

Хмельницький національний університет
Факультет технологій та дизайну
Кафедра дизайну

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

другий (магістерський)

Освітній рівень

ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ ДИЗАЙН-СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНСЬКОЇ СЕСІЇ МІЖНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЮ «SINERGIA»

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ

Виконала: студентка 2 курсу, група ДЗНмз-20-1 О. С. Бондарчук

Підпис

Ініціали, прізвище

Керівник С. А. Петращук

Підпис, дата

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер С. А. Петращук

Підпис, дата

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю: Е. В. Базиліук

Підпис, дата

Ініціали, прізвище

Зав. кафедри дизайну
_____ 2021 р.

Хмельницький, 2021

Анотація

дипломного проекту освітнього рівня «магістр»

на тему: «Художнє оформлення дизайн-середовища української сесії

міжнародного фестивалю «SINERGIA»

студентки групи ДЗмз-20-1 Бондарчук О. С.

керівник – к. т. н., доц. Петрашук С. А.

Обсяг пояснювальної записки – 87 с., 66 рис., 2 табл., 2 додатки, 25 джерел

Обсяг графічної частини – 7 планшетів розміром 600x900мм

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ДИЗАЙН-СЕРЕДОВИЩЕ, ФЕСТИВАЛЬ «SINERGIA», МІЖНАРОДНИЙ ФЕСТИВАЛЬ, УКРАЇНСЬКА СЕСІЯ, МИСТЕЦТВО, ДИЗАЙН, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНА ПРОДУКЦІЯ, ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ, СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ, ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА, ДРУКОВАНА РЕКЛАМА

У ході дипломного проектування розроблено художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia», що включає в себе розробку логотипу Sinergia, друковану та зовнішню рекламну продукцію, сувенірну продукцію. У перелік друкованої рекламної продукції входять: кишеньковий календар, запрошення на фестиваль, афіша, програма фестивалю, інформаційний буклет та флаєр, макетна реклама в журнал. До зовнішньої реклами відносяться розроблені постери на біл-борд, сіті-лайт та реклама на транспорті. Сувенірна продукція фестивалю представлена у вигляді футболки з фірмовою ілюстрацією, чашки з логотипом, сумки, кепки, настільних стягів, ручок.

(дата)

(підпис)

Хмельницький національний університет
(повне найменування навчального закладу)

Факультет технологій та дизайну

Кафедра Дизайну

Освітній рівень другий (магістерський)

Галузь знань 02 Культура і мистецтво
(шифр і назва)

Спеціальність 022 Дизайн
(шифр і назва)

Освітня програма Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

_____ Базилюк Е.В.

_____ грудня __ 2021 року

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

Бондарчук Олена Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту Художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

Керівник проекту Петрашук Світлана Анатоліївна, к.т.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «__» _____ 2021 р., № _____

2. Строк подання студентом закінченої роботи _____

3. Вихідні дані до роботи Розробка дизайн-проекту графічного оформлення навчального посібника «Графічний дизайн та реклама

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ

1 Композиційна частина

2 Творча розробка ідей об'єкту проектування

3 Конструкторсько-технологічна частина

4 Розробка заявки на отримання авторського права на твір мистецтва Логотип «Sinergia»

Висновки

Додаток А Графічна частина проекту

Додаток Б Захист авторських прав

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____

7 планшетів 600 на 900 мм

1 планшет. Інформаційна частина проекту

2 планшет. Розробка логотипу для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

3-4 планшет. Розробка друкованої рекламної продукції для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

5-6 планшет Сувенірна продукція для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

7 планшет. Розробка зовнішньої реклами для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

6. Консультанти розділів проекту

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|--------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| 1 | Петращук С.А., к.т.н., доцент | | |
| 2 | Петращук С.А., к.т.н., доцент | | |
| 3 | Петращук С.А., к.т.н., доцент | | |
| 4 | Петращук С.А., к.т.н., доцент | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів дипломного проекту | Строк виконання етапів проекту | Примітка |
|-------|---|--------------------------------|----------|
| 1 | Збір основної інформації | 10.09.21 | |
| 2 | Дослідження проектної ситуації | 26.09.21 | |
| 3 | Розробка і обґрунтування концепції дизайн-об'єкта | 05.10.21 | |
| 4 | Композиційна проробка джерела творчості | 16.10.21 | |
| 5 | Вибір та обґрунтування вихідних даних до проектування книги | 25.10.21 | |
| 6 | Творча розробка ідей об'єкту проектування | 15.11.21 | |
| 7 | Конструкторсько-технологічна частина | 25.11.21 | |
| 7 | Подача заявки на авторське свідоцтво для об'єкта проектування | 30.11.20 | |
| 8 | Розробка презентаційних планшетів | 07.12.20 | |
| 9 | Затвердження роботи | 17.12.20 | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Студент _____
(підпис)

О. С. Бондарчук
Ініціали, прізвище

Керівник проекту _____
(підпис)

С. А. Петращук
Ініціали, прізвище

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| | с. |
| Вступ | 6 |
| 1 Композиційна частина | 9 |
| 1.1 Дослідження проектної ситуації | 9 |
| 1.1.1 Історія розвитку фестивалю «Synteza sztuk» | 9 |
| 1.1.2 Композиційний аналіз джерела творчості | 21 |
| 1.1.3 Характеристика досягнень відомих графіків-мінімалістів | 26 |
| 1.1.4 Розробка і обґрунтування концепції фірмового стилю української сесії міжнародного фестивалю «Synergia» | 31 |
| 1.2 Композиційна проробка джерела творчості | 32 |
| 1.2.1 Вибір та стилізація композиційних елементів джерела творчості | 32 |
| 1.2.2 Вибір можливих головних композиційних принципів та засобів зв'язку | 34 |
| 1.3 Вибір та обґрунтування вихідних даних до проектування фірмового стилю української сесії міжнародного фестивалю «Synergia» | 36 |
| 1.3.1 Вибір та характеристика типу дизайн-об'єкта | 36 |
| 1.3.2 Загальні вимоги до проектування фірмового стилю | 37 |
| 1.3.3 Вибір і характеристика пакета матеріалів | 39 |
| 1.3.4 Складання пакета вихідних даних до проектування | 40 |
| 2 Творча розробка ідей об'єкту проектування | 42 |
| 2.1 Розробка ескізів ідей логотипу та їх загальна характеристика | 42 |
| 2.2 Порівняльний аналіз варіантів ідей, вибір головної та розробка варіантів пропозицій | 45 |
| 2.3 Розробка ескізів рекламної продукції та сувенірної продукції | 47 |
| 2.4 Композиційний аналіз гармонійності розробленого художнього проекту | 59 |

| | | | | | | | |
|----------|------------------|-------------|--------|------|--|------|---------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | | |
| Змн. | Арк. | № Документа | Підпис | Дата | | | |
| Розроб. | Бондарчук О.С. | | | | Лім. | Арк. | Аркушів |
| Перевір. | Петращук С.А. | | | | 4 | 95 | |
| Реценз. | Бобровський О.В. | | | | ХНУ ст. гр. ДЗНмз-20-1 | | |
| Н.Контр. | Петращук С.А. | | | | | | |
| Затверд. | .Базиліук Е.В. | | | | | | |
| | | | | | Художнє оформлення дизайн-середовища української сесії Міжнародного фестивалю «SINERGIA» | | |

| | | |
|-----|--|----|
| 3 | Конструкторсько-технологічна частина | 61 |
| 3.1 | Розробка конструкції проєктованих засобів | 61 |
| 3.2 | Вибір технологічних рішень | 69 |
| 3.3 | Визначення вартості впровадження графічного оформлення української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» | 72 |
| 4 | Розробка заявки на отримання авторського права на твір мистецтва логотип «Sinergia» | 77 |
| 4.1 | Опис до авторського свідоцтва на твір мистецтва логотип «Sinergia» | 77 |
| 4.2 | Заява про реєстрацію авторського права на твір | 78 |
| | Висновки | 83 |
| | Перелік джерел посилання | 84 |
| | Додаток А Графічна частина дипломного проєкту | 88 |
| | Додаток Б Захист авторських прав | 95 |

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | <i>Лист</i> |
| | | | | | | 5 |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | |

ВСТУП

Актуальність теми. В даний час велику популярність набули різні види фестивалів, серед них і фестивалі з багатьма напрямками мистецтва, тобто синтез мистецтв. Популярність до таких заходів у людей виникла звичайно не без допомоги засобів візуального впливу, тобто комплексного рекламного пакету з безліччю цікавих рішень залучення мас до заходу. Щоб подія запам'яталася та захотілося відвідати її ще, потрібно грамотно розробити дизайн-проект графічного супроводу для фестивалю.

Фестиваль – це свято, на якому творча особистість отримує можливість проявити себе найяскравішим способом, втілити в конкретному проекті свої вміння, знання, навички. Міжнародний фестиваль «Sinergia» – це польсько-український проект, який, поєднавши творчість різних поколінь, демонструє цікаві ідеї в мистецтві та дизайні. Фестиваль складається з двох сесій – польської, яка проходить у м. Бидгощ і української, яка відбувається у м. Хмельницький. І якщо у польській сесії фестивалю є свій фірмовий стиль, то в оформленні української сесії фестивалю до цього часу використовуються елементи фірмового стилю польської сесії.

А тому розробка художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» – це можливість покращити стан візуальної інформації при рекламному супроводі даного проекту. Ця задача є актуальною на сьогоднішній день для популяризації як самого фестивалю, так і м. Хмельницького як сучасного культурного і туристичного міста України.

Об'єктом дослідження дипломного проекту є художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» засобами та методами графічного дизайну.

Предметом дослідження є стильова виразність, візуальна ідентифікація української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».

Мета роботи – художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 6 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

Завдання роботи:

1. Вивчити та систематизувати вихідні дані, дослідити характеристики та вимоги до об'єктів проектування, ретроспективи дизайну об'єктів проектування.
2. Вибрати та стилізувати головні композиційні елементи для графічного представлення художнього оформлення дизайн-середовища.
3. Вибрати концепцію дизайну об'єктів проектування, засобів художнього оформлення та графічного дизайну.
4. Розробити варіанти творчих ідей логотипу та іншої графічної продукції для дизайн-середовища фестивалю.
5. Розробити конструкцію та запропонувати технологію реалізації дизайн-об'єктів.
6. Розрахувати вартість дизайн-проекту.
7. Подати заявку на авторське право на твір мистецтва.

Методи дослідження: теоретичний (аналіз, синтез, узагальнення, пояснення, класифікація тощо) для обґрунтування вихідних даних до проектування оформлення дизайн-середовища. Системно-історичні та порівняльно-історичні методи для вивчення теоретичного та візуального матеріалу. Метод композиційного аналізу для вибору та стилізації головних композиційних елементів джерела творчості. Методи комп'ютерного проектування та комп'ютерної дизайн-графіки при розробці художнього оформлення середовища фестивалю.

Засоби дослідження: комп'ютерні програми та графічні редактори Microsoft Office Word, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

Наукова новизна отриманих результатів:

- розроблено художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» з використанням інструментів графічного стилю мінімалізм, що відрізняється використанням традиційних українських кольорів (білий, синій, жовтий) як основного композиційного елементу на відміну від концепції традиційного стилю мінімалізм, в якому число використовуваних

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 7 |

кольорів зведено до мінімуму і популярне поєднання кольорів – це чорний, сірий і білий.

- розроблено конструкцію та технологію реалізації дизайн-проекту. Запропоновано спосіб розташування логотипу та фірмового знаку на об'єктах зовнішньої реклами, сувенірній, фірмовій та рекламній продукції, фірмовому одязі.

Практичне значення отриманих результатів. Розроблено дизайн художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» для популяризації як самого фестивалю, так і м. Хмельницького як сучасного культурного і туристичного міста України.

Апробація результатів дослідження. Подано заявку на отримання авторського права на збірник графічних зображень з описом Логотип «Sinergia».

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 8 |

1 КОМПОЗИЦІЙНА ЧАСТИНА

1.1 Дослідження проектної ситуації

1.1.1 Історія розвитку фестивалю «Synteza sztuk»

Фестиваль «Synteza sztuk» («Синтез мистецтв») – це мистецька подія міжнародного значення, організована кафедрою дизайну Технологічно-природничого університету ім. Яна та Єнджея Шнядецьких (UTP) в Бидгощі (Польща) у партнерстві з Муніципальною галереєю BWA в Бидгощі, Академією музики в Бидгощі, Університетом мистецтв у Познані, Музеєм водопостачання в Бидгощі та Хмельницьким національним університетом в Україні в період з 2013 до 2018 рр.. Проект реалізовано спочатку в м. Бидгощ [2].

Ідея фестивалю полягала в тому, щоб представити творчу діяльність художників, «інтелектуально пов'язаних» з Bydgoszcz Design, що представляють багато сфер творчості. Ключовим моментом фестивалю є думка, перекладена та вербалізована всіма «мовами», якими, безсумнівно, є живопис, скульптура, графіка, музика та дизайн (рис. 1.1). Ця думка є тим чинником, який об'єднує інтелектуальне висловлювання, є змістом твору, який воно завжди несе. Важливо, щоб у свідомості громадськості різні окремі галузі мистецтва стали неестетичною цінністю, саме як середовищем для думки, ідеї, цінності. Важливим елементом у презентації єдності мистецтв у фестивалі завжди є концерт симфонічного оркестру Академії музики м. Бидгощ (рис.1.2) .

Мистецькі виставки в рамках фестивалю присвячені всім, хто цікавиться, що таке дизайн, від практичної до інтелектуальної сторони, що таке освіта в цій сфері та наскільки важливо розуміти всю мистецьку діяльність.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 9 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |



а)



б)

Рисунок 1.1 – «Synteza sztuk 2015», Муніципальна галерея ВВА,
м. Бидгощ, Польща

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 10 |



Рисунко 1.2 – Виступ симфонічного оркестру Академії музики на «Synteza sztuk 2017», Муніципальна галерея BWA, м. Бидгощ, Польща

За словами професора, доктора наук, ректора Університету мистецтв в м. Познань Войчеха Гури (рис. 1.3), що був Арт-директором фестивалю в 2013-2018 рр.: «Ідею поєднання сфер мистецтва можна спостерігати з найдавніших часів. Танець завжди працює з музикою. З грецьких часів театр складався з: слова, сценічного жесту, сценографії. Кіно – це колір, отже, живопис, музика та літературний шар. Сучасні мультимедіа використовують різноманітні додаткові засоби. Ці жанри художньої виразності ми розуміємо як очевидні й природні. У той же час класичні, незалежні напрямки творчості, які функціонують самостійно, такі як живопис, скульптура, графіка, поезія, література та музика, чудові. Часто творці, які працюють у цих сферах, а також реципієнти не помічають або ігнорують контексти, які впливають на розбірливість повідомлення, як естетичного, так і змістовного, яке несе в собі даний твір. Однак ці контексти мають кардинальне значення щодо того, як і якою мірою ми можемо прочитати повідомлення як одержувач і наскільки ми можемо чітко сформулювати його як творці. Цих контекстів багато. Важливими є контексти:

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 11 |

історичні, культурні, просторові – включаючи сусідські, матеріальні чи функціональні. Так чи інакше, вони визначають стан свідомості, що визначає здатність сприймати або створювати повідомлення, оскільки кожен твір, незалежно від його матеріалу, є повідомленням думок, висловлених якоюсь мовою. Знання цієї мови та обсяг цих знань визначаються тим, чи вміємо ми говорити – писати чи читати прості чи складні форми. Друга умова, окрім знання майстерні, – інтелектуальна здатність будувати думку – мінливу, насичену змістом, що передає цінність, бо як бути, якщо ми знаємо мову, але не маємо що сказати. За цією схемою діють усі без винятку галузі мистецтва і, ширше, творчості. Ми торкаємося тут проблеми думки, закритої у формі. Якщо ми зможемо висловити одну і ту ж думку різними мовами – викласти її в різні форми, в різні засоби масової інформації - наша уява та інтелект значно розширять діапазон її можливостей. Ефект – це більш проста, синтетична, більш читабельна форма, отримана за допомогою оптимальної кількості жестів і засобів. Ми тут поряд із визначенням дизайну, де змістом повідомлення є функція, а точніше – її реалізація. Функція олівця — писати, але після еволюції ми пишемо на смартфоні.. Можливо, інноваційне мислення приведе нас до форми штанів, що левітують... Дизайн – це також творення – винайдення нового. Інструменти – це знання, уява та вміння черпати натхнення з різних джерел. Наука або природа – це невичерпна колекція готових ідеальних рішень, позбавлених помилок, які обтяжують людські роботи. Проектування оперує формою, тобто сферою скульптури з цілим набором позначень: пропорцій, фактур, ефектів матеріалу, конструкція вимагає знань та інженерної уяви. Колір – це живопис з його психофізіологічним впливом, що визначає спосіб читання форми і створює відносини з навколишнім середовищем. Синтез мистецтв, отже, – це система складних прийомів, способів поводження з матеріалом і матерією, кольором, графічними засобами і музикою...» [2].

ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ

Лист

12

| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата |
|-----|------|----------|--------|------|
|-----|------|----------|--------|------|



Рисунок 1.3 – Виступ Арт-директора фестивалю «Synteza sztuk 2018» професора, доктора наук Войчеха Гури в Муніципальній галереї BWA, м. Бидгощ, Польща

Делегації викладачів та студентів кафедр дизайну і рисунку та проектної графіки Хмельницького національного університету почали приймати участь у роботі фестивалю в Бидгощі з 2014 року. А з 2015 року фестиваль «Synteza sztuk» проводиться у форматі двох сесій: польської і української.

Польська сесія фестивалю зазвичай проводиться навесні (квітень-травень) протягом одного тижня, а українська сесія – на день міста Хмельницького (останній тиждень вересня). Українська сесія фестивалю відбувається у Хмельницькому обласному художньому музеї, а останній раз у виставковому залі Хмельницької художньої школи.

На виставці української сесії презентують творчі доробки викладачів та студентів кафедр дизайну, рисунку та проектної графіки, технології та конструювання виробів із шкіри Хмельницького національного університету, кафедри дизайну Технологічно-природничого університету ім. Яна та Єнджея Шнядецьких (місто Бидгощ, Польща) та Університету мистецтв (місто Познань,

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 13 |

Польща). До представлених експозиції зазвичай входять проекти з дизайну одягу (рис. 1.4), предметно-просторового дизайну (рис. 1.5), графічного дизайну та реклами (рис. 1.6), творчі експерименти (рис. 1.7-1.8)) й концерти. Завдяки виставці хмельничани мають можливість ознайомитися з найрізноманітнішими зразками сучасного мистецтва [3].



а)



б)

Рисунок 1.4 - Кращі колекції, виготовлені у студентському домі моделей ХНУ і представлені на українській сесії фестивалю «Synteza sztuk» (2015р. м. Хмельницький)

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 14 |



Рисунок 1.5 – Твори декоративно-прикладного мистецтва кафедр дизайну і рисунку та проектної графіки ХНУ (Synteza sztuk, 2015 р., м. Хмельницький)



Рисунок 1.6 – Студентські роботи по рекламі представлені кафедрою рисунку та проектної графіки ХНУ (Synteza sztuk, 2016 р., м. Хмельницький)

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 15 |



Рисунок 1.7 – Макети взуття біодизайну, кафедра конструювання виробів із шкіри ХНУ (Synteza sztuk, 2017 р., м. Хмельницький)



а)



б)

Рисунок 1.8 – Експонати кафедри дизайну Технологічно-природничого університету ім. Яна та Єнджея Шнядецьких (Synteza sztuk, 2017 р., м. Хмельницький)

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 16 |

Фестиваль зазвичай є нагодою послухати та подивитись виступи різноманітних творчих колективів міста Хмельницького [4, 5].



а)



б)

Рисунок 1.9 – Виступ творчих колективів на фестивалі «Synteza Sztuk» (2018 р., м. Хмельницький)

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 17 |

«Synergia» (Синергія) є прямим продовженням фестивалю «Synteza Sztuk», який 6 років поспіль (починаючи з 2013 року) організовує Zakład Wzornictwa UTP (кафедра дизайну УТП) разом зі своїми партнерами [6].

Фестиваль «Synergia» покликаний розширити існуючі ідеї контекстами співпраці та пошуку нових форм художнього вираження. Визначення слова «синергія» передбачає взаємодію різних факторів, дія яких більша за суму окремих видів діяльності, тому в художній інтерпретації СИНЕРГІЯ – це те, що поєднує дії образотворчого мистецтва та музики, буде джерелом нових художніх творінь, особливо стосовно мистецтва дизайну, включаючи дизайн. У сесіях фестивалю «Synergia» організатори планують заходи, які поєднують візуальне мистецтво, дизайн, музику, танці та поезію у формі інтермедіа, аудіовізуальних заходів, інтегруючи творчі дисципліни.

На першій польській сесії фестивалю «Synergia» 11 червня 2019 р. відбувся вернісаж виставки робіт художників від академічних викладачів кафедр дизайну і рисунку та проектної графіки Хмельницького національного університету, кафедр дизайну та дизайну інтер'єру УТП та студентів обох університетів-співробітників (рис. 1.10).



Рисунок 1.10 – Українська делегація на фестивалі «Synergia», мерія м. Бидгощ, 2019 р.

У період з 24 по 29 вересня 2019 року в рамках заходів, приурочених до святкування Дня Хмельницького національного університету та Дня міста Хмельницького відбулась остання на сьогоднішній день українська сесія фестивалю «Synergia» (рис. 1.11) [7].



а)



б)

Рисунок 1.11 – Експонати виставки (Synergia, 2019 р., м. Хмельницький)

У рамках проведення фестивалю «Synergia» у актовій залі Хмельницького національного університету відбувся концерт академічного хору Технологічно-природничого університету в Бидгощі (рис. 1.12), колективу Музичної академії імені Фелікса Нововейського в Бидгощі (рис. 1.13) та народного ансамблю танцю «Юність Поділля» Хмельницького національного університету.



Рисунок 1.12 – Виступ академічного хору Технологічно-Природничого університету (Synergia, 2019 р., ХНУ)



Рисунок 1.13 – Виступ колективу Музичної академії імені Фелікса Нововейського (Synergia, 2019 р., ХНУ)

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 20 |

Міжнародний фестиваль «Synergia» дав можливість обмінятися думками та поглядами українських і польських митців, а також дав можливість представити власні художні роботи у сфері скульптури, малюнка, живопису та дизайну, а також побачити роботи закордонних колег.

У 2020-2021 рр. у зв'язку з пандемією COVID-19 міжнародний мистецький фестиваль «Synergia» ні у Польщі, ні в Україні не організовувався.

1.1.2 Композиційний аналіз джерела творчості

Для польської сесії фестивалю джерелом творчості був Державний прапор Польщі (біло-червона кольорова гама) (рис. 1.14) і стиль мінімалізм в графічному дизайні (рис. 1.15).



Рисунок 1.14 – Державний прапор Польщі

Рисунок 1.15 – Графічна продукція польської сесії фестивалю «Synergia» в стилі мінімалізм

Джерелом творчості для розробки художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» по аналогії з польською сесією обрано Державний прапор України.

Державний Прапор є одним із державних символів країни (рис. 1.16). Це стяг правильної прямокутної форми із спеціальним забарвленням. Кольори прапора

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 21 |

відбивають національні традиції, які ідентифікують певну територію протягом тривалого історичного періоду (рис.1.17) [8].



Рисунок 1.16 – Державний прапор України



Рисунок 1.17 – Національні кольори України

Жовто-блакитні кольори символізують Київську Державу ще до християнізації Русі. Майже всі герби міст Київщини й України загалом обрамлялися жовто-блакитними кольорами. З XVIII століття полкові й сотенні козацькі прапори Війська Запорозького вироблялися з блакитного полотна, на якому жовтою фарбою наносився хрест, зорі, зброя, постаті святих. Так, упродовж історичного розвитку жовто-блакитний прапор був символом боротьби за національні й соціальні права українського народу і за часів незалежності став Державним Прапором України. У ньому втілені віковічні прагнення до миру, праця, краса та багатство рідної землі. Державний Прапор як символ країни є втіленням національної єдності, честі та гідності, традицій державотворення, історії та сьогодення [9].

Український прапор – це символ пшениці в степах під блакитною аркою неба, який уособлює споконвічне прагнення народу до миру, праці, краси та багатства рідної землі (рис. 1.17).

Також за ще одне джерело творчості прийнято стиль мінімалізм в графічному дизайні. Даний стиль є не тільки трендовим у 2021 році, а й має стійку асоціацію з темою дизайну та моди. Стиль мінімалізм широко використовується для

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 22 |

оформлення модних фестивалів та заходів, що пов'язані з демонстрацією об'єктів дизайну.

Характерна особливість мінімалістичного дизайну в тому, що в ньому все гранично просто і зрозуміло. Для миттєвої передачі візуального повідомлення використовується тільки найнеобхідніше.

Мінімалізм виникає в післявоєнній Америці в протиположності абстрактному експресіонізму. Одним із найбільших художників-мінімалістів є Франк Стелла. Його роботи характеризують найпростіші геометричні форми і колірні поєднання.

Сьогодні ця вже немолода тенденція часто служить гідною альтернативою для перевантажених яскравих сайтів, постерів і логотипів. Головна ідея мінімалізму в тому, щоб нещадно позбавлятися всього зайвого і залишати тільки необхідні елементи [10].

У мінімалістичному дизайні необхідно звести до мінімуму число використовуваних кольорів. Чорний, сірий і білий – це популярне мінімалістичне поєднання кольорів, кожен з них може бути акцентом. Але, в принципі, можна використовувати будь-які кольори, якщо це робити обережно і осмислено. Найчастіше мінімалісти використовують контрастні колірні схеми [11]. Тут однаково добре працює як колірний, такий і тоновий контраст (рис. 1.19).



Рисунок 1.19 – Рекламне оголошення з контрастом кольору та тону

Композиція у мінімалістському дизайні має першочергове значення. У композиції немає нічого зайвого і тому важливим є кожен елемент. Зміст сайту,

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 23 |

постера або брошури повинен бути представлений таким чином, щоб глядач моментально і без будь-яких труднощів знаходив цікаву для нього інформацію. Словом, композиція має бути гранично осмисленою [10].

Вільний простір покликаний посилити сприйняття інформації, що його оточує. Чим помітніший вільний простір (або «повітря») навколо елементів композиції, тим виразніше виглядають ці елементи (рис. 1.20). Крім того, вільний простір служить для створення структури, ритму та рівноваги як між групами елементів, так і всередині цих груп.

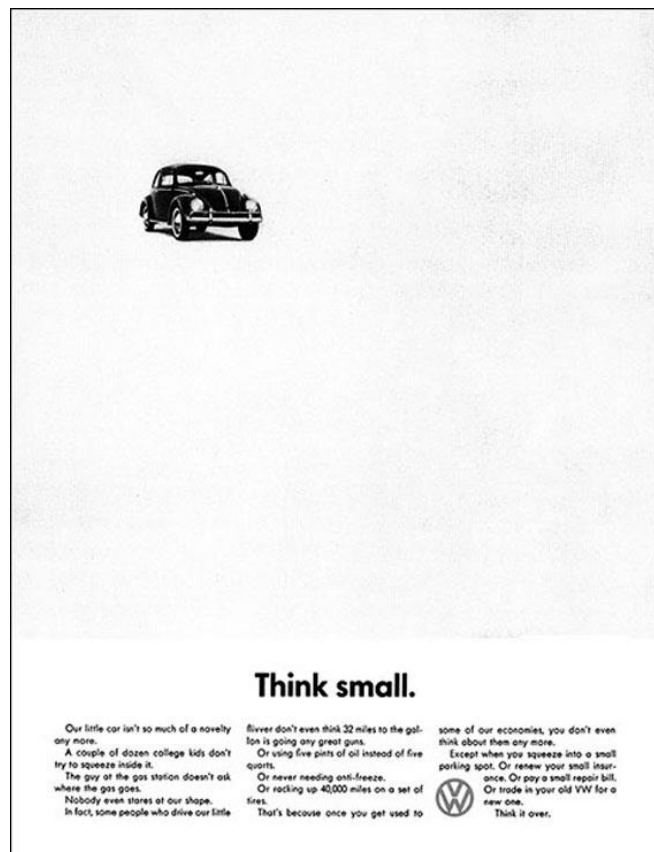


Рисунок 1.20 – Приклад використання вільного простору в мінімалізмі

Зображення в мінімалістському дизайні – це крайній захід. Мінімаліст використовує зображення лише в тому випадку, коли ніяк не може обійтися без нього. Все, що було сказано про економічність інших елементів дизайну, вірно і для графічних зображень. Зображення має бути простим, зрозумілим і якомога ясніше розкривати тему проекту.

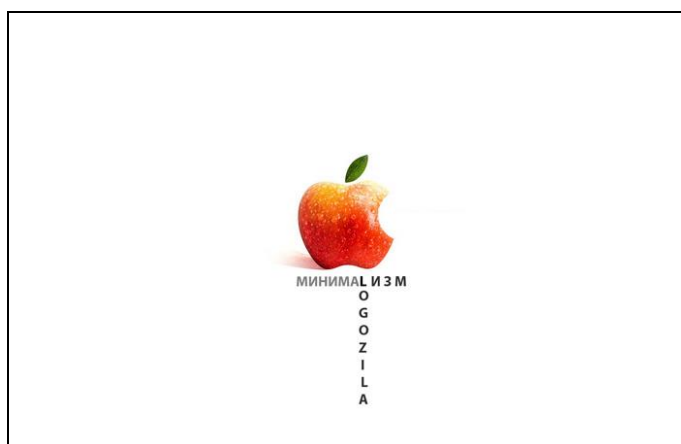
| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 24 |

Типографіка в мінімалізмі має бути настільки ж осмисленою та економічною, як і всі інші елементи. В графічній продукції, створеній з використанням стилю мінімалізм, не використовується більше 2-3 гарнітур. Багато дизайнерів-мінімалістів взагалі використовують тільки одну гарнітуру. Оптимальне рішення – використовувати один шрифт для заголовків, один для основного тексту і, можливо, один – для навігації по сайту, або для спеціальних виносок та врізок. Використання більше 3-х гарнітур вносить в макет плутанину і ускладнює сприйняття інформації.

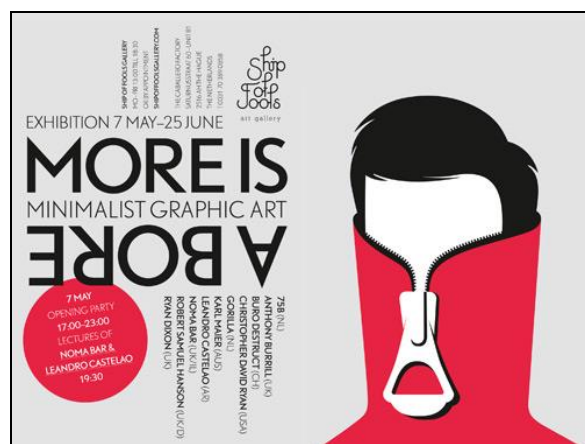
Мінімалізм з рівним успіхом може бути використаний у дизайні брошури, упаковки та реклами.

Але найкраще застосування він знаходить у дизайні логотипів та плакатів. Це пояснюється тим, що мінімалізм дозволяє швидко і точно передавати необхідне повідомлення. Мінімалістські постери, як правило, не тільки високофункціональні, а й приємні в естетичному плані (рис. 1.21).

