

Хмельницький національний університет
Факультет технологій та дизайну
Кафедра дизайну

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

другий (магістерський)

Освітній рівень

ВПЛИВ ПОДІЛЬСЬКОЇ ЕТНОКУЛЬТУРИ НА РОЗРОБКУ ГРАФІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА ДО ДНЯ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ

Виконав: студент 2 курсу, група ДЗНмз-20-1

Підпис

М. В. Нікітіч

Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис, дата

С. А. Петрашук

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис, дата

С. А. Петрашук

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Підпис, дата

Е. В. Базилюк

Ініціали, прізвище

Зав. кафедри дизайну

_____ 2021 р.

Хмельницький, 2021

Анотація

до дипломного проекту освітнього рівня «магістр»

на тему: «Вплив Подільської етнокультури

на розробку графічного середовища

до Дня міста Хмельницького»

студента групи ДЗмз-20-1 Нікітіча М. В.

керівник – к.т.н., доц. Петрашук С.А.

Обсяг пояснювальної записки – 90 с., 63 рис., 2 табл., 2 додатки, 22 джерела

Обсяг графічної частини – 7 планшетів розміром 60 x 90 см.

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, ХМЕЛЬНИЦЬКЕ МІСЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ,
ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, ФІРМОВИЙ ОДЯГ, ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА,
ЛОГОТИП, ГЕРБ, ФІРМОВИЙ ЗНАК

В ході дипломного проектування розроблено графічне середовище до Дня міста Хмельницького на основі наступних елементів подільської етнокультури, а саме: традиційних кольорів та орнаменту. Графічне середовище включає в себе макети носіїв фірмового стилю – рекламної та сувенірної продукції. У перелік макетів-носіїв фірмового стилю входять логотип, герб, сувенірна продукція та рекламна продукція, сцена.

Запропоновано спосіб розташування логотипу та фірмового блоку на сувенірній та рекламній продукції, фірмовому одязі та об'єктах зовнішньої реклами. Запропоновано приклад оформлення сцени для проведення концертних заходів та урочистостей, присвячених святкуванню Дня міста.

(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

Нікітіч Максим Валерійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту Вплив подільської етнокультури на розробку графічного середовища до Дня міста Хмельницького

Керівник проекту Петращук 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 фірмового стилю до Дня міста Хмельницького

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

Вступ

1 Композиційна частина

2 Творча розробка ідей об'єктів проектування

3 Конструкторсько-технологічна частина

4 Захист інтелектуальної власності

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 символіки міста Хмельницького

3 планшет. Розробка сувенірної продукції

4 планшет. Розробка зовнішньої реклами

5 планшет. Розробка сцени до дня міста Хмельницького

6 планшет. Розробка рекламної продукції

7 планшет. Розробка зовнішньої реклами

6. Консультанти розділів проекту

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрацук С.А., к.т.н., доцент		
2	Петрацук С.А., к.т.н., доцент		
3	Петрацук С.А., к.т.н., доцент		
4	Петрацук 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	Аналіз стану об'єкту проектування	26.09.21	
3	Вибір та обґрунтування вихідних даних для проектування	05.10.21	
4	Вибір та стилізація головних композиційних елементів графічного середовища до Дня міста Хмельницького	16.10.21	
5	Творча розробка фірмового стилю до Дня міста Хмельницького	09.11.21	
6	Обґрунтування технічної частини при розробці об'єктів дизайну	14.11.21	
7	Визначення вартості проекту	21.11.21	
7	Подача заявки на авторське свідоцтво для об'єкта проектування	30.11.21	
8	Розробка презентаційних планшетів	07.12.21	
9	Затвердження роботи	17.12.21	

Студент _____
(підпис)

М. В. Нікітіч
Ініціали, прізвище

Керівник проекту _____
(підпис)

С. А Петрацук
Ініціали, прізвище

ЗМІСТ

	С
Вступ	6
1 Композиційна частина	9
1.1 Дослідження проектної ситуації	9
1.1.1 Історія розвитку процесу проектування графічного середовища до Дня міста Хмельницького	9
1.1.2 Композиційний аналіз джерела творчості	12
1.1.3 Характеристика досягнень дизайнерів в створенні графічних середовищ міст України	26
1.1.4 Розробка і обґрунтування концепції дизайн-об'єкта	34
1.2 Композиційна проробка джерела творчості	36
1.2.1 Вибір та стилізація композиційних елементів джерела творчості	36
1.2.2 Вибір можливих головних композиційних принципів і засобів зв'язку	40
1.2.3 Трансформація форми джерела творчості у формі проектного об'єкта	44
1.3 Вибір та обґрунтування вихідних даних до проектування графічного середовища до Дня м. Хмельницького	45
1.3.1 Вибір та характеристика типу дизайн-об'єкта	45
1.3.2 Загальні вимоги до проектування виробів	46
1.3.3 Вибір і характеристика пакетів матеріалів	49
1.3.4 Складання пакета вихідних даних до проектування	50
2. Творча розробка ідей об'єктів проектування	52
2.1 Розробка ескізів моделей-ідей та їх загальна характеристика	52
2.2 Порівняльний аналіз варіантів-ідей, вибір головної та розробки варіантів-пропозицій	60

ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ				
Змн.	Арк.	№ Документа	Підпис	Дата
Розроб.		Нікітич М.В.		
Перевір.		Петрацук С.А.		
Реценз.		Бобровський О.В.		
Н.Контр.		Петрацук С.А.		
Затверд.		Базилюк Е.В.		
<i>Вплив подільської етнокультури на розробку графічного середовища до дня міста Хмельницького</i>				
		Лім.	Арк.	Аркуші
		4	4	99
ХНУ ст. гр. ДЗНмз-20-1				

2.3 Розробка ескізів доповнень до сувенірної та рекламної продукції	62
2.4 Композиційний аналіз гармонійності розробленого художнього проекту	68
3 Конструкторсько-технологічна частина	72
3.1 Розробка конструкцій проєктованих виробів	
3.2 Вибір технологічних рішень	77
3.3 Нормування матеріалів та визначення вартості дизайн-об'єкта	80
4 Захист інтелектуальної власності	84
Висновки	87
Перелік джерел посилання	88
Додаток А Графічна частина проєкту	91
Додаток Б Авторське право	98

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		5

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні дослідження орнаментики актуальне не тільки з погляду пізнання національної художньої спадщини, виявлення самоідентичності, але має загально людське культурне значення. Основний вектор вітчизняного мистецтвознавства скеровувався в напрямку вивчення орнаменту, як явища невідомого від орнаментованих виробів. Етнографічні дослідження з'ясовували етноісторичний зміст. На часі нові підходи вивчення геометричного орнаменту в плані гносеологічному, символічному, семіотичному, аксіологічному, комунікативному. В той же час сьогодні утворився величезний шал кон'юнктурних теорій міфотворчості, розшифровки знаків у вишивці, що не має нічого спільного з науковим дослідженнями.

У системі українського народознавства етнологія є важливими складовими галузями суспільного буття, які безпосередньо формує і визначає менталітет, уклад і духовність нації, а в поворотні періоди історії Вітчизни є яскравим виразником національно-культурного відродження. Прикладом цього є нинішня розбудова Української держави, яка спирається на віковічні традиції, звичаї, обряди, колорит народної творчості і забезпечує їх розвиток та народження нових у сучасних умовах. У даному контексті важливо сьогодні проаналізувати, систематизувати і узагальнити діяльність учених і краєзнавців за роки незалежності України по відродженню і впровадженню в усі сфери життя населення держави здобутків національної етнології, зокрема в такому великому регіоні, як Поділля.

Об'єкт дослідження – подільська етнокультура.

Предмет дослідження – подільська етнокультура в графічному дизайні до Дня м. Хмельницького.

Мета дослідження – розробити графічне середовище до Дня міста Хмельницького.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		6

Завдання дослідження:

- проаналізувати стан оформлення графічного середовища до дня міста Хмельницького;
- охарактеризувати, композиційно проаналізувати джерело творчості дипломного проекту – подільську етнокультурну, стилізувати головні композиційні елементи, вибрати композиційні принципи та засоби зв'язку;
- розробити рекламну та сувенірну продукцію для оформлення графічного середовища до Дня міста Хмельницького,
- розробити конструкцію проєктованих виробів та вибрати технологічні рішення для реалізації проєкту;
- подати заявку на авторське право на графічне зображення логотип «Хмельницький»;
- підібрати матеріали та визначити вартість оформлення графічного середовища до Дня міста Хмельницького.

Методи дослідження: метод композиційного аналізу для вибору та стилізації головних композиційних елементів; методи комп'ютерного проєктування при створенні логотипу і фірмового стилю до дня міста Хмельницького; аналітичний метод для вивчення особливостей подільської етнокультури, історико-типологічний порівняльний метод для порівняння різновидів орнаменту Подільських регіонів;

Засоби дослідження: комп'ютерні програми та графічні редактори Photoshop, CorelDraw; Word.

Наукова новизна отриманих результатів:

- за допомогою джерела творчості подільської етнокультури створено логотип, який відрізняється від раніше створених логотипів використанням традиційних кольорів Поділля (червоного, чорного, білого) і традиційного подільського орнаменту;
- запропоновано спосіб розташування логотипу «Хмельницький» на об'єктах зовнішньої реклами, сувенірній, фірмовій та рекламній продукції, присвяченій святкуванню Дня міста.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		7

Практичне значення отриманих результатів. Розроблено логотип міста Хмельницького та графічне оформлення середовища до Дня м. Хмельницького.

Апробація результатів дослідження. Авторське право на твір «Графічне зображення логотипу «Хмельницький».

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	Лист
						8
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

1 КОМПОЗИЦІЙНА ЧАСТИНА

1.1 Дослідження проектної ситуації

1.1.1 Історія розвитку процесу проектування графічного середовища до Дня міста Хмельницького

Розробка графічного середовища до дня міста Хмельницького передбачає проектування візуального оформлення та забезпечення виразності образного свята.

Об'єктом проектування у даній роботі виступають фірмовий стиль та айдентика, які є важливою складовою будь-якого бренду та рекламного супроводу.

Фірмовий стиль ідентифікує приналежність всього, на чому він розміщується (товари, засоби комунікації, комунікаційні повідомлення) до певної компанії. Його основне завдання – зробити товари компанії відмінними від товарів її конкурентів, підвищити їх конкурентний потенціал та уберегти від підробок. Основними елементами фірмового стилю вважають: логотип, слоган, колірна палітра (фірмові кольори), фірмові шрифти. Варто розуміти, що це не є жорсткою інструкцією до використання, цей список може змінюватися в залежності від ситуації. Іноді до цього переліку додають корпоративного героя, джингл та інші додаткові елементи фірмового стилю.

Логотип – це блок певних графічних елементів, що після вдалого поєднання символізують діяльність та інколи філософію компанії. Сьогодні існує величезна кількість їх різновидів, проте фахівці виділяють п'ять основних. Одним з найпопулярніших можна вважати символічний логотип. Він являє собою графічне зображення (символ) частіш за все абстрактний. Його перевага полягає у швидкому запам'ятовуванні, легкому створенні образів та асоціацій у підсвідомості аудиторії. Вдалими прикладами такого варіанту логотипу можуть слугувати Apple або AUDI. Текстовим логотипом називають напис фірмовим шрифтом. Перевага цього виду у легкому запам'ятовуванні, особливо якщо конкуренти використовують інший шрифт. Текстовий логотип має у собі окремі

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		9

варіації: існуючі слова у назві компанії, штучно створені слова, абревіатури, букви, цифри.

Не менш важливим елементом фірмового стилю є слоган. Слоган – це лаконічна або навіть коротка фраза, яка містить у собі головний посыл та філософію компанії і має легко запам'ятовуватися. Вдале гасло має формувати та викликати стійкі асоціації з брендом. Фірмові кольори відіграють велику роль у подальшій рекламній компанії та правильному (чи навпаки) сприйнятті товару цільовою аудиторією. Вони мають відповідати психології кольору, бути унікальними, стильними та запам'ятовуватися. Зазвичай обирають не більше трьох кольорів, що поєднуються один з одним, і потім використовують на усій продукції торгової марки. Фірмові шрифти також мають велике значення в ідентифікації бренду. Важливо розуміти, що це є зовсім відмінним від текстового логотипу поняттям. Ці шрифти використовують при написанні будь-яких паперів, що пов'язані із діяльністю компанії: від листівок до банерів. Сьогодні наявне розмаїття шрифтів. Одні сприймаються «жіночними», інші «мужніми», «дитячими», «дивними», «діловими», «модними» тощо. Проте, в межах одного фірмового стилю може використовуватись максимум три види шрифтів з однієї «родини». Головне, що текст в решті-решт має бути читабельним та виконувати поставлене завдання – донести ідею до аудиторії.

