



НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

МАГИСТЪРСКИ ФАКУЛТЕТ

Департамент „Дизайн“

Докторска програма „Дизайн“

Николай Красимиров Пачев

**ДИЗАЙН ПРОЕКТ –
СЪВРЕМЕННИ ПОХВАТИ НА ПРОЕКТИРАНЕ
В МОДАТА**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд
за присъждане на образователна и научна степен „доктор“
научно направление 8.2 „Изобразително изкуство“

Научен ръководител: проф. д-р Елена Тодорова

София, 2023

СТРУКТУРА

Дисертационният труд с общ обем на основната част от 220 стр. е структуриран в пет глави в логична последователност: въведение, заключение, справка за приносите и приложимост на резултатите, списък на термините и библиография. Терминологичният апарат е изложен и по глави към всички отделни точки за по-ясна логическа линия.

Към основния текст са включени 60 комплексни изображения – групи от илюстрации, графики и снимков материал, които подкрепят теоретичното изследване.

Библиографията съдържа общо 139 заглавия, 25 от които интернет източници.

Към основната част на дисертацията е добавено и приложение под формата на кратко видео от презентация на авторски проект.

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита от съвета на Департамент “Дизайн” на Заседание..... и насочен за защита от съвет на Магистърски факултет, Нов български университет, София.

Публичната защита ще се състои на 02.11.2023 г., от в зала, НБУ.

СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение

- Актуалност и значимост на разглежданата теза и поставените проблеми
- Основна изследователска теза
- Цели и задачи
- Методология

ГЛАВА ПЪРВА

Моден проект (общи положения, понятия и цели)

- 1.1 Моден проект – основни цели и съвременни проблеми
 - 1.1.1 Идеята като основна принципна цел на дизайн проект (извеждане на тезата спрямо терминологичен апарат)
 - 1.1.2 Устойчивост на идеята в модния дизайн (аргументиран анализ на актуалността на темата)
 - 1.1.3 Моден проект като система от похвати за изграждане на идея (тълкуване на тезата във философски контекст)
- 1.2 Моден проект – портфолио
 - 1.2.1 Портфолио – класическо разбиране
 - 1.2.2 Трансформиране на класическо портфолио в моден проект като методологична система от похвати за достигане до и изграждане на устойчива идея.

ГЛАВА ВТОРА

Изследване (теоретична част на моден проект)

- 2.1 Мудборд
- 2.2 Културологично изследване
 - 2.2.1 Муза – изграждане на вдъхновяващ образ
 - Архетипи – изграждане на типаж с опростени символи и типология
 - Градация при изграждане на образ
 - Муза и целева група – принципни положения и разлики
 - 2.2.2 Съвременни култури и социални феномени

- Съвременни улични култури като градация на темата за вдъхновяващ образ (принципни различия и връзки)
 - Субкултури и актуални улични култури
- 2.2.3 Изкуство, дизайн и мода – съвременни течения и форми
- Популярно изкуство и мода – развитие на стилове в прогресия
 - Модата като компонент на мултидисциплинарно изкуство
 - Трансфер на философии между различни форми на изкуство
- 2.2.4 Исторически влияния в модата
- Вечно модерния стил на големите имена в модата от средата на 20-ти век
 - Новите класици
 - Исторически анализ като похват
- 2.2.5 Стари техники и нови технологии
- Етнография
 - Биомеметика
 - Мода и изкуствен интелект
 -
- 2.3 Проучване на тенденции
- Тенденции – работа с модна информация
 - Задълбочен анализ на тенденции
 - Прогнозиране като похват
 - Стратегия при дизайн

ГЛАВА ТРЕТА

Дизайн (творческа част на моден проект)

- 3.1 Компоненти на модна колекция
- 3.1.1 Цвят
- Дигитално счупени цветови палитри
 - Философия на минимализма в цветовете
 - Психология на цветовете
- 3.1.2 Текстил и материали
- Нормкор
 - Алтернативи
- 3.1.3 Артуърк и текстилен експеримент
- Графична идентичност

- Концептуална градация на декоративни елементи
 - Текстилни експерименти
- 3.1.4 Форма и формообразуване – силует, пропорции, обем
- Силует
 - Пропорции
 - Обем
 - Формообразуване – конструиране
- 3.1.5 Идентичност на дрехата
- Конкретна идентичност
 - Хибридна идентичност
- 3.2 Творчески разработки
- 3.2.1 Лайнъп
- 3.2.2 Модна илюстрация
- 3.2.3 Скечбук
- 3.2.4 Развитие на дизайн – творчески разработки
- Първо упражнение: Развитие на дизайн концепция с подмяна на един или повече от компонентите на колекцията
 - Второ упражнение: Хибриден подход
 - Трето упражнение: Дизайн концепция в развитие, свързваща две конфликтни теми от културологичното изследване
 - Четвърто упражнение: Стайлинг
 - Пето упражнение: Дизайн разработка в прогресия
- 3.3 Структура на модна колекция – математика на дизайн
- Планиране на модна колекция – обем, баланс и вариации
 - Комерсиален баланс на модна колекция – бейсик, актуална и тренд част
 - Координация на модна колекция

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

Техническа документация (референтна част)

- Технически спецификации на предпроизводствен период
- Техническа рисунка
- Цветови варианти
- Конструкция – основни обмерни данни и пропорции
- Детайли
- Шевове

- Помощни материали
- Артуърк
- Етикети
- Списък с материали, размножаване и качествен контрол

ГЛАВА ПЕТА

Стайлинг (презентационна част)

5.1 Дизайн концепция и стайлинг концепция – принципни положения и разлики

5.2 Стайлинг референции

- Стайлинг референции за облекло
- Референции за модел
- Грим и коса
- Фотографски референции
- Фон, среда, реквизит

Заклучение и изводи

Справка за приносите и приложимостта на резултатите

Библиография

Приложение: *19.07* – експериментално кратко видео, което представя лична авторска колекция, заснета от Златимир Араклиев.

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Актуалност и значимост на разглежданата теза и поставените проблеми

Най-голямото предизвикателство на нашето и идното поколение безспорно е екологията и нейните проблеми. Дебатът за устойчивост сякаш не успява да излезе отвъд темата за рециклиране – сам по себе си въпрос, който засяга края на жизнения път на една дреха и е извън прекия контрол и способности на модните дизайнери. Създаването на мода е въпрос за начало на живота на дрехата и отваря по-съществена етична концепция за устойчивост на идеята.

Основна задача на дизайнера е да проектира, измисля, има идея, да изпреварва времето. Когато трябва да прави това професионално и интензивно, отново и отново, креативността е недостатъчна и съответно не може да се разчита само и единствено на нея. Проектирането в модата не може да бъде третирано единствено като творчески акт на артистична експресия. Една завършена и цялостна дизайн концепция, каквато контекстът на реално функциониращата модна индустрия изисква, е съвкупност от похвати, последователни експертни решения и различни тематични отговори на конкретно зададени въпроси, върху които да може да се положат основите на всяка нова дизайнерска идея.

Потенциалните разнообразни отговори изграждат различни концепции. Многопластовият дизайн проект наподобява ДНК. Различните молекули като цифра и структура са ясни и се преповтарят в различни проекти, но тяхното съдържание, информация и начин на взаимодействие са различни всеки път, за да доведат до уникален и радикално различен краен резултат.

Основна изследователска теза

Модният проект е система от похвати – манипулативни апарати за стимулиране на креативно мислене, процеси на развитие на дизайн концепция и рефериране на дизайн.

Обект на дисертационния труд е дизайн проект в модата под формата на портфолио.

Предмет на дисертационния труд са отделните фрагменти на това портфолио – последователни тематични глави, с техните характерни особености, понятия и аргументи.

Рамка на изследователската теза: Основната теза на дисертационния труд затваря около себе си три основни рамки на частния случай, с които се обвързва.

- Обектът на задачата, около който се затваря първата рамка, е цялостен детайлен моден проект с разнообразна пълна гама облекло, предназначен за реален пазар, в

адекватни за минимални до средни обеми, сегментиран като среден до висок клас и подготвен за производство в контекста на реална функционираща модна индустрия. Може да се приеме, че тази задача е най-изчерпателна и най-конкретно подчинена на принципите на проектирането в модата. Приема се, че при по-специфични задания общите принципи и правила са подобни.

- Втората рамка е съобразена с академичната основа, на която дисертацията стъпва, като научен труд към департамент Дизайн на Нов български университет и следва неговите традиции и философия. Разглежда модата преди всичко като приложно изкуство и дизайн и анализира проблема в неговата оптимална практическа полезност.

- По този начин се обосновава и третата рамка. Основен фокус на настоящата дисертация е не творческият акт като емоционален и артистичен процес, а даването на последователни професионални решения и система на работа, които да гарантират устойчив процес и резултат на проектиране при различни субективни обстоятелства.

Цели и задачи

Основната цел на настоящия дисертационен труд е да конструира и представи система от похвати – манипулативни апарати за стимулиране на креативно мислене, творческо развитие на концептуалната идея и цялата детайлна информация, която я съпътства, следвайки логическата последователност и съдържание на моден проект-портфолио.

Основни задачи са:

- Да докаже основната теза и изведената в нея основна цел на дизайна – идеята.
- Да адаптира класическата структура на портфолио към нуждите на изследването за създаване на устойчива идея под формата на дизайн проект.

В теоретичната част:

- Да маркира всички важни стъпки, въпроси от класическото образование и практики по моден дизайн, които биха могли да бъдат потенциални насоки – похвати.
- Да открие, компрометира и постави под съмнение морално остарелите разбирания и практики, като опише аргументирано как и в какво се трансформират те.
- Да маркира и цитира тези похвати, които са засегнати качествено като теория в България.
- Да анализира задълбочено и аргументира съвременните похвати, които имат най-съществено значение към настоящето в модното проектиране.
- Обобщено, да обоснове система за творческия акт като последователни действия с точните компоненти, взаимодействия помежду им и план за действие, за да даде гръбнак за устойчива идея.

В творческата част:

- Де обоснове тези теоретични теми, които се явяват компоненти на дизайна.
- Да обоснове методологични постановки за оптимално подреден дизайн процес. Третира го като система, разграничава чисто математическата част на модната колекция (ДНК) и анализира взаимодействието между отделните компоненти.

В практическата част:

- Да адаптира към дизайна система за изчерпателна референтна информация за технически параметри на облекло при пускане в производство, което отговаря на стандартите на модната индустрия със синтезирани онези технологични спецификации, които имат пряко отношение към дизайна и би следвало да са дизайнерско решение.

Методология

При разработването на дисертационния труд се използва комплексен системен подход за решаване на проблемите. Основните използвани методи са проучване, синтез и анализ във всичките му форми – елементарен, структурен, функционален и аргументативен. Всяка тема поотделно представя дефиниция на понятията и ги поставя под съмнение с най-важния въпрос, а именно „*Защо?*“. Поради спецификата на основната изследователска теза, която се изпълнява от изграждането на самата структура на база тематични въпроси, методологията в отделните точки се прилага в различна степен.

Методологична стратегия при разработване на структурата:

- За нуждите на изведената теза се използва класическа структура на портфолио в познатия му вид, както е заложен в програма Мода в на Нов български университет.
- Изведените точки по глави са умишлено дефинирани като познати (муза, история, цвят, форма и пр.), за да се гарантира устойчивост във времето на поставения въпрос.
- Развитите теми са подложени на критичен анализ с цел и се явяват оригинални съвременни начини за подходане към проблема – похвати.