Мінімалізм з рівним успіхом може бути використаний в дизайні брошури, упаковки та реклами.



а)



б)

Рисунок 1.21 – Рекламні постери в стилі мінімалізмі

Мінімалізм у логотипах користується великою популярністю, тому що хороший логотип має бути простим і легко запам'ятовуватися. Без перебільшення

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 25 |

можна сказати, більшість найбільш вдалих логотипів створені в стилі мінімалізм. Вони настільки прості, що просто неможливо не запам'ятати (рис. 1.22).



Рисунок 1.22 – Логотипи в стилі мінімалізм

1.1.3 Характеристика досягнень відомих графіків-мінімалістів

Предтечею мінімалізму в живописі повною мірою можна назвати Казимира Малевича з його «Чорним квадратом». Тут він досяг апофеозу у спрощенні кольору та форми. І все-таки «Чорний квадрат» — супрематичний твір, оскільки, крім зовнішньої форми, необхідно враховувати ще й концептуальну, філософську складову творчості. Як самостійний стиль мінімалізм оформився набагато пізніше, у 1960-х роках, у Нью-Йорку [12].

Більшість значних імен мінімалістського живопису належить американським художникам. Впливова фігура цього напрямку – Ал Хелд (Al Held), який прославився гігантськими геометричними картинами, в яких панує яскрава, агресивна палітра (рис. 1.23)

Точна геометрія притаманна і багатьом творам Френка Стелли (Frank Stella). Його своєрідним творчим маніфестом стала серія «Чорних картин», у яких фон розкреслений тонкими лініями, які витоншуються та тануть (рис. 1.24).

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 26 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

Кеннет Ноланд (Kenneth Noland) перейшов від абстрактного експресіонізму до мінімалістичної творчості. Але в полотнах Ноланда збереглися відгомони експресії: колірні кола в нього найчастіше обрамлені емоційними сплесками фарби (рис. 1.25).

Ельсуорт Келлі (Ellsworth Kelly) широко використовував яскраві, інтенсивні кольори, віддавав перевагу фігурам з гостро-чіткими контурами, часом змушував їх стикатися один з одним (рис.1.26). Експериментував Келлі і з монохромом: має роботи, виконані в чорно-білій гамі.



Рисунок 1.23 –Мінімалізм.
Ал Хелд. «Мао»

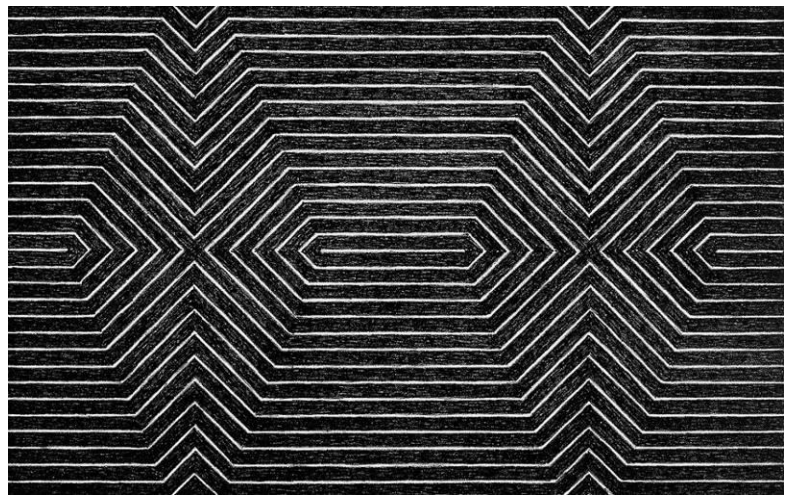


Рисунок 1.24 – Мінімалізм. Френк Стела. Із серії «Чорних картин»



Рисунок 1.25 –Мінімалізм.
Кенет Ноланд. «Тріщина»

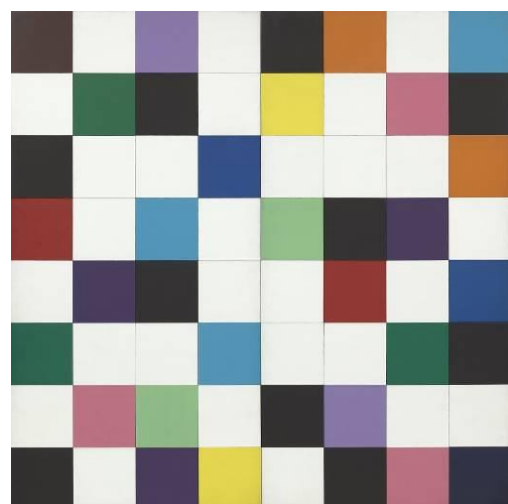


Рисунок 1.26 – Мінімалізм. Ельсуорт Кляйн. «Кольори для великої стіни»

За межами США найбільш відомим мінімалістом став Ів Кляйн (Yves Klein). Девізом цього французького художника-новатора була фраза: «За колір! Проти лінії та малюнка!» У 1957 році він виставив одинадцять картин-монохромів, виконаних у його улюбленому синьому кольорі. А 1962 року видав свою відповідь Малевичу: «ІКВ».

Які думки хотів передати Кляйн цим синім прямокутником? Аббревіатура у назві розшифровується як International Klein Blue – так називається запатентована Кляйном фарба. За словами Іва Кляйна, всі інші відтінки викликають масу асоціацій, і лише синь відбиває найабстрактніші сутності у світі – небо та море.

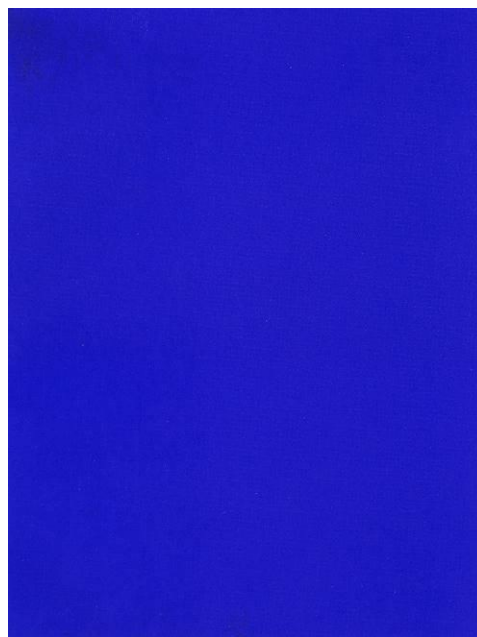


Рисунок 1.27 – Мінімалізм. Ів Кляйн. «ІКВ»

Сфера дизайну розвивається дуже швидко, а тренди змінюються один за одним. Але тренд на мінімалізм в графічному дизайні є таким же актуальним сьогодні, як і 60 років тому.

Міхал Парульські – це польський дизайнер з досвідом проектування різних продуктів. За професією – UI/UX дизайнер, веб-дизайнер, аніматор, ілюстратор та графічний дизайнер. Професійні навички Міхала вражають. Він володіє навичками програм Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw, Macromedia FreeHand, Macromedia Flash, а також володіє мовами XHTML, HTML та CSS.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 28 |

Міхал Парульські виконав величезну кількість проектів із дизайну мобільних додатків та веб-сайтів для відомих брендів. У своїх роботах автор часто використовує стиль мінімалізм (рис. 1.28) [13].

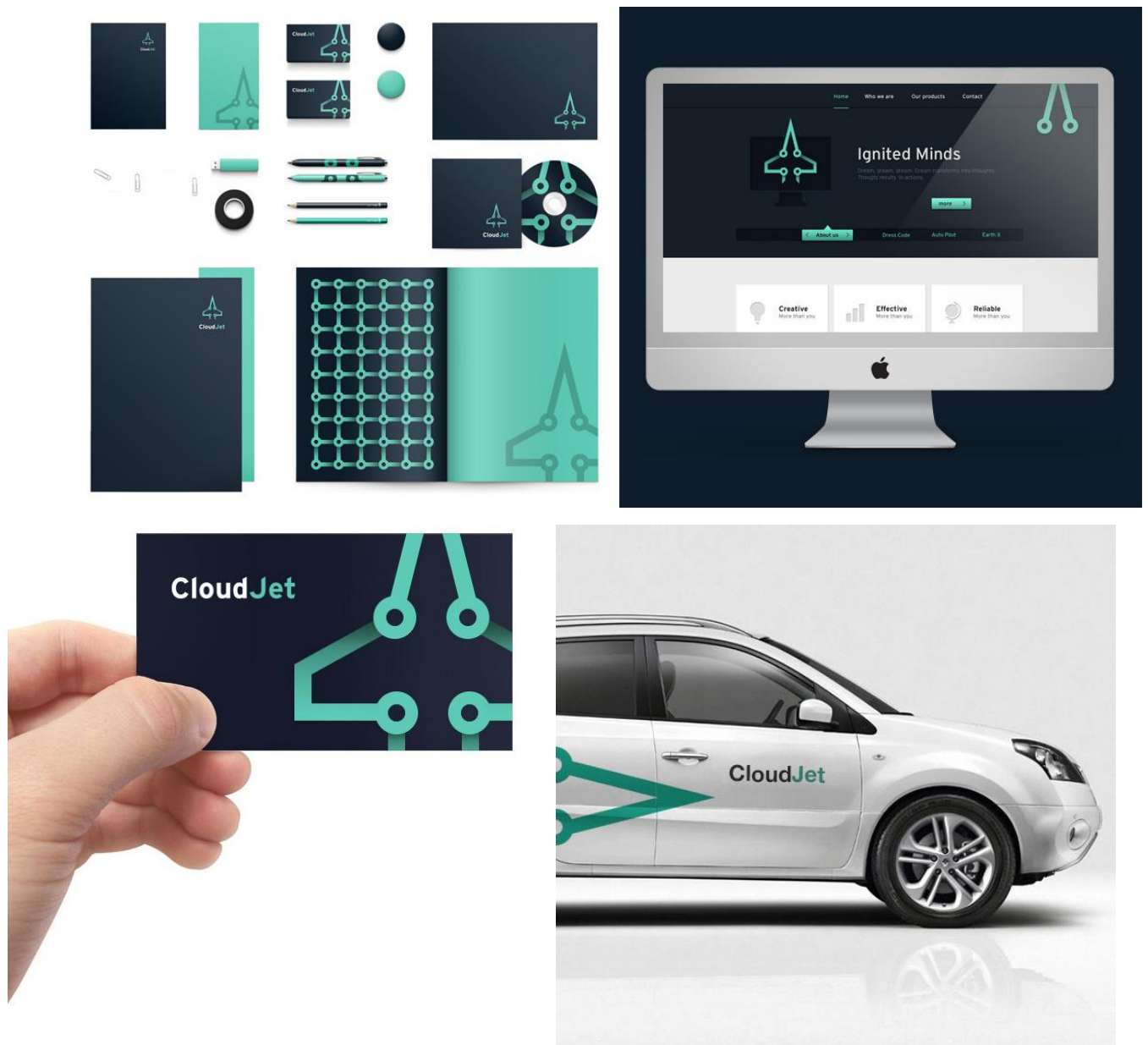


Рисунок 1.28 – Міхал Парульські. Фірмовий стиль в мінімалізмі

Олександр Лагута займається цифровим дизайном та брендингом. Як стверджує сам Олександр, він «любить робити речі простими та прямолінійними». За свою кар'єру Олександр Лагута вивів уперед чимало проектів як арт-директор. Олександр Лагута разом із дружиною Катериною створили невелику агенцію Fuge. Вони створюють дизайн інтерфейсів та

анімацію як самодостатня творча група. Їхні спільні та авторські проекти неодноразово отримували нагороди від Website of the day, Honorable mention, Kudos тощо.

Одним із проектів, який отримав нагороду Website of the day, є їхній особистий веб-сайт fuge.ru (рис. 1.29).

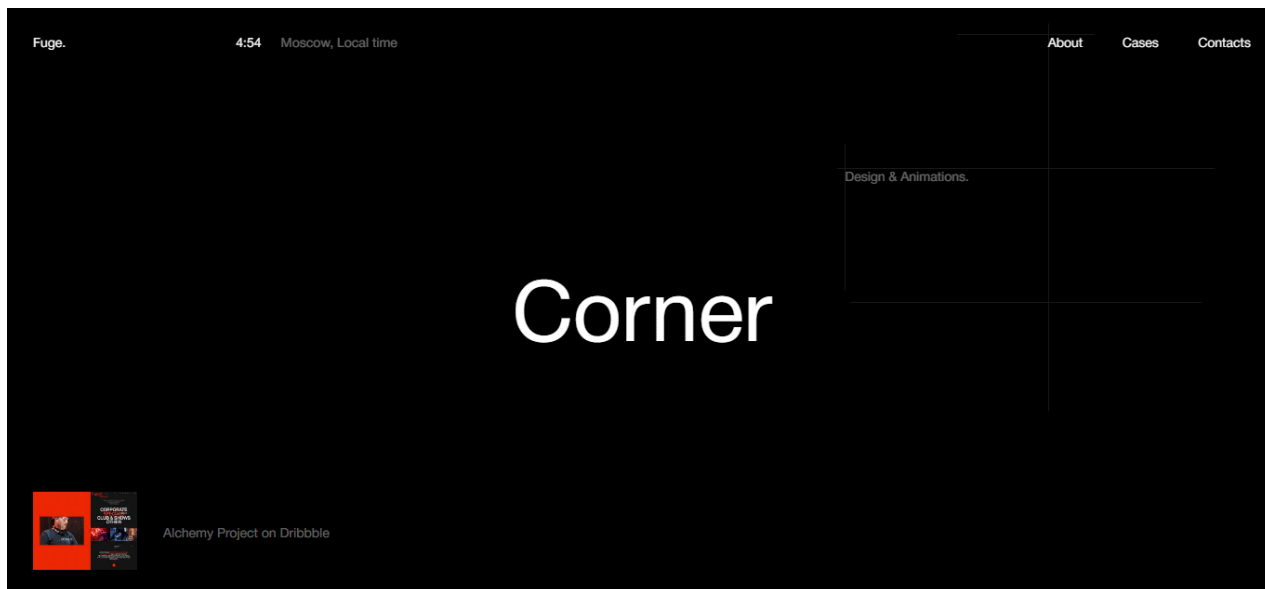


Рисунок 1.29 – Олександр Лагута. Дизайн власного сайту в стилі мінімалізм

Ще деякі приклади сучасної рекламної продукції в стилі мінімалізм представлені на рис. 1.30-1.32 [14].



Рисунок 1.30 – Мінімалістичний дизайн

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 30 |

характер мистецького заходу, тому при його проектуванні слід добре вивчити вихідні дані та опрацювати усю інформацію по об'єкту проектування.

При розробці фірмового дизайну важливо розуміти, що всі його елементи мають бути об'єднані загальною ідеологією та працювати на імідж компанії. Таким чином, гарний дизайн починається з гарної концепції дизайну. Концепція – це головна ідея, виражена за допомогою графічних елементів та слоганів, що ідентифікують компанію [15].

Розробка дизайн-концепції фірмового стилю є процесом міркування, пошуку та логічного обґрунтування того, як буде реалізовуватимете кожне дизайнерське рішення.

Концепція фірмового стилю фестивалю – фестиваль є **українською сесією** міжнародного фестивалю «Synergia», а тому при розробці елементів фірмового стилю в якості графічних елементів мають використовуватись традиційні українські кольори в поєднанні з мінімалістичним дизайном, який присутній польській сесії фестивалю.

Використання мінімалізму у фірмовому стилі підкреслить унікальність, креативність, сучасність та європейське походження проведення фестивалю.

Визначившись із концепцією, можна переходити безпосередньо до розробки дизайну фірмового стилю фестивалю. Дизайн реалізується за допомогою створення логотипу, фірмового персонажа, вибору палітри кольорів, шрифтів, графічного та стилістичного оформлення, декоративних та інших елементів.