Розвиток етнологічного вивчення Поділля доцільно починати з розробки його історіографії. Вивчення історії науки диктується необхідністю більш поглибленого вивчення та систематизації накопиченого матеріалу, оскільки допоможе краще зрозуміти належне місце етнології серед інших наук та подолати глибоку культурну кризу в українському суспільстві. Необхідність історико-етнографічного вивчення подільської традиційної культури у дослідженнях етнографів другої половини XIX – початку XX ст. актуалізується ще й тим, що проблему комплексно не вивчали вітчизняні науковці. Історія етнології цього періоду не знайшла широкого і всебічного висвітлення в наукових працях. Опубліковані розвідки мають якщо не галузевий, то вузько хронологічний чи фрагментарний характер. Дослідження окремих аспектів матеріальної та духовної

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		10

культури Поділля XIX – початку XX ст. обмежилися лише поодинокими публікаціями [1].

В сучасному соціокультурному просторі України проведення заходи, спрямовані на збереження і розвиток традиційної культури. Широкомасштабні мистецькі проекти, фестивалі, конкурси, різноманітні свята стали невід’ємною частиною сучасного культурно-мистецького життя. Починаючи з 1990-х років фестивальний рух набуває потужного розвитку, охоплюючи все більше міст і навіть села. Активізація фестивального руху в цей період, на думку науковців, пов’язана із припиненням гастрольної системи, налагодженої за радянських часів, а також з процесами регіоналізації та децентралізації, що почалися на початку 90-х років XX ст. Пошуки нових шляхів існування та розвитку мистецтва призвели до розуміння саме фестивалю, як альтернативи концертному сезону.

Фестивалі народного мистецтва та фольклору виконують особливу роль в системі сучасних засобів збереження та популяризації традиційної народної культури (рис. 1.1). Фольклорні фестивалі, популярні в Україні, за визначенням вітчизняної дослідниці О. Дячкової утворили так зване «фестивальне коло» - своєрідний календар новітніх українських свят. Маючи за мету збереження, відродження та популяризацію традиційної народної культури як складової культурно-мистецької спадщини українського народу, фольклорні фестивалі носять поліфункціональний характер. Вітчизняними та зарубіжними науковцями відмічається соціокультурна функція фольклорних фестивалів як провідна. Проведення заходів, спрямованих на збереження і розвиток традиційної культури, підтримку культурного різноманіття є актуальним завданням сьогодення.

Актуальність теми обумовлена зацікавленням українського суспільства традиціями, зокрема народним мистецтвом, релігією, бажанням прийти до національної самоідентифікації, віднайти загублені традиції. Також, потрібно ввести до наукового обігу сакральні твори українських народних майстрів, які раніше не вважались як справжнє мистецтво, а визначалися як наївне малярство.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		11



Рисунок 1.1 – Фестивалі народного мистецтва

У системі українського народознавства етнологія, фольклористика та мистецтвознавство є важливими складовими галузями суспільного буття та науки, які безпосередньо формують і визначають менталітет, уклад і духовність нації, а в поворотні періоди історії Вітчизни є яскравим виразником національно-культурного відродження. Прикладом цього є нинішня розбудова Української держави, яка спирається на віковічні традиції, звичаї, обряди, колорит народної творчості і забезпечує їх розвиток та народження нових у сучасних умовах. У даному контексті важливо сьогодні проаналізувати, систематизувати і узагальнити діяльність учених і краєзнавців за роки незалежності України по відродженню і впровадженню в усі сфери життя населення держави здобутків національної етнології, зокрема в такому великому регіоні як Поділля.

1.1.2 Характеристика та композиційний аналіз джерела творчості

Джерелом творчості для розробки фірмового стилю та графічного середовища є подільська вишивка.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		12

Українська вишивка є найбільш красивою і поширеною часткою у народній творчості, яка з споконвіків передавала міфологію, осмислення життя, красу природи та сприйняття світу слов'ян. Це підтверджує велика кількість виробів, виготовлених народними майстринями. Створення орнаментів вишивки на виробах (сорочках, безрукавках, плахах, козушках та ін.) пов'язане з національними традиціями, географічним розташуванням, світобаченням та людською вірою. Саме тому в Україні є ряд усталеної символіки, яку дослідники знаходять у різноманітних виробах.

Найбільшою різноманітністю з поміж усіх традиційних видів одягу вирізняється українська сорочка. Вона здавна носилась, як натільний одяг і складала основу українського національного костюму.

Виробів, оздоблених вишивкою, надзвичайно багато і кожен виріб - це індивідуальний витвір мистецтва, який залежить від регіональних особливостей. Проте, одиничні зразки, виконані у стилі українських національних традицій, не можуть задовольнити попит в одязі. Тому виникає потреба у проектуванні і виготовленні костюмів, оздоблених національною вишивкою, на підприємствах масового виготовлення одягу.

Звернімо увагу на символіку подільських рушників. Серед багатой мистецької спадщини вишивок України своїм колоритом і орнаментикою, складною технікою виконання насамперед вирізняються подільські вишивки. Вишивкою оздоблювали як одяг, так і різноманітні речі побутового вжитку, зокрема й рушники (рис. 1.2).

Загалом вишиті рушники можна вважати відображенням культурної пам'яті нашої нації, оскільки в їх узорах збереглися прадавні магичні знаки, і носіями народних традицій, адже їм завжди надавали важливого образно- символічного значення. З орнаментами вишитих рушників пов'язана символіка добра, добробуту, краси, щастя, здоров'я, сили, захисту від усього злого й лихого в житті. Українські народні орнаментальні мотиви розкривають складні питання світогляду, світосприйняття, світобачення, світорозуміння людини.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		13



Рисунок 1.2 – Українська вишивка у побутовому вжитку

Упродовж історичного й культурного розвитку Поділля формувалися певні локальні особливості, які проявлялися в орнаментальних мотивах і композиції, колористиці й техніках виконання, що дбайливо передавалися з покоління в покоління. Кожний район, навіть кожне село вирізнялися своїми узорами. Тому вишивка – це не лише художнє оформлення речей, але і своєрідне світобачення, відтворене специфічними художніми засобами, вивчення якого є цікавим, необхідним і завжди актуальним процесом.

Аналізуючи результати досліджень вишивки подільських рушників, можна констатувати про надзвичайну різноманітність їх орнаментальних мотивів, особливо геометричних, та глибоке сакральне значення всіх сюжетів узорів. Символіку образів і сюжетів орнаментів Поділля часто пов'язували з атрибутами і знаками традиційних вірувань, з апотропеїчними обрядами, що стверджували ідеї єдності світобудови, захисту від демонічних сил, продовження роду, оберігання життя, здоров'я, добробуту й родючості. Хоча, звичайно, простежуються тенденції до втрати первинної сакральності подільських орнаментів у цілому, однак сучасні народні майстрині Поділля намагаються зберегти їхні головні атрибути. Адже вишиті ними рушники як витвір декоративно-вжиткового мистецтва є символом української ментальності, ідентичності, неповторності, високого розвитку культурного смаку, самобутності, оригінальності,

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
						14
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

гармонійності та виразником однієї з найпрекрасніших морально-естетичних традицій нашого народу. Цінність цих традицій полягає в тому, що їх відродження й збереження забезпечує розвиток кращих рис українського народу, його менталітету, емоційних та інтелектуальних особливостей, примноження матеріальних і духовних надбань нації. Тому завдання сучасних українських дослідників і народних майстрів полягає у вивченні, плеканні й популяризації традицій вишивального мистецтва.

Вишивання — одне з найулюбленіших мистецтв України. Значення і роль української народної вишивки важко переоцінити, її орнаменти можна зустріти на трипільському посуді, розписах цієї доби, а також доби раннього та пізнього палеоліту.

Українська народна вишивка досягла таких вершин, що стала відомою в усьому світі, набула статусу матеріально-духовного, культурного символу українців. Особливою пошаною завжди користувались вишита сорочка та вишитий рушник.

На цих старовинних літописах мовою художніх текстів вишита вся історія – від зародження людства до сьогодення, – філософський світогляд народу, сценарії звичаїв, обрядів, астрономічні та господарські знання та багато інших аспектів життя українців.

Особлива увага приділяється виявленню найбільш характерних (традиційних і нових) композиційних структур. На основі дослідження особливостей композиційної побудови традиційних народних рушників Подільського краю виділено три їх основних типи. Встановлено основні правила використання композиційних структур і їх компонування між собою на полотні подільського рушника (рис. 1.3).

Вивчення традиційних і сучасних мотивів у вишитих рушниках Поділля надзвичайно цікаве і актуальне. Ця тематика дослідження цікавить багатьох провідних спеціалістів-викладачів та студентів кафедри «Теорії та методики трудового та професійного навчання» Хмельницького національного університету (ХНУ) напряму «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація».

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		15



Рисунок 1.3 – Монорапортна композиція подільського рушника з симетричним рішенням без трансляції

На основі наукового аналізу попереднього доробку та за матеріалами власних спостережень спробуємо дати комплексну мистецтвознавчу характеристику композиції вишивки подільського рушника як самобутнього явища декоративно-прикладного мистецтва України.

Подільська вишивка — одна з найскладніших та оригінальних на Україні. Нею оздоблювали різноманітні речі побутового вжитку, але провідне місце їй належало у художньому оформленні традиційного народного одягу.

Важливим кроком у сучасних дослідженнях народного мистецтва Поділля є вивчення культурної спадщини цього регіону. Вишиті подільські рушники розглядаються як унікальний художній твір, який привертає до себе увагу не тільки народних майстрів, професійних художників, але й мистецтвознавців також. Цей об'єкт неодноразово виставляється на обласних та регіональних виставках народних майстрів Поділля, йому присвячується низка наукових праць та публікацій.

Результат ретроспективного аналізу орнаментального устрою українського подільського рушника. Виконана систематизація видів орнаментів. Встановлено символічний зміст основних елементів орнаменту подільської вишивки.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		16

Структурний аналіз орнаменту вишитого подільського рушника доповнений схематичними зображеннями (рис.1.4) , які дозволяють не тільки розширити і вдосконалити інформаційне поле з його проектування, але й відкрити нові підходи до створення його композиції.



Рисунок 1.4 – Подільський орнамент

Українська народна вишивка — культурне явище, що відображає світогляд, художню творчість та історичний розвиток українського народу. Закодована у знаково-символічних графемах міфопоетична картина світу наших предків, відтворювана впродовж віків щораз іншими матеріалами і техніками, збереглася до наших днів в орнаментальній системі вишивки традиційного одягу та ужиткової тканини українців (рис. 1.5).

Дослідження традиційної вишивки актуальне в плані вивчення етногенезу та етнокультурних зв'язків українського народу, формування й еволюції його традицій та звичаїв і духовної культури загалом (рис. 1.5).

Водночас, дослідження вишивки на українському традиційному одязі та тканині актуальне не тільки з погляду пізнання національної художньої спадщини, але й має певне загальнолюдське культурне значення і здійснюється вперше як окрема етнографічна тема.

Сама вишивка на полотні рушника чітко просторово обмежена. Вона, зазвичай, має форму квадрата або прямокутника. На відміну від, до прикладу,

полтавського рушника, де вишите майже все полотно, тут немає візерунків, які б виходили за межі верхньої умовної лінії. Іноді візерунок взагалі обрамлений орнаментальною стрічкою.