Методологична стратегия при разработване на темите:

За запазване на кохерентност на портфолиото се преминава през пълния списък с теми и въпроси. Те се класифицират като:

- Общоприети понятия, които са ясни, но важни, и могат да служат за съвременни похвати в модното проектиране – мудборд, лайнъп, цвят, текстилен експеримент, дизайн. За целите на дисертационния труд последните са упоменати и обяснени.
- Дефиниции, които са морално остарели или променени в контекста на последните съвременни процеси в модата като класически дефиниции за стилове и субкултури . За

целта те биват подложени на аналитична критика и на последващ анализ в какво и как се трансформират.

- Теми, които са били предмет на много трактовки и са се размили и усложнили като дефинициите за силует. С цел да бъдат ползвани като похват, те са описани в предложения за опростена методология на работа и реални практически съвети.

- Нови концепции, с които този дисертационен труд има потенциал да допринесе в научен смисъл (структура на креативно проучване, идентичност на дрехата, практически насоки в работа с тенденции, техническа документация на облекло за дизайнери), са изведени посредством комплексна методология и подложени на задълбочен анализ с цел извеждане на конкретна стратегия за работа при проектирането.

- Теми, които са развити качествено в професионалната литература и научни трудове в България. С цел запазване на целостта на модния проект, тези теми са упоменати, цитирани и включени в библиографията като препратка за по-детайлен прочит на автентичните автори.

- Теми, не добре застъпени в литературата, като технически пакети за производство. За разработването им са извършени консултации – интервю с професионалисти от практиката в конкретната област.

- Теми от широк съвременен културологичен контекст, който изисква експертно становище като устойчивост, изкуство и популярни култури. За разработването им отново са извършени консултации – интервю с професионалисти.

Методологична стратегия при разработване на доказателствените примери:

- За доказване на важноста на зададените отделни тематични въпроси и съвременни теории по тях се използват визуални концептуални примери, следвайки начина, по който се изграждат професионални модни концепции в практиката. Те включват илюстрации, графики и снимки. Към тях са изведени аналитични авторски концепции и обяснителни кредити в подкрепа на различните теми в тезата на дисертационния труд.

- Визуалните примери, които подкрепят основните тези, и обяснителните концептуални кредити към тях са подложени на детайлен анализ единствено като обединени комплексни изображения в групи в контекст, а не поотделно. Те изграждат логиката на определената доказателствена теория единствено заедно в единно комплексно изображение.

- Аргументирано са търсени примери от разнообразни източници и широк културологичен контекст с цел доказване на: необятност на информация, с която модните дизайнери се сблъскват постоянно професионално; необходимостта от поддръждане в структура на необятната информация, за по полезно и устойчиво развитие на моден проект; огромния идеен потенциал, който така формулираните въпроси от предложената система като моден проект предоставят.

- За доказване на изведените тези в яснота и категоричност те се класифицират основно като: примери от изкуство, популярна култура и съвременни социални феномени, поставени в широк културологичен контекст около самата мода; примери от популярната и концептуална мода; примери от българската мода; примери със студентски експерименти от преподавателската дейност по мода и стайлинг в магистърските програми към департамент Дизайн в Нов български университет; примери от личното творчество и трудов опит.

- Изложените примери не претендират за абсолютна фактологична всеобхватност и пълнота и се явяват аргументативен доказателствен материал от разнообразни източници и служат като насочващи, потенциални отговори и авторски концепции на поставените в структура на моден проект въпроси.

Методологична стратегия при разработване на терминологичния апарат:

Термините в заглавието, тези, които изграждат основната теза на дисертационния труд, и тези, които формулират големите глави на развитата структура, са тълкувани в най-базисните им речникови понятия.

- За допълнителна яснота и по-логична кохерентност, тази част от терминологичния апарат е включена и в текста на конкретното място по глави и отделни точки според разглежданата тема.

- Термините и понятията, свързани с адаптирането на определени философски концепции (като структурализъм, естетика и архетипи) към нуждите на модния проект са тълкувани по същество според най-чистите им първи значения и автори, заложи в ядрото на философското течение.

- Липсващите в българския тълковен речник англоезични термини и понятия от професионалната мода и култура са преведени. По тях са използвани тълкувания и са цитирани професионални източници.

КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ

Въведение

Във въведението е изложена основната изследователска теза, а именно как модният проект е система от похвати – манипулативни апарати за стимулиране на креативно мислене, процеси на развитие на дизайн концепция и рефериране на дизайн. Формулирани са актуалността на избраната тема, нейната практическа и теоретична значимост, обектът, предметът и целта на изследването. Обоснована е рамка на изследването и са представени задачите и методологичния апарат, използван за постигане на целта.

ГЛАВА ПЪРВА

Моден проект (общи положения, понятия и цели)

1.1 Моден проект - основни цели и съвременни проблеми

В тази точка се разгръща постепенно изследователската теза, като бива подложена на критичен анализ по три различни начина: според терминологичния апарат, в контекста на изложената във въведението актуалност на темата и спрямо философски дефиниции:

1.1.1 Идеята като основна принципна цел на дизайн проект (извеждане на тезата спрямо терминологичен апарат)

Заглавието на настоящия дисертационен труд е *Моден проект – съвременни похвати на проектиране в модата*. Основните понятия, които изграждат зададената главна тема в нейната цялост, са *моден, проект, съвременен* и *похват*. Постигане на неоспорима категоричност на разработената теза изисква първоначално изясняване на техните най-чисти дефиниции в деконструкция поотделно, така както са разгледани в тълковния речник:

Похват – „начин на постъпване, на действие при осъществяване на работа дейност, задача“. Синоними са „способ, маниер, метод“. От английски, „предприети стъпки към определена цел или определен маниер, метод на предприемане на тези стъпки“. Във всички проверени тълкувания се застъпва подчертано винаги думата „метод“, която е изведена като важна по смисъла на настоящето изследване.

Съвременен – „който се отнася към сегашно време; който е съобразен с идеите и разбиранията на епохата си, не изостава от времето; модерен“. Логично към нуждите на тезата това понятие се използва в пълния си смисъл и с акцент върху „модерен“.

Моден – „който отговаря на изискванията на модата, който е в тон с модата, модерен“ (мода от латински *modus* – маниер, норма, време, ритъм) и „който е свързан с мода“.

Най-съществена връзка със зададената тема по подразбиране прави последното значение – „свързан с мода“ в нейния смисъл на професионално прозвище като стилово течение в изкуството и „сфера на бита или културата“. Това отключва въпроси около хибридната същност на понятието мода. Културологичният дебат на тема какво е мода и към кой сегмент на изкуството принадлежи е голям. Тя би могла да бъде определена като занаят, каквато е нейната най-древна дефиниция отпреди векове. Също може да бъде третирана и като част от многообразното и мултидисциплинарно съвременно изкуство, което я позиционира стилово сред изящните изкуства. Изхождайки от съждението, че се прилага в бита, както е тълкувана и в речника, се издига основното и значение като приложно изкуство и дизайн. Според нуждите на тезата, целенасочена към устойчивост на идеята като най-важна, всички значения са считани за абсолютно верни, но второстепенни. В зависимост от частния случай на заданието или конкретния контекст, модата може да бъде всяко едно от тях или всичко наведнъж – съвременната мода съществува някъде по средата.

Проект – „разработен подробен план за създаване на нещо“ или „предварителен замисъл за действия в определена област, по конкретен въпрос, за осъществяване на нещо“. От латински, „идея“ е едно от първите и най-стари значения и в него се открива най-силен смисъл. То съществува отпреди думата „проект“ да се усложни до определения като схема или план, появили се основно в следствие на техническия прогрес и политизирането на термина. Проектът е разгледан като идея за нещо, което още не се е случило и идея за начина, по който да бъде осъществено.

Събирайки отново в конструкция на изречение вече обяснените понятия, съвсем логично заглавието обуславя: адекватни към настоящето (модерни) начини да се подходи (методи) към замисъл за нещо (идея), свързано с модата.

От така изведения елементарен анализ на понятията се доказва ясно, че идеята е главна цел на модния проект, че модният дизайн е преди всичко и на първо място идея, а основната задача на дизайнера е да я проектира и измисля. Нещо повече, тя е закодирана в самото понятие на думата проект в най-чистата му форма.

1.1.2 Устойчивост на идеята в модния дизайн (аргументиран анализ на актуалността на темата)

Ако има съвременна тема, която категорично пренаписва учебниците по дизайн, то тя определено е темата за устойчивостта като основа на креативния процес в дизайна и ролята на дизайнера в решаването на един от най-наболелите проблеми в модната индустрия днес. Както е изложено още в първите изречения на настоящия труд, единственият начин модният дизайн да помогне на голямото предизвикателство за

изграждане на устойчив продукт е чрез устойчива идея. “Искам да правя мода като музика”, споделя пред списание Уолпейпър Албер Елбаз, обръщайки внимание на скоростта, с която модната индустрия буквално изхвърля колекции през тримесечие (Hawkins, 2022).

Консуматорът на облекло има вече създадени потребителски навици покрай безкрайния избор от краткотрайни продукти. Това по същина устойчиво консуматорско поведение е трудно за коригиране. Дизайнерът обаче е в състояние да предостави моден продукт, който евентуално да бъде използван по-дълго време и с повече желание от клиента, задоволявайки по-качествено неговите нужди.

1.1.3 Моден проект като система от похвати за изграждане на идея (тълкуване на тезата във философски контекст)

Според философията на Структурализма структурата превъзхожда смисъла на индивидуалните обекти вътре в нея. Те имат смисъл само и единствено в контекста на всички останали и във връзката си към тях. Съдържанието е повече в поставените теми, отколкото в развитите тези или отговори по така структурираните теми. Адаптирайки тази философска концепция към нуждите на модния проект, може да се заключи, че този проект се превръща в методологична система, в която всички зададени тематични въпроси могат да бъдат трансформирани в похвати на проектиране по същество. Подобна постановка подрежда многообразието от всевъзможни теми, които се явяват хаоса на самия творчески процес. Всеки елемент от модния проект и взаимовръзки са изведени като похват на проектиране по същество, целенасочено и ориентирано към генералната цел за устойчива идея.

И така се стига с пълна аргументация и подкрепено от самите понятия, от рамката на актуалните проблеми и отново през философски дефиниции, до основната теза на дисертационния труд: Модният проект е система от похвати – манипулативни апарати за стимулиране на креативно мислене, процеси за развитие на дизайн концепция и рефериране на дизайн.

1.2 Моден проект – портфолио

За да бъде изведена логиката на новата методологична постановка, предложена като структурирана система от конкретно зададени въпроси с цел извеждане на идея, тя трябва да стъпи на нещо познато, а именно модния проект под формата на портфолио. То реално набелязва основните стъпки, които се извършват в творческия процес. Класическото портфолио дава основа, върху която да се развие сложна многопластова концепция по максимално конкретен и ясен начин.

За да се превърне портфолиото в методологична система с конструирана структура, три стъпки биват анализирани и разгърнати до всички онези малки теми, способни да послужат за похвати на проектиране

- Трансформация на изследване
- Трансформация на творческа част
- Трансформация на технически рисунки
- Въвеждане на презентационна част

ГЛАВА ВТОРА

Изследване (теоретична част на моден проект)

Изследването е най-теоретичната част в структурата на модния проект. И тъй като основна функционална цел на дизайн проекта е идеята, проблематиката на темата е разработена спрямо тази ясна теза. Технически структурата на тази глава се разделя на два големи раздела – пряко свързани с модата теми или тенденции и културологични теми от широкия контекст, които изграждат автентичната идея.