На презентації готового проекту клієнту будуть представлені реалістичні зображення того, як виглядатиме фірмовий стиль насправді на різних носіях.

1.2 Композиційна проробка джерела творчості

1.2.1 Вибір та стилізація композиційних елементів джерела творчості

Головним композиційним елементом джерела творчості є фірмові українські кольори – жовтий, блакитний та білий. У цих кольорах втілені віковічні прагнення до миру, праця, краса і багатство рідної землі (рис. 1.33).

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 32 |



Рисунок 1.33 – Традиційні українські кольори

Стиль мінімалізм полягає в ідеї того, щоб відкинути всі непотрібні деталі, які не несуть важливої інформації, і залишити тільки принципово важливі елементи, надавши кожному максимальне смислове навантаження.

Мінімалістичний дизайн вкладає більше, використовуючи менше засобів. Цей стиль робить ставку на економічність дизайну, зосереджуючись не стільки на декоративної та естетичної складової графіки, а на дизайні як засобі комунікації і функціональності

Основні композиційні елементи мінімалізму:

- стильна сучасна типографіка, гротескові шрифти;
- наявність вільного простору як елемента дизайну;
- обмежена колірна гамма і контрастні кольори;
- прості форми і лінії;
- мінімум елементів.

Рекламна афіша для польської сесії міжнародного фестивалю «Synteza Sztuk», створена в стилі мінімалізм представлена на рис. 1.34.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 33 |



Рисунок 1.34 – Рекламна афіша фестивалю «Synteza Sztuk» в фірмових польських кольорах і з використанням стилю мінімалізм

1.2.2 Вибір можливих головних композиційних принципів та засобів зв'язку

Оскільки фірмовий стиль починається з розробки ідеї та вираження її, перш за все, у логотипі, було проведено аналіз та на основі досліджень аналогів обрано основні принципи та засоби композиції, що варто, виділити при проектуванні власної розробки.

Композиція – це об'єднання усіх елементів логотипу в органічне єдине ціле, що виражає образний, ідейно-художній зміст. Оскільки композиція є естетичною характеристикою, то вона відображає взаємозв'язок елементів форми і змісту макету, диктує розташування частин, з яких складається виріб, в певній системі і послідовності.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 34 |

1.3 Вибір та обґрунтування вихідних даних до проектування художнього оформлення дизайн-середовища фестивалю «Sinergia»

1.3.1 Вибір та характеристика дизайн-об'єкта

Об'єктом дослідження дипломного проекту є художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» засобами та методами графічного дизайну. При проектуванні потрібно забезпечити стильову виразність, візуальну ідентифікацію української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia». По суті, це розробка фірмового стилю фестивалю.

Фірмовий стиль або айдентіка – це набір візуальних і графічних елементів, мета яких виділити фестиваль, створити індивідуальний образ, що запам'ятовується.

Основними функціями фірмового стилю є:

- ідентифікація. Фірмовий стиль дозволяє аудиторії, на яку розрахована реакція фестивалю без проблем впізнавати та розрізнати вихідну інформацію по візуальних ознаках;
- довіра. Наявність продуманого фірмового стилю складає позитивне враження на аудиторію, додає значимості фестивалю по причині чіткої комунікації та структуризації інформації, що повинна бути донесена. Також, людина, що позитивно ставиться до певної інформації чи продукту, запропонованого з фірмовим оформленням, без проблем довіриться іншій продукції з таким же візуальним стилем;
- реклама. Наявність фірмового стилю значно підвищує ефективність реклами. Крім цього, всі об'єкти, що містять елементи фірмового стилю фестивалю, самі є рекламою.

Мета фірмового стилю – закріпити у свідомості аудиторії фестивалю позитивні емоції, пов'язані з оцінкою якості продукції або послуг і забезпечити фестиваль упізнаваністю..

При стабільно високому рівні інших елементів комплексу маркетингу фірмовий стиль приносить його власникові наступні переваги:

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 36 |

Таким чином, наявність фірмового стилю свідчить про впевненість організаторів фестивалю в позитивному враженні, яке він справляє на свого клієнта, допомагає в ідентифікації та передачі інформації, справляє позитивне враження та сприяє приверненню уваги до заходу, тобто підвищує ефективність реклами [17].

1.3.2 Загальні вимоги до проектування фірмового стилю

Основними елементами фірмового стилю є:

- фірмовий шрифтовий напис (логотип) – це оригінальне зображення або скорочене найменування заходу, що є найбільш упізнаваною частиною фірмового стилю. Загалом, логотипи поділяють на три основні групи: шрифтові, графічні, комбіновані;

- фірмовий колір також є найважливішим елементом фірмового стилю. Колір робить елементи фірмового стилю більш привабливими, краще запам'ятовуються, дозволяє зробити сильний емоційний вплив. Фірмовий колір, зазвичай використовується тільки в поєднанні з іншими складовими стилю;

- фірмовий комплект шрифтів може підкреслювати різні особливості образу фестивалю, вносити свій вклад у формування фірмового стилю. Шрифт може сприйматися як «мужній» або «жіночий», «легкий» або «важкий», «елегантний» або «грубий», «діловий» тощо;

- графічні елементи – допоміжні елементи фірмового стилю, що сприяють більшому розкриттю характеру організації. До цього пункту можуть входити ілюстрації, фотографії, графічні символи та піктограми, текстури, патерни тощо;

- фірмове композиційне вирішення – набір певних композиційних засобів та принципів зв'язку, що присутні у дизайні носіїв фірмового стилю.

Перелік носіїв фірмового стилю залежить від потреб організації чи заходу. Загалом усю продукцію, що може бути оформлена в єдиному стилі можна поділити на такі категорії:

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 37 |

- рекламна продукція: зовнішня реклама (біл-борди, сіті-лайти), плакати, афіші, флаєри, буклети, реклама в засобах масової інформації.;
- елементи діловодства: фірмові бланки та конверти, фірмові папки, записні книжки, блоки паперів тощо;
- документи та посвідчення: візитні картки, посвідчення, бейджі тощо;
- інформаційні засоби: каталоги, журнали, упаковки, бірки, стенди, вказівники, таблички тощо;
- сувенірна продукція: пакети, сувенірний одяг, листівки, ручки, календарі тощо;
- додаткові носії: фірмове рекламний прапор, вимпели, фірмова пакувальний папір, ярлики, запрошення, одяг співробітників, зображення на бортах транспортних засобів фірми тощо [18].

Загалом можна виділити п'ять основних етапів розробки фірмового стилю:

1. Заповнення брифу та складення технічного завдання.

Бриф – це вихідні дані для розробки фірмового стилю. Зазвичай в брифі представлена інформація про компанію (найменування, напрямки діяльності, місія, історія, контактна інформація), ситуації на ринку (основні конкуренти, позиції компанії на ринку, конкурентні переваги, маркетингове позиціонування), даються рекомендації та побажання. Тобто бриф повинен містити всі ті дані, які стануть відправною точкою для розробки фірмового стилю компанії. Це допоможе розробити і створити саме той елемент фірмового стилю або фірмовий стиль в цілому, який допоможе даного заходу, і, що цілком ймовірно, буде супроводжувати компанію не один десяток років..

2. Аналіз вихідних даних, дослідження аналогів та цільової аудиторії.

3. Складення переліку основних критеріїв та якостей, яким має відповідати фірмовий стиль.

4. Розробка логотипу: від пошуку початкових ідей до концепції та узгодження із замовником.

5. Розробка наступних елементів та втілення їх на носіях фірмового стилю.

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 38 |

1.3.3 Вибір і характеристика пакета матеріалів

У назві «зовнішня реклама» закладено всю суть вимог до матеріалів, у яких цю рекламу друкують. Вони мають бути міцними, витримувати пориви вітру та зливові потоки [19].

Найбільш поширеним матеріалом для друку зовнішньої реклами є папір. Але не звичайний папір використовується для цих цілей: тільки папір зі спеціальним покриттям та складом підходить для розміщення на банерах та білбордах. Папір буває універсальний, а ще вологостійкий і спеціальний. Також вона ділиться на папір для кольорового друку та фотопапір. У зовнішній рекламі більшою популярністю користується папір постерний (на такому друкують афіші, плакати) і вологостійкий папір Blue-back 150 г/м² (такий використовують для друку плакатів, вік яких недовгий).

Ще один матеріал – плівка. Використання плівки дозволяє створювати більш якісну, яскраву та міцну рекламу. Плівка буває прозора і непрозора, одноразова і багаторазова, матова і глянцева, зовнішня та інша, що клеїться сама. Видів плівки безліч – і це дозволяє використовувати її в різних ситуаціях та застосовувати як у зовнішньому оформленні, так і у внутрішньому.

Також існує банерна тканина – найміцніший матеріал із існуючих. Вологостійка, довговічна, щільна – банерна тканина знаходить застосування у багатьох сферах зовнішньої реклами.

Автомобільні вінілові наклейки – це недорогий і швидкий спосіб надати своїй машині нотки індивідуальності або забезпечити рекламу, що ефективно працює. Кольорові та одноколірні, з ламінацією та без, види наклейок на машину досить різноманітні, що дозволяє вибрати ідеальний варіант для певних завдань: ефектний міні-тюнінг, реклама чи інформація. Якісні вінілові плівки на машину виглядають яскраво і не бояться миття, дощу, снігу.

Для друку рекламних матеріалів використовується папір. Типи паперу бувають такі: офсет (переважно для ч/б друку), крейдований (глянцевий або матовий – для кольорового друку) та дизайнерський (тонований та/або фактурний

– для преміальних видань, тут є величезна різноманітність, тому його вибирають за каталогами і як правило роблять тестовий друк, тому можуть виникати спотворення при накладці кольору на тонований фон або на фактуру паперу) [20].

Щільність паперу визначає ступінь її тонкості, а отже, прозорості та гнучкості. Папір від 200-250гр/м² це вже картон.

Для друку в кольорі з передачею візуальних елементів вибираємо друк на крейдованому папері. Це папір, покритий крейдованим шаром, який не дає фарбі «провалюватися» в фактуру паперу і зберігає т.ч. яскравість; як правило для блоку використовують глянсову крейду щільністю 130-170 гр/м² – для гарної якості кольорових зображень.

Для виготовлення друкованої реклами пропонуються наступні матеріали:

- кишенькові календарі і запрошення на фестиваль – крейдований папір щільністю 300-350 г/м²;
- рекламний буклет – крейдований папір щільністю 130 г/м²;
- флаєр – крейдований папір щільністю 170 г/м²;
- постери та афіші – плакатний папір щільністю 100 г/м²;

Для носіїв сувенірної продукції використовуються готові зразки, такі як чашки, футболки, кепки, стяги, ручки, флешки.

Автомобільні вінілові наклейки – це недорогий і швидкий спосіб надати своїй машині нотки індивідуальності або забезпечити рекламу, що ефективно працює. Кольорові та одноколірні, з ламінацією та без, види наклейок на машину досить різноманітні, що дозволяє вибрати ідеальний варіант для певних завдань: ефектний міні-тюнінг, реклама чи інформація. Якісні вінілові плівки на машину виглядають яскраво і не бояться мийок, дощу, снігу.

1.3.4 Складання пакета вихідних даних до проектування

До пакета вихідних даних входять наступні відомості:

- назва об'єкта – українська сесія міжнародного фестивалю «Sinergia»;

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 40 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

- призначення об'єкта – мистецький фестиваль «Synergia» покликаний розширити існуючі ідеї контекстами співпраці та пошуку нових форм художнього вираження, демонструвати цікаві ідеї в мистецтві та дизайні;

- група споживачів – українська сесія міжнародного фестивалю «Sinergia» поєднує в собі тиждень виставок, презентацій, лекцій, концертів та виступів, перетворюючи фестиваль у суцільне інтерактивне дійство. Отже вікова категорія для якої він призначений – молодь та дорослі віком від 15 до 55 років, люди похилого віку 65 років і вище. Фестиваль призначений для широких верств населення, які цікавляться сучасним українським і польським мистецтвом та дизайном.

- рекомендовані розміри для рекламної продукції: біл-борд 3000×6000 мм, сіті-літ – 1200×1800 м, афіша 29,7×420 мм, буклет 210×297 мм, флаєр 210×99 мм, запрошення 148×105 мм, календар

- матеріали: біл-борд – вологостійкий папір Blue-back 150 г/м², вінілові плівки для реклами на машині, постери та афіша – плакатний папір щільністю 100г/м²; друковані рекламні матеріали – крейдований папір щільності від 130 до 350 г/м², наклейки на транспорт – плівка автомобільна Orajet.

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 41 |

2 ТВОРЧА РОЗРОБКА ІДЕЙ ОБ'ЄКТУ ПРОЕКТУВАННЯ

2.1 Розробка ескізів ідей логотипу та їх загальна характеристика

Розробка фірмового стилю починається, перш за все, з розробки логотипу або ж фірмового знаку. Логотипи, як уже зазначалося, поділяються на три основні групи: шрифтові, графічні та комбіновані. Найпопулярнішими варіантами логотипів є шрифтові та комбіновані. В свою чергу, їх можна поділити на підгрупи. Шрифтові логотипи є:

- безпосередньо шрифтові – складаються просто зі слова або двох, що написані шрифтом без будь-якої графіки. Шрифт, що використовується при цьому може бути або спеціальним, або ж широкодоступним;

- шрифт з додаванням мінімуму графіки. У такому варіанті логотипу основа – це шрифт, але при додаванні незначного графічного елемента (лінія, проста геометрична форма або ж плашка). Такий логотип має трішки більше виразності ніж просто шрифт;

- логознак – зазвичай дуже коротка назва або аббревіатура, написана настільки незвично і виразно, що по суті є знаком, а не просто шрифтом (EA, H&M, HP);

- комбіновані логотипи – це поєднання графічного елемента та шрифту.

Ці логотипи теж можна поділити на окремі підгрупи:

- графічний символ та шрифт, що не поєднуються однією лінією. Такі логотипи зручні тим, що графіку та шрифт можна використовувати як разом (у вертикальному або горизонтальному положенні), так і окремо. При чому, впізнаваням залишається як графічний символ, так і шрифт. Такі логотипи можуть бути з домінуванням шрифту, або з домінуванням символу;

- композитний логотип – графічний символ та шрифт у такому логотипі так тісно пов'язаний та невід'ємний один в одного, що без якогось елемента може не читатись;

- емблеми – складні ілюстративні логотипи, в яких шрифт і графіка тісно пов'язана (Pringles).

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 42 |

«Synergia» – це фестиваль мистецтва та дизайну. У логотипі для такої події варто звернути увагу на відчуття, що повинні бути викликані цим символом. Логотип «Synergia» повинен викликати відчуття сучасності, витонченості та впевненості.

Оскільки у більшості випадів назва заходу використовується у повному варіанті слова – Synergia, було прийнято рішення розробити варіанти шрифтових та комбінованих логотипів (рис. 2.1) в традиційних українських кольорах з використанням рис мінімалізму.



Рисунок 2.1 – Ескізи логотипів

| | | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--|-------------------------|------|
| | | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | | 43 |

Потім після доопрацювання і консультацій на кафедрі логотипи були переведені в вектор і їх варіанти представлені на рис. 2.2.



Рисунок 2.2 – Варіанти ідей логотипу в векторі

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 44 |

2.2 Порівняльний аналіз варіантів ідей, вибір головної та розробка варіантів пропозицій

Основною проблемою при виборі кінцевих варіантів логотипу для фестивалю «Synergia» стало підтримання основної концепції – логотип повинен бути чітко впізнаваним і підтримувати ідею «української сесії міжнародного фестивалю». Також логотип повинен складатись з шрифтової частини та мати традиційні українські кольори. При цьому на рекламній продукції шрифтова частина логотипу повинна стати центром композиції та привертати увагу до назви заходу.