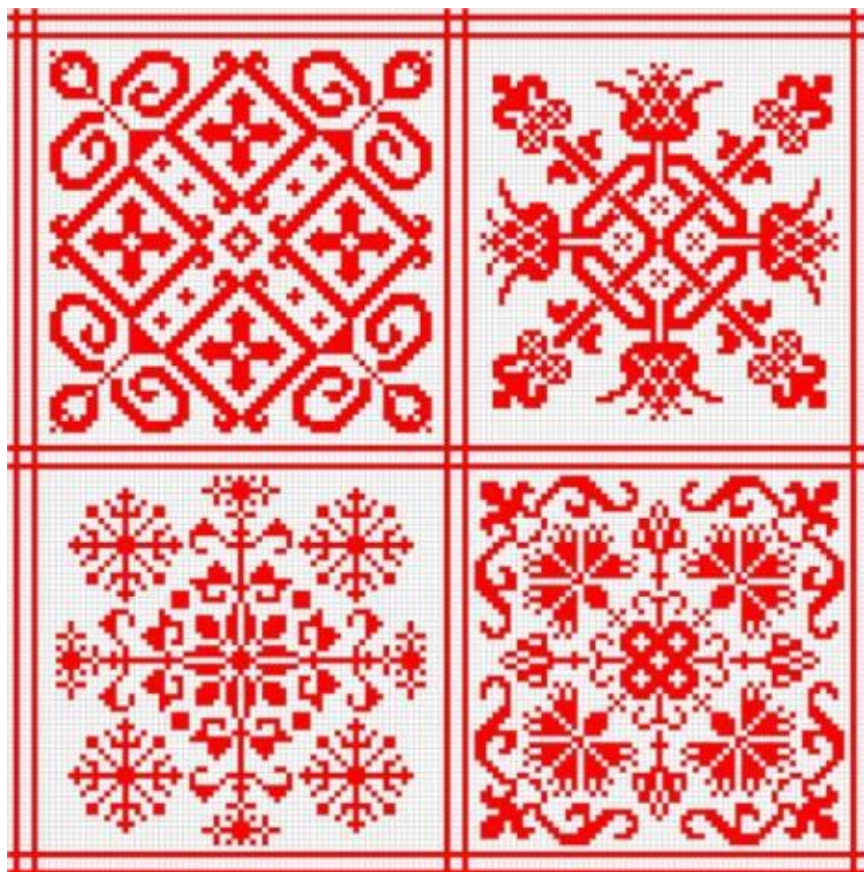


Рисунок 1.5 – Традиційна українська вишивка

Однак при всьому розмаїтті візерунків подільського рушника йому властиві риси, які роблять його відмінним від інших типів рушника і легко впізнаваним. Це, насамперед, невеликий розмір і характер візерунків.

На основі дослідження особливостей композиційної побудови подільських народних рушників запропоновано виділити три їх основних типи. До першого типу подільського рушника можна віднести ті що являють собою монорапортнукомпозицію. Згідно монорапортною композицією вважається орнамент, мотив якого має одну вісь симетрії, або може бути без площин симетрії, тобто асиметричним. Серед численних монорапортних композицій рушників можна виділити три основних типи:

- симетричного рішення з елементами симетрії, але без трансляції (тобто повторення);
- асиметричного рішення;
- симетричного рішення з трансляцією і певним числом рапортів.

До монорапортних композицій подільського рушника можна віднести і окремо виконаний мотив. Це може бути дерево, зірка чи інша орнаментальна структура. Рушник у цьому випадку сприймається як цілісний образ, «картинка», візерунок якого складається з елементів які доповнюють один одного, утворюють єдину структуру. Такий образ додатково обрамлявся попериметру зірками або іншою орнаментальною стрічкою з метою підкреслення його цілісності.

До другого типу подільського рушника можна віднести рушники з лінійно-рапортною композицією, в якій обов'язковою умовою є вісь симетрії. Це рушники з кількарядним повторенням по горизонталі однакового мотиву. Умовно можна назвати таку структуру одноярусною.

Структуру, в якій два ряди тих самих фігур розташовані горизонтально, назвемо двоярусною. Відповідно, триярусною структурою слід вважати три ряди горизонтально розміщених фігур. До третього типу відносять подільські рушники з сітчасто-рапортною композицією. При цьому використовують зазвичай прямокутний або квадратний рапорт, який вимірюють по осях переносів, вертикалі і горизонталі. Рапорт сітчастого орнаменту рушника може бути у формі не тільки прямокутника і квадрата, але й у формі будь-якої геометричної фігури різної складності, якою без проміжків можна заповнити площину за умови однаковості їх паралельних повторів.

Кожен мотив сітчасто-рапортної композиції повинен перебувати в однакових співвідношеннях із сусідніми мотивами в будь-якій точці орнаменту.

На основі вивчення всіх доступних орнаментів було сформульовано певні правила побудови таких багатоярусних структур:

1) у всіх подільських рушниках між краєм полотна до головного візерунка розташована базова орнаментальна стрічка – «хвилька» чи інші форми безкінечника;

2) більше трьох ярусів у традиційному подільському рушнику не було знайдено, тому рушники з чотирма і більше ярусами вважаються порушенням традиції;

3) між ярусами, як правило, наявна розмежувальна орнаментальна стрічка. Вона може бути повторенням базової, але може і відрізнитися від неї;

4) між'ярусна орнаментальна стрічка над верхнім ярусом, як правило, не вишивається. Її наявність може вважатися порушенням традиції, або ж впливає на функціональне призначення самого рушника (вважається, що такий рушник використовується у поховальних обрядах);

5) вертикальні розмежувальні орнаментальні стрічки трапляються дуже рідко, вони не є типовими.

Особливе місце в структурі візерунка подільського рушника посідає базова орнаментальна стрічка, яка відокремлює основний образ від краю рушника. Вона наявна не лише в лінійно-рапортних («ярусних») орнаментах, але й у монорапортних композиціях [2].

В естетичному відношенні базова і розмежувальна орнаментальні стрічки, які являють собою повторення найпростіших геометричних фігур – квадратів, кривульок, зірок, безконечників – мовби задають музичний ритм орнаменту. Ці стрічки виступають як допоміжний засіб, як декор, оздоблення щодо основних фігур у візерунку. Їх простота і підрядна функція свідчать, найімовірніше, про те, що вони є найстарішими елементами орнаменту. Їх допоміжний характер виявляється в тому, що вони часто повторюються в різних типах рушників.

Таким чином, можна вважати, що базова і розмежувальна орнаментальні стрічки – це найпростіший і найдавніший орнамент, який на час формування основного орнаменту вже втратив своє образно-змістовне значення і сприймався, як щось допоміжне, як декор. До декоративних орнаментальних засобів можна також віднести часто повторювані в різних рушниках «пісочні годинники», прямокутники з «гачками», хрестики, та інші фігурки, які заповнюють прогаліни в основному орнаменті. Проте слід зауважити, що в деяких випадках фігури орнаментальної стрічки виступають і як основний орнамент.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		20

До архаїчних форм орнаментациї, які трапляються й у вишивках традиційних подільських рушників, належать зображення фантастичних дивоптахів, грифонів, сиринів, жіночої фігури з розширеним донизу трикутним одягом, піднятими догори руками та головою, увінчаною обабіч зображеннями птахів.

На подільських рушниках вишивали Дерево життя, яке нагадує зображення людської постаті з піднятими догори руками. Це стилізоване зображення одного з найдавніших символів-оберегів. Постать-дерево символізує образ прадавньої Великої Богині, або Берегині. Її культ завжди пов'язували з культом життєдайної Матері-Землі, яку прославляли як джерело народження всього живого. Спочатку Берегиню зображували у вигляді перехрещених подвійних рисок. Вони і тепер часто трапляються у вишивках і писанках Східного і Західного Поділля. За трипільської культури Берегиню вважали богинею захисту домашнього вогнища, родини; вона символізувала материнство в древніх слов'ян. Це ще був залишок матриархату, коли панував культ мате. Мотиви української народної орнаментики здебільшого поділяють на геометричні (абстрактні), фітоморфні (рис. 1.6), зооморфні (тваринні) (рис.1.7), орнітоморфні (рис. 1.8). До геометричних у свою чергу належать: найпростіші геометричні елементи (риски, смуги, крапки, цятки), елементарні гомогенні знаки з прадавньою семантикою (кола, ромби, спіралі тощо), композитні гомо- і гетерогенні знаки, скомпоновані за різними способами симетрії (дво- і трилисники, багатопроменеві зірки, розетки, хрести тощо), знакові та ізоморфні зображення живих істот, рослин, небесних тіл, міфологічно-фольклорних персонажів.

Для вишитих рушників Поділля найхарактерніший геометричний орнамент – густий, дуже різноманітний за складними комбінаціями кутніх (пов'язаних або самостійних) фігур. Трапляються іноді смуги вишивок у вигляді двох рядів, розміщених у шаховій послідовності, а також квадратів з дуже складним візерунком усередині тощо.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		21



Рисунок 1.6 - Вишитий рушник з фітоморфним орнаментом



Рисунок 1.7 - Вишитий рушник з орнітоморфним орнаментом

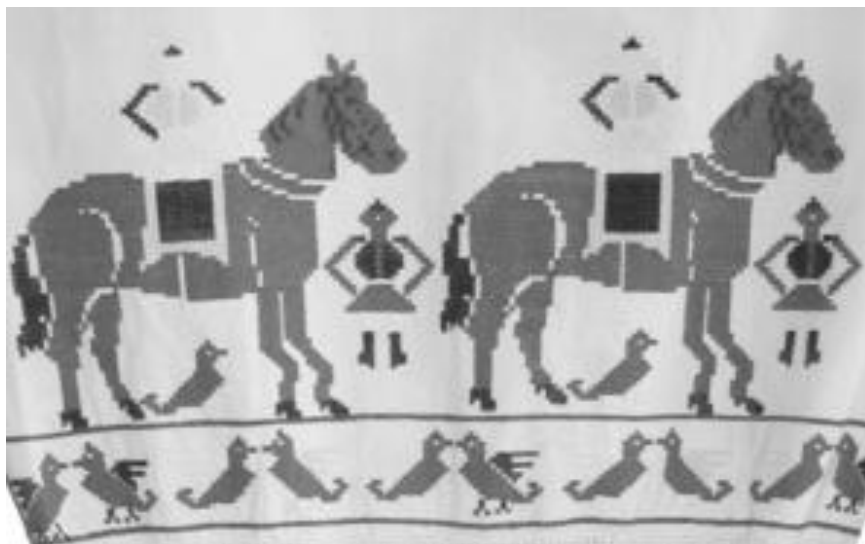


Рисунок 1.8 - Вишитий рушник із зооморфним та антропоморфним орнаментом

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата

ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ

У вишивках подільських рушників з геометричним орнаментом домінує лінія, що об'єднує всю композицію, створює точний, безперервний ритм руху, підкорює собі будь-яке зображення. У свою чергу ця лінія поєднана з різними, часто складними, елементами. Лінія може бути прямою, ламаною, зигзагоподібною або меандривною. У геометричному орнаменті важко знайти початок, адже це безкінечний ланцюг елементів узору, що поєднуються, чергуються, взаємодоповнюються. Наприклад, відомий ще з трипільської культури мотив «кривцівки», або «безконечник», – це нитка життя і вічність сонячного руху, поєднання життєдайної сонячної енергії із силою матері-землі.

Найпростіші архаїчні мотиви розшифровують переважно так: пряма горизонтальна лінія означає землю, хвиляста – воду. Уквадраті, розділеному на чотири частини, з кружечками або крапками в кожній, убачають символ засіяного поля або нового двору, що будується; ромб із видовженими сторонами, можливо, правив за знак вінця, зрубу дерев'яного будинку. Хрестоподібні фігури, коло, розетка, на думку дослідників язичництва стародавніх слов'ян, слугували символами вогню, сонячного божества.

Одним з найпопулярніших мотивів вишивки Поділля є орнітоморфний орнамент (рис. 1.7), який застосовували як магічний загальний фон і як символ земної, рослинної родючості та добробуту. Чотири зімкнуті ромби, а також ромби з крапками утворюють ідеограму зораного й засіяного поля.

Подільські орнаментальні композиції нагадують безкінечний ланцюг, у якому одні частини елементів є частинами інших. Тому візерунок можна розглядати як поєднання ромбів і водночас як сполучення косих кутів або двох зигзагоподібних ліній, або як ланцюг ромбів, або як складні поєднання й чергування різноманітних простих фігур: простого ромба, ромба з подовженими сторонами, численних варіантів ромба з гачками.

Часто трапляються гребінцеві фігури, які іноді настільки густі, що залишається одна незашита нитка тла для того, аби весь узор не зливався. Доповненням до ромбоподібних фігур слугують «прямий» і «косий» хрестики, ламана лінія, різноманітні трикутнички. Багатою на геометричні орнаментальні

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		23

мотиви є характерна для Поділля вишивка технікою занизування, або «низь». Насамперед подільська низинкова вишивка представлена спіралями та ромбами різних модифікацій. Спіралі стилізовані ламаною лінією, зигзагом («вужик», «кривулька», «хмелик»). Ромби здебільшого мають подовжені й перехрещені сторони у вигляді ріжків або гачків. Але відрізняють один узор від іншого найтонші нюанси геометричних штрихів. Так, ламана лінія з виступами і ризками – це «хміль», а без виступів – «вуж».