2.1 Мудборд

Една от най-утвърдените практики в модния дизайн е създаването на графично оформено табло за вдъхновение, което затваря концептуална рамка и представлява концепт на най-ключовите идеи от голямото изследване за конкретната колекция. Технически погледнато, мудбордът е композиция от снимки, илюстрации и графики, които могат да преливат и често имат графична смислова връзка помежду си. Задължителните елементи в него са основната идея, образът и цветовата палитра, които се явяват най-първосигнални и разпознаваеми характеристики на облеклото.

В най-съвременното си значение мудбордът се трансформира в нови форми, разраства се експоненциално и участва активно във всички етапи на модния проект. Комплексните изображения, които го изграждат, са всъщност думите и знаците, които създават лексиката на дизайн комуникацията. Модните дизайнери рядко или почти никога не комуникират идеи с логиката на думите в дълги аргументирани текстове, а с визуална информация. Езикът на дизайна е подчертано визуален и борави с връзките между отделни изображения, групиране в комплексна група – мудборд.

2.2 Културологично изследване

Културологичното изследване обединява големи теми под формата на насочващи въпроси, които не са (поне непряко) свързани с модата и я поставят в по-широк културологичен аспект. Основната цел на изследването е да провокира многопластова дизайнерска идея, вдъхновена по правилния начин от многообразни, но важни, съвременни неща. Следват въпросите, които вдъхновяват идеята в модния проект:

2.2.1 Муза – изграждане на вдъхновяващ образ

Модата е приложно изкуство, а нейните произведения почти задължително винаги попадат върху човешкото тяло. Физическите и практични проблеми, които разрешава, са просто началото на нейните приложения. Психологическите аспекти, а именно това, което дава на човек една дреха, методът, по който го дегизира и представя на външния свят, по който променя статуса, към който се причислява, образът, в който го поставя, са едни от най-успешно експлоатираните маркетингови апарати в индустрията. Именно този образ се илюстрира и заляга в дизайнерската идея чрез така наречената муза. По този начин дрехата е изведена от лабораторията на безвремието и бива превърната в мода.

Изграждането на вдъхновяващ типаж под формата на муза е една от най-съществените теми в структурата на моден проект, която се извежда като похват на проектиране, защото е зависима и пряко свързана както със зрителя или консуматора на мода, така и със самото поле на изява, а именно – човека. Изящните изкуства, музиката и популярната култура създават произведения, чиято основна цел е да бъдат консумирани от зрителя. За разлика от тях, основна цел на продукт дизайн е да произведе предмети, оръдия или пособия, които да служат на човек. Модата е уникална и се разграничава съществено от останалите форми на дизайн и изкуство в това отношение, понеже обеднява своя обект със своя субект. Тя изгражда самия човек, а не средата около него.

За да изгради ясен художествен образ, който цели да бъде мигновено разбран, без да разчита на допълнителни теоретични разяснения, единствено използвайки визуална информация под формата на дреха, модата често се опростява стратегически до познати параметри на определена типология под формата на архетипи. Адаптирани от аналитичната психология на Юнг, те представляват универсални вродени модели, които съществуват в колективното подсъзнание на човечеството. В този смисъл са абсолютно всепознат образ, който има способността да разгърне още на пръв поглед като аналогия цяла палитра от качества, вкусове и визуални характеристики, пряко свързани с него. Тези характеристики могат лесно да бъдат реферирани към облеклото.

Важно е да се отбележи нуждата от разграничаване на муза от целева група. Макар разликата между двете определения да е кристално ясна, все още съществуват заблуди и съвсем реалистична възможност двете понятия да бъдат погрешно преплетени. Ползвайки съвсем кратки дефиниции, дадена целева група се определя спрямо възраст, вкус, социално положение, демография и статус, като цяло съвсем статистически референтни характеристики на реално съществуваща личност. Нейна основна цел е по-конкретно и възможно най-изчерпателно обрисуване на потенциалния клиент и това я прави ключов елемент от маркетинговата стратегия на модната марка. Музата пък е идеален художествен образ, чиято цел е да вдъхновява. Казано с други думи, представители на конкретната целева група биха желали по един или друг начин да наподобяват музата.

Съвременната концепцията за муза се разпознава зад силно драматични и художествени образи, но се надгражда, усложнява и достига еволюционно до обединяващ комплексен символ на група музи. Те са представители на подобен или идентичен стилистичен език, в творчеството си следват сходни артистични търсения, културологични влияния и визуална философия.

В този смисъл са изложени три подтеми:

- Архетипи – изграждане на типаж с опростени символи и типология
С изведен доказателствен пример: *Декадентски филмови икони на 90-те*.
- Градация при изграждане на образ
С изведен доказателствен пример: *Героини на американски сексизъм на 70-те*
- Муза и целева група – принципни положения и разлики
С изведен доказателствен пример: *Образ на дигитални икони в музиката и други*.

2.2.2 Съвременни култури и социални феномени.

Стиловете замират. Един от най-често използваните термини в речника на дизайнерите от втората половина на XX век все по-осезаемо губи своята стойност – в настоящия контекст на постоянно зараждащи се еkleктични микро и марко тенденции е неадекватно да се говори за стила с опростени определения като *моряшки*, *спортно-елегантен*, *войнишки* и така нататък. Освен това, делукс марките създават все повече стилово смесени колекции, сякаш приоритет е мултифункционалността на дрехата и нейната версатилност в различни ситуации (свързано и с темата за устойчивостта на идеята). Стиловете се трансформират в много по-сложни и многопластови концепции и референтни образи – вече не става дума за обикновено моряшко облекло, а за (например) военни влияния в лондонската суаг (swag) субкултура от края на 90-те, представена от групи от африкански произход. В този смисъл огромната палитра от разнообразни културологични влияния от реалния живот, от постоянно естествено развиващите се улични стилове, от новите субкултури и модерните обществени течения са по-силен модел за вдъхновение и типологизация, отколкото тривиалната формулировка за стил.

Това е концепцията за кръстосан мултикултурализъм. Сложните процеси в съвременното общество, емиграцията, постоянното движение и бързият достъп до информация правят термини като пънк, хип-хоп или други опростени категории в старомодни отживелици. Те налагат сложни и дълбоки меланжи от етнически произход, география и социални групи, дефинирани не просто с музика или конкретна сцена, а със своя пол например.

Подобно на темата за муза в модното проектиране, тази за уличните култури също изгражда образ, но той е обединен, многопластов, комплексен и наситен с много влияния и визуални референции. В известен смисъл, по този начин се явява естествено продължение и еволюционно стъпало на същата тема. Разликата е в това, че музата е художествен типаж, който откриваме в литературата, изкуството или киното например,

и чрез него търсим конкретен облик на дрехата, който да я одухотвори, а уличните култури са продукт на жив процес, който се случва на улицата. Те са достоверен, естествено зародил се индикатор за модерното, който дава точни автентични параметри на винаги значими към настоящето тенденции, преди да са се случили на модната сцена. Тоест, анализът на нови култури при дизайн стратегията като похват силно засяга въпроса за вкуса на съвременността и гарантира модерност на дрехата.

В този смисъл са изложени две подтеми:

- Съвременни улични култури като градация на темата за вдъхновяващ образ (принципни различия и връзки)
С изведен доказателствен пример: *Нюйоркската бохемска култура*
- Субкултури и актуални улични култури
С изведен доказателствен пример: *Берлинската техно култура* и други.

2.2.3 Изкуство, дизайн и мода – съвременни течения и форми

Различните форми на изкуство съвсем естествено са сериозно вдъхновение за съвременната мода особено в епохата на все по-сложно и експериментално преплитане на видове съвременно изкуство. На пръв прочит теченията се припокриват и най-често срещаните понятия, с които се описват, продължават да са познатите минимализъм или деконструктивизъм. Същото важи и за промишления (продуктов) дизайн с всичките му правила и формулировки, зададени още в зората на 20-те и 30-те години на XX век в школата Баухаус и вечният му култ към функционален модернизъм.

Подобно на усложненията в стиловете и новите улични култури от предишната голяма тема обаче, и тук могат да се наблюдават същите феномени. Вече не става въпрос просто за чист минимализъм, а за (например) азиатски деконструктивизъм в контекста на скандинавската улична култура със силно публично изразена философия за полово флуидност или американски филмов романтизъм от 70-те, привнесен в европейската постелектронна естетика от 90-те. Възможно е да се говори дори за нео и прото стилове.

Съвременно изкуство е мултидисциплинарно. Неговите най-ярки представители съчетават видео, мултимедия, инсталация, дигитално изкуство, живопис, скулптура и мода. Анализът на този меланж от разнолики артистични форми за изразяване на идеи показва, че колкото по-комплексно съчетани са те, толкова по-интересни идейни формулировки се раждат. Това съчетаване на различни артистични форми провокира създаването на устойчиви връзки, които влияят и върху всеки вид изкуство поотделно. Както модата се вдъхновява от например дигиталното изкуство, така и тя е източник на вдъхновение други форми на изкуство.

В това семейство трудно може да се изгради йерархия на отделните течения – те всички изграждат едно цяло, а модата е неделима част и равноправен компонент от него. Нещо повече, актуалният въпрос вече не е дали и под каква трактовка попада модата в

голямата група на изкуствата, а как си взаимодействат всички те. Изграждат се предпоставки за трансфер на различни философии, които поемат по нов път и проявяват в абсолютно различни и оригинални визуални параметри, пренесени в нова форма, спрямо правилата на контекста на новото изкуство, в което са попаднали.

Темата е всеобхватна и всъщност е една от най-сложните и субективни материи за анализ изобщо, защото обхваща контекста, в който попада модата сред останалите форми на изкуство и сложните начини, по които си взаимодействат с тях. Основно това отключва всички въпроси около смесената хибридна идентичност на самото понятие мода, нюансите на стилови дефиниции, които са закодирани в нея, като занаят, като дизайн, като приложно изкуство и дори случаите, в които се изявява като част от съвременните форми на изящно и перформативно изкуство. А всички те, в зависимост от частния случай на заданието, са напълно верни. Модата всъщност попада някъде по средата между тях.

В този смисъл са изложени три подтеми:

- Популярно изкуство и мода – развитие на стилове в прогресия
С изведен доказателствен пример: *Кей-поп*
- Модата като компонент на мултидисциплинарно изкуство
С изведени доказателствени примери за колаборации от популярната мода
- Трансфер на философии между различни форми на изкуство
С изведен доказателствен пример: *От дизайн функционализъм до арт натурализъм* и други.

2.2.3 Исторически влияния в модата

Историческият анализ е една от най-утвърдените практики и задължителен похват в модното проектиране. Той е съществена част при концептуално разрешаване на поставените въпроси и всъщност съпътства всички теми и всеки етап от предложената структура на моден проект. Темата е всеобхватна и сякаш знанията по нея никога не биха могли да бъдат достатъчни. В този смисъл важният въпрос е не дали, а как. Тази глава е единствената част от културологичното изследване, която си позволява да бъде умишлено изцяло съсредоточена и затваря рамка около темата Мода.

Ако трябва да се извлекат конкретни приоритети, теченията, формирали следвоенните десетилетия на XX век, се явяват като най-логичен съвременен похват. Причина за това е фактът, че вече близо петнадесет години след световната икономическа криза е почти невъзможно да се появят и наложат нови големи и независими модни къщи, носещи имената на своите създатели. Най-добрите съвременни дизайнери се изявяват най-често под шапката на големите модни централи. Ако се вземе работата на Раф Симънс за Диор, който всъщност вече е преминал като креативен директор през няколко последвали марки като Джил Сандер, Калвин Клайн и (понастоящем) Прада, то стилът на белгийския дизайнер е постоянно променлива

величина, а ключовите елементи от естетиката на Диор е константна част от формулата. Следвайки тази логика, тя гарантира актуалността на историческото наследство от големите имена в модата от средата на отминалия век.