Всі представлені на рис. 2.2 ідеї логотипу були представлені на кафедрі і шляхом нарад і голосування було обрано дві головних ідеї, що найбільш повно втілюють джерело творчості. (рис. 2.3)



Рисунок 2.3 – Головні ідеї логотипу

Обрані ідеї логотипу (рис. 2.3) орієнтовані горизонтально. Логотип (рис. 2.3 а) є незамкнутим. І саме ця незамкнутість створює рух в композиції логотипа. Логотип використовує українські кольори: білий, жовтий та синій. В логотипі є контраст кольору і контраст тону. Шрифт використовується без засічок, що притаманно мінімалізму.

У логотипі з рис. 2.3 б теж використовується контраст синьо-жовтих кольорів та тоновий контраст (від синього до білого). Шрифт без засічок. Динаміки додає жовтий акцент. І даний варіант ідеї найбільш сумісний з логотипом польської сесії фестивалю (рис. 1.15, 1.3,4).

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 45 |

Далі на представлені головні ідеї були розроблені ще варіанти пропозицій
(рис. 2.4)



Рисунок 2.4 – Розробка варіантів пропозицій

Кінцеві варіанти логотипу кирилицею та латиницею представлено на рис. 2.5. Для шрифтового надпису обрано шрифт Arkhip Regular.

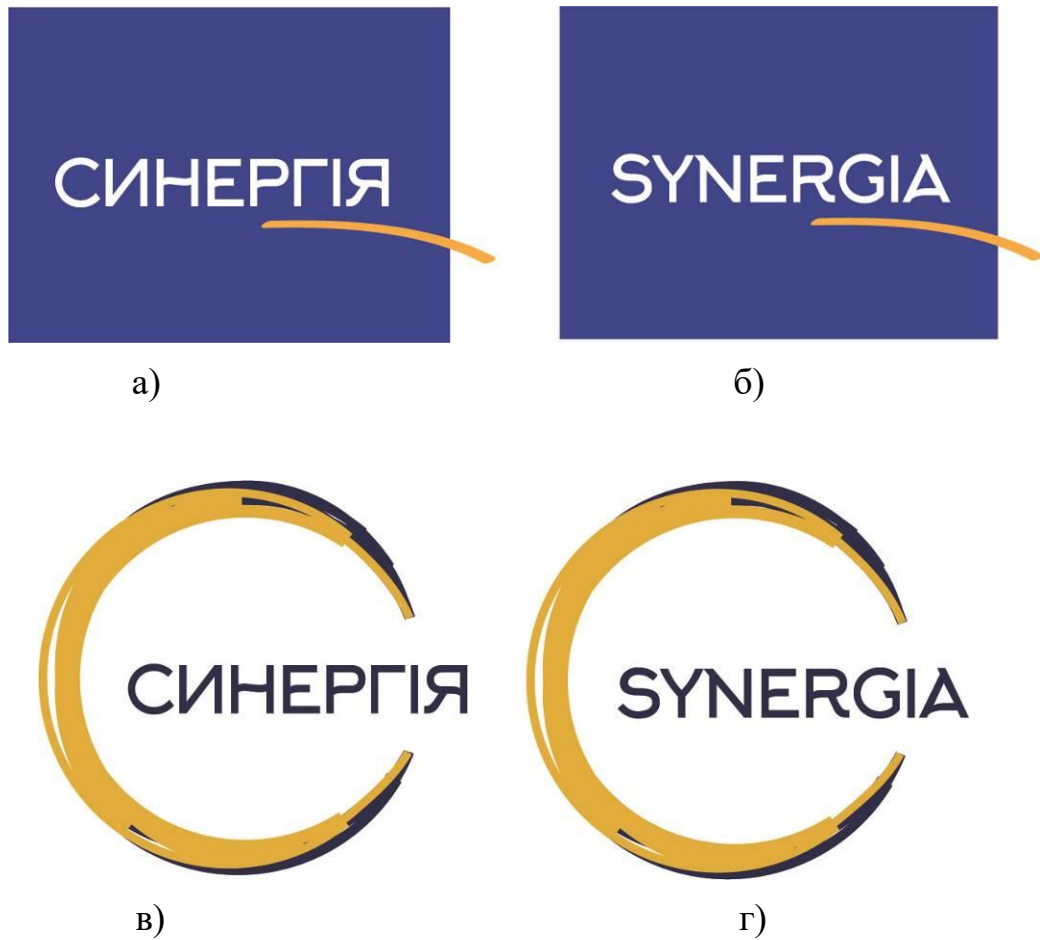


Рисунок 2.5 – Кінцеві варіанти логотипу

2.3 Розробка ескізів рекламної та сувенірної продукції

Рекламна продукція в даному дипломному проекті представлена зовнішньою і друкованою рекламою, а саме біл-бордом, сіті-лайтом, афішею, запрошенням, буклетом, флаєром, програмою, календарем, рекламою в журналі та газеті.

Спочатку були розроблені ескізи афіші з двома ідеями логотипу. Розроблені варіанти представлені на рис. 2.6.

Після аналізу ескізів афіш та консультації на кафедрі було вирішено остаточним варіантом логотипу лишити найбільш сумісний з мінімалізмом і прототипом польської сесії фестивалю логотип з рис. 2.5 а, б. Подальше проектування продукції має проходити саме з цим варіантом логотипу.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 47 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |



а)

Рисунок 2.6 – Ескізи афіші

| | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|
| | | | | |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата |

ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ

Лист

48



б)

Рисунок 2.6, аркуш 2

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 49 |

Далі була спроба ввести в композицію рекламної афіші фото з архівних матеріалів виставки творів мистецтва та дизайну, що були на фестивалях «Synteza Sztuk» та «Synergia». Представлені варіанти афіші показані на рис. 2.7 а, б.



а)

Рисунок 2.7 – Композиція афіші з фото

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 50 |



б)

Рисунок 2.7, аркуш 2

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 51 |

Після аналізу композиції створених афіш (рис. 2.7 а, б) було прийняте рішення створювати рекламну продукцію без використання зображень. Це відповідає ідеї мінімалізму – позбавитись від всього зайвого і лишити тільки необхідні елементи. Це рішення також зводить до мінімуму число використовуваних кольорів і додає вільного простору, що теж притаманне мінімалізму.

Типографіка в мінімалізмі має бути настільки ж осмисленою і економічною, як і всі інші елементи. В графічній продукції, створеній з використанням стилю мінімалізм, не використовується більше 2-3 гарнітур. Використання більше 3-х гарнітур вносить в макет плутанину і ускладнює сприйняття інформації.

В даному проекті прийнято оптимальне рішення – використовувати лише одну гарнітуру (рис. 2.8). Використано шрифт без засічок стилю швейцарського мінімалізму «Таhома». Таhома має звужені символи, невеликі внутрішньолітерні просвіти, вузький апрош. Напівжирне зображення в растровому шрифті відповідало лінії завтовшки в два пікселі, тому напівжирне зображення швидше відповідає жирному або над жирному [21].

Використаний шрифт для основного тексту – Таhома Regular, для заголовків та виділення важливої інформації – **Таhома Bold**. Такий вибір обумовлений наданням максимальної чіткості та читабельності.



Рисунок 2.8 – Використаний в рекламній продукції шрифт

Кінцевий варіант афіші представлено на рис. 2.9. В композицію було введено ще логотипи кафедри дизайну ХНУ та кафедри дизайну УТР м. Бидгоща.



Рисунок 2.9 – Кінцевий варіант афіші

Також інформаційно-рекламними носіями фірмового стилю української сесії міжнародного фестивалю виступають євробуклет, євофлаєр, програма фестивалю, запрошення на фестиваль, рекламний блок в журнал та кишеньковий календар.

Інформаційний буклет з двома фальцами формату А4 виконаний у фірмових кольорах (рис. 2.10). Зовнішня сторона буклету – це білий фон на якому використано логотип фестивалю на синій плашці.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | Лист |
| | | | | | | 53 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

Також на зовнішній стороні буклету розміщений інформаційний блок з історією фестивалю та карта з розташуванням місця проведення. Вся інформацію в буклеті подається двома мовами – українською та англійською.

На внутрішній стороні буклету подається програма основних заходів фестивалю.



| | | |
|--|---|---|
| <p>ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ вул. Проскурівська, 47, Вернісаж 24.09.2022 р., о 18.00</p> <p>ВИСТАВКА ТВОРІВ ХУДОЖНИКІВ ВИКЛАДАЧІВ І СТУДЕНТІВ Кафедри дизайну Природничо-технологічного університету м.Бидгошч, Кафедри дизайну Хмельницького національного університету, Університету мистецтв м.Познань.</p> <p>Вернісаж буде цікавим й корисним всім, хто хоче побачити практичну й інтелектуальну сторону сучасного дизайну, створеного у синтезі мистецтв.</p> | <p>ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА ФІЛАРМОНІЯ вул. Гагаріна, 7, Концерт 25.09.2022 р., о 17.00</p> <p>ПРОГРАМА КОНЦЕРТУ Вірш до Антонія Ц, Фортепіано Шопена Цезарь Франц - Соната A-dur Вірш Тадеуша Ружевича, Зелений перерва Вірш Яна Павла II - Любов Georg Gershwin - Porgy and Bess Bart Howard - Fly me to the moon Arthur Altman - All or nothing at all Antonio Carlos Jobim - No more blues Jerome Kern-Igor Frolov - Smoke Gets in Your</p> | <p>ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ вул. Інститутська, 11, Показ колекцій 26.09.22 р., о 14.00</p> <p>ПОКАЗ КОЛЕКЦІЙ ОДЯГУ Кращі колекції одягу студентів Хмельницького національного університету за останні два роки. Представлені колекції дизайнерського одягу, зроблені у студентському домі моделей, є переможцями багатьох всеукраїнських та міжнародних конкурсів.</p> |
| <p>KHMELNYTSKYI REGIONAL ART MUSEUM street Proskurivska, 47, Vernissage 24.09.2022 р., at 18.00</p> <p>EXHIBITION OF WORKS BY ARTISTS, TEACHERS AND STUDENTS Department of Design, University of Natural Sciences and Technology, Bydgoszcz, Department of Design of Khmelnytsky National University, University of Arts, Poznan</p> <p>The opening will be interesting and useful for everyone who wants to see practical and intellectual side of modern design, created in the synthesis of arts.</p> | <p>KHMELNYTSKYI REGION PHILHARMONIC street Gagarin, 7, Concert 25.09.2022, at 17.00</p> <p>CONCERT PROGRAM Birsch to Anthony C., Chopin's Piano Caesar Franz - Sonata in A major Birsch Tadeusz Ruzewicz, Green break First of John Paul II - Love Georg Gershwin - Porgy and Bess Bart Howard - Fly me to the moon Arthur Altman - All or nothing at all Antonio Carlos Jobim - No more blues Jerome Kern-Igor Frolov - Smoke Gets in Your</p> | <p>KHMELNYTSKYI NATIONAL UNIVERSITY street Institute, 11, Show collections 26.09.22 р., о 14.00</p> <p>SHOWING CLOTHING COLLECTIONS The best clothing collections of students of Khmelnytsky National University for the last two years. The presented collections of designer clothes made in the student house of models are winners of many national and international competitions.</p> |

Рисунок 2.10 – Інформаційний буклет фестивалю

Також в рамках проекту, було розроблено програму заходів фестивалю з використанням логотипу та інформаційного блоку. Програма представлена в форматі А4 (210×297 мм) і показана на рис. 2.11.

| | | | | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|--|--|--|------|
| | | | | | | | | | Лист |
| | | | | | | | | | 54 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | | | | |

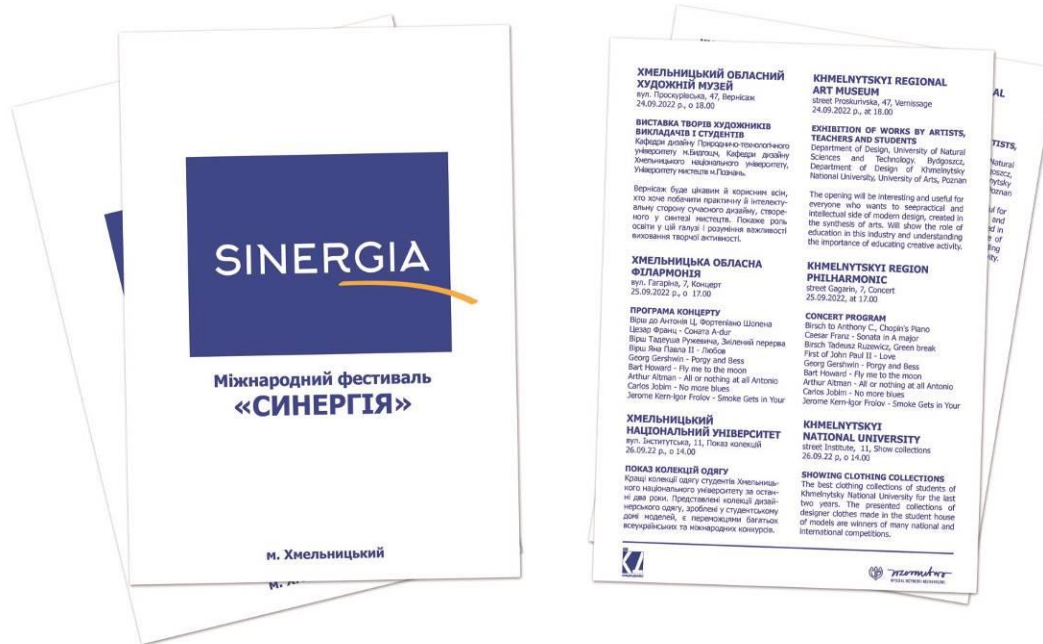


Рисунок 2.11 – Програма фестивалю

Запрошення на фестиваль спроектовано в розмірі 150×100 мм вертикальної орієнтації і представлено на рис. 2.12.



Рисунок 2.12 – Запрошення на фестиваль

| | | | | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|--|--|--|------|
| | | | | | | | | | Лист |
| | | | | | | | | | 55 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | | | | |

Композиція на двосторонньому євро-флаєрі дублює розміщення основних елементів з запрошення із дещо зміненою типографією кою (рис. 2.13).



Рисунок 2.13 – Двосторонній єврофлаєр

Для реклами фестивалю в друковані ЗМІ розроблено макетну рекламу, яка представлена на рис. 2.14.

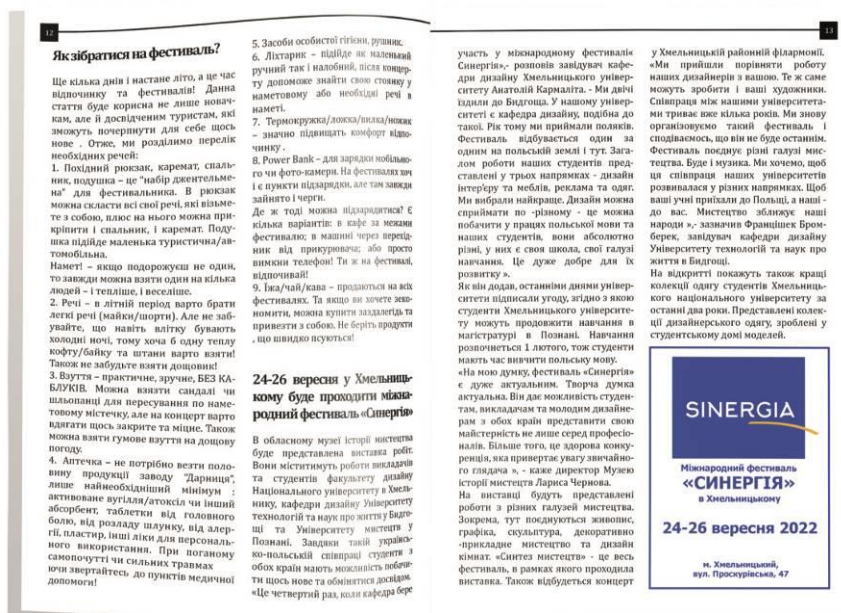


Рисунок 2.14 – Макетна реклама в друковані ЗМІ

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | | Лист |
| | | | | | | 56 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | |

Двосторонній кишеньковий календар представлено на рис. 2.15.