Безперечною особливістю Поділля є значно ширша, аніж в інших етнічних регіонів України, варіантність орнаментальних мотивів і їхніх образних лексичних позначень. Лише в подільській вишивці трапляються такі специфічні візерунки, як пунктирні «сикавки», гачкуваті «лемеші» й «праники», спіральні «цуцики» та «юрки», утворені з різних елементів «зозулики», «кидрявці», або «кудрявці», «мутлі». Назви візерунків на Поділлі, як і в усій Україні, утворювалися від уподібнення їхніх елементів до реалій фізичного світу («барани», «виноград», «віконця», «вітряки»), міфологічно-фольклорних образів («княгиня», «королева», «панни»), узагальнених, абстрагованих понять («вертун», «кривоніг», «осьмиріг», «семиріг», «триніг»). Іноді назву візерункові дає характер композиції знака («бесаги», «штани»). Загалом подільські народні назви геометричних мотивів свідчать, що в орнаменті наявні зображення рослин, тварин, побутових предметів тощо. Найпопулярнішими в подільській вишивці є такі мотиви геометричних рослинних форм: «вазони», «виноград», «вівсик», «головка», «горицвіт», «дзвіночки», «кидрявці» («кудрявці»), «купчаки», «кучері», «перерва», «петрушка», «полуниці», «реп'яхи», «рута», «семиріжка», «семиріг», «сливки», «соняшник», «сосонка», «хмелики», «хміль», «чорнобривці», «яблучка»; тваринних форм: «барани», «баранячі роги», «вовчі зуби», «волове око», «вуж», «вужик», «в'юни», «голуби», «жабки», «заячі зуби», «зозулики», «зозульки», «качечки», «качурики», «коники», «коропова луска», «ластівки», «ластівчані хвости», «мутлі», «павучки», «п'явки», «раки», «риб'яча луска», «собачки», «сови», «цуцики» (рис. 1.9)

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
						24
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

Деякі геометричні мотиви нагадують предмети побуту: «бесаги», «вертун», «віконця», «вітряки», «гребінці», «дзвони», «копиток», «косиці», «книші», «кривоніг», «кривулька», «ланцюги», «лемеші», «меандр», «осьмиріг», «праники», «рискалики», «семиріг», «сикавки», «триніг», «хрест», «човни», «штани»..



Рисунок 1.9 – Рослинний мотив

Мотив хреста різноманітних модифікацій досить поширений в усій українській народній вишивці. Проте хрест із гачками, або свастика, характеризує вишиту орнаментику саме південно-східних районів Поділля та частково Прикарпаття і Карпат. Назву «свастика» дав французький учений Ежен Бурноф 1852 року. Він обрав санскритське поняття «свастика», що перекладається як «та, що несе добро». «Подільська свастика» – це радше розетка, центральним елементом якої є ромб, з кутів котрогоназовні відходять гачки, загнуті в одному напрямку: зліва направо і справа наліво.

Серед зооморфних орнаментівна подільських рушниках трапляються зображення звичайних або крилатих коней (рис. 1.8). Уважалося, що кінь має здатність відвертати зло та різноманітні нещастя, ці ж магичні особливості надавали й окремим частинам його тіла, а найбільше – голові. Відомий і стрічковий орнамент з фігурок, розміщених у ряд корів, оленів та ін.

До антропоморфних орнаментальних мотивів належать зображення людської постаті або вершників. Так, у Хмельницькому краєзнавчому музеї зберігається рушник кінця XIX ст., на кінцях якого вишиті між двома рядами

рослинних мотивів вершники на конях . Зображення людини в деревоподібній формі або у вигляді стилізованої жіночої постаті з піднятими вгору руками відносять до архаїчних форм орнаменталізації. Загалом вишиті сюжети архаїчного типу з антропоморфними персонажами найхарактерніші для рушників Східного Поділля, особливо Вінниччини. Наприклад, на клембівських рушниках у центрі зображували фігуру жінки (Велика богиня), а з обох боків – коней, птахів, звірів – так звана тріада. Також фігурки жінок могли зображувати у вигляді стрічкового орнаменту [3].

1.1.3 Характеристика досягнень дизайнерів в створенні графічних середовищ міст України

У Вінниці представили новостворений бренд міста, розроблений за сприяння проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС). Концепція бренду оформилась у слоган «Вінниця – місто ідей». Розробники вдало підкреслили те, що Вінниця сьогодні є містом із величезним потенціалом, де в комфортній і затишній атмосфері будь-які ідеї здатні прорости в успішний бізнес чи громадську ініціативу.

Дизайнери трансформували історичний герб міста в сучасний логотип: дві схрещені шаблі, що зображені на середньому гербі та символізують прикордонне розташування міста, спростили до лаконічних геометричних форм. Також для Вінниці створили спеціальну систему шрифтів Vinnytsia City, яка метафорично поєднала в собі багату історію міста з його постійним прагненням до інновацій. Шрифти вирізняються характерним взаємопроникненням кирилических і латинських форм, завдяки чому стали впізнаваними (рис. 1.10). Над дизайном бренду Вінниці працювала агенція Fedoriv – одна з найвідоміших маркетингових компаній України. Команда розробників переконана, що обрана оригінальна верстка передає творчість і вільний дух, які завжди були притаманні місту (рис. 1.11). Одним із перших завдань було осучаснена стилізація герба міста (рис. 1.12).

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		26



Рисунок 1.10 – Візуалізація бренда міста Вінниці



Рисунок 1.11 – Фірмова шрифтова ілюстрація

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		27

Новий логотип – це осучаснене зображення Герба Вінниці, обрамованого картушем з міською короною. Логотип було спроектовано задля спрощення роботи й запобігання помилкам у відтворенні.

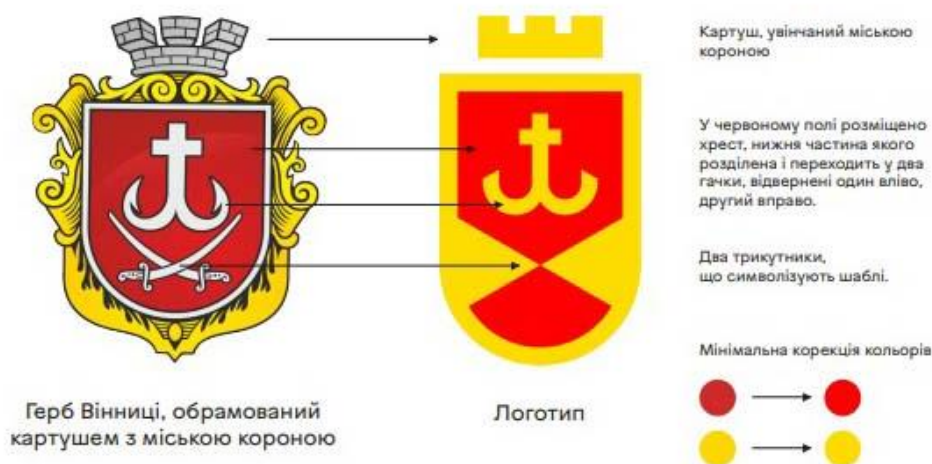


Рисунок 1.12 – Осучаснене зображення герба Вінниці

Оскільки бренд – це аудіовізуальна історія, то супровідним мотивом для позначення бренда міста обрали джазовий варіант «Щедрика» Миколи Леонтовича. Зважаючи на походження композитора, всесвітньовідома мелодія асоціюється саме із Вінницею. А для позначення суто вінницьких явищ і досягнень навіть придумали новий термін – «вінновації».

Створення дизайну бренда є складником Маркетингової стратегії міста, яку також було розроблено за сприяння Проекту ПРОМІС. Відтоді місто системно рухається до досягнення мети: формування унікального іміджу Вінниці як міста стійкого лідерства, справжнього та інноваційного, толерантного, збалансованого та гармонійного.

Ще на стартовому етапі роботи над маркетинговою стратегією стало зрозуміло, що наявний імідж Вінниці загалом позитивний. Цьому сприяли високий рівень якості надання муніципальних послуг, успішна робота великого бізнесу, регулярне проведення культурних подій, наявність унікальних туристичних об'єктів, досить розвинена міська інфраструктура.

									Лист
									28
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата	ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ				

Попри перелічені переваги, Вінниця ще донедавна не мала яскраво вираженої ідентичності, яка б сприяла результативному позиціонуванню міста на національному й міжнародному рівнях. Поширеним був стереотип «міста фонтана «Рошен» чи «міста одного дня», де нецікаво залишатися надовше. Цілісної інформаційної політики щодо просування міста як продукту не було, тож настав момент розробити концепцію міського брэнда та формувати потужну маркетингову кампанію.

«Вінниця — місто ідей» є брэндом не лише для всіх містян, а й для туристів та інвесторів. Як і було задумано, нова айдентика вже охопила найрізноманітніші промоматеріали міста та повсякденні речі: одяг (рис. 1.13), транспорт (рис. 1.14), публічні місця, вивіски магазинів і кав'ярень. Брэнд поступово проникає в міський простір: місцеві підприємці й організатори подій почали самостійно використовувати нову айдентику для підсилення іміджу своїх продуктів. Для зручності всіх охочих скористатися вінницьким брэндом дизайнери створили сервіс «Вінницький генератор», де будь-які написи можна легко стилізувати спеціально розробленим декоративним шрифтом [4].

Зазвичай результативність маркетингу та брэндингу міст комплексно оцінюють лише через кілька років після початку впровадження, але Вінниця вже має перші успіхи, які можна простежити. Упродовж 2019 року вдалося не лише розкрити й результативно просувати туристичний потенціал міста, а й підсилити його новими проектами. Стимулювальним чинником туристичного розвитку стало створення департаменту маркетингу міста та туризму, який відстежує ефективність маркетингової стратегії та розробленого брэнда.

Представлено також фірмові кольори Вінниці у кількості 9-ти варіантів (рис. 1.15).

Також представлено фірмовий стиль м. Дніпропетровська. У фірмовому стилі використані переважно білий та блакитний кольори, з додаванням червоного та зеленого.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		29

Футболка



Рисунок 1.13 – Фірмова футболка



Рисунок 1.14 – Приклад зовнішньої реклами

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		30

Фірмова палітра Вінниці складається з дев'яти кольорів. Щоб сприяти системності, кольори мають чітко визначені параметри для різних варіантів відтворення.



Рисунок 1.15 – Фірмові кольори

Присутня презентація міста на біл-борді і його особливості (рис. 1.16). Також інформується про головні відмінності, опис та розташування міста (рис. 1.17).

Зовнішня реклама (сітілайт) (рис. 1.18) та сувенірна продукція (рис. 1.19) також представлені у фірмових кольорах і з дотриманням концепції фірмового стилю.

Реклама на транспорті завжди буде актуальною, тому що це великий обхват цільової аудиторії за короткий проміжок часу (рис. 1.20) [5].



Рисунок 1.16 – Презентація міста



Рисунок 1.17 – Опис та розташування міста



Рисунок 1.18 – Сітілайт

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
						32
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		



Рисунок 1.19 – Сувенірна продукція



Рисунок 1.20 – Реклама на транспорті

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		33

1.1.4 Розробка і обґрунтування концепції дизайн-об'єкта

Для створення фірмового стилю до дня міста Хмельницького було розроблено концепцію у вигляді головних рис які виділяють подільську культуру, а саме: колір та орнамент.

Три основні подільські кольори, які використовуються у вишивці – це білий, чорний та червоний (рис. 1.21).

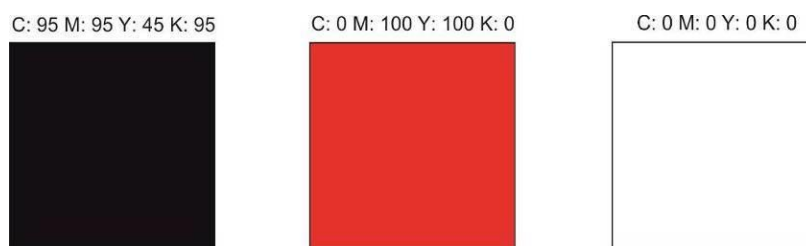


Рисунок 1.21- Основні кольори логотипа

Класичною є червоно-чорна кольорова гама, густа й насичена. Іноді традиційну палітру розбавляли зеленим або жовтим (поетично його звать кольором стиглого жита). Характерним є і синє забарвлення. Вміли майстрині «побавитися» і з білим тлом полотна – так, що воно ставало повноцінною частиною загальної композиції.