Близо половин век по-късно предполагаемо се задава генерация от нови модни марки, автори и естетически течения (като японската и белгийската вълна в модата), които да дадат основа за исторически анализ и вдъхновение през идните десетилетия. Маркирайки последния романтичен период със силно изявени автори в модната индустрия, а именно 80-те и 90-те години на XX век, или тези имена, които дефинират и захранват модата с идеи през последните 30 години, може да се предположи, че именно те се превръщат от бъдещето на 90-те в новите класици на бъдещето.

Изведеният похват не проследява историята в нейната класическа форма като периодика по десетилетия и обобщени дефиниции за стилове, заключени в тях, а се опира на конкретни автори и техни постижения в дизайна, разгледани като значими исторически събития в модата. Изгражда целенасочен анализ, изпълнен с изводи, който обосновава контекста и причините определено актуално към настоящето явление да се случи, който разследва назад във времето всички обстоятелства, преминава през различни стилове, автори и конкретни модели. Лавинообразно се разгръща и се движи от тема в тема, като всяка предишна довежда до следващата.

В този смисъл са изложени три подтеми:

- Вечно модерния стил на големите имена в модата от средата на 20-ти век
С изведени доказателствени примери: *Кристиян Диор и Раф Симънс и Ив Сен Лоран и Еди Слиман*
- Новите класици
С изведен доказателствен пример: *Жан Пол Готие*
- Исторически анализ като похват

С изведен доказателствен пример: *От Баленсиага до Баленсиага* – историческото изследване, който бележи хронологично събития от повече от половин век, тръгва от една единствена идея на тема популярен силует от творчеството на Кристобал Баленсиага, преминава през феномена на концептуалната японска мода и неговата адаптирана философия от белгийските дизайнери. Така успява да изведе формулировки за няколко съвременни течения в модата като антимода и деконструктивизъм. Отклонява се към допълнителни теми, различни влияния от класическата живопис, древна етнография и дори композитни зависимости в изкуството, за да се завърне в настоящето отново под шапката на първоизточника на автентичната модна концепция, тема на това изследване, а именно Баленсиага.

2.2.5 Стари техники и нови технологии

Това е последната тема от културологичното изследване, формулирана така, че да стимулира идея с тесен фокус върху техника, текстилни манипулации, декоративни

елементи, устойчивост в текстила или въобще всичко, което касае привидно занаятчийската идентичност на модата.

Връзката между технологии, изкуствения интелект, гигантските скокове на НАСА и скритите символи и знаци в древните етнически култури и изкуства вече е ясна, а споменатите се обвързват посредством науки като биомеметика, която изследва и повтаря принципи от природата посредством нови технологии. Вече съществуват материи от ферментирала бактерия и небостъргачи, построени на принципа на термитните пашкули, наблюдава се и развитието на мислещи синтетични материи, разработени за употреба в космоса с нишки, движещи се в дванайсет посоки на принципа на паяжина.

Тази огромна тема преминава през широк спектър от разнообразни източници на информация и звена в културологията и съдържа в себе си етнография, наука и изкуство. Освен това тя прави връзка между най-древните техники и темите на бъдещето, независимо дали става дума за бродерия, текстилна манипулация, имплантирана технология и компютърни дигитални техники. „Който постига новото, грижейки се за старото, той може да бъде учител.“ – Конфуций. С тази мъдрост започва книгата *Старото ново-новото старо* на Анна Аврамова (2014).

Теми като тенденции и изграждане на образ дават реален живот на дрехата и я превръщат в мода. Теми като съвременната култура или контекста на дизайна съвсем логично я превръщат в изкуство. Най-новите технологии и старите етнографски техники са теми, които я превръщат в наука. Всичко това има генерално отношение към теорията на дизайна и превръща модната идея в устойчива такава.

В този смисъл са изложени три подтеми:

- Етнография
С изведен доказателствен пример върху *българска етнография*
- Биомеметика
С изведен доказателствен пример по темата
- Мода и изкуствен интелект
С изведен доказателствен пример за работата на *Ник Найт*

2.3 Проучване на тенденции

Модната индустрия е изключително зависима от въпроса кога, дори повече от въпроса какво. Много по-важно е кога е създадена една колекция, за да бъде определена като модерна. Работата с модна информация и тенденции е задължителна за всеки комерсиален проект. От всички социални сфери на влияние терминът тенденция засяга най-силно модата.

Важно е да се дефинира моралният аспект за работа с модна информация, когато става дума за дизайн. Обикновено дизайнерът търси точно определени неща в тенденциите като да се сегментира стилово, да получи базова информация за цветове, форми и силуети и най-вече да има основа, върху която да стъпи, за да прогнозира вкуса на бъдещето. Това е предаване на информация, изцяло свързана с модната индустрия.

Професионалният подход изисква по-дълбок културологичен анализ на даден тренд с цел достигане до първоизточника. Така например, ако бъде обследвано формалното двуредно обемно сако с подплънки (тренд, който присъства почти неотлъчно всеки сезон и дефинира може би най-ключовия силует на последните години), може да бъде разгледано по автор (Баленсиага, уголемен или сак силует, мъжки стил, берлинска техно култура, Мартин Марджела и концепцията за реплика), или да бъде разпознато като символ на 80-те (фотографиите на Хелмут Нютън, Ив Сен Лоран, 80-арските амазонки, Грейс Джонс, Студио 54) или като силует и форма (V или H-силует, преувеличени обеми в рамото, Клод Монтана, пауър сако). При този похват се борави визуален материал както от историята на модата, така и от различни културологични източници.

Обществените вкусове не се сменят радикално на всеки шест месеца. Обикновено тенденциите се променят бавно и флуидно като преминават от група в група и се трансформират в нов контекст. Ползвайки подобен на предишния пример - промените в пропорциите довеждат и до други предвидими промени. Така например ако талията се вдига, то неминуемо първоначално деколтето се затваря, за да не се срещнат в една точка, и това довежда до нов тренд – поло, а оттам и боди. На по-късен етап, когато все пак се срещат в една точка, преплитайки се с тренда за бельо, започват да се наблюдават все повече микро бюстиета, съчетани с обемни костюми, а оттам и корсети като предвестник на завръщането на дългоочакваните ренесансови исторически влияния. Изложеният анализ борави с популярни примери, развили се през периода на последното десетилетие.

Съществуват институти, които се занимават с въпросната материя и анализират вкусовете и зараждащите се течения по целия свят, за да изведат прогнози за бъдещо развитие. Те са склонни да предават една и съща информация със съвсем различна собствена трактовка и наименования. Тенденциите излизат в дълги текстове и мудборди с поетични заглавия и много обстоятелства за своя контекст. За да може да бъде извлечена важната за проекта дизайн информация е необходимо абстрахиране от всичко това и навлизане в същината. Стратегията е да бъдат третираны тенденциите по групи и по същество:

- **Микро тенденции** – Конкретните актуални цветове, десени, базисни силуети или пропорции са най-елементарните, но и най-добре дефинирани и разпознаваеми (микро) тенденции. Обикновено се отнасят към следващия сезон и са краткотрайни. Те са и най-ценени, познати и разбираеми от крайния потребител. На техните промени се дължи и бързият кръговрат в модната индустрия. Именно защото са леснодостъпни, те

гарантират комерсиален успех сред непрофесионалисти, но същевременно и няма как да дадат уникалност на дизайна.

- **Макро тенденции** – Трендове (като субкултури, социални, културологични и исторически влияния, преплетени с музика, кино и философия) предсказват естетиката, която засяга следващото десетилетие, и са най-често експлоатирани от модната индустрия. Това са прогнозите, които най-често ловците на таланти и модните критици търсят в работата на дизайнерите и очакват да видят години преди масовия пазар.

- **Мега тенденции** – Трендовете, които граничат с наука и трайните социални феномени като устойчивост, технически нововъведения и посоки на боравене със стари-нови техники са фактор, който влияе на цялостното творчество в дизайна. Те са възможно най-интелектуални, но и най-неконкретни. Уви, най-слабо индикират модерност, защото не се занимават със зрелищните хитове на деня.

Модата все пак е въпрос на време, а тренд информацията е съществена част от дизайна. Стратегически похват в работата с тенденциите е да бъде синтезирана нужната информация спрямо вида и стойността им. Или казано по друг начин, модният проект да бъде съобразен с генералните посоки в дизайна като технологии, да прогнозира вкуса на идното десетилетие спрямо съвременните култури и културологичните обществени течения и да ги дегизира в цвета и пропорциите за идния сезон, подадени ни от официални източници. Този хибриден похват гарантира адекватен и разбираем тренд анализ, имплантиран в дизайн. Важните етапи за достигане до него са маркирани в следните точки:

- Тенденции – работа с модна информация
- Задълбочен анализ на тенденции
- Прогнозиране като похват
- Стратегия при дизайн

ГЛАВА ТРЕТА

Дизайн (творческа част на моден проект)

Ако теоретичното изследване и закодираните похвати в него целят да вдъхновят или стимулират идеята, то дизайн частта се стреми да я развие и илюстрира – да измисли решени и представи конкретните модели и всички техни отличителни белези и детайли. Това съвсем логично е най-творческата част в структурата на моден проект. С цел да подреди оптимално хаотичните художествени и артистични процеси на творческия акт в структурата, тази глава следва хронологично последователни действия (проектиране). Обосновани са смислово няколко големи подтеми, които се разгръщат поэтапно, както следва:

3.1 Компоненти на модна колекция

Това е първи етап, който маркира началото на артистичния процес на проектиране. Негова основна цел е да синтезира натрупаната от теоретичната част информация и да изгради мост между нея и творческите разработки на реалния дизайн. Да извлече съществените артистични и психологически аспекти от отделните теми на изследването, които влияят на идеята, и да ги трансферира в конкретни физически характеристики, с които се описва облеклото (цвят, текстил, форма и идентичност на дрехата).

Разгледан е аналитичен пример: *От изследване към компоненти модна колекция (Виктор и Ролф, Колекция Есен 2003)*.

3.1.1 Цвят

Цветът е първото нещо, което човешкото око забелязва, съответно е и най-първосигналната физическа характеристика на дрехата. Работата с цвят всъщност би могла да се определи като опростен и силно комерсиален похват на проектиране в модата. При крайно концептуалните дизайнери цветът често е изнесен на заден план и заглушен до деликатни ахроматични нюанси и дори изчезва в безкрайни черни колекции, защото просто не представлява предизвикателство за тях. Но именно тази елементарност го прави лесен за работа от непрофесионалисти, а оттам и логичен и разбираем, за да адаптира и приобщи към себе си мнението на крайния потребител. Това е широко използвана дизайн и маркетингова стратегия в модната индустрия. Когато говорим за тенденции, насочени към обща аудитория, често информацията започва и свършва единствено с цвят.

В съвременния дизайн се ползват изводи и математически зависимости от школата Баухаус, където Йоханес Итен адаптира спектралния кръг и разделението на цветовете в него, описва техните качествени характеристики по категории и определя видовете хармонии и контрасти между тях. Според изведените постулати цветовете се смесват и си взаимодействат като светлина или като пигмент. На база на тази принципна разлика са създадени и двата основни стандарта, които ръководят и до днес (СМΥК и RGB). И когато това започва да се управлява от синтетичен мозък, чрез софтуер и алгоритми, се отключва ново течение, вдъхновено от дигитално счупени цветове, породени от компютърни грешки и различна генерирана от програма хармония. Извеждат се комбинации от неадекватно ярки и инфантилни цветове като електриково жълто и люляк в контекста на пастелната изискана гама (пясъчно бежово, млечно сиво, златисто кафяво). Колкото и абстрактни палитри да вади електронният ум, те стоят зад едни от най-комерсиално успешните концепции в модата на последното десетилетие.