Рисунок 2.15 – Кишеньковий календар

Зовнішня реклама в дипломному проекті представлена у вигляді постерів на біл-борд та сіті-лайт, реклами на транспорті. Реклама на біл-борд розроблена в розмірі 3×6 м , а сіті-лайт – 1,2×1,8 м (рис. 2.16).



Рисунок 2.16 – Зовнішня реклама: фестивалю

Сувенірна продукція фестивалю може бути абсолютно різноманітною: чашки, ручки, футболки, кепки, сумки тощо. Для сувенірної продукції можна

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 57 |

використовувати варіант повного логотипу, скороченого логотипу у вигляді надпису, використовувати зображення з фото фестивалю. Сувенірна продукція може бути представлена як в білих так і в синіх кольорах (рис. 2.17 – 2.19).



Рисунок 2.17 – Фірмові футболки



Рисунок 2.18 – Сувенірна продукція



Рисунок 2.19 – Фірмові чашки

2.4 Композиційний аналіз гармонійності розробленого логотипу та фірмової продукції

Для композиційного аналізу гармонійності логотипу користуємось пірамідою гармонії в композиції (рис. 1.35). При розробці логотипа був використаний головний композиційний елемент – колір (рис. 2.20). Композиційним засобом зв'язку в логотипі для композиційного елементу колір слугує контраст кольору та контраст тону. Контраст кольору забезпечується контрастними кольорами синій-жовтий, а контраст тону використанням тону синій-білий. Використання жовтого кольору як акценту додає динаміки всій композиції логотипа.



Рисунок 2.20 – Композиція логотипа

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 59 |

Шрифт теж є головним композиційним елементом в логотипі. Засобом зв'язку шрифту в композиції слугує композиційний засіб симетрія: білий шрифт розташований симетрично до горизонтальної осі симетрії логотипу (синя плашка).

Загалом гармонія в композиції логотипу забезпечена дотриманням принципів та законів композиції. Принципи, що були використані при створенні композиції – рух (забезпечується використанням жовтого кольору як акценту) та виразність (забезпечується контрастом кольорів та тону).

Закони композиції, що були використані при побудові логотипу:

- єдність змісту та форми – логотип в стилі мінімалізм передає європейське походження фестивалю;
- наявність композиційного центру – композиційний центр – це шрифтовий надпис назви фестивалю, розташований по горизонтальній осі симетрії логотипу;
- співрозмірність частин між собою та з цілим – узгоджені розміри між центром композиції та іншими частинами логотипу, використані контрастні кольори;
- цілісність композиції – композиція логотипу цілісна та збалансована.

Що стосується фірмової продукції, то у всіх форматах було використано колір, шрифт, формат. При проектуванні макетів друкованої рекламної продукції, зовнішньої реклами та сувенірної продукції було застосовано такі композиційні засоби контраст тону, динаміка в розташуванні тексту, відношення і пропорції забезпечуються наявністю «повітря» в композиції рекламної продукції.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 60 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

3 КОНСТРУКТОРСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНА ЧАСТИНА

3.1 Розробка конструкції проєктованих засобів

Перед друком всі макети проходять додрукарську підготовку. Вимоги до підготовки друку у всіх типографіях відрізняються. Загальними тільки є базові налаштування при збереженні макетів та деякі аспекти створення.

При надсиланні файлів для друку слід пам'ятати, що поліграфії приймають файли таких форматів: Adobe PhotoShop (*.psd, *.tiff); Adobe Illustrator (*.ai, *.eps); Adobe InDesign (*.indd); Adobe PDF (*.pdf).

Загальні вимоги до файлів:

- неприпустиме використання будь-яких колірних моделей окрім CMYK, Pantone – (RGB, HSB, LAB);
- припуски на обріз (по 2 мм для листової продукції і 5 мм для багатосторінкової продукції), якщо макет в EPS або TIFF вільоти повинні бути симетричними;
- елементи дизайну повинні знаходитися від краю виробу на 5 мм;
- у макетах, зверстаних в програмах Corel, Illustrator всі шрифти повинні бути переведеними у криві;
- розрішення для растрових зображень має бути не менше 300 dpi;
- заливка чорним по формулі – C: 60; M: 40; Y: 40; K: 100;
- мілкі деталі та літери чорного кольору готуються по формулі C: 0; M: 0; Y: 0; K: 100;

Для всіх макетів рекламної продукції, які готуються до друку, діє універсальне правило: до розмірів готового виробу необхідно додавати по 2 мм на обріз з кожного боку. А всі написи і важливі елементи дизайну, необхідно розміщувати на відстані 5 мм від країв готового виробу. Так, наприклад, розмір еврофлаєрів в готовому вигляді – 210×100 мм, в макеті ж необхідно поставити 214×104 мм [22].

Календарі фестивалю «Sinergia» було вирішено проєктувати стандартного розміру – 70×100 мм з припусками на обріз – по 2 мм з кожної сторони. Такий

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 61 |



Рисунок 3.2 – Конструктивні розміри євробуклету для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»



Рисунок 3.3 – Конструктивні розміри євробуклету для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»



Рисунок 3.4 – Конструктивні розміри запрошення на фестиваль

Оскільки запрошення на фестиваль надсилається почесним гостям, то картки запрошень повинні мати якісний та презентабельний вигляд. Для друку було обрано товстий папір щільністю 280г/м².

Афіші для фестивалю «Sinergia» зазвичай мають стандартний універсальний формат – А3 (297×420 мм) (рис. 3.5). Для програмки фестивалю був обраний формат А4.

Для друку афіш та програмок було обрано плакатний папір щільністю 100 г/м². При друці поверхня постерного паперу має особливість – вбирає чорнило, але при цьому не допускається їх розтікання. В результаті при друці на постерному папері ми отримуємо насичене яскраве зображення. Постерний папір широко застосовують у виробництві постерів, плакатів і афіш.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 64 |



Рисунок 3.5 – Конструктивні розміри афіші для фестивалю



Рисунок 3.6 – Конструктивні розміри програми для фестивалю

| | | | | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|--|--|--|------|
| | | | | | | | | | Лист |
| | | | | | | | | | 65 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | | | | |

Розміри рекламного місця в газеті чи журналі показані на рис. 3.7.



Рисунок 3.7 – Розміри рекламного місця

Зовнішня реклама в проекті представлена постерами для біл-борда і сіті-лайта. Розміри спроектованої продукції на ці носії представлені на рис. 3.8, 3.9.



Рисунок 3.8 – Конструктивні розміри постера на біл-борд

| | | | | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|--|--|--|------|
| | | | | | | | | | Лист |
| | | | | | | | | | 66 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | | | | |



Рисунок 3.9 – Конструктивні розміри сіті-лайта і рекламного постера

Суvenirна продукція української сесії міжнародного «Sinergia» – це чашки, сумки, футболки з символікою події. Для її виготовлення використовуються різні матеріали.

Популярним видом сувенірної продукції для багатьох організацій є одяг з символікою компанії. Для фестивалю сувенірні футболки було вирішено оформити як з фірмовою ілюстрацією, так і з логотипом (рис. 2.14).

Зразки сувенірної продукції з конструктивними розмірами представлені на рис. 3.10.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 67 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |



Рисунок 3.10 – Конструктивні розміри друку на сувенірній продукції

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 68 |

3.2 Вибір технологічних рішень

Друк календарів, флаєрів, плакатів може виконуватися двома способами – офсетним або цифровим друком [23].

Офсетний друк являє собою технологію друку, яка полягає в наступному – з друкованої форми перенесення фарби здійснюється на запечатуваний матеріал завдяки офсетному проміжному циліндру. Принцип дії офсетного друку полягає в тому, що зображення наноситься на оброблену спеціальним чином пластину, після чого за допомогою проміжного офсетного циліндра – на носій.

Друк даним методом забезпечує високу якість на будь-яких видах паперу та картону, чітке відтворення дрібних деталей, відмінну передачу півтонів і відтінків. У процесі офсетного способу друку фарба шляхом тиску передається з гнучкою друкованої форми на гнучке гумове полотно, а після цього вже на будь-який матеріал, який призначається для друку.

Перевагою офсетного друку є можливість використання будь-яких типів паперу: газетного, офсетного, дизайнерських видів картону. Конструкція обладнання для офсетного друку досить складна, тому і вартість такої машини висока. Підготовка перед офсетним друком досить тривала і трудомістка, проте сам процес друку не займає багато часу.

Друк невеликого тиражу офсетним методом не вигідна. Однак, якщо обсяг збільшити до певної кількості відбитків, то вартість одного примірника буде значно менше. Вартість офсетного друку залежить від тиражу.

Цифровий друк – метод друку, де нанесення зображення на запечатуваний матеріал виконує спеціальний принтер без попередньої підготовки форм.

Найважливіший плюс цифрового друку – можливість виготовити одиничний або короткий тираж. У традиційних технологіях, наприклад, офсетній, лєвова частка собівартості відбитка припадає на додрукарську роботу, зокрема, виготовлення друкованих форм. Тому чим вище тираж, тим нижче вартість одного примірника.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 69 |

У цифровому друці цього етапу немає, тому він рентабельний у виготовленні малих тиражів. Саме цифра стане незамінним варіантом, коли необхідний друк рекламних плакатів або афіш невеликої партії перед запланованою подією.

В нашому випадку для друку одиничних екземплярів розробленої продукції будемо використовувати саме цифровий друк.

Для друку найпопулярнішого виду сувенірної продукції для будь-якої організації чи події чашка з логотипом використовують такі технології нанесення зображення на чашку як термопрес та гравертон.

Головний плюс технології термопресування – економічність навіть при невеликих тиражах. Мінуси цієї технології – зображення менш стійке до механічних впливів. Це обумовлено технічними вимогами – спочатку друк проводиться безпосередньо на чашці, після чого вона відстоюється при кімнатній температурі, а потім пропалюється.

Гравертон – сучасний вид нанесення чорно-білих та кольорових зображень на тверді матеріали. Застосування даного виду сублимації вимагає використання спеціально підготовлених поверхонь. Для того, щоб зображення перенеслося на чашку, її поверхня повинна бути попередньо покрита спеціальним сублимаційним лаком.

Першим кроком технології гравертон є перенесення зображення на папір за допомогою сублимаційних фарб, які не вбираються целюлозою. Зображення друкується на аркуші спеціального паперу в дзеркальному відображенні. Папір акуратно прикладається до запечатованої поверхні і фіксується термоскотчем.

Потім заготовка поміщається під термопрес на нетривалий період часу. Час перебування під пресом, прогрітому до температури 170 ° С, – близько 1 хвилини.

Друк на футболках можливий з використанням різних технологій. Серед популярних технологій друку на тканині – сублимаційна, цифрова, шовкографія та термоаплікація та термотрансферна технологія.

Прямий цифровий друк – прогресивна технологія перенесення малюнка оперативно і без проміжних етапів. Такий вид нанесення зображень на тканину підходить для малих тиражів, зображення має велику якість та деталізацію.

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 70 |

Недоліками такого друку є подальше ручне прання виробу, наявність до друкарської підготовки.

Сублімаційний або прямий трафаретний друк. Підходить для тиражів 50-100 000 примірників і більше. Зображення при такому виді друку є досить чіткими. При виготовленні партій від 200 штук собівартість знижується.

Технологія сублімації на футболках підходить тільки для синтетики світлих відтінків. Малюнок переноситься на спеціальний папір, а потім на матеріал за допомогою термопреса. При високій температурі відбувається випаровування чорнила, вони проникають у волокна тканини, фарбуючи її.

Для друку за технологією шовкографії необхідна сітка, натягнута на раму, чорнило, трафарет. Візерунок виходить методом натискання. Шовкографію використовують, коли потрібен друк на футболках з різними ефектами на тканині. Шовкографія підходить для нанесення написів, логотипів і зображень при невеликих тиражах. Використовуються спеціально оброблені векторні і растрові файли.

Термотрансферна технологія – друк виконується на спеціальному матеріалі, що переноситься та приклеюється термічним способом на тканину.

Для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» було розроблено оформлення на транспорт фестивалю.

Якісні вінілові плівки на машину виглядають яскраво і не бояться мийок, дощу, снігу. Їх можна самостійно наносити на будь-яку рівну поверхню, а коли набридне, наклейку зовсім не складно відклеїти. Під час друку наклейок використовуються принтери нового покоління, які забезпечують реалістичність кольору, максимальну деталізацію та високу чіткість зображення, що дозволяють отримувати полотна будь-якої ширини до 3,2 метрів. Спеціальна постдрукарська обробка робить автонаклейки стійкими до будь-яких зовнішніх впливів.

Способи виготовлення наклейок: плотерне різання – найпростіші у виготовленні, відрізняються високим рівнем чіткості зображення; повнокольоровий друк – ідеальний варіант для створення яскравих та складних малюнків; перфорація – плівки наносять на заднє скло, не заважають огляду, більше використовується в рекламних цілях.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 71 |

3.3 Визначення вартості впровадження графічного оформлення української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

Оцінка вартості проекту по суті є оцінкою усіх витрат, необхідних для успішної і повної реалізації проекту. Визначення вартості розробки айдентики та реалізації ідей шляхом виготовлення необхідних носіїв фірмового стилю складається з двох пунктів:

- розрахунку вартості заробітної плати фахівцю – дизайнеру-графіку, який буде розробляти айдентику, рекламну продукцію та макети продукції;
- визначення загальної вартості реалізації продуктів у матеріалі – сума, що буде витрачена на виготовлення поліграфії, сувенірної продукції тощо.

Існує декілька методів оцінки вартості роботи та розрахунку тарифного плану дизайнера [24]:

- параметричне моделювання. Параметричне моделювання – це метод оцінки роботи, під час якої враховується співвідношення певних параметрів роботи. Оскільки розробка дизайну – це робота, яка потребує багато часу, головним параметром для оцінки вартості дизайн-проекту, найчастіше, обирається 1 година роботи. Дизайнер з досвідом завжди може приблизно прорахувати скільки часу в нього займатиме та чи інша робота. Ціна ж одної години роботи дизайнера може розраховуватися за різними формулами. Дані формули відрізняються у дизайнерських фірм та рекламних агентств, де робота дизайнера може оцінюватися незмінною ставкою, та у дизайнерів-фрилансерів, які працюють самостійно.

- оцінка вартості на основі аналогів або моніторинг цін. Даний метод базується на дослідженні вартості аналогічної роботи інших спеціалістів та складення середньостатистичної ціни. Згодом дизайнер сам вирішує наскільки вартість його роботи буде відрізнятися від середньої за такими критеріями як професійність, якість та швидкість. Даний метод є найбільш простим та надійним за умови, коли порівнювані завдання проектів схожі не тільки за формою, а й за

змістом та дизайнер, що виконуватиме це завдання, має необхідний досвід роботи;

- змішаний тип розрахунку тарифного плану роботи дизайнера – використання методу моніторингу цін та на його основі розрахунок 1 год. роботи дизайнера за методом параметричного моделювання.

Для розрахунку заробітної плати працівнику в даному дипломному проекті було обрано змішаний тип. Збір інформації було проведено на основі умови, що основний виконавець – графічний дизайнер-фрилансер зі стажем роботи 1 рік.

За даними українських freelance-платформ (freelance.ua, freelancehunt.ua, weblancer.net, kabanchik.ua) було вираховано, що середня погодинна оплата розробки логотипу та фірмового стилю дизайнером-графіком зі стажем роботи в 1 рік станом на 2021 р. становить 125 грн/год.