Традиційно у подільських орнаментах переважає один колір – чорний з невеликим вкрапленнями червоного, синього, жовтого або зеленого. Найпоширеніші одноколірні (чорні з червоним). Рідше – двох - трьох колірні вишиванки (рис. 1.22).

Вишиванка у білому кольорі вважається найпопулярнішою. Цей колір означає невинність, непорочність, чистоту. Вважалося, що вишиванки з декоративним білим кольором могли носити тільки молоді, незаміжні дівчата. Тому біла вишивка вважалася символом невинності, а також берегла дівчат від нещастя та дурного погляду. Також біла вишиванка символізувала багатство та душевну енергію свого власника. Частіше цей колір використовувався як тло. А от

біла вишиванка виконана білими нитками мала свою особливість – захист від поганих людей та злих думок.



Рисунок 1.22 – Подільський орнамент

Про чорний вишивальниці розповідають по різному, адже несе він в собі як радість, так і смуток. На окремих територіях України молодята одягали на весілля вишиванки саме з чорним візерунком, як то кажуть, на багатство та родючість майбутньої сім'ї. Оскільки земля – головна годувальниця наших предків, вони чорний колір вишивки асоціювали саме з землею та її плодovitістю. Але не в усіх регіонах країни так вважають. Наприклад, в Поліссі, чорний є символом скорботи та смерті, а в Подолі та в Борщівській вишивці, навпаки. В останні роки вишиванка з чорним тлом та яскравою пишною вишивкою набула найбільшої популярності.

Ошатність та виразність орнаменту дарує саме червоний колір. Пекельний, яскравий та насичений, він символізує стихію Вогню. Має сакральні та оберегові функції, так як він є активним та сильним. Також символізує любов до людини, до життя, енергію сонця, радості. Тому дитячі та жіночі вишивки частіше всього прикрашають саме червоними нитками по білій або червоній тканині. Червоний колір у вишиванках зустрічається найчастіше [1].

1.2 Композиційна проробка джерела творчості

1.2.1 Вибір та стилізація композиційних елементів джерела творчості

Колір є важливим елементом композиції. Кожен колір несе в собі велике психологічне навантаження, тому вміле використання кольорів може суттєво підсилити створюваний вами образ чи виріб. Динаміка, рух, спокій, рівновага, агресія, тривога, радість – все це можна передати за допомогою кольору.

Три стандартних якості кольору – тон (власне колір), насиченість і світлота – тісно пов'язані з не основною, але для композиції дуже важливою характеристикою – яскравістю. Саме яскравість зорво виділяє предмет, грає роль контрасту.

Коли композиція будується в основному кольором, цілісність досягається зближенням плям по світлоті, тоді розходження в тонах і насиченості може залишатися значним. Якщо гармонійність композиції будується в монохромних або близьких тонах, то відмінність в світлоті теж бажано зменшити. Ця ситуація дуже подібна з такими засобами композиції, як контраст або нюанс. Часто властивість кольору використовується для створення ілюзії наближення або віддалення предмета: насичені теплі тони як би наближають, а холодні, малонасичені тони віддаляють. Таким чином, тільки за допомогою кольору можна передавати простір. Колір як засіб композиції присутній буквально в кожному зображенні незалежно від його композиційних завдань і форм. Всюди суцільність кольору дає йому право вважатися універсальним і необхідним (тобто без кольору не можна обійтися) засобом композиції.

Орнамент – це декоративна композиція, яка складається з елементів, що ритмічно повторюються, чергуються.

Мотив - частина орнаменту, його головний формуючий елемент.

За мотивами орнаменти поділяють на три групи: геометричні, рослинні, тваринні. Як видно з назви, головним мотивом геометричного орнаменту будуть геометричні фігури.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		36

В основі рослинного орнаменту лежить спостереження реально існуючих форм у природі - квітів, листя, гілок, паростків, плодів.

У тваринних орнаментах зображуються тварини, наприклад кінь, заєць, риба, півень, голуб, зозуля.

За композицією орнаменти поділяють на кілька видів: у смужці (фризи), у квадраті, у прямокутнику, у трикутнику, у колі (розети). Зважаючи на те, як створюють орнаменти, їх можна поділити на три типи:

- лінійні;
- сітчасті;
- замкнені.

Лінійні орнаменти – це орнаменти в смужці з лінійним вертикальним чи горизонтальним чергуванням мотиву.

Сітчастий, або рапортний, орнамент – такий, у якому мотив повторюється і по вертикалі, і по горизонталі, цей орнамент безкінечний в усіх напрямках. Рапорт-елемент орнаменту, його головний мотив. Зазвичай використовують прямокутний рапорт.

Замкнений орнамент komponується в прямокутнику, квадраті чи колі (розеті). Мотив у ньому або не має повтору, або повторюється з поворотом на площині.

Симетрія (від давньогрецької οἰστρον – співмірність) – відповідність, незмінність, виявлені при повторях, відтвореннях. Двостороння симетрія, наприклад, означає, що права і ліва сторони відносно якої-не-будь площини виглядають однаково (рис. 1.23).

Асиметрія – відсутність чи порушення симетрії.

Вісь симетрії – уявна лінія, яка поділяє фігуру на дві дзеркально рівні частини. За кількістю осей фігури бувають: з однією віссю симетрії, з двома, із чотирма, а в колі взагалі безкінечна кількість осей симетрії.

В образотворчому мистецтві симетрія є одним із засобів створення художньої форми. Симетрія зазвичай присутня в орнаментальній композиції, це одна з форм прояву ритму в орнаменті.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
						37
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

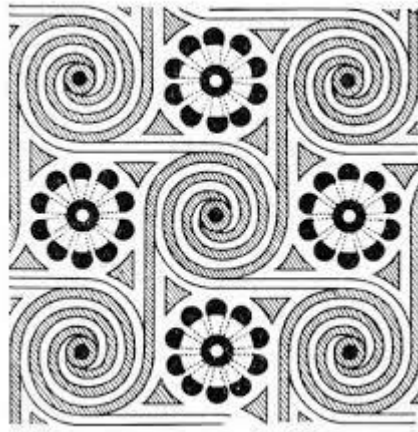


Рисунок 1.23 – Симетрія в орнаменті

Ритмом в орнаментальній композиції називають закономірність чергування і повторення мотивів, фігур та інтервалів між ними. Ритм - головна властивість будь-якої орнаментальної композиції. Головною характеристикою орнаменту є ритмічна повторюваність мотивів й елементів цих мотивів, їхні нахили та повороти (рис. 1.24).

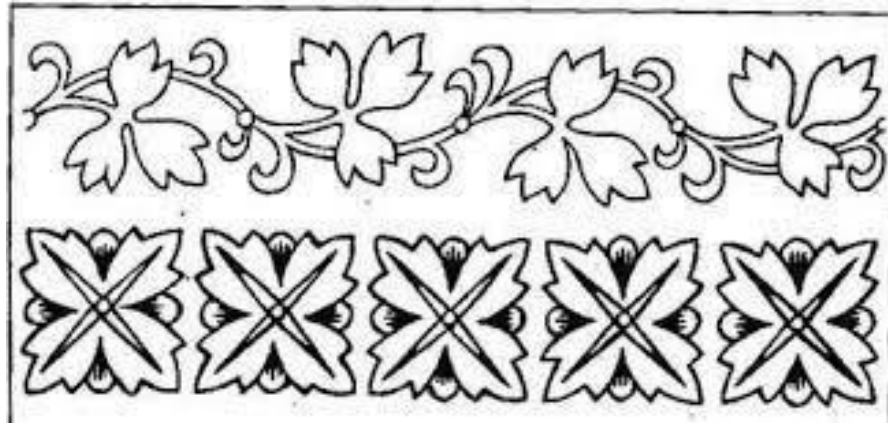


Рисунок 1.24 – Ритмічний орнамент

Ритмічна побудова - це взаємне розташування мотивів в орнаментальній композиції. Ритм організує певний рух в орнаменті: переходи від малого до більшого, від простого до складного, від світлого до темного чи повтори тих самих форм через рівні чи різні проміжки.

Ритм може бути: метричний (рівномірний) та нерівномірний.

За мотивами орнаменти поділяються на кілька груп:

1. Геометричний орнамент – складається з поєднаних у кольорі геометричних елементів, які чітко чергуються.
2. Рослинний – складається з рослинних елементів, декоративно стилізованих квітів, листя, гілок тощо.
3. Зооморфний – характеризується орнаментальними композиціями, як реалістичними, так і стилізованими зображеннями тварин, птахів.
4. Антропоморфний – стилізоване зображення силуетів людей.
5. Предметний – складається із зображення предметів побуту, знарядь праці, відпочинку, атрибутики театрального мистецтва, музичних інструментів тощо.
6. Каліграфічний – утворюється з окремих літер або елементів тексту
7. Пейзажний – реалістичне або стилізоване зображення ,мотивів, архітектурних пам'яток тощо.
8. Геральдичний – це композиція із зображенням гербів, орденів, медалей, емблем, значків.

Орнаменти бувають: стрічковий - у вигляді прямої чи криволінійної орнаментальної смужки, що прикрашає середину вибору чи обрамляє його;

сітчастий – уся поверхня заповнена узором; центричний – окремі елементи орнаменту вписані у квадрат, коло, ромб або інший багатокутник, розташований у центрі.

Будь-який орнамент складається з елементів. Елемент орнаменту – найпростіший зв'язок кількох ліній, які утворюють елементарну фігуру геометричного чи довільного вигляду.

З елементів складається модульна фігура. Модуль в орнаменті – основна фігура чи композиція ліній, яка створює та тримає орнамент у його ритмічній послідовності [6].

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		39

1.2.2. Вибір можливих головних композиційних принципів і засобів зв'язку

Ритм – це закономірне чергування співвимірних або чуттєво відчутних елементів форми. Ритм характерний різним явищам і формам природи, трудовим процесам, витворам мистецтва тощо. При цьому ритмічні ряди утворюються чергуванням більш виразних елементів, які називають активними, і менш виразних (пасивних), які називають інтервалами. Ритмічна будова властива всьому живому, що росте, рухається. Закономірне чергування об'ємів, членувань, площин, деталей, ліній використовуються в різноманітних ритмічних побудовах. Змінюючи інтервал, об'єм елементів, їх розмір, виразність, тональність та ін., можна підсилити або послабити динамічність будь-якої форми. Утворення найпростішого ритмічного ряду можливе при використанні не менше 3-4 елементів або інтервалі. Частковими проявами ритмічної закономірності в природі і витворах мистецтва є модуль і симетрія.

Найпростіший вид повтору – метричний; це не однократне, з однаковим інтервалом повтор будь-якого елемента (рис. 1.25). Метричний повтор виражає спокій, рівновагу, характерний для статичної композиції. Зазвичай визначається функціональними особливостями предмета і його конструкцією (гудзики на застібках, блочки для шнурків, сидіння в салоні літака, кнопки на пульті). Метричні повтори можуть бути представлені по-різному: повторення рівних форм через рівні інтервали, радіальне розташування.

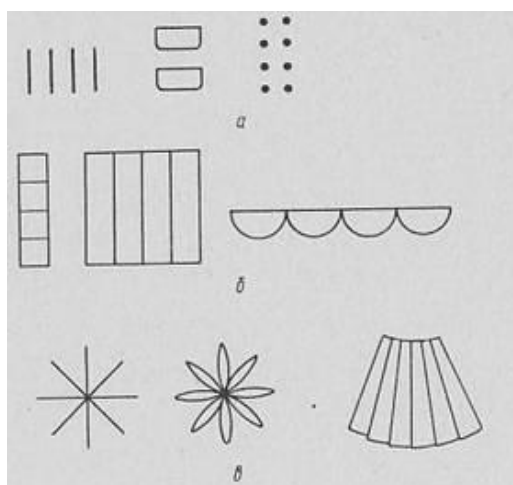


Рис.1.25 – Метричний повтор

Ритмічний повтор виражається в поступових кількісних змінах в ряду елементів, що чергуються, в збільшенні або зменшенні об'єму або площі, що чергуються, в згущуванні або розріджуванні структури, сили тону тощо. Закономірності ритму можуть бути представлені по чотирьом основним схемам :

- чергуванні рівних елементів при зміні інтервалу між ними;
- елементи форми збільшують або зменшують, а інтервал не змінюється;
- збільшують або зменшують елементи форми та інтервал між ними;
- елементи форми і інтервали збільшуються або зменшуються при їх радіальному розташуванні.