Конкретно в моден проект цветовете палитри, които служат за отправна точка са обосновани под няколко специфични класифицирани групи и се определят като:

- **Вечни** (черен, тъмносин, бял, бежов, топло сив) или цветове, които изграждат комерсиалната основа на вечна класика с гарантирана във времето вкусова аудитория.
- **Основни** (цели групи от нюансирани ахроматични, бежови, военно зелени, пепеливи): Затварят се около еднотипна и по-монохромна, пастелна палитра. Определят се като константна основа за марката, върху която стъпват по-цветните акценти.
- **Актуални** (интелигентни богати пастелни и притъпени ярки цветове): създават центъра на концепцията и нейната философска връзка с цвета. Конкретните стойности на нюанса не варират и в комерсиален смисъл най-често повтарят завършен тренд.
- **Акцентни** (категорични чисти ярки и неонов) или най-забележимите и представителни, уви краткотрайни във времето цветове. Определени като *шоустопъри*, те изнасят акцента на колекцията.

Така изведените палитри се прегрупираат и подреждат отново в завършени цветови семейства и се координират, за да създадат комерсиален баланс в прогресия.

В този смисъл са изложени три подтеми:

- Дигитално счупени цветови палитри.
С изведен доказателствен пример от световната мода.
- Философия на минимализъма в цветовете
С изведен доказателствен пример: *Концепция за второ тяло*.
- Психология на цветовете
С изведен доказателствен пример: *София Копола* и други.

3.1.2 Текстил и материали

Селекцията на материали е водеща концептуална стратегия във всички форми на приложни изкуства, дизайн и архитектура. Според Миес ван Де Рое материалите са най-красиви в автентичната си форма и цвят (Stylish Club Team, 2022). Използваният мрамор например е натурален, а не теракотена имитации, металът е с алуминиево покритие. Стъкло, дърво, бетон и всички други архитектурни материали, независимо колко различни са, гарантирано се съчетават в чистия си и оригинален вид. Тази култова за модернизма теория, адаптирана към изразните средства на модата, звучи по друг начин: автентичният материал при един тишърт би бил памучно трико в сив меланж, при риза – поплин в тънко синьо-бяло райе, при тренчкот – водонепромокаем габардин в пясъчен цвят. Дефиницията на нормкор, различните части на облеклото да бъдат представени в най-чистия им вариант, всъщност е дословен прочит на философията на ван Де Рое.

Изборът на материали е ключов компонент на модния дизайн, защото съдържа в себе си едни от най-ключовите характеристики, с които облеклото се определя като цвят, структура и физични свойства. Той е и най-пряко обвързан с теорията за стари техники и новите технологии. Когато модата се слива с науката, изхождайки от лабораторни открития, това обикновено означава нововъведение в текстилните материали. Накратко,

този компонент се разпростира от най-познатите и класически до най-съвременните методи.

Текстилът се характеризира според своите физични свойства, технологии, тежест или спрямо конструкция или сплитка, според която той бива нетъкан (филц, вата и пр.), плетен (трикотаж, изграден, чрез бримка, която заплита, а не втъкава нишки) и тъкан текстил (разграничаващ се спрямо своята сплитка – лито, туил, сатен и пр.). Основна най-определяща негова характеристика е съставът на нишката: Тук има три групи:

- Естествен текстил: Той бива от животински произход, към който принадлежат всички видове вълни (мерино и друг вид овце, ангорска и кашмирска коза, лама, алпака, ангорски заек и пр.) и естествена коприна от пашкул на копринена буба. Съществува и текстил от влакнодайни растения (лен, памук, коноп, юта).

- Текстил от синтетичен произход (полиестер, полиамид, полиакрил, полиуретан и други, както и влакна, третираны за подобряване на хигиенните им свойства като микрофибър, кевлар и други).

- Изкуствени текстилни влакна: Те са всъщност от растителен произход като от дървесина (вискозата, бамбук, агава, кокосов орех, водорасли и други), за чийто добив и обработка се използват много химически процеси.

До появата на въпроса за устойчивост в текстилната индустрия, нейният прогрес за близо половин век разчита почти изцяло на разработки на основата на различни по произход влакна. В съвременния дизайн селекцията на чист еднороден текстил се е превърнала в закон, а това отваря тема за съвсем нова генерация текстили, разработени изцяло в посока устойчивост:

- Устойчиви текстили (рециклирани текстили и алтернативни материали като майло, вегеа, коприва, портокалови влакна и пр.). Тези биоразградими текстили предлагат екологични алтернативи на синтетичните материали, с което спомагат намаляването на въглеродния отпечатък на модната индустрия.

- Умни текстили: Те са високотехнологични научни разработки, които създават или подобряват дадена функционалност. Служат за регулиране на температура, отвеждане или задържане на влага, имат антимикробни свойства, сензори за диагностика на телесни показатели и пр.

В този смисъл са изложени две подтеми с изведени примери към тях:

- Нормкоор.
- Алтернативи.

3.1.3 Артуърк и текстилен експеримент

Артуърк е всичко, което касае визуалната идентичност на модна колекция: от маркови етикети, бранд елементи, тагове и аксесоари (като част от визуалния брандинг), през десениране и апликации (багрене, сито, дигитален и трансферен печат) и текстилни манипулации (бродерии, жакарди, дистресване, покрития) до експеримент и нови технологии (3D печат, интегриране на технологии). В полето на съвременния дизайн артуърк формите често са политематични, насложени една върху друга и развиващи се в различни модели в колекцията.

Най-ясната характеристика на артуърка в дизайн проектирането е неговият декоративен характер. Ако останалите компоненти помагат да се развие психологията, актуалността, конструкцията и пластичността на дрехата, то артуъркът е мястото за декорация.

В този смисъл разгледаните въпроси са:

- Графична идентичност
С изведен доказателствен пример от световната мода.
- Концептуална градация на декоративни елементи
С изведен доказателствен пример: *Фиби Файло за Селин 2012*.
- Текстилни експерименти
С изведен доказателствен пример: *Глен Мартенс*.

3.1.4 Форма и формообразуване – силует, пропорции, обем

Формата е една от най-категоричните и ясни и физически характеристики на дрехата, следователно изграждането на завършена концепция за форма е значим похват на проектиране в модния проект. Темата най-общо обхваща определени като основно и на първо място силует, пропорции, обем и допълнителни методологични понятия като формообразуване в смисъла му на конструктивни начини за постигане на форма спрямо гореспоменатите ѝ специфики.

Силует по дефиницията се определя като обобщено контурно изображение без наличие на дребни детайли в неговите очертания. В контекста на модата външните очертания на дрехата в най-чистия си вид са сведени до опростена геометрична фигура, група от две или няколко такива. Те могат да се развият в градация до многопластова композиция от взаимодействащи си форми, все по-наслоени разработки на хибридни силуети и деконструкция на базата на антисилует. Темата на практика обосновава композиционното поле, в което се изявява дрехата, с една дума – получава форма.

Според установения стандарт популярните силуети носят името на главни латински букви. Употребата на общоприети термини като А-разкроен и Н-правоъгълен силует всъщност се раждат като маркетингов продукт на Диор от начина, по който кръщава своите модели спрямо конкретната им форма през 50-те. Задълбоченото изследване от различни източници показва, че конкретната терминология в силуета с

годините се заплита и размива неимоверно. *Имперски силует* например е по своему препратка към историческа информация, а не към геометричната форма.

За да се запази практическата роля на формообразуването отправено към нуждите на моден проект, следва предложение за различен методологичен похват, който се отдръпва се с една крачка назад, освобождава от всички поетични маркетингови наименования и мутации, за да се завърне към най-базисната теория по концепция по начина, по който е заложена в продуктивния дизайн, още от зората на модернизма. Първият урок по композиция, преди въобще да се заговори за акцент, златно сечение и композиране, отдава значение на най-простите геометрични форми, тръгвайки от линия, триъгълник, квадрат и стигайки до кръг. Те самостоятелно, в ротация или в прости комбинации дават най-точната формула за изграждане на абсолютно всички съществуващи според класическата модна школа силуети.

Пропорции са композиционните математически зависимости на силуета и части от него спрямо човешкото тяло. Нанесени върху него, те следват основните му линии в хоризонтални и вертикални като талия, ханш, бюст и т.н. и се описват спрямо тях. По този начин се отнасят основно към термини обвързани с геометрични и пространствени данни като височина, дължина и дълбочина. Пропорциите не са съсредоточени единствено върху външните контури на обобщената форма, а анализират както връзката, която тя прави с тялото, така и тази между отделните компоненти, които си партнират. Засягат детайлите на дрехите, техните параметри сами по себе си и позиция в контекста на завършеното цяло.

Мъжкият формален гардероб например следва дълъг списък от дизайн правила, етикеция и догми за извънредно точни позиции на всеки елемент. Той може да бъде разгледан отделно като изцяло различно стилово течение в модата, което следва други зависимости и процеси на дизайн – всички те с концентрирано внимание изцяло върху пропорционални конструктивни зависимости и тяхната логика. Дори най-малката промяна в ширината на ревера в милиметри се третира като нов дизайн, който има силата да компрометира важен закон или да създаде нещо изцяло различно.

Обем представлява пропорционалното нарастване на силуета или част от него спрямо тялото в големина.

Формообразуване (разгледано като плоско конструиране, мулаж и формование на материала) би могло да се изведе концептуално като похват на проектирането, обвързан с конструктивните методи за композиционно боравене с и изграждане на форма.

По разгледаните подтеми са изложени доказателствени примери от световната мода.

3.1.5 Идентичност на дрехата

Според теорията на Кант, за да може един предмет да бъде припознат като красив или да се намери отговор на въпроса дали въпросният се харесва, е необходимо първо съзнанието да отговори ясно на въпроса за какъв предмет става дума. Той трябва да бъде представен в неговата цялост и разбран. В този смисъл идентичността е пряко свързана с естетическото възприятие (Jankowiak, неизв. год.).

Адаптирана от философските науки и поставена на дизайнерската маса, тази теория дава научнообоснован аргумент за целенасочен и логичен метод на модно проектиране, който борави с разпознаваеми символи и обвързва като аналогия широка палитра от културологични теми. Дрехи със силно изявена идентичност са обикновено представители на строгия формален гардероб (като конкретно сако, палто или шпионски шлифер) или култови дизайнерски постижения от история на модата предимно под формата на силуети (като ню лук или сак силует). Най-силно това са разпознаваеми символи на армейското облекло (като пилотски якета), които са надскачили своя функционален военен контекст и са се превърнали униформа на улични култури и код на тяхната визуална философия.

Идентичността на дрехата е компонент с особено значение, защото може да бъде изведен като дизайнерска стратегия. Когато в модата се работи с експериментални форми, същият похват е много полезен, защото създава облик на модела, преоблича го и реално дава шанс на зрителя да го идентифицира като нещо познато и да го хареса. Независимо колко сложен и абстрактен конструктивен елемент е реализиран, допълването му с характерните детайли на пилотски бомбър М1 например (като цип, рипсена яка, характерната синтетична материя, или сигналния оранжев цвят на хастара) фактически създава идентичност на въпросния дизайнерски експеримент. Нещо повече, обвързва го с широка палитра от културологични теми (като скинарската субкултура, или немската техно култура), които се разгръщат като аналогия още при пръв поглед.