За формулою 3.1 отримуємо розрахунок заробітної платні фахівця дизайнера-графіка за виконаний проект, грн:

$$ЗП_{\pi} = ТП_{д} \cdot T_{\pi}, \quad (3.1)$$

де $ЗП_{\pi}$ – повна заробітна платня спеціаліста за проект, грн.;

$ТП_{д}$ – тарифний план дизайнера, грн/год;

T_{π} – час, затрачений дизайнером на виконання проекту, год (табл. 3.1).

Для точного обчислення T_{π} під час роботи дизайнером складається поетапний план роботи, де по пунктно розписується час, що був потрачений на розробку логотипу, фірмового стилю та макетів носіїв фірмового стилю (табл. 3.1).

За формулою 3.1 обчислимо повну заробітну платню працівнику за роботу над проектом розробки фірмового стилю для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» за умови, що тарифний план дизайнера складатиме 125 грн/год:

$$ЗП_{\pi} = 125 \times 42 = 5\,250 \text{ грн.}$$

Отже, за розрахунками маємо, що сума заробітної платні дизайнера за виконання проекту становить 5 250 грн.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 73 |

Таблиця 3.1 – Поетапний план роботи дизайнера над проектом графічного оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

| № | Найменування роботи | Час витрачений на роботу, год |
|-----|---|-------------------------------|
| 1. | Розробка логотипу «Sinergia» (включно з правками та презентацією) | 20 |
| 2. | Підбір кольорової гами та шрифтового оформлення фірмового стилю фестивалю | 1 |
| 3. | Розробка макету календаря фестивалю | 1 |
| 4. | Розробка макету запрошень | 2 |
| 5. | Розробка макету програми фестивалю | 3 |
| 6. | Розробка макету інформаційного буклету фестивалю | 3 |
| 7. | Розробка макету афіші фестивалю | 4 |
| 10. | Розробка макету флаєра | 2 |
| 11. | Розробка макету постера на біл-борд | 1 |
| 12. | Розробка макетів сувенірної продукції фестивалю | 5 |
| | РАЗОМ | 42 |

3.2 Калькуляція загальної вартості реалізації продукції

За формулою 3.2, фонд витрат на розробку та впровадження фірмового стилю для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» складається із оплати роботи дизайнера та загальної вартості реалізованої продукції:

$$ФВ = 3П_{п} + В_{п}, \quad (3.2)$$

де ФВ – фонд витрат за проект, грн.;

$В_{п}$ – вартість реалізованої продукції, грн.;

Загальна вартість реалізованої продукції V_p розраховується за умов обліку усіх необхідних ресурсів, їх кількості та вартості та надається у формі таблиці, де вказується необхідна для впровадження фірмового стилю продукція, її кількість та вартість згідно з домовленістю із виконавцем робіт по виготовленню (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Таблиця кількості та вартості продукції, необхідної для впровадження фірмового стилю української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia»

| № | Найменування виду продукції | Характеристика продукції | Необхідна кількість, шт | Вартість, грн |
|---------------|---|---|-------------------------|---------------|
| | Афіша фестивалю | A3, папір крейдований, 130 г/м ² | 20 | 400 |
| | Програма фестивалю | A4, папір крейдований, 130 г/м ² | 50 | 200 |
| 3. | Інформаційний буклет | 210x297мм, папір крейдований, 170 г/м ² | 50 | 250 |
| 4. | Флаєр фестивалю | 210x99 мм, папір крейдований, 170 г/м ² | 200 | 500 |
| 5. | Запрошення на фестиваль | A6, папір крейдований, 300 г/м ² | 50 | 200 |
| | Календарі кишенькові | 70×100 мм, папір крейдований, 300 г/м ² | 100 | 216 |
| 6. | Постер на сіті-лайт | 1200x1800 мм, папір плакатний, 170 г/м ² | 10 | 500 |
| 7. | Постер на біл-борд | 3000×6000 мм, вологостійкий папір Blue-back, 150 г/м ² | 3 | 300 |
| 8. | Сувенірна продукція: футболка | Розміри: S, M, L, жіночі, друк сублімаційний | 30 | 6500 |
| 9. | Сувенірна продукція: чашки фестивалю «Sinergia» | 110x85мм, друк сублімаційний | 20 | 3000 |
| 10. | Набір наклейок фестивалю «Sinergia» | 3 м ² , плівка автомобільна Orajet | 10 | 1956 |
| РАЗОМ: | | | | 14022 |

Вартість виготовлення продукції в таблиці вказано згідно середнього значення цін на друк поліграфії, широкоформатного друку та виготовлення сувенірної продукції в м. Хмельницький станом на осінь 2021 року.

За даними таблиці отримуємо загальну вартість реалізованої продукції, що складає 14 022 грн. Отже, можемо розрахувати загальний фонд витрат на розроблений проект:

$$\text{ФВ} = 5\,250 + 14\,022 = 19\,272 \text{ грн.}$$

Отже, загальний фонд витрат на проект розробки фірмового стилю української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia», розрахований за середньостатистичними цінами на послуги дизайнерів-графіків та організацій, які надають послуги виготовлення поліграфічної та сувенірної продукції, становить 19 272 грн., з яких 5 250 грн. – заробітна платня фахівцю, 14 022 грн. – загальна вартість продукції, необхідної для реалізації макетів-носіїв фірмового стилю у матеріалі.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 76 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

4 РОЗРОБКА ЗАЯВКИ НА ОТРИМАННЯ АВТОРСЬКОГО ПРАВА НА ТВІР МИСТЕЦТВА ЛОГОТИП «SINERGIA»

Авторське право – одна з форм інтелектуальної власності. Воно відрізняється від торговельної марки, яка захищає назви брендів, гасла, логотипи й інші ознаки джерел від використання сторонніми особами з певною метою. Авторське право також відрізняється від патентного законодавства, яке захищає винаходи.

Авторське право – це сукупність прав, що призначені захищати автора та його твір та дозволяють авторам отримувати певні соціальні блага від результатів їх творчої діяльності. Авторський твір може бути будь-якої форми вираження (графічний малюнок, музичний, письмовий, архітектурний твір, комп'ютерна програма тощо).

Автор – фізична особа, творчою працею якої створено твір. Автором може бути тільки фізична особа. Автор – первинний суб'єкт авторського права. Автором вважається особа, зазначена на оригіналі або примірнику твору. Якщо дійсним автором твору є особа, яка не зазначена на оригіналі або примірнику твору, вона повинна доказати своє авторство. Це так звана презумпція авторства. Для визнання особи автором не має значення його вік або стан дієздатності.

Реєстрація авторського права не є обов'язковою, проте може стати ключовим аргументом у вирішенні питання щодо авторства твору та займає в середньому 2-3 місяці з дати надходження заявки та реєстрації до видачі свідоцтва. Реєстрацію авторського права в Україні здійснює Державний департамент інтелектуальної власності [25].

4.1 Опис до авторського свідоцтва на твір мистецтва логотип «Sinergia»

Логотип «Sinergia» створений для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia». Міжнародний фестиваль «Sinergia» – це польсько-український проект, який, поєднавши творчість різних поколінь, демонструє цікаві ідеї в мистецтві та дизайні.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 77 |

Логотип представляє собою синій прямокутник, в центрі якого стилізованими буквами написано «Sinergia» (зображення 1). Шрифтовий надпис виконаний шрифтом Arhitip Regular. Варіанти виконання логотипу – кирилиця та латиниця (зображення 2).

Кольори, використані в логотипі – це традиційні українські кольори: синій, жовтий, білий.

Логотип створено в графічному стилі «мінімалізм».



Зображення 1



Зображення 2

4.2 Заява про реєстрацію авторського права на твір

Для заповнення стандартних бланків заяви на авторське право (рис. 4.1) було використано приклади з сайту державного підприємства Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент), що знаходиться в м. Києві.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 78 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

НАЦІОНАЛЬНИЙ ОРГАН ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ
ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО
«УКРАЇНСЬКИЙ ІНСТИТУТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ»
(УКРПАТЕНТ)

вул. Глазунова, буд. 1, м. Київ, 01601, тел.: (044) 494-05-05, факс: (044) 494-05-06
E-mail: office@ukrpatent.org, сайт: www.ukrpatent.org, код згідно з ЄДРПОУ 31032378

ЗАЯВА
про реєстрацію авторського права на твір

Службові відмітки:

Підпис начальника відділу ► _____

| Номер заявки ▼ | Дата подання | | |
|----------------|--------------|----------|-------|
| | Число ▲ | Місяць ▲ | Рік ▲ |
| | | | |

| Номер свідоцтва ▼ | Дата реєстрації | | |
|-------------------|-----------------|----------|-------|
| | Число ▲ | Місяць ▲ | Рік ▲ |
| | | | |

Прошу зареєструвати авторське право на твір

1. Вид та повна назва графічне зображення з описом Логотип «Sinergia»

Скорочена назва твору (якщо така є)

відсутня

Попередня чи альтернативна назва твору (якщо така є)

відсутня

2. Галузь творчої діяльності

мистецтво, література

Наука, література чи мистецтво

3. До якого об'єкту(ів) авторського права належить твір

твір у галузі мистецтва

4. Анотація або реферат твору (Публікується в офіційному бюлетені)

Логотип «Sinergia» створений для української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia». Міжнародний фестиваль «Sinergia» – це польсько-український проект, який, поєднавши творчість різних поколінь, демонструє цікаві ідеї в мистецтві та дизайні.

Логотип представляє собою синій прямокутник, в центрі якого стилізованими буквами написано «Sinergia». Шрифтовий надпис виконаний шрифтом Arhitip Regular. Варіанти виконання логотипу – кирилиця та латиниця.

Кольори, використані в логотипі – це традиційні українські кольори: синій, жовтий, білий.

Логотип створено в графічному стилі «мінімалізм».

Рекомендований розмір - до 300 друкованих знаків

а)

Рисунко 4.1 – Заява на реєстрацію авторського права на твір

| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата |
|-----|------|----------|--------|------|
| | | | | |

ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ

Лист

79

5. Дата остаточного завершения работы над твором ► Число 27 Місяць листопада Рік 2021

6. Відомості про оприлюднення твору (опублікування, сповіщення, виконання, показ тощо) _____
Відсутні

7. Відомості про використані твори:

7.1. Відомості про твір(и), відносно якого(их) цей твір є похідним _____ Відсутні

Вказати, на основі якого твору зроблено переклад, адаптацію, аранжування тощо, їх правомірність

7.2. Відомості про твір(и), або частину твору(ів), що включено до твору, права на який реєструються _____
Відсутні

Вказати твори інших авторів та правомірність їх включення

8. Відомості про попередню реєстрацію* Ні – X; Так – , _____
Вказати державу, дату, номер попередньої реєстрації

та назву реєстру

9. Відомості про автора(ів) твору, зазначеного у п.1 заяви **

9.1. Прізвище, ім'я, по батькові першого автора (псевдонім, за наявності, вказати в дужках) ▼
Бондарчук Олена Сергіївна

Дата народження ► Число 22 Місяць ЛЮТОГО Рік 1999

Повна поштова адреса, телефон вул. Героїв Небесної сотні, буд.35 А, м. Хмельницький, ...
Вулиця, номер будинку, назва населеного пункту, район, область, поштовий індекс
29000, тел. +38067-645-59-14

Суть авторства, авторський вклад у створення твору автором належить ідея створення логотипу з використанням традиційних українських кольорів: синього, жовтого, білого, та комп'ютерна композиція логотипу як шрифтового надпису на синій прямокутній плашці.

Цей твір (частину твору) створено:*

за договором
у порядку індивідуальної розробки

Цей твір (частину твору) створено для оприлюднення:*

під власним ім'ям
анонімно
під псевдонімом

* Необхідне позначити "X"

** Якщо авторів декілька, використайте лист подовження бланку заяви

б)

Рисунок 4.1, лист 2

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| | | | | | | 80 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

10. Особа, яка подає заявку на реєстрацію (заявник):

10.1. Автор(и), спадкоємець(і) ▼

Петрацук Світлана Анатоліївна, вул. Львівське шосе, б. 47, кв. 56, м. Хмельницький, 29016,
Повне ім'я особи, повна поштова адреса (адреса для листування), телефон
+38068-203-48-04

10.2. Довірена особа автора(ів), спадкоємця(ів) ▼ – _____

Повне ім'я особи, повна поштова адреса (адреса для листування), телефон

11. Видача свідоцтва (свідоцтв):

- Надіслати за вказаною адресою вул. Львівське шосе, б. 47, кв. 56, м. Хмельницький, 29016
Вулиця, номер будинку, назва населеного пункту, район, область, поштовий індекс

- Видати заявнику _____ Петрацук С. А.
Прізвище, ініціали



| 12. Перелік документів і матеріалів, що додаються до заяви | | Кількість аркушів | Кількість примірників |
|---|--|-------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> Примірник твору (форма, в якій представлено твір) | твір у галузі мистецтва «Обкладинка до навчального посібника «Графічний дизайн та реклама» | 1 | 1 |
| <input type="checkbox"/> Документ, що підтверджує перехід у спадщину майнового права автора (якщо заявка подається спадкоємцем автора) | | | |
| <input type="checkbox"/> Платіжний документ, що підтверджує сплату збору за підготовку до державної реєстрації авторського права на твір | | 1 | 1 |
| <input type="checkbox"/> Платіжний документ, що підтверджує сплату збору за оформлення і видачу свідоцтва про державну реєстрацію авторського права на твір | | 1 | 1 |
| <input type="checkbox"/> Документ, що підтверджує наявність пільг по сплаті збору | | | |
| <input type="checkbox"/> Документ, що свідчить про факт і дату оприлюднення твору (за наявності) | | | |
| <input type="checkbox"/> Документ, що підтверджує повноваження довіреної особи (довіреність) | | | |
| <input type="checkbox"/> Інші документи, що додаються до заяви | | | |

13. Я, який нижче підписався, підтверджую достатність і достовірність відомостей, вказаних у матеріалах заявки:

- Автор(и) _____ Бондарчук Олена Сергіївна
Прізвище(а), ініціали, підпис(и)
Петрацук Світлана Анатоліївна

- Заявник _____ Петрацук Світлана Анатоліївна
Прізвище, ініціали та підпис особи, яка подає заявку

Дата ► Число ► 27 Місяць ► листопада Рік ► 2021

Примітки: _____

Заявку опрацював: _____
Прізвище, ініціали та підпис працівника відділу

в)

Рисунок 4.1, лист 3

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 81 |

9.2. Прізвище, ім'я, по батькові другого автора (псевдонім, за наявності, вказати в дужках) ▼
Петрацук Світлана Анатоліївна

Дата народження ► Число 31 Місяць ТРАВНЯ Рік 1971

Повна поштова адреса, телефон Львівське шосе, б. 47, кв. 56, м. Хмельницький,
 Вулиця, номер будинку, назва населеного пункту, район, область, поштовий індекс
Хмельницький район, Хмельницька обл., 29016

Суть авторства, авторський вклад у створення твору автором підібрані пропорції співвідношення
кольорів в логотипі, а також підібраний шрифт
надпису



Цей твір (частину твору) створено:*

за договором
 у порядку індивідуальної розробки

Цей твір (частину твору) створено для оприлюднення:*

під власним ім'ям
 анонімно
 під псевдонімом

9.3. Прізвище, ім'я, по батькові третього автора (псевдонім, за наявності вказати в дужках) ▼

Дата народження ► Число _____ Місяць _____ Рік _____

Повна поштова адреса, телефон _____
 Вулиця, номер будинку, назва населеного пункту, район, область, поштовий індекс

Суть авторства, авторський вклад у створення твору

Цей твір (частину твору) створено:*

за договором
 у порядку індивідуальної розробки

Цей твір (частину твору) створено для оприлюднення:*

під власним ім'ям
 анонімно
 під псевдонімом

* Необхідне позначити "X"

г)

Рисунок 4.1, лист 4

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|-------------------------|------|
| | | | | | ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ | Лист |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | 82 |

ВИСНОВКИ

- 1 У результаті роботи було досліджено історію розвитку міжнародного фестивалю «Synteza sztuk» та його правонаступника фестивалю «Sinergia», стилі та тенденції сучасного графічного дизайну у напрямку розробки фірмового візуального стилю об'єктів проектування.
- 2 Проведено композиційний аналіз джерела творчості українського прапора та стилю мінімалізм, виділено основні інструменти та принципи побудови графічних композицій у даному проекті.
- 3 Розроблено і обґрунтовано концепцію художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».
- 4 Вибрано, обґрунтовано та складено вихідні дані до проектування художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».
- 5 Розроблено логотип для української сесії міжнародного фестивалю «Synergia», з його використанням створено ряд рекламної і сувенірної продукції .
- 6 Розроблено конструкцію та технологію реалізації дизайн-проекту. Розраховано вартість розробки та впровадження фірмового стилю – фонду заробітної плати фахівців та калькуляцію загальної вартості реалізації продукції.
- 7 Розроблено та подано заявку на отримання авторського права на твір мистецтва логотип «Sinergia».

ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ

Лист

83

| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата |
|-----|------|----------|--------|------|
|-----|------|----------|--------|------|

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 23.11.2021). – Фірмовий стиль.

2 Politechnika Bydgoska im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich. [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://wzornictwo.utp.edu.pl/synteza.html> (дата звернення 23.11.2021 р.). – Synteza Sztuk.

3 Газета «Є» [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Медіа-корпорація «Є», 2000-2021. – Режим доступу: https://ye.ua/kultura/21952_Sintez_mistectv_u_Hmelnickomu__polyaki_podililisya_z_hmelnichanami_misteckimi_zdobutkami.html (дата звернення 23.11.2021). Синтез мистецтв у Хмельницькому: поляки поділилися з хмельничанами мистецькими здобутками

4 Bydgoszcz [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Bydgoszcz, 2004-2021. – Режим доступу: <https://www.bydgoszcz.pl/promocja/wspolpraca-z-zagranica/kalendarium-wydarzen/2018/23-29-wrzesnia-synteza-sztuk-chmielnicki-2018/> (дата звернення 23.11.2021). – 23-19 września Synteza Sztuk Chmielnicki 2018.

5 Słowo polskie [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Słowo Polskie, Senat RP, 2008. – Режим доступу: <https://slowopolskie.org/synteza-sztuki-w-dawnym-ploskirowie/> (дата звернення 23.11.2021). – Synteza Sztuki w dawnym Płoskirowie.

6 Bydgoszcz [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Bydgoszcz, 2004-2021. – Режим доступу: <https://www.bydgoszcz.pl/promocja/wspolpraca-z-zagranica/kalendarium-wydarzen/2018/23-29-wrzesnia-synteza-sztuk-chmielnicki-2018/> (дата звернення 23.11.2021). – Festiwal Synergia.

7 Хмельницький національний університет [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – ХНУ, 2004-2021. – Режим доступу: <https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=8&p=26360> (дата звернення 24.11.2021). – Міжнародний фестиваль «Синергія»

8 Савчук Ю. К. Прапор державний України // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. – К. : Наукова думка, 2011. – Т. 8 : Па – Прик. – 520 с. : іл. — ISBN 978-966-00-1142-7.

9 Котляр А. Синій – чисте небо, жовтий – колір полів // Дзеркало тижня. – 2003. – № 43 (8–14 листоп.).

10 Creativshik [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Виртуальна школа графіческого дизайна Бориса Поташника, 2009-2021. – Режим доступу: <https://creativshik.com/minimalizm-v-graficheskom-dizajne/> (дата звернення 24.11.2021). – Минимализм в графическом дизайне.

11 PhotoDzen [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Photodzen, 2015-2021. – Режим доступу: <http://photodzen.com/learn/photo-abc/osnovy-kompozitsii-kontrast/> (дата звернення 25.11.2021). – Основы композиции: контраст (часть 1).

12 Very Important Lot [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Very Important Lot, 2019-2021. – Режим доступу: <https://veryimportantlot.com/ru/news/blog/minimalizm-v-zhivopisi-ot-chyornogo-kvadrata-k-ikb> (дата звернення 25.11.2021). – Минимализм в живописи: суть стиля, особенности, история, художники-минималисты

13 Videoinfographica [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Videoinfographica, 2021. – Режим доступу: <https://videoinfographica.com/designers-to-follow/> (дата звернення 25.11.2021). – 10 лучших дизайнеров со всего мира

14 Davinci [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Davinci 2021. – Режим доступу: <https://designlogo.com.ua/minimalism> (дата звернення 25.11.2021). – Минимализм в графическом дизайне

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 85 |

15 Цурри О. Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании [Текст]. / О. Г. Цурри // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. - №1 - С. 91-96.

16 Videoinfographica [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Videoinfographica, 2021. – Режим доступу: <https://videoinfographica.com/designers-to-follow/> (дата звернення 27.11.2021). – 10 лучших дизайнеров со всего мира

17 Сидоров С. А.: Психология дизайна и рекламы / С. А. Сидоров.. – М. : Современная школа, 2009. – 254 с.

18 Перция В. М. Анатомия бренда / В. М. Перция, Л. А. Мамлеева – М. : Вершина, 2007. – 288 с.

19 А-Риал – рекламно производственная компания [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – 2019 ООО «А-Риал». – Режим доступу: <https://a-riall.ru/stati/osobennosti-pechati-bannerov/> (дата звернення 26.11.2021). – Особенности печати баннеров. На чем лучше печатать баннер.

20 Репета В. Б. Матеріали і технології цифрового друку / В. Б. Репета, В. В. Шибанов. – Л. : Край, 2015. – 156 с.

21 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%BC%D0%B0> (дата звернення 27.11.2021). – Тахома.

22 Технічні вимоги до файлів готових оригінал-макетів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// unisoft.ua/files/Технічні%20вимоги](http://unisoft.ua/files/Технічні%20вимоги) (дата звернення 18.11.2021)

23 Репета В. Б. Матеріали і технології друку / В. Б. Репета, В. В. Шибанов. – Л. : Край, 2015. – 156 с.

24 Проектний менеджмент: регіональний зріз [текст] : навчальний посібник / За заг. ред. Бутка М.П. [М.П. Бутко, М.І. Мурашко, І.М. Олійченко, Л.Д. Оліфіренко, Т.В. Пепа, А.Г. Долодаренко, С.В. Повна, І.В. Сидоренко, О.М. Шевченко]. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 416 с.

| | | | | | | |
|-----|------|----------|--------|------|--------------------------------|------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | Лист |
| | | | | | | 86 |
| Зм. | Лист | № докум. | Підпис | Дата | | |

25 Укрпатент [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності», 2004. – Режим доступу: <https://ukrpatent.org/uk/articles/copyright> (дата звернення 17.11.2021). – Авторське право

| | | | | | | |
|------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | | | | <i>ДПДЗ. 12016085.01.02.ПЗ</i> | <i>Лист</i> |
| <i>Зм.</i> | <i>Лист</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | 87 |

ДОДАТОК А

ГРАФІЧНА ЧАСТИНА ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУ

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

НА ТЕМУ:

«ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ ДИЗАЙН-СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНСЬКОЇ СЕСІЇ МІЖНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЮ «SINERGIA»»

Актуальність теми:

Міжнародний фестиваль «Sinergia» – це польсько-український проект, який, поєднавши творчість різних поколінь, демонструє цікаві ідеї в мистецтві та дизайні. Фестиваль складається з двох сесій – польської, яка проходить у м. Бидгощ і української, яка відбувається у м. Хмельницький. І якщо у польській сесії фестивалю є свій фірмовий стиль, то в оформленні української сесії фестивалю до цього часу використовуються елементи фірмового стилю польської сесії.

А тому розробка художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» – це можливість покращити стан візуальної інформації при рекламному супроводі даного проекту. Ця задача є актуальною на сьогоднішній день для популяризації як самого фестивалю, так і м. Хмельницького як сучасного культурного і туристичного міста України.

Мета роботи:

Художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».

Завдання роботи:

1. Вивчити та систематизувати вихідні дані, дослідити характеристики та вимоги до об'єктів проектування, ретроспективи дизайну об'єктів проектування.
2. Вибрати та стилізувати головні композиційні елементи для графічного представлення художнього оформлення дизайн-середовища.
3. Вибрати концепцію дизайну об'єктів проектування, засобів художнього оформлення та графічного дизайну.
4. Розробити варіанти творчих ідей логотипу та іншої графічної продукції для дизайн-середовища фестивалю.
5. Розробити конструкцію та запропонувати технологію реалізації дизайн-об'єктів.
6. Розрахувати вартість дизайн-проекту.
7. Подати заявку на авторське право на твір мистецтва.

Наукова новизна отриманих результатів:

Розроблено художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» з використанням інструментів графічного стилю мінімалізм, що відрізняється використанням традиційних українських кольорів (білий, синій, жовтий) як основного композиційного елементу на відміну від концепції традиційного стилю мінімалізм, в якому число використовуваних кольорів зведено до мінімуму і популярне поєднання кольорів – це чорний, сірий і білий.

- розроблено конструкцію та технологію реалізації дизайн-проекту. Запропоновано спосіб розташування логотипу та фірмового знаку на об'єктах зовнішньої реклами, сувенірній, фірмовій та рекламній продукції, фірмовому одязі.

Висновки:

1. У результаті роботи було досліджено історію розвитку міжнародного фестивалю «Syntheza sztuk» та його правонаступника фестивалю «Sinergia», стилі та тенденції сучасного графічного дизайну у напрямку розробки фірмового візуального стилю об'єктів проектування.
2. Проведено композиційний аналіз джерела творчості українського прапора та стилю мінімалізм, виділено основні інструменти та принципи побудови графічних композицій у даному проекті.
3. Розроблено і обґрунтовано концепцію художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».
4. Вибрано, обґрунтовано та складено вихідні дані до проектування художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».
5. Розроблено логотип для української сесії міжнародного фестивалю «Synergia», з його використанням створено ряд рекламної і сувенірної продукції.
6. Розроблено конструкцію та технологію реалізації дизайн-проекту. Розраховано вартість розробки та впровадження фірмового стилю – фонду заробітної плати фахівців та калькуляцію загальної вартості реалізації продукції.
7. Розроблено та подано заявку на отримання авторського права на твір мистецтва логотип «Sinergia».

Об'єктом дослідження:

Дипломного проекту є художнє оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» засобами та методами графічного дизайну.

Предметом дослідження є:

Стильова виразність, візуальна ідентифікація української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia».

Методи дослідження:

Теоретичний (аналіз, синтез, узагальнення, пояснення, класифікація тощо) для обґрунтування вихідних даних до проектування оформлення дизайн-середовища. Системно-історичні та порівняльно-історичні методи для вивчення теоретичного та візуального матеріалу. Метод композиційного аналізу для вибору та стилізації головних композиційних елементів джерела творчості. Методи комп'ютерного проектування та комп'ютерної дизайн-графіки при розробці художнього оформлення середовища фестивалю.

Засоби дослідження:

Комп'ютерні програми та графічні редактори Microsoft Office Word, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

Практичне значення отриманих результатів:

Розроблено дизайн художнього оформлення дизайн-середовища української сесії міжнародного фестивалю «Sinergia» для популяризації як самого фестивалю, так і м. Хмельницького як сучасного культурного і туристичного міста України.

Апробація результатів дослідження:

Подано заявку на отримання авторського права на збірник графічних зображень з описом Логотип «Sinergia».

Хмельницький Національний Університет
Факультет технологій та дизайну
Кафедра дизайну

Виконала: студентка 2 курсу,
група ДЗНмз-20-1 Бондарчук О.С.
Керівник:
к.т.н., доц. Петрашук С.А.

Рисунок А.1 – Інформаційна частина проекту

Розробка логотипу для української сесії міжнародного фестивалю «SINERGIA»

Джерело творчості:



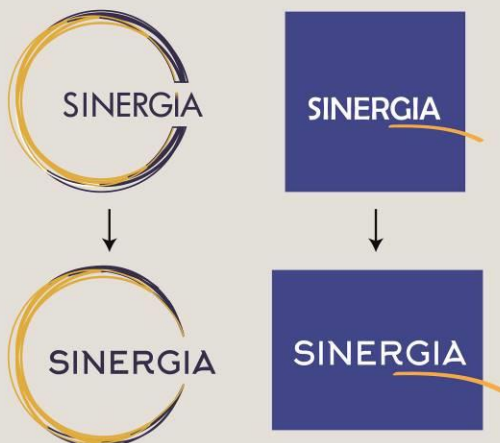
Варіанти кольорової палітри:



Варіанти логотипа:



Запропоновані варіанти логотипа:



Кольорова палітра:



Обраний логотип:



Шрифт:

Arkhip Regular

А, В, С, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M,
N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

А, Б, В, Г, Г, Д, Е, Є, Ж, З, И, І, Ї, Й, К, Л, М,
Н, О, П, Р, С, Т, У, Ф, Х, Ц, Ч, Ш, Щ, Ъ, Ю, Я

Рисунок А.2 – Розробка логотипу по джерелу творчості

Розробка друкованої реклами для української сесії міжнародного фестивалю «SINERGIA»

Шрифт: Tahoma Regular/Bold

Аа, Бб, Вв, Гг, Гг, Дд, Ее, Єе, Жж,
Зз, Ии, Іі, Іі, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн,
Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц,
Чч, Шш, Щщ, Ъб, Юю, Яя

Аа, Бб, Вв, Гг, Гг, Дд, Ее, Єе, Жж,
Зз, Ии, Іі, Іі, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн,
Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц,
Чч, Шш, Щщ, Ъб, Юю, Яя

Варіанти афіші:



Обрана афіша:



Рисунок А.3 – Розробка афіша фестивалю

Розробка друкованої реклами для української сесії міжнародного фестивалю «SINERGIA»

Варіанти програми:



Обрана програма:



Обраний флаєр:



Обраний буклет:



Варіанти флаєра:



Варіант буклету:



Варіанти запрошення:



Варіант реклами в журналі:



Обрана реклама в журналі:



Обране запрошення:



Рисунок А.4 – Розробка друкованої реклами фестивалю

Розробка сувенірної продукції для української сесії міжнародного фестивалю «SINERGIA»

Варіанти чашки:



Варіанти паперового пакета:



Варіанти ручки:



Варіанти флешки:



Обрані варіанти:



Рисунок А.5 – Сувенірна продукція

Розробка сувенірної продукції для української сесії міжнародного фестивалю «SINERGIA»

Варіанти кепки:



Варіант флажка:



Варіант футболки:



Обрані варіанти:



Рисунок А.6 – Сувенірна продукція і фірмовий одяг

Розробка зовнішньої реклами для української сесії міжнародного фестивалю «SINERGIA»

Варіанти банера:



Обрані варіанти:



Зовнішня реклама на автобусі:



Рисунок А.7 – Розробка зовнішньої реклами фестивалю

ДОДАТОК Б
ЗАХИСТ АВТОРСЬКИХ ПРАВ

ДОВІДКА 4

Видана студентці ДЗНмз-20-1 Бондарчук Олена яка подала заявку на реєстрацію авторського права на твір графічне зображення з описом «Логотип української сесії Міжнародного фестивалю «Synergy».

Матеріали заявки знаходяться на розгляді у Державному підприємстві «Український інститут інтелектуальної власності».

Нач.відділу ІВ та ТТ



Підпис дійсний
І.С.Мартинюк
І.С.Мартинюк

Юрій КРАВЧИК