До головних композиційних прийомів належать ритм, метр, симетрія, асиметрія, статика і динаміка.

Ритм – властивість, характерна для багатьох явищ природи, в тому числі для життя людини (ритми обміну речовин, серцебиття, дихання та ін.), а також ритмічні цикли року, відпливи й припливи моря тощо. Ритмічність, повторюваність окремих рухів і їхніх циклів характерна для процесів праці, а тому втілюється в матеріальній формі її продуктів. Як відображення закономірностей реального світу ритм увійшов у всі види мистецтва, став одним із необхідних засобів організації художньої форми. У музиці, у танці він проявляється як закономірне чергування звуків або рухів. В архітектурі, образотворчому і декоративному мистецтві відчуття ритму створюється чергуванням матеріальних елементів у просторі. Час у такому ритмі замінено просторовою протяжністю, часову послідовність — просторовою.

Ритм як композиційний прийом художнього конструювання – це повторення елементів об'ємно-просторової і площинно-орнаментальної форми та інтервалів між ними, об'єднаних подібними ознаками (тотожними, нюансними і контрастними співвідношеннями властивостей тощо). Він буває простий і складний. Простий ритм – це рівномірне повторення однакових елементів та інтервалів в об'ємно-просторовій та орнаментальній структурі й називається метричним. Одним із прикладів метричного порядку може бути рівномірне розміщення «дармовисів» на гуцульських виробах із дерева.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		41

Приєм ритмічності може ґрунтуватися не тільки на величині й послідовності елементів, йому можуть бути підпорядковані також пластичність, фактура, тон, колір. Складний ритм ґрунтується на поєднанні або накладанні простих елементів. Кількість комбінацій при цьому безмежна, але протяжність ритмічних структур має кількісні межі. Метричний і ритмічний композиційні прийоми побудови форми поширюються також на геометричні тіла і їм подібні тектонічні структури, в побудові яких немає ознак ряду. Коло, квадрат і всі правильні багатокутники належать до чітко виражених метричних форм, а криві конусного перерізу (еліпс, овоїд, парабола, гіпербола) і спіралі – до ритмічних фігур. Конус і піраміда метричні по горизонталі й ритмічні по вертикалі.

Якщо для метричних композиційних структур характерна спокійна монотонність, урівноваженість, то ритмічні структури вирізняються частотою — сповільненою і прискореною. Важливе значення для ритму має напрям. Ритмічна організація композиційних елементів (наприклад, взаємного розміщення орнаментальних мотивів на площині) може здійснюватися в одному, двох або чотирьох напрямках (сітчаста композиційна схема орнаменту).

Асиметрія – нерівномірне розміщення елементів при збереженні загальної рівноваги. У асиметричній композиції розташування об'єктів може бути найрізноманітнішим залежно від сюжету і задуму твору, ліва і права половини неуровновешены. При асиметричній композиції окремі елементи позбавлені своєю єднальною - осі симетрії, тому робота над асиметричною формою складніша, ніж над симетричною (це дає можливість індивідуального прояву майстерності і відрізняється високою мірою дієвості). Супідрядність елементів форми в даному випадку зводиться до дотримання композиційної рівноваги. (рис. 1.26) [7].

Найпоширенішим засобом побудови композиції є асиметрія. Не слід розуміти асиметрію як вільне, випадкове з'єднання різних частин композиції. Гармонія асиметрії не така очевидна і проста, як у симетрії, досягається вона через взаємодію різних композиційних засобів – рівноваги, контрасту, ритму, пропорцій тощо. Сутність асиметричної побудови полягає в рівновазі

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
						42
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

неоднакових частин – матеріалів тексту, різних за обсягом, насиченістю та розміром ілюстрацій, заголовків, лінійок.

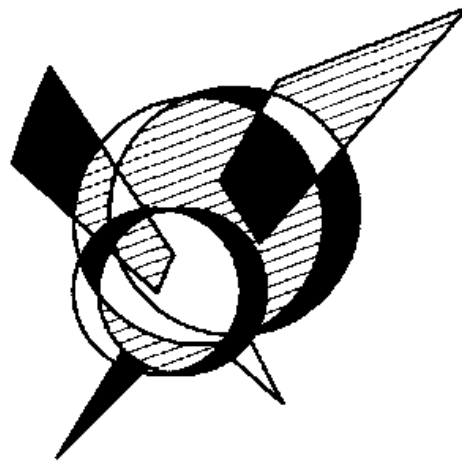


Рисунок 1.26 – Асиметрія в композиції

Асиметрія дуже чутлива до зміни пропорцій. Це не проста нерівність відрізків чи площин, а пропорційна, яка не допускає випадкових співвідношень. Саме такі випадкові співвідношення двох розміщених поруч матеріалів ще нерідко трапляються в газетярській практиці, призводячи до дисгармонії форми.

Асиметрична композиція у більшості випадків здається рухомою, динамічною формою, більш пристосованою для передачі контрастних матеріалів, не пов'язаних між собою змістом. В асиметричній композиції відсутня подібність, тому в ній легше відділяється головне від другорядного, більше можливостей для різних рішень.

Пропорції означають співрозмірність, логічне співвідношення розмірів, частин і предметів між собою. Виділяють два види пропорцій: прості (арифметичні, модульні) і складні (ірраціональні, геометричні).

Пропорції (зв'язки частин і цілого) — один з найважливіших засобів гармонізації. Під пропорцією розуміється відношення частин цілого між собою і цим цілим.

Основні пропорції:

– арифметична;

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		43

- геометрична;
- гармонійна;
- золотий перетин.

Вибір та використання такого засобу гармонізації, як пропорції, дозволяє художнику створювати роботу, що максимально відповідає законам гармонії і естетичним потребам людини. Застосування певних пропорційних відношень може надати велику виразність художньому образу, глибше розкрити його. Щоб створювати гармонійні, тобто цілісні твори, художник повинен вивчати та застосовувати закони природи.

Необхідно сказати, що проблема пропорцій — одна з найскладніших художніх проблем, що вимагають осмислення [8].

1.2.3 Трансформація форми джерела творчості у форми проектного об'єкта

Головними елементами з джерела творчості було використано колір та орнамент.

Три стандартних якості кольору – тон (власне колір), насиченість і світлота – тісно пов'язані з не основною, але для композиції дуже важливою характеристикою – яскравістю. Саме яскравість зорво виділяє предмет, грає роль контрасту.

Коли композиція будується в основному кольором, цілісність досягається зближенням плям по світлоті, тоді розходження в тонах і насиченості може залишатися значним. Якщо гармонійність композиції будується в монохромних або близьких тонах, то відмінність в світлоті теж бажано зменшити. Ця ситуація дуже подібна з такими засобами композиції, як контраст або нюанс. виділення та поєднання кольором у картинах.

Часто властивість кольору використовується для створення ілюзії наближення або віддалення предмета: насичені теплі тони як би наближають, а холодні, малонасичені тони віддаляють. Таким чином, тільки за допомогою кольору можна передавати простір. Колір як засіб композиції присутній

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		44

буквально в кожному зображенні незалежно від його композиційних завдань і форм. Всюди сутність кольору дає йому право вважатися універсальним і необхідним (тобто без кольору не можна обійтися) засобом композиції.

Орнамент – візерунок або узор, побудований на ритмічному повторенні геометричних елементів, стилізованих тваринних чи рослинних мотивів. Орнамент – це досить складна система, що komponується з різноманітних елементів, знаків, символів, які взаємодіючи між собою, створюють цілісну енергетичну картину, зрозуміти яку сьогодні глибинно важко.

Мотив - частина орнаменту, його головний формуючий елемент.

За мотивами орнаменти поділяють на три групи: геометричні, рослинні, тваринні. Як видно з назви, головним мотивом геометричного орнаменту будуть геометричні фігури.

В основі рослинного орнаменту лежить спостереження реально існуючих форм у природі - квітів, листя, гілок, паростків, плодів.

У тваринних орнаментах зображуються тварини, наприклад кінь, заєць, риба, півень, голуб, зозуля.

За композицією орнаменти поділяють на кілька видів: у смужці (фризи), у квадраті, у прямокутнику [9].

1.3 Вибір та обґрунтування вихідних даних до проектування графічного середовища до Дня м. Хмельницького

1.3.1 Вибір та характеристика типу дизайн-об'єкта

Носіями фірмового стилю до дня міста Хмельницького є: герб міста, логотип, буклет, листівка, афіша, рекламний постер, сувенірна продукція, сцена.

Фірмовими кольорами було вирішено обрати червоний, білий та чорний, як традиційні кольори подільської етнокультури.

При розробці сучасного варіанту герба міста Хмельницького було вирішено використати червоний та білий колір. Ці кольори вибрані як основні кольори

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		45

етнокультури Поділля. Стріли і контур щита є білими, а самий щит і фортеця червоними. На фортеці також присутній темний відтінок червоного.

Логотип складається із напису і стилізованих впізнаваних будівель міста. Виконаний в традиційних кольорах подільської етнокультури. Червоний напис і шрифт нагадують традиційний орнамент, який виділяється у логотипові.

Також даний логотип на носіях фірмового стилю може бути використаним у двох конфігураціях, передбачених при його створенні.

Сувенірна продукція складається з футболки, кепки, ручки, диску, зошита, кружки, стаканчика, сумки.

Рекламна продукція складається листівки, блокнота, буклета, календаря.

Зовнішня реклама представлена на сітілайтах, білбордах, лавках, будівлях, транспорті [10].

1.3.2 Загальні вимоги до проектування виробів

Мета розробки фірмового стилю – створення візуального образу Вашої компанії, який запам'ятають ваші партнери і клієнти. Оскільки сайт є презентацією Вашої компанії в Інтернеті, він повинен максимально відповідати їй, містити логотип, дотримуватись колірної палітри і решти атрибутики фірмового стилю.

Функції фірмового стилю:

- Відображення основних цілей та ідей компанії.
- Формування довіри до компанії.
- Забезпечення асоціативного зв'язку між споживачем і компанією.
- Презентування діяльності компанії, її товарів або послуг.
- Виділення компанії серед конкурентів.
- Заява про успішність компанії.

Процес створення фірмового стилю складається з декількох етапів:

Вимоги до фірмового стилю.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		46

Фірмовий стиль повинен бути незабутнім. Для цього має бути розроблений зрозумілий цільовій аудиторії логотип. Логотип повинен істотно відрізнятися від інших логотипів, щоб можна було б його виділити серед конкурентів. При розробці логотипу і фірмового стилю використовуються не тільки шрифти, але і створюються графічні елементи, так як процес запам'ятовування зображення в людській свідомості відбувається швидше, ніж запам'ятовування слів і назв.

Фірмовий стиль має бути легко впізнаваним. Його елементи повинні асоціюватися з конкретною компанією. Він повинен однаково виглядати і бути читабельним на всіх рекламних носіях і в засобах масової інформації (на організаційному бланку, екрані телевізора або на корпусі автобуса). Важливо, щоб ваш стиль можна було дізнатися не тільки в кольоровому, але і в чорно-білому варіанті, наприклад на факсимільних повідомленнях або ксерокопіях.

Фірмовий стиль повинен бути масштабованим. Зображення логотипу може бути маленьким, наприклад для виготовлення візитних карток, або дуже великим – для зовнішньої реклами. Завдання дизайнерів – розробити фірмовий стиль, добре копійований в обох випадках без спотворення загального сприйняття.

Функцію логотипу найчастіше виконує товарний знак. Товарний знак може складатися з графічної композиції без шрифтового відтворення назви компанії або товару. Фахівці називають такі графічні композиції фірмовим знаком або емблемою. У буквальному сенсі логотип – це стандартизоване, виконане конкретної (найчастіше унікальною) шрифтової гарнітурою зображення назви компанії або продукту. На практиці ж логотипом називають також і графічну композицію, яка може включати крім накреслення назви організації та елементи товарного знака, і елементи що включають накреслення фірмових виробничих символів, силуети головного офісу тощо.

З точки зору графічного втілення більш правильним імям товарного знака є визначення «графема» або «лого», що означає сукупність фірмового знаку та логотипу.

Поняття «лого» в даному випадку позначає поєднання знака і логотипу, розмір і розташування яких спроектовані для максимального візуального впливу.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		47

Відносні пропорції і розташування елементів лого не можуть бути змінені. Знак не повинен бути використаний без логотипу, а логотип завжди повинен супроводжуватися знаком (крім елементів декоративного характеру).