В този смисъл са логично са изложени две подтеми:

- Конкретна идентичност.

С изведен доказателствен пример от историята: *Бомбър М1*.

- Хибридна идентичност.

С изведен доказателствен пример от модата: *Джуня Уатанабе*

3.2 Творчески разработки

Този етап от модния проект проследява артистичните процеси, които протичат при художественото изграждане и на самия дизайн на модна колекция. Компонентите се смесват. Експериментира се с тях и се анализират взаимодействията помежду им. С практическа цел за максимално логично структуриране на творческия акт се разглеждат методични упражнения, или с други думи – развитие на дизайн разработки в прогресия. Допълнително, с цел изграждане на структурна завършеност са упоменати съвсем ясни

и общоприети дефиниции от модния дизайн като модна илюстрация, скечбук (sketchbook) и лайн-ъп (line-up).

3.2.1 Лайнъп

Лайнъп означава подредбата на всички модели по аутфити от една колекция във възходяща градация от първия до последния. Негова основна цел е да покаже обобщена гледна точка към колекцията в нейната цялост и да проследи логичните линии между отделните модели.

3.2.2 Модна илюстрация

Най-старият общоприет метод за илюстриране на облекло е модната илюстрация. В най-чистата си схематична форма, това е рисунка, изобразяваща един завършен модел облекло върху човешко тяло. Съвременната модна илюстрация като част от моден проект се развива до комплексно изображение, съвкупност от графика, карикатура, колаж, снимков материал и дигитални техники. Днес модната илюстрация е еволюирала до пример за изящно изкуство и маркетингов инструмент, съответно намира място не само като илюстративен материал в издания, но и в галериите за съвременно изкуство. В тази си форма обаче, развита до едно по-висше стъпало в полето на изобразителните изкуства, тя се отдалечава от контекста на разглежданата тема като дизайнерска методология и похват за модно проектиране с цел изграждане на идея.

3.2.3 Скечбук

Събира комплексни модни графики, илюстрации, малки чертежи, драсканици и микро мудборди. Скечбукът всъщност е дневник на всички дизайн въпроси – творчески хрумки, артистични експресии и всевъзможни интригуващи теми. В своята безпоредица той всъщност отразява основна си функция – да маркира хвърчащите идеи на дизайнера, които биха послужили за основа на проект на по-късен етап. В този смисъл не е класически похват на проектиране, защото липсва изведен аргумент и целенасоченост. За да еволюира като такъв е необходима методологична стратегия от процеси за развитие на дизайн (design development process) или подчинение на конкретна логика.

3.2.4 Развитие на дизайн – творчески разработки

Разработват се творчески практики с цел развитие на колекцията, процеси под формата на упражнения, които биха могли да бъдат използвани като помощни средства за развитие, мултиплициране и балансиране на модната колекция:

- Първо упражнение: Развитие на дизайн концепция с подмяна на един или повече от компонентите на колекцията.

- Второ упражнение: Хибриден подход.
- Трето упражнение: Дизайн концепция в развитие, свързваща две конфликтни теми от културологичното изследване.
- Четвърто упражнение: Стайлинг.
- Пето упражнение: Дизайн разработка в прогресия

3.3 Структура на модна колекция – математика на дизайн

Темата предлага структурно математическо решение при изграждане на идеята и идейните творчески разработки до балансиран професионален моден проект с всички необходими сегментирани части, координационни връзки между тях, планиран обем, обосновка и най-вече комерсиален баланс.

Математиката на модната колекция е всъщност адаптирана концепция от маркетинга. Комерсиалният баланс е практика, която се прилага във всички сфери на дизайна и се базира на конкретна статистика. Последната повелява колекцията да се дели на три основни групи: бейсик (комерсиална част), която обхваща приблизително половината колекция, актуална част (по-съществените дизайн разработки или модели) и тренд част, около 10 до максимум 20% (атрактивни и некомерсиални модели, които представят концепцията на проекта в нейната крайност и са предназначени предимно за рекламната кампания). Разгледаните етапи са:

- Планиране на модна колекция – обем, баланс и вариации
- Комерсиален баланс на модна колекция – бейсик, актуална и тренд част
- Координация на модна колекция

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

Техническа документация

Модата и производството на облекло са преди всичко практическа дисциплина, а устойчивият процес в производството е свързан основно с качеството на реферираната техническа информация в дизайн проект.

Липсата на разписани правила прави все по-голяма необходимостта от поставяне на параметри какво точно е дизайнерско решение. От една страна, често дизайнерите, които са подготвени по художествени и концептуални теми, излизат далеч извън контрола на своите компетенции. И обратно – на професионалните технолози, подготвени да посрещнат производство във всичките му форми, измислят определени модификации, които попадат в категорията естетическо решение. Все по-рязка е

границата между двата процеса, а оттам и нуждата те да се срещнат. Именно техническите пакети са полето, където е необходимо най-голямо ниво на сътрудничество и се осъществява връзката между различните професионалисти, свързани с изготвянето на дадена дреха.

Стив Джобс казва “Болестно е да се мисли, че една велика идея е 90% от работата и че просто можеш да отидеш и да кажеш на хората: “ето ви една велика идея”, и те ще я случат. Проблемът е, че отнема ужасно много работа, за да превърнеш една велика идея в един велик продукт. [...] Именно в този процес се крие разковничето ” (Sherman, 2011).

Тази точка от дисертационния труд създава система за изготвяне на детайлна референтна информация за технически параметри на облекло, отговаряща на стандартите на модната индустрия. Акцентира на онези специфики, които имат пряко отношение към дизайна и би следвало да са дизайнерско решение. Извежда ги (макар и косвено) като похват, защото фактически те също стават част от изграждането на цялостна устойчива идея. В това се включват технически въпроси, които имат пряко влияние към естетическите решения и видимите физически характеристики на дрехата. Съответно преминава през темите така, както те биха били полезни и са формулирани за нуждите на производството, като се обръща внимание и се описва това, което е изцяло и единствено решение на дизайна. Тези теми са:

- Технически спецификации на предпроизводствен период
- Техническа рисунка
- Цветови варианти
- Конструкция – основни обмерни данни и пропорции
- Детайли
- Шевове
- Помощни материали
- Артуърк
- Етикети
- Списък с материали, размножаване и качествен контрол

ГЛАВА ПЕТА

Стайлинг (презентационна част)

По дефиниция “дизайн” е идея за нещо или как да бъде създаден предмет или обект, който не съществува. Изхождайки от значението за стил, стайлинг е идея за репрезентацията на даден моден продукт или начинът, по който изглежда в определен

артистичен контекст. На пръв поглед разликата между тези две определения е малка, но всъщност е радикална: дизайнът има за цел да измисля и създава, а стайлингът – да предава информация и изгражда паралели. Единствено темата за мода е обща.

Тази глава от настоящия дисертационен труд маркира похвати за изграждане на стайлинг концепция като финална презентационна част и естествен завършек на пълноценен моден проект под формата на портфолио.

Подобно на изграждането на дизайн концепция, създаването на визуална стайлинг концепция се базира отново на идейните елементи, развити чрез теоретичното изследване, които стоят в основата на ДНК идентичността зад модната колекция. Те обаче са трансформирани в референции за фото или видеопродукция, което маркира различни цели и друг професионален екип. Стайлингът не е индивидуален проект и в този смисъл е нужно концепцията да бъде разгледана през призмата на екипа професионалисти, които ще я реализират и спрямо техните нужди:

- Стайлинг референции за облекло, които маркират различните комбинации, аутфити и елементи на костюмографията.
- Референции за модел, които развиват, позите, настроението и психологическото въздействие на определения типаж.
- Грим и коса, които изграждат визуално образа.
- Фотографски референции като осветление, цветност, композиция в кадри и фотографска стилистика.
- Фон, среда и реквизит.

Заключение

Финалната част на дисертационния труд е формулирана изцяло около анализ на постигнатите цели и тяхната практическа приложимост конкретно спрямо моден проект под формата на изложени изводи.

ОСНОВНИ ИЗВОДИ:

- Модата е преди всичко начин на мислене, а основна цел на дизайн проектирането е идеята. Този извод е изведен още в първа глава на настоящия дисертационния труд чрез анализ на понятията в техните най-чисти дефиниции. Важността на това съждение е обоснована от актуалната и важна тема за устойчивост и начинът, по който дизайнерският труд попада в нея.

- Всяка тема може идейно да обогати крайния продукт под формата на облекло и при целенасочено и аргументирано ползване, именно каквото структурата дава, се превръща в похватна проектиране. Това се доказва от естественото на визуалните доказателствени примери, конкретно подредени точно по тези теми, които засягат. И конкретно показващи точно как темите се използват като проектантски похват.

- Този извод се отнася както към пряко ориентираните в облекло творчески теми, така към теоретичните, които създават ядрото на самата идея.

- Теоретичните методи за изграждане на идея в моден проект като основна негова цел се явяват първи и най-важни. Художествените такива имат ясна цел да спомогнат идеята, съответно се явяват подчинени и вторични. Допълнително те се подчиняват трудно на научен аргумент за извеждане на тезата на дисертационния труд, защото са подвластни на субективни фактори като талант, кондиция и обща култура.

- Модният проект може да бъде разгледан като методична система, която изгражда структура. Смисълът в тази структура е в зададения въпрос. Това се доказва чрез анализ на термините във философския им контекст, така като са заложили в течението на структурализма, за да бъдат адаптирани към моден проект.

- Тематичните въпроси от структурата на моден проект могат да бъдат методично използвани като похвати на проектиране. Точната формулировка на темите и практическата насоченост, която създават, може да бъде използвана целенасочено за изграждането на проекта и да доведе до много различни и оригинални резултати, доказано от огромния диапазон на доказателствени примери както от експериментална учебна дейност, така и от безспорно успешни и популярни примери от голямата модна сцена.

- Методичната система под формата на структура от зададени въпроси помага за откриване на по-оригинални отговори, съответно е по-устойчив модел на намиране на идея. Това отново се доказва от огромния обем оригинални концепции в доказателствените примери, които се явяват различни отговори на съвсем стандартно формулирани въпроси.

- Методична система под формата на структура от зададени въпроси помага за подреждане на творческия хаос, който съпътства дизайн процеса именно при наличие на

богата култура, талант и много идеи. Всеобхватността на доказателствените примери в културологичен аспект и демонстрираните разнопосочни концепции ясно доказват как необходимостта от подредена структура е най-силна при наличие на богата идейна информация.

- Модата е силно зависима от съвременното. В този смисъл е важно да бъдат разграничени понятията похват от съвременен похват. Всички развити тези в дисертационния труд, включително и тези в историческите анализи, са пряко свързани с настоящето и умишлено търсени като значими съвременни такива. За да може да се гарантира евентуална устойчивост във времето на поставените въпроси, те са обобщени до най-конкретно значимите за модата такива – образ, изкуство, технология или цвят, форма, текстил. Това са вечните въпроси. Развитите потенциални отговори са променлива величина, която след десетилетия най-вероятно ще бъде различна. Включените доказателствени примери посочват адекватните към днес явления, теми и отговори.

- Познатата класическа структура на моден проект по начина, по който е заложена като академична основа в програма мода на НБУ може да бъде използвана като гръбнак за изграждане на предложената методична система под формата на структура от тематични въпроси. Ясно посочени са връзките между популярните дефиниции на елементи от портфолио, а също така в какво и как се трансформират за нуждите на моден проект спрямо изведените тези в дисертационния труд.

