան տարբերանշանից (նկ. 7): Տարբերանշանը 1968 թ. ստեղծել է նորաձևության տան հիմնադիր Վալենտինո Գարավանին [8]:



Նկ. 8. Valentino նորաձևության տան 2023 թ. հավաքածուն

Արվեստաբանները և արվեստի սիրահարները 93-ամյա Յայոյ Կուսամայի մասին գիտեն ոչ միայն Ճապոնիայում, նրա տպավորիչ աշխատանքների ցուցահանդեսները կիրումետրանոց հերթեր են ստեղծում ամբողջ աշխարհում: Նկարչուհու ստեղծագործության գլխավոր հայեցակարգն առաջին հայացքից պարզ թվացող կետն է (նկ. 9): «Մեր մոլորակն ընդամենը մի կետ է, մեկ սիսեռ՝ տիեզերքում գտնվող միլիոնավոր այլ աստղերի մեջ, իսկ կետերը դեպի անսահմանություն տանող ճանապարհն են» (Յայոյի Կուսամա [9]):



Նկ. 9. Յայոյի Կուսամայի կողմից ստեղծված գրաֆիկական նախշ



Նկ. 10. Louis Vuitton նորաձևության տան 2012 թ. հավաքածուն

Կուսաման և Louis Vuitton-ը 2012 թ. ներկայացրել են իրենց առաջին համատեղ «Creating Infinity» նախագիծը (նկ. 10), այնուհետև համագործակցությունը դարձավ ֆրանսիական նորաձևության տան ամենահաջող հավաքածուներից մեկը: Նկարչուհու համարձակ ստեղծագործությունները զարդարել են ապրանքանիշի հագուստները, պայուսակները և այլ պարագաները, այնպիսի իրարանցում առաջացնելով, որ 10 տարի անց թիմը կրկին հրավիրել է նրան ստեղծագործական համագործակցության:



Նկ. 11. Louis Vuitton նորաձևության տան 2022 թ. հավաքածուն 2022թ. հավաքածուն



Նկ. 12. Louis Vuitton նորաձևության տան խանութ-սրահը Փարիզում

Տասը տարի անց Louis Vuitton-ը թողարկում է իր երկրորդ համագործակցությունը Կուսամայի հետ: 2022 թ. նորաձևության տունը ներկայացրեց «Creating Infinity» հավաքածուի երկրորդ մասը (նկ. 11): Կուսամայի կետերից ստեղծված բազմերանգ գրաֆիկական նախշերն այս անգամ զարդարեցին ոչ միայն հագուստն ու նորաձևության պարարագաները՝ այլ նաև դարձան մի ամբողջ գովազդային արշավի խորհրդանիշ (նկ. 12) [10]:



Նկ. 13. Alexander McQueen նորաձևության տան 1999 թ. հավաքածուն



Նկ. 14. Alexander McQueen նորաձևության տան 2022 թ. հավաքածուն

1999 թ. թիվ 13 գարուն-ամառ հավաքածուն համարվում է Ալեքսանդր Մաքքուինի ամենավառ աշխատանքներից մեկը: Այս հավաքածուն հայտնի դարձավ նույնիսկ նորաձևության աշխարհի սահմաններից դուրս, որի շնորհիվ բացվեց նորաձևության նոր դարաշրջան, որն այժմ սերտորեն միահյուսված է տեխնոլոգիայի հետ [11]: Այս աշխատանքում Ալեքսանդր Մաքքուինն ուսումնասիրել է մարդու և տեխնոլոգիայի կապը և ռոբոտացման դարաշրջանի հանդեպ մարդկության անհանգստությունն ու վախը: Մոդել Շարլոտ Հարլոուի բարձրահարթակ մուտքը վերաբերում էր Ալֆլերդ Հիչքոքի «Psycho» ֆիլմի հայտնի տեսարանին ցնցուղի տակ, երբ մարդասպանը դանակով հարվածում է գլխավոր հերոսուհուն: Այսպիսով, Շարլոտը, ինչպես ֆիլմի հերոսուհին, պաշտպանվում է ռոբոտներից, ասես մահացու դանակից: Մակայն արյան փոխարեն ռոբոտների օգնությամբ զգեստի վրա լցվում է դեղին և սև ներկ, ինչի շնորհիվ պատկերվում է հետաքրքիր դիզայնով նախշ (նկ. 13) [12]: Տվյալ նախշի մոտիվներն օգտագործվել են նաև McQueen նորաձևության տան 2022 թ. հավաքածուի մեջ (նկ. 14):

Եզրակացություն

Գրաֆիկական դիզայնը նորաձևության ոլորտում ոչ միայն ապրանքանիշը ներկայացնելու և գովազդելու միջոց է, այլ նաև բուն հագուստի ստեղծման մաս: Գրաֆիկական դիզայնն էական նշանակություն ունի նորաձևության ապրանքանիշերի համար, քանի որ այն օգնում է ճանաչելի տեսողական ինքնություն ստեղծելուն: Հագուստի մեջ օգտագործվող էլեմենտները, տարբերանշանները, փաթեթավորումը, պիտակները, պաստառները և գովազդային այլ նյութերը, որոնք ստեղծված են գրաֆիկական դիզայներների կողմից, ուշադրություն գրավելու և սպառողների մոտ տեսողական հաղորդակցուղի ստեղծելու ամենաարդյունավետ միջոցներն են: Այն ապրանքանիշը, որն օգտագործում է գրաֆիկական դիզայնի սկզբունքներ իր նորաձևության հավաքածուների մեջ, կարող է հանգեցնել սպառողների համար ավելի գրավիչ և հայեցակարգային առումով հարուստ հագուստի տարբերակների ստեղծմանը:

Ըստ էության, գրաֆիկայի և նորաձևության դիզայնի միավորումը միայն արվեստի երկու ձևերի խառնուրդը չէ, դա մեզ շրջապատող աշխարհը զգալու և դրա հետ փոխազդելու նոր միջոց ստեղծելու մասին է: Այն ցույց է տալիս, որ դիզայնը ոչ միայն ֆունկցիոնալ, այլ նաև արտահայտման ձև է, որը կարող է գաղափարներ և զգացմունքներ փոխանցել: Նորաձևության և գրաֆիկական դիզայնի էվոլյուցիան վկայում է մարդկային ստեղծագործության և հնարամտության մասին, որը հարմարվում է սոցիալական փոփոխություններին և տեխնոլոգիական առաջընթացին:

Այսպիսով, գրաֆիկական դիզայնը կարևոր դեր է խաղում նորաձևության ոլորտում՝ օգնելով ստեղծել յուրահատուկ դիզայն: Գրաֆիկական դիզայնի և նորաձևության ոլորտի փոխազդեցությունն ու համագործակցությունը ստեղծում են թարմ և նոր գաղափարներ, որոնք ազդում են երկու ոլորտների զարգացման վրա: Գրաֆիկական դիզայնը հզոր գործիք է նորաձևության տեսողական լեզուն ստեղծելու և դրա գեղագիտությունը հաղորդելու համար:

Գրականության ցանկ

- [1] **Jose Teunissen**, Fashion, Graphic Design & the Body, Terra Publishing, London, England, 2008, p. 13
- [2] <https://www.hongkongda.com/the-intersection-of-graphic-and-fashion-design/>
- [3] **Э. Уорхол, П. Хэкетт**, ПОПизм. Уорхоловские 60-е, Ад Маргинем Пресс, Москва, Россия, 2016, 352 с.
- [4] <https://www.marieclaire.ru/moda/10-samykh-neveroyatnykh-platev-versace-ot-tropicheskogo-naryada-dzhennifer-lopes-do-mini-kostyumov-princessy-diany/>
- [5] <https://umagazine.ru/moda/trends/graficheskiy-dizayn-i-moda-kakie-vizualnye-trendy-vebamozhno-uvidet-na-podiume/>
- [6] **Richard M. Proctor**, Principles of Pattern Design, Reprint edition by Van Nostrand Reinhold Company Publisher, Dover Publications, New York, United States of America, 1990, 144 p.
- [7] <https://skillbox.ru/media/design/fashion-patterns/>
- [8] <https://1000logos.net/valentino-logo/>
- [9] **Yayoi Kusama**, Infinity net: the autobiography of Yayoi Kusama, Tate Publishing, London, England, 2012, 256 p.
- [10] <https://design-mate.ru/read/an-experience/louis-vuitton-x-yayoi-kusama-collaboration>
- [11] **Э.Уилсон**, Александр Маккуин. Кровь под кожей, Центрполиграф, Москва, Россия, 2019, 400 с.
- [12] <https://bleeckerstreetmedia.com/editorial/films-behind-alexander-mcqueens-fashion>

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В СФЕРЕ МОДЫ

Клара Самвеловна Маргарян

Национальный университет архитектуры и строительства Армении, г. Ереван, РА

km2010ha@gmail.com

В статье рассматривается значение и роль графического дизайна в индустрии моды. Цель статьи – показать, что графический дизайн, помимо того, что является средством рекламы продукта, является еще и частью самого дизайна одежды. Рассмотрено влияние графического дизайна на моду с 90-х годов до наших дней и то, как мода вдохновляет графических дизайнеров и наоборот. Обсуждаются также, какие принципы и приемы графического дизайна используются в современной индустрии моды и в каких форматах сотрудничают эти две сферы. Статья может служить учебным материалом для студентов и специалистов, изучающих область графического дизайна и моды, а также может способствовать развитию этих сфер в Армении.

Ключевые слова: *графический дизайн, мода, тенденция, графические узоры, современные мотивы*

ROLE AND IMPORTANCE OF GRAPHIC DESIGN IN FASHION

Klara Margaryan

National University of Architecture and Construction of Armenia, Yerevan, RA

km2010ha@gmail.com

The article examines the importance and role of graphic design in the fashion industry. The purpose of the article is to show that graphic design, in addition to being a means of advertising a product, is also part of fashion design itself. The article examines the influence of graphic design on fashion from the 90s to the present day and how fashion inspires graphic designers and vice versa. The article discusses what principles and techniques of graphic design are used in the modern fashion industry, as well as the formats in which these two industries cooperate. The article can serve as educational material for students and professionals studying the field of graphic design and fashion, and can also contribute to the development of these fields in Armenia.

Keywords: *graphic design, fashion, trend, graphic patterns, modern motives*

Մարգարյան Կլարա Սամվելի (ՀՀ, ք. Երևան) – ՃՇՀԱՀ, Դիզայնի ամբիոնի, դասախոս, (+374)96955321, km2010ha@gmail.com

Маргарян Клара Самвеловна (РА, г.Ереван)-НУАСА, кафедра Дизайна, преподаватель, (+374)96955321, km2010ha@gmail.com

Margaryan Klara (RA, Yerevan)- NUACA, department of Design, lecturer, (+374)96955321, km2010ha@gmail.com

Ներկայացվել է՝ 09.01.2025թ.

Գրախոսվել է՝ 10.02. 025թ.

Ընդունվել է տպագրության՝ 30.04.2025թ.