Лого використовується у візуальних комунікаціях як самостійна і неподільна одиниця. Розробці і використанню графеми в системі фірмового стилю приділяється особлива увага. Графема повинна бути естетично привабливою, самобутньою і сучасною. У той же час вона повинна бути простою для сприйняття і відтворення. Варто уникати складних елементів, які буде важко зменшити при друкуванні без втрати якості. Графема повинна органічно поєднуватися з текстом та іншими елементами оформлення. Якщо вона буде відірвана від інших елементів, то не повинна ставати основою розробки фірмового стилю. У подібних випадках рано чи пізно доведеться переробляти фірмовий знак [11].

Грамотно спроектована айдентика передбачає єдиний підхід до використання графеми у всіх без винятку рекламних і маркетингових комунікаціях компанії чи бренду. У їх числі: оформлення виставкових стендів і ділова кореспонденція (бланки листів, рахунки, технічна та товаросупровідних документація, і пр.), етикетка та упаковка, рекламні входження в пресу, зовнішня реклама, білборди та брендмауери, дахові установки і фасади будівель, реклама на транспорті та сувенірні вироби, візитні картки, заставки для мобільних телефонів, повітряні кулі, дирижаблі, орбітальні супутники тощо.

У всіх цих випадках графема повинна бути відтворена саме в тому вигляді, в якому зареєстрована - зі збереженням пропорцій, кольорової гами, накреслення. Вона не може розміщуватися занадто близько до інших елементів дизайну, не може бути безпідставно укладена в додаткові кола або прямокутники, не повинна поєднуватися з іншими сторонніми елементами, якщо це не передбачено при розробці.

Рітейл-брендинг - створення брендів в роздрібній торгівлі. У рамках таких комплексних проектів по торговому дизайну нами здійснюється розробка назви, створення логотипу, комплексу фірмового стилю і дизайн магазину: від

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		48

планувальних рішень і зонування до оформлення інтер'єру магазину і системи навігації. Дизайн інтер'єру магазину, дизайн торговельного обладнання, дизайн фасаду магазину, система навігації – всі ці елементи повинні розроблятися в рамках ритейл-брендингу та наочно втілювати потрібний образ. Тому, розробляючи дизайн-проект магазину, потрібно реалізувати системний підхід до торгового дизайну, спрямований на досягнення двох основних цілей: будь-який магазин повинен мати свій індивідуальний образ, вигідно відрізняє його від конкурентів, і інтер'єр магазину, його атмосфера повинна бути максимально комфортною і дружньою до покупцеві.

1.3.3 Вибір і характеристика пакета матеріалів

Для друку афіші до дня міста Хмельницького було вирішено обрати папір стандартного формату А3 Для друку було обрано плакатний папір щільністю 100г/м². При друці поверхня постерного паперу має деяку особливість – вбирає чорнило, але при цьому не допускає їх розтікання. В результаті при друці ми отримуємо яскраве та насичене зображення. Постерний папір широко використовується при друці плакатів, постерів та афіш.

Сьогодні під час створення широкоформатних рекламних продуктів найчастіше використовуються:

- самоклеюча плівка – проста в роботі, практична й надійна;
- банер (банерне полотно) – недорогий, універсальний і відносно довговічний;
- ПВХ-плівка – призначена для сольвентного друку, підкреслює яскравість фарб і новизну рішення;
- спеціальний текстиль – застосовується для невеликих рекламних плакатів та сувенірних виробів, найчастіше для застосування всередині приміщень;
- рекламні шпалери – спеціальний рулонний папір, на який наноситься потрібний малюнок або написи.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		49

Картинка друкується на аркуші спеціального паперу в дзеркальному відображенні. Потім папір обережно прикладається до поверхні чашки і фіксується термоскотчем. Далі заготовку поміщають під термопрес на невеликий проміжок часу. Тривалість перебування під пресом, розігрітому до температури 170 °С – приблизно 1 хвилини.

Оформлення сцени до дня міста Хмельницького – одна з найбільших статей витрат при створенні фірмового стилю для цієї громадської організації. Для оформлення сцени, на якій відбуватимуться різні концерти, урочисті події та масові заходи було обрано використання литих банерів із фірмовою символікою.

Литий банер – стійкий матеріал, що використовується у зовнішній рекламі та підходить для широкоформатного друку. При використанні технології друку із захистом від ультрафіолетового світла, друк на такому банері не вицвітає впродовж багатьох років та зберігає свій презентабельний та яскравий вигляд при частому використанні. Також широкоформатний друк на литому банері можна використати для оформлення куліс – дерев'яних чи пластикових панелей [12].

1.3.4 Складання пакета вихідних даних до проектування

Створення графічного середовища до дня міста Хмельницького. Розроблено логотип міста, герб, сцену, рекламну продукцію, сувенірну продукцію.

В сучасному соціокультурному просторі м. Хмельницького проводяться кожного року захід, святкування дня міста з метою на збереження і розвиток традиційної культури. Широкомасштабні мистецькі проекти, фестивалі, конкурси, різноманітні свята стали невід'ємною частиною сучасного культурно-мистецького життя.

Фестивалі народного мистецтва та фольклору виконують особливу роль в системі сучасних засобів збереження та популяризації традиційної народної подільської культури. Традиційні фестивалі і свята мають за мету збереження, відродження та популяризацію традиційної народної культури як складової

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		50

культурно-мистецької спадщини українського народу. Тому проведення заходу до дня міста, спрямований на збереження і розвиток традиційної культури [13].

Свято день міста Хмельницький відзначають в останні вихідні вересня. Святкова програма і афіша розрахована на найширшу аудиторію, дорослі і діти будь-якого віку. Жителів і гостей міста очікують яскраві виставки, спортивно-ігрові заходи, організація дитячих розваг, концерти відомих артистів та різних музичних колективів, цікава культурна музична та танцювальна програми, вечірній салют та багато іншого.

Основні події в рамках святкування Дня міста відбуватимуться у центральній частині Хмельницького на кількох локаціях. У п'ятницю, 24 вересня, на сцені біля кінотеатру Шевченка запланована офіційна церемонія вручення Призу Європи, який здобув Хмельницький. Також цього дня заплановані відкриття різноманітних виставок та туристично-інформаційного центру /

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		51

2 ТВОРЧА РОЗРОБКА ІДЕЙ ОБ'ЄКТІВ ПРОЕКТУВАННЯ

2.1 Розробка ескізів моделей-ідей та їх загальна характеристика

Витоки герба міста Хмельницького беруть свій початок із середини XVII ст. У писемних свідченнях фрізьського дворянина Ульріха фон Вердума йдеться про одного з предків власників Плоскирова Замойських – Флоріана Шарого.

Вердум розповідає, що в одній з битв Шарого було смертельно поранено. Король знайшов його на полі бою, пронизаного наскрізь трьома списами, але ще живого. Коли король висловив пораненому своє співчуття, Шарий відповів, що ці смертельні рани його мучать менше, ніж один із сусідів, котрий спільно з ним володів половиною села, в якому проживав Шарий. У знак пам'яті загиблого героя король викупив згадану половину села у недобррозичливого сусіда й подарував родині Замойських разом із гербом у вигляді трьох схрещених списів, які пізніше, мабуть, трансформувались у стріли. Оскільки Плоскирів чималий період належав Замойським, то й не дивно, що елементи їхнього родового герба, відомого під назвою «Jelita» (Єліта), знайшли відображення у гербі міста.

У 1971 р. рішенням сесії Хмельницької міської Ради затверджено герб міста, автором якого був архітектор В. Громихін. Герб відбивав соціалістичне сьогодення і проіснував до 1990 р.

27 вересня 1990 р. Хмельницька міська рада першого скликання постановила відродити стародавній герб Проскурова як герб м. Хмельницького та затвердила положення про герб. Рішення було прийняте з метою відродження духовних цінностей, підняття патріотизму і національної самосвідомості хмельничан. Треба відзначити, що у той час, коли ще існував Радянський Союз, депутатам було дуже непросто зважитись на подібне рішення. Герб нашого міста став одним із перших в Україні.

Через 27 років рішенням тринадцятої сесії міської ради сьомого скликання від 22.03.2017 р. було затвердження Положення про герб міста Хмельницького, Положення про прапор міста Хмельницького, Положення про прапор (штандарт) Хмельницького міського голови та втрату чинності рішень міської ради.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		52

Затверджено, що герб являє собою гербовий щит з фігурою – три золоті (жовті) перехрещені стріли (середня – вістрям донизу, дві – під кутом 90 градусів – вістрям вгору на синьому тлі). Обрамлення щита золоте (жовте). Форма гербового щита – іспанський закруглений щит і його варіанти. Співвідношення ширини гербового щита до його довжини 2:2,8. Фігура розташована посередині щита і займає (по середній стрілі) 2/3 довжини щита. Щит герба обрамлено золотим (жовтим) декоративним картушем, увінчаним срібною мурованою короною з трьома зубцями [14].

Сучасним рішенням міської ради до старого герба добавлено обрамлення гербового щита золотим картушем, увінчане срібною мурованою короною (рис. 2.1). При стилізації герба було дотримано зберігання основних деталей герба, це три стріли в певному їх розташуванні, форма щита і фрагмент фортеці у верхній частині герба.

Перший ескіз (рис 2.2) є повністю стилізованим. У фортеці збережено відтінки сірого кольору і присутні п'ять виступів. Обрамлення щита і стріли мають відтінки жовтого кольору, які також присутні в дійсному гербі. Також обрамлення є значно тоншим і простішим. Самий щит має також два відтінки синього кольору, але не є такими контрастними і насиченими як в дійсному гербі.

У другому варіанті герба фортеця складається з двох відтінків сірого кольору і має п'ять виступів. Обрамлення є досить широким і повторює форму дійсного герба, але є стилізованою (у простішому варіанті) і складається з двох кольорів: жовтого і бежевого. Також на обрамленні спостерігається світло і тінь. Щит також складається з двох відтінків синього кольору, а стріли залишаються жовтими (рис. 2.3).

У третьому варіанті герб максимально спрощений, тим самим стає більш сучасним. Фортеця складається з 5 виступів і з двох відтінків сірого кольору. Самий щит і обрамлення є площинними і складаються з синього кольору. Стріли і контур щита мають білий колір. Фортеця на невеликій відстані від'єднала від щита (рис. 2.4).

Четвертий ескіз представлений майже такий самий як третій варіант,але відмінністю слугує оранжевий колір щита (рис. 2.5).

У п'ятому варіанті основною деталлю слугує насичений червоний колір і його один відтінок. Червоний і білий колір вибрані як основні кольори етнокультури Поділля. Стріли і контур щита є білими,а самий щит і фортеця червоними. На фортеці також присутній темний відтінок червоного (рис. 2.6.).



Рисунок 2.1 – Герб Хмельницького



Рисунок 2.2 - Ескіз 1



Рисунок 2.3 – Ескіз 2

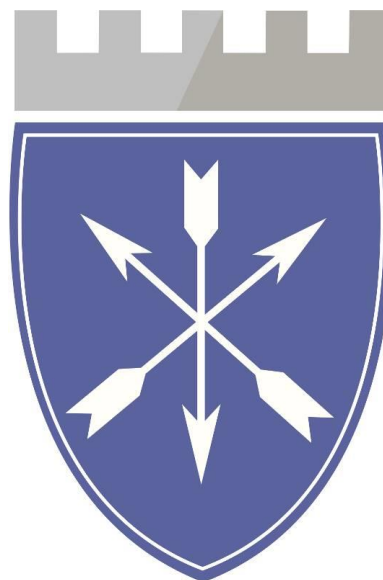


Рисунок 2.4 - Ескіз 3

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата

ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ

Лист

54



Рисунок 2.5 – Ескіз 4



Рисунок 2.6 - Ескіз 5

Було розроблено ще один елемент фірмового стилю до дня міста Хмельницького – логотип. На сьогоднішній день у інформаційному середовищі України широко користуються попитом логотипи для впізнаваності фірми, продукту або послуги. Логотип – одна із найголовніших частин фірмового стилю, його головна задача – виокремити фірму, компанію або товар з-поміж безлічі схожих і утворити знайомий образ в голові споживача. Для створення неповторного образу дизайнери користуються візуальними засобами – шрифтами, формами, символами, кольорами – і дають їм ознаки, котрі розкривають виняткову роботу, філософію або задачі установи чи компанії. Вони мають змогу надавати лого деяке тлумачення, хоч це тлумачення саме по собі не надає виняткової значимості у зрівнянні з асоціативним рядом, який вимальовується у споживачів після безпосередньої близькості з установою чи компанією. В уявленні клієнта відсутність або наявність лого є свідченням якості продукту. Логотип – це те, що може відокремити компанію з-поміж конкурентних компаній, викликати довірливі стосунки, утворити приємне враження, звернути до себе увагу, а також нових споживачів.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		55

Можна виділити основні типи логотипів:

- лінгвістичний (літерно-цифровий, текстовий, шрифтовий), тобто такий логотип, який складається з літер, слів, цифр або з їх комбінації;
- зображальний (іконічний), тобто такий логотип, який виражений за допомогою зображення, картинки;
- логотип змішаного типу (комбінований) – при створенні використано поєднання лінгвістичних та зображальних елементів.