- Проследени и анализирани са малките теми, които тези промени касаят. Разграничени са общоприетите, морално остарелите и най-съвременните полезни практики в моден проект. Там, където е зададена достатъчно полезна и ясна информация, тя е упомената и използвана. Там, където тезата изисква нещо ново, то е развито с аргумент.

- Балансът на тема спрямо тема е променлив и пряко зависим от идеята. Дизайнът е процес и последователността спрямо изложената в моден проект е без значение. Основният извод тук е, че подредена структура и методологична цел са необходими – те обогатяват една устойчива идея независимо от хронологията на портфолио или от първоначалния етап на нейното развитие при проектиране.

- Третирането на моден проект като структура от въпроси без предварително зададена тема е полезна методология в преподаването, защото дава възможност, тренира мисленето и подготвя студентите за самостоятелно развитие на идея – нещо, с което те се сблъскват в реалната си работа, а и се изисква при упражняването на професията. Структурата дава скелет от празни кутийки, които да насочат към потенциални и разнообразни въпроси, каквито рамката на предварително зададена тема би ограничила.

- Подобна методология е възможна и смислена за по-късен етап от образованието в последните курсове на бакалавърска степен и най-вече в магистърска. Подобна

методология с реална практическа насоченост при завършени дизайнери изисква известно натрупване от технологични и теоретични познания като преминаване през история на културата и модата. Последното позволява да се ползват по предложения начин като похват или съвсем базисни познания като текстилно материалознание, цветнознание и други теми, добре застъпени като отделни предмети в ранните етапи на програма мода в НБУ.

- В класическата структура на моден проект съществуват познати и важни теми, които могат да служат за съвременни похвати в модното проектиране – мудборд, лайнъп, цвят, текстилен експеримент, дизайн и изкуство. За целите на дисертационния труд последните са упоменати и обяснени, преди да бъдат допълнени от аргументиран анализ на модерни и съвременни свързани теории. Засегнати са и като текст, и като визуални примери.

- В структурата на моден проект съществуват теми, детайлно развити и застъпени в професионалната литература и научни трудове по темата като Модна илюстрация от Александър Гергинов, Модното прогнозиране в неговия аспект като изкуство от Николай Божилов, Устойчиви практики в модата от Яна Дворецка, Стари техники и нови технологии като обвързана концепция от Анна Аврамова, Мода и култура в техния социален и маркетингов аспект от Любомир Стойков и други. С цел – запазване на целостта на моден проект, тези теми са упоменати, цитирани и включени в библиографията като препратка за по-детайлен прочит на автентичните автори.

- В моден проект съществуват теми, които са променени в контекста на последните съвременни процеси в модата като класически дефиниции за стилове и субкултури . За целта те са анализирани, за да бъдат изведени нови теории и творчески критични разработки. Те проследяват как и в какво се трансформират и дават конкретни предложения как практически да бъдат обяснени по-опростено, по-добре или в по-съвременен контекст.

- В моден проект съществуват теми, които са били предмет на много трактовки и са се размили и усложнили като дефинициите за силует. С цел те да бъдат ползвани похват са описани предложения за опростени методология на работа и реални практически съвети.

- В моден проект съществуват теми, които не са широко разгърнати в контекста на изграждане на структура. За целите на дисертационния труд са описани теория и практически съвети.

На този етап вече завършено и аргументирано се излага отново основната теза:

Модният проект е система от похвати – манипулативни апарати за стимулиране на креативно мислене, процеси на развитие на дизайн концепция и рефериране на дизайн.

Справка за приносите и приложимостта на резултатите

- Създава нов модел-подход към дизайн проект – без зададена конкретна тема, а като структура с ясни параметри под формата на тематични въпроси – похвати.
- Изгражда нов похват на проектиране – подредена структурирана система за творческия акт като последователни действия с точните компоненти, взаимодействия помежду им и план за действие, за да даде гръбнак за творчески разработки в критични ситуации.
- Дава конкретна практическа стратегия за работа с модна информация – тенденции, като дефинира какво конкретно дизайнера взима от информацията. С това дава потенциална аргументирана резолюция на научния дебат по отношение дали е редно да се гледа чужд дизайн и до колко и къде това има място в дизайн проектирането.
- Адаптира съвременни похвати, които са реални практически упражнения за преминаване от изследване към дизайн, генериране и мултиплициране на модели в модна колекция.
- Създава адаптирана за нуждите на дизайнерите система за изчерпателно рефериране на технически параметри на облекло при пускане в производство, което отговаря на стандартите на модната индустрия, с разграничени технологични специфики, които имат пряко отношение към дизайна и би следвало да са дизайнерско решение.
- Дава основа за запълване на практически липсващо звено, което съвременната модна индустрия изисква – разработване на продукти.
- Създава основи за нови теми в образованието по моден дизайн.
- Отговаря на съвременните и произлизащи от реалния моден бизнес нужди за адаптация на модното образование към съвременната реалност и нуждите на индустрията.
- Предоставя за разглеждане много и разнообразни теми от широк културологичен контекст.
- Допълнително в техническия кредит към тях включва голям списък от допълнителни подобрени статии от професионални източници.
- Събира на едно място богат речник от смесени тълкувания от философия, култура и професионални модни термини.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Аврамова, А. (2014). *Старото ново – новото старо*. Национална художествена академия.
- Барт, Р. (2005). *Системата на модата*. Агата-А.
- Божилков, Н. (2019). *Функция, концепция и прогнози в съвременната мода в първото десетилетие на XXI век*. НХА.
- Бочков, П. (неизв. год.) *Култура*. Университетски речник- Нов български университет. Извлечено на 22 юли 2023, от <https://nbu-rechnik.nbu.bg/bg/obsht-spisyk-na-ponqtiq/kultura>
- Гемишева, М. (2019). *Време и стил. Контури на историята на модата през XX век*. Колибри
- Касабов, И. (неизв. год.) *Система*. Университетски речник- Нов български университет. Извлечено на 22 юли 2023, от <https://nbu-rechnik.nbu.bg/bg/obsht-spisyk-na-ponqtiq/sistema>
- Касабов, И. (неизв. год.) *Структура*. Университетски речник- Нов български университет. Извлечено на 22 юли 2023, от <https://nbu-rechnik.nbu.bg/bg/obsht-spisyk-na-ponqtiq/struktura>
- Гергинов, А. (2023) *Методи и техники в обучението по модна илюстрация*. НХА
- Гергинов, А. (2021) *Модната илюстрация в България и по света (кратък исторически обзор)*. . Александър Гергинов, Извлечено на 15 юли 2023, от https://tok-bg.org/Aleksandar_Gerginov_Fashion%20illustration%20in%20Bulgaria.pdf
- Дворецка, Я. (2021) *Устойчива мода*. Textile and garment magazine =Текстил и облекло. бр.11-12/2021. ISSN 2603-302X
- Добрев, Д. (2014). *Изкуството. История на идеите*. Фабер.
- Стойков, Л. (2006). *Теоретични проблеми на модата*. НХГ.
- Alesina, I. (2013). *Slow Design in 2003*. Test kitchen for change. Извлечено на 30 юли 2023, от http://www.testkitchenforchange.org/slow_design.html
- Allwood, E. H. (2015). *Being McQueen's muse*. Dazed Digital. Извлечено на 22 юли 2023, от <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/26688/1/michelle-olley-mcqueen-muse-yoss-ss01>
- Bancroft, A. (2012). *Fashion and Psychoanalysis: Styling the Self*. I. B. Tauris.
- Barker, T. (2023). *From world wars to notorious subcultures: charting the MA-1's history*. Highsnobiety. Извлечено на 6 август 2023, от

<https://www.highsnobiety.com/p/bomber-jacket-history-guide/>

- Barnard, M. (1996). *Fashion as Communication*. Routledge.
- Barnard, M. (2014). *Fashion Theory: Introduction*. Routledge.
- Barnard, M. (2020). *Fashion Theory: A Reader*. Routledge.
- Barthes, R. (1967). *Systeme de la Mode*. Editions du Seuil.
- Barthes, R. (2013). *The Language of Fashion*. Bloomsbury Academic.
- Baty, P. (2017). *The Anatomy of Colour*. Thames & Hudson.
- Baudot, F. (1999). *A Century of Fashion*. Thames & Hudson.
- Baudot, F. (2002). *Fashion & Surrealism*. Assouline Publishing.
- Black, S. (2010). *Eco-Chic: The Fashion Paradox*. Black Dog Publishing.
- Bluttal, S. (2001). *Halston*. Phaidon Press.
- Bolton, A. (2011). *Alexander McQueen- Savage Beauty*. The Metropolitan Museum of Art.
- Bolton, A. (2017). *Rei Kawakubo Comme des Garçons*. The Metropolitan Museum of Art.
- Bott, D. (2007). *Chanel: Collections and Creations*. Thames & Hudson.
- Brownie, B. (2016). *Acts of Undressing: Politics, Eroticism, and Discarded Clothing*. Bloomsbury Academic.
- Bürdek, B. E. (2005). *Design: History, Theory and Practice of Product Design*. Birkhäuser.
- Cadogan, D. (2018). *The story behind the family portraits that became an iconic Comme campaign*. Dazed Digital. Извлечено на 21 юли 2023, от <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/41192/1/sisters-jim-britt-1976-comme-des-garcons-aw88-isabella-burley-book>
- Chervinska, N. (2023). *Bauhaus Design Movement: Philosophy, Principles & Ideas*. Depositphotos Blog. Извлечено на 20 юли 2023, от <https://blog.depositphotos.com/bauhaus-design.html#:~:text=Functionality,should%20also%20remain%20aesthetically%20pleasing>.
- Cicolini, A. (2005). *The New English Dandy*. Thames & Hudson.
- Colón, S. (2020). *A Closer Look: The Making Of An Upcycled Alexander Mcqueen Spring 2020 Runway Gown*. Fashionista. Извлечено на 1 август 2023, от Извлечено на 1 август 2023, от <https://fashionista.com/2020/04/alexander-mcqueen-spring-2020-upcycled-dress-behind-the-scenes>

- Corrigan, P. (2008). *The Dressed Society: Clothing, the Body and Some Meanings of the World*. SAGE Publications Ltd.
- Covolo, R. (2020). *Fashion Theology*. Baylor University Press.
- Coyle, C. (2018). *Design Archives: Victor Papanek (1923–98)*. Homes & Interiors Scotland. Извлечено на 01 август 2023, от: <https://homesandinteriorsscotland.com/2018/12/design-archives-victor-papanek-1923-98/#:~:text=Papanek's%20take%20on%20design%20was,to%20people%2C%E2%80%9D%20he%20said>
- Davis, H. (2008). *Modern Menswear*. Laurence King Publishers.
- Davis, H. (2019). *Fashion Central Saint Martins*. Thames & Hudson.
- De la Perra, E. (2019). *Balenciaga and Spanish Painting*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Detycke, L. (1999). *Belgian Fashion Design*. Ludion.
- Di'an, F., & Ga, Z. (2009). *Synthetic Times: Media Art China 2008*. The MIT Press.
- Dirix, E. (2016). *High Fashion: The 20th Century Decade by Decade*. Thames & Hudson.
- Dragt, E. (2019). *How to Research Trends Workbook*. BIS Publishers.
- Droste, M., & Peter, H. (1990). *Bauhaus*. Benedikt Taschen Verlag GmbH.
- Edmonds, J. (2006). *Three-Dimensional Embroidery*. B T Batsford Ltd.
- Eudeok, K., et al. (2021). *Fashion Trends: Analysis and Forecasting*. Bloomsbury Visual Arts.
- Eicher, J. B. (1995). *Dress and Ethnicity: Change Across Space and Time*. Berg Publishers.
- English, B. (2018). *A Cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries: From Catwalk to Sidewalk*. Bloomsbury Academic.
- English, B. (2019). *Japanese Fashion Designers: The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. Bloomsbury Visual Arts.
- Farrelly, L. (2005). *Fashion Forever: 300 Years of Subculture*. Trans-Atlantic Publications.
- Fletcher, K., & Grose, L. (2012). *Fashion and Sustainability: Design for Change*. Laurence King Publishing.
- Fogg, M. (2013). *Fashion: The Whole Story*. Prestel.
- Foulkes, N. (2007). *The Trench Book*. Assouline Publishing.
- Fukai, A. (2015). *Fashion: A History from the 18th to the 20th Century: The Collection of the Kyoto Costume Institute*. Taschen.
- Fukai, A., et al. (2010). *Future Beauty: 30 Years of Japanese Fashion*. Merrel Publishers Limited.

- Fury, A. (2021). *Vivienne Westwood: The Complete Collections (Catwalk)*. Yale University Press.
- Gelder, K. (2005). *The Subcultures Reader*. Routledge.
- Gibson, M. (1999). *Symbolism*. Taschen.
- Goddard, A. (2022). *Mixed Media Textile Art in Three Dimensions*. Batsford.
- Godoy, T., & Vartanian, I. (2009). *Japanese Goth*. Universe.
- Graw, I., et al. (2018). *Jump into the Future – The Borgman Donation*. Koenig Books.
- Hadi, M. S. (2018). *Design History: Deutscher Werkbund*. Crazy Atelier. Извлечено на 29 юли 2023, от <https://oss.adm.ntu.edu.sg/muhammad384/design-history-deutscher-werkbund/>
- Haenfler, R. (2013). *Subcultures: The Basics*. Routledge.
- Hallet, C., & Johnson, A. (2021) *Fabric for Fashion; The Swatch Book*. Laurence King Publishing.
- Hanson, D. (2008). *Terryworld*. Taschen.
- Hawkins, L. (2022). *Alber Elbaz on AZ Factory: “fashion for a reason, not a revolution”*. Wallpaper Magazine. Извлечено на 30 юли 2023, от <https://www.wallpaper.com/fashion/az-factory-alber-elbaz>
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Routledge.
- Hitti, N. (2019). *The "only way to save the world" is to ban land ownership, says Vivienne Westwood*. Dezeen. Извлечено на 01 август 2023, от <https://www.dezeen.com/2019/10/10/vivienne-westwood-climate-change-crisis/amp/>
- Hodge, C. (неизв. год.). *Changing Philosophies – Design: The Whole Story*. Aesthetica. Извлечено на 02 август 2023, от <https://aestheticamagazine.com/changing-philosophies/>
- Honey-Suckle Company. (2016). *Honey-Suckle Company: Spiritus*. Bierke Verlag.
- Holland, G., & Jones, R. (2017). *Fashion Trend Forecasting*. Laurence King Publishing.
- Hossein, A. (2010). *Unleashed Contemporary Art from Turkey*. Themes & Hudson.
- Igini, M. (2023). *10 Concerning Fast Fashion Waste Statistics*. Earth.org. Извлечено на 01 август 2023, от <https://earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/>
- JAA. (2012). *January 21: ‘see to it that these things are the work of freemen and not of slaves’*. Clio’s Calendar: Daily Musings on Architectural History. Извлечено на 02 август 2023, от

<https://archhistdaily.wordpress.com/2012/01/21/january-21-see-to-it-that-these-things-are-the-work-of-freemen-and-not-of-slaves/>

Jaeger, A. (2009). *Fashion Makers Fashion Shapers*. Thames & Hudson.

Jankowiak, T. (неизв. год.). *Immanuel Kant*. Internet Encyclopaedia of Philosophy. Извлечено на 5 август 2023, от

<https://iep.utm.edu/kantview/#:~:text=The%20three%20most%20important%20ideas,objects%20corresponding%20to%20these%20ideas.>

Johnston, L. (2009). *Nineteenth Century Fashion*. V & A Publishing.

Jones, T. (2013). *100 Contemporary Fashion Designers*. Taschen.

Joseph, N. (1986). *Uniforms and Nonuniforms: Communication Through Clothing*. Greenwood Press.

Jung, C. G. (1981). *The Archetypes and the Collective Unconscious*, p.32, Princeton University Press.

Kandinsky, W. (1999). *Kandinsky: Hauptwerke aus dem Centre Georges Pompidou Paris*. Dumont.

Kawamura, Y. (2004). *The Japanese Revolution in Paris Fashion (Dress, Body, Culture)*. Berg Publishers.

Kawamura, Y. (2016). *Sneakers: Fashion, Gender, and Subculture*. Bloomsbury Academic.

Kawamura, Y. (2018). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies (Dress, Body, Culture)*. Bloomsbury Visual Arts.

Kellogg, A. T., et al. (2002). *In an Influential Fashion: An Encyclopedia of Nineteenth and Twentieth Century Fashion. Designers and Retailers Who Transformed Dress*. Greenwood.

Küisel, K. (2022). *Advanced Creative Draping*. Laurence King Publishing.

Knight, N., & Cotton, C. (2009). *Nick Knight*. Harper Collins.

Lantz, J. (2016). *The Trendmakers: Behind the Scenes of the Global Fashion Industry*. Bloomsbury Academic.

Lehnert, G. (2000). *A history of Fashion in the 20th century*. Konemann.

Lewis, R. (2013). *Modest Fashion Styling Bodies, Mediating Faith*. I.B. Tauris.

Loriot, T. (2019). *Thierry Mugler: Couturissime*. Phaidon Press.

Lurie, A. (1983). *The Language of Clothes*. Vintage Books.

Lynch, A. (2007). *Changing Fashion: A Critical Introduction to Trend Analysis and Meaning*. Berg Publishers.

- Lynge-Jorlen, A. (2017). *Niche Fashion Magazines: Changing the Shape of Fashion*. I.B. Tauris.
- Mackay, E. (2017). Behind Björk's Collaboration With Alexander McQueen & Nick Knight For Homogenic. *Out Magazine*. Извлечено на 25 юли 2023, от <https://www.out.com/music/2017/10/19/behind-bjorks-symbolic-collaboration-alexander-mcqueen-nick-knight-homogenic>
- Mackinney-Valentin, M. (2018). *Fashioning Identity: Status Ambivalence in Contemporary Fashion*. Bloomsbury Visual Arts.
- Marshall G. (1991). *Spirit of '69: A Skinhead Bible*. A K Pr Distribution.
- Metzner, S. (2001). *Form and Fashion*. Arena Editions.
- Morton, C. (неизв. год.). *Fashion A-Z. Business of Fashion*. Извлечено на 1 юли 2023, от <https://www.businessoffashion.com/education/fashion-az/a-line>
- Mulvagh, J. (2003). *Vivienne Westwood: An Unfashionable Life*. HarperCollins.
- Nakamichi, T. (2010). *Pattern Magic*. Laurence King Publishing.
- Newton, J. (2005). *Helmut Newton: A Gun for Hire*. Taschen.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.
- Pailes-Friedman, R. (2016). *Smart Textiles for Designers*. LaurenceKing Publishing.
- Papanek, V. J. (2007). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Academy Chicago.
- Philipps, S. (2018). *Finding Brutalism: A Photographic Survey of Post-War British Architecture*. Park Books.
- Racinet, A., & Tétart-Vittu, F. (2018). *The Complete Costume History*. Taschen.
- Ratcliff, C., et al. (2009). *Andy Warhol: Portraits*. Phaidon Press.
- Rawson, E. (2018). *American Subcultures: A Bedford Spotlight Reader*. Bedford/St. Martin's.
- Richie, D. (2007). *A Tractate on Japanese Aesthetics*. Stone Bridge Press.
- Rocamora, A., et al. (2019). *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*. Bloomsbury Visual Arts.
- Rubin, R. (2023). *The Creative Act: A Way of Being*. Penguin Press.
- Sajonas, F. (2017). *Everything You Need to Know About Conceptual Artist Stephen J Shanabrook*. Hypebeast. Извлечено на 20 юли 2023, от <https://hypebeast.com/2017/4/10-facts-artist-stephen-j-shanabrook>
- Saillard, O. (2017). *Dior by Christian Dior (Classics)*. Assouline.

- Samson, A. (2018). *Martin Margiela: The Women's Collections 1989-2009*. Rizzoli Electra.
- Schrager, I. (2017). *Studio 54*. Rizzoli.
- Schuman, S. (2009). *The Sartorialist*. Penguin Books.
- Seymour, S. (2008). *Fashionable Technology: The Intersection of Design, Fashion, Science and Technology*. Springer Vienna Architecture.
- Seymour, S. (2010). *Functional Aesthetics: Visions in Fashionable Technology*. Springer Vienna Architecture.
- Simon. (2023). *Deutscher Werkbund German artistic and production association*. Encyclopedia of Design. Извлечено на 29 юли 2023, от <https://encyclopedia.design/2023/01/09/deutscher-werkbund-german-artistic-production-association/amp/>
- Steele, V. (1996). *Fetish: Fashion, Sex & Power*. Oxford University Press.
- Stylish Club Team. (2022). *Mies Van der Rohe | "Less is More"*. Stylish Club. Извлечено на 1 юли 2023, от <https://stylishclub.pt/news-media/mies-van-der-rohe-less-is-more/>
- Svendsen, L. (2006). *Fashion: A Philosophy*. Reaktion Books.
- Takahashi, J. (2016). *Undercover*. Rizzoli.
- Thackara, J. (2006). *In the Bubble: Designing in a Complex World*. MIT Press.
- Thomas, K. (1999). *Exits: Living Fashion*. Edition Stemmler.
- Tindle, H. (2016). *Chanelling Cold War Chic In Andrzej Żuławski's Possession*. AnOther Magazine. Извлечено на 19 юли 2023, от <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/9203/chanelling-cold-war-chic-in-andrzej-uawskis-possession>
- Uhlig, M. (2012). *Smart Clothing in the Mainstream Implications of Technology in the Context of Clothing*. Извлечено на 30 юли 2023, от <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1483170/FULLTEXT01.pdf>
- Vischer, T. (2017). *Wolfgang Tillmans*. Hatje Cants Verlag.
- Vogel, S. (2007). *Streetwear: The Insider's Guide*. Thames & Hudson.
- Wesen Bryant, M., & DeMers, D. (2001). *The Spec Manual*. Fairchild Books.
- Wilcox, C. (2007). *The Golden Age of Couture: Paris and London 1947 – 1957*. Victoria and Albert Museum.
- Windlin, C. (1996). *Jurgen Teller*. Benedikt Taschen Verlag GmbH.
- Wilson, E. (2009). *McQueen Leaves Fashion in Ruins*. The New York Times. Извлечено на 01 август 2003, от

<https://www.nytimes.com/2009/03/12/fashion/12MCQUEEN.html>

Wolff, C. (1999). *The Art of Manipulating Fabric*. Interweave.

Wong, I. (2022). *The Obsessed: Otaku, Tribes, and Subcultures of Japan*. Gestalten.

Worsley, H. (2011). *100 Ideas that Changed Fashion*. Laurence King Publishing.

Yip, P. (2016). *Fashionpedia - The Visual Dictionary of Fashion Design*. Fashionary.