Лінгвістичний логотип складається виключно із знаків буквено-цифрового характеру. Його також припустимо визначати як фонографічний, оскільки він може бути відтворений словами та звуками певної мови. Фонографічні логотипи підрозділяються на словесні (побудовані на основі окремого слова або словосполучення) та літерні (утворені на основі окремих літер, цифр, абревіатур, монограм тощо). Серед лінгвістичних логотипів слід розрізнити ті, що:

- представляють повну назву підприємства;
- приймають форму акроніма (скорочення), вводячи в знак тільки початкові букви назви організації;
- містять одну букву назви підприємства;
- складаються із комбінації цифр і букв.

Логотип «Хмельницький» складається з напису, та трьох силуетів будівель. Виконаний також в традиційних кольорах подільської етнокультури. За рахунок червоного кольору напис добре виділяється і відіграє головну роль (рис. 2.7)

Логотип повинен асоціюватись з самим містом, тому у верхній частині зображено стилізовані найбільш впізнавані споруди міста.

Було виділено 5 найбільше вдалих варіантів при розробці логотипу. У всіх варіантах є схожість з народною українською вишивкою. Це спостерігається у кольорах та шрифтах. У рис.2.8 відмінністю слугує структура будівель, змінений шрифт і його колір. У рис. 2.9 і рис. 2.11 шрифт імітує головні риси народного орнаменту. У рис. 2.10 і рис. 2.12 відмінністю слугує шрифт.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		56



Рисунок 2.7 - Головний варіант логотипу м. Хмельницького

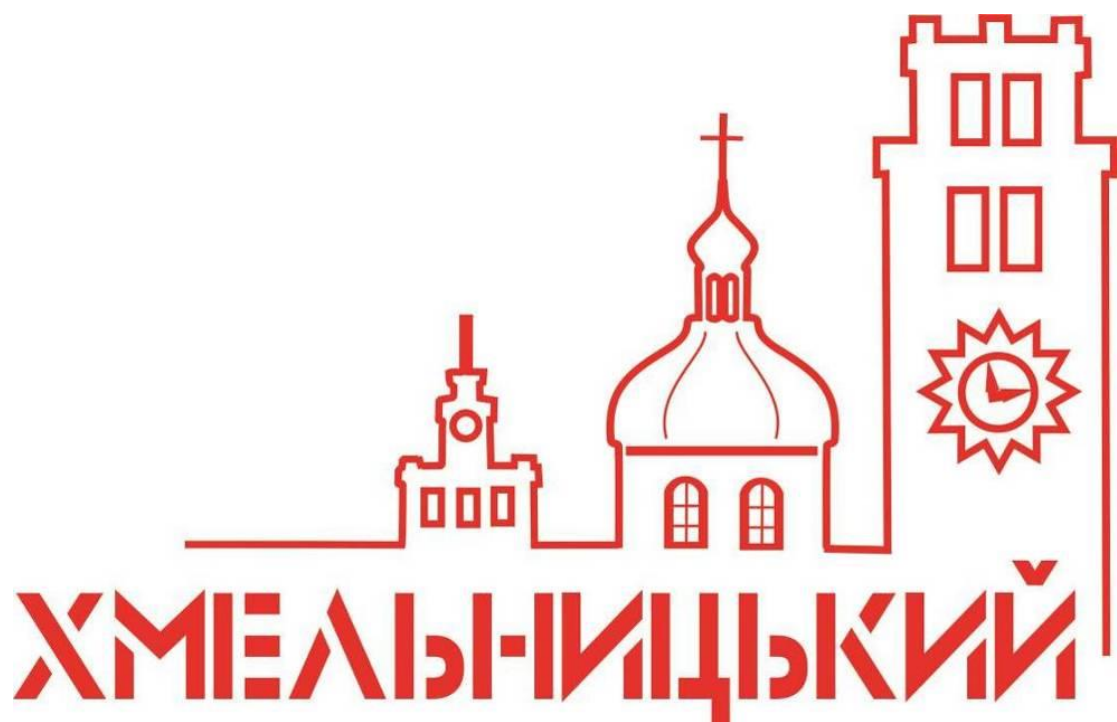
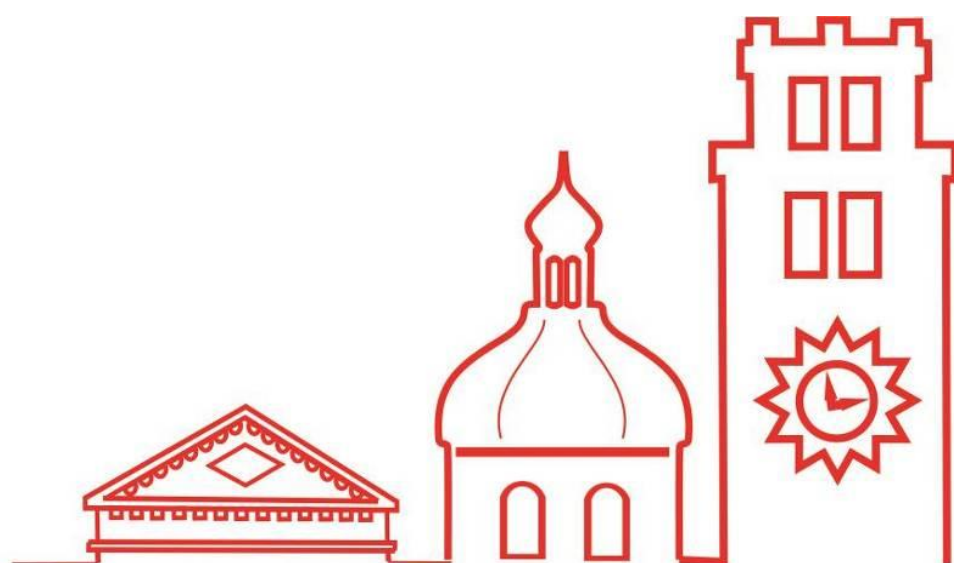


Рисунок 2.8 – Варіант 1

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		57



Рисунок 2.9 – Варіант 2



ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

Рисунок 2.10 - Варіант 3

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		58



Рисунок 2.11 - Варіант 4



Рисунок 2.12 – Варіант 5

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата

ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ

Лист

59

2.2 Порівняльний аналіз варіантів-ідей, вибір головної та розробки варіантів пропозицій

При розробці герба було проведено аналіз його 5 варіантів. Варіанти між собою відрізняються кольором, формою, об'ємом, розміром. Основними спільними елементами які притаманні кожному варіантові це є фортеця,у верхній частині герба, і стріли,як головний елемент оригінального герба і яка вважається його головною символікою (рис. 2.13).

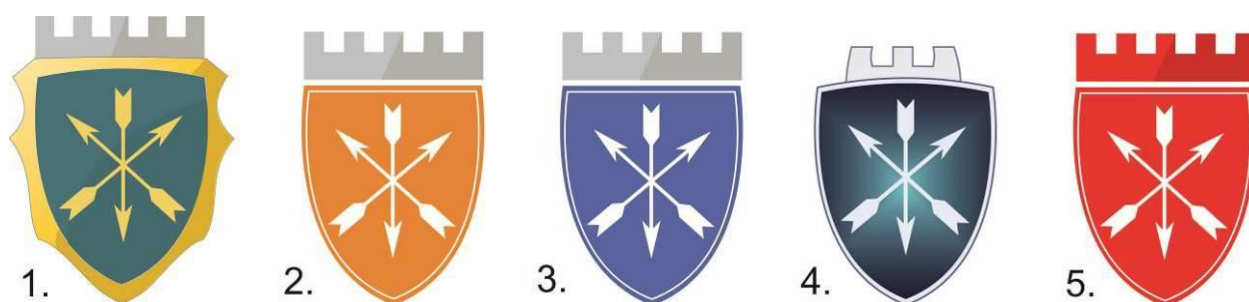


Рисунок 2.13 - Варіанти розробки гербів

З усіх перерахованих варіантів було обрано п'ятий. Він виконаний у традиційних кольорах подільської етнокультури. Спрощена площинна форма додає сучасного вигляду. Насичений червоний колір, який асоціюється з українською народною тематикою, добре виділяється на будь-якому фоні.

Представлено варіанти розробки логотипу до Дня м. Хмельницького. Логотип складається із безпосереднього надпису «Хмельницький» та найбільш впізнаваних будівель міста. Композиційно всі варіанти є цілісними та передають народну українську культуру, це проявляється у шрифтах які своєю структурою передають форму орнаменту.

Фірмовими кольорами було вирішено обрати червоний та білий. Даний логотип на носіях фірмового стилю може бути використаним у двох конфігураціях, передбачених при його створенні. При розробці логотипу на основі подільської етнокультури відразу повинна бути асоціація з нею. В даному

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		60

випадку асоціацією виступають кольори та ритмічний орнамент. Було обрано останній варіант з рис. 2.14, так як він є найбільш читабельним та асоціативним варіантом.



Рисунок 2.14 – Варіанти розробки логотипа

2.3 Розробка ескізів доповнень до сувенірної та рекламної продукції

Для рекламної продукції було розроблено календар, буклет, листівку. Основним кольором всієї рекламної та сувенірної продукції виступає білий, як один із традиційних кольорів.

Також представлено ескіз рекламної продукції, а саме афішу (рис. 2.15). В даному варіанті порушена композиція, багато головних елементів, які між собою сперечаються, тому було вирішено обрати другий варіант (рис. 2.16).



Рисунок 2.15 – Ескіз афіші

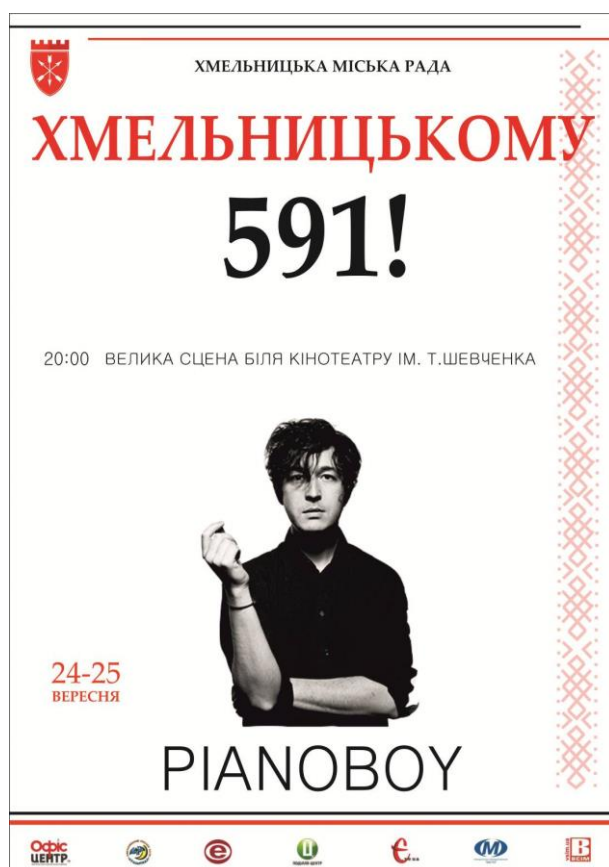


Рисунок 2.16 – Головний варіант афіші

Афіша виконана у фірмових кольорах з перевагою білого. Також на ній зображено герб міста, подільський орнамент, артиста та інформацію щодо самого заходу. Афіша повинна легко сприйматися, шрифт має бути читабельним і інформація легко сприйматися.

Також представлені варіанти розміщення афіш на будинках, а саме у Хмельницькій філармонії (рис. 2.17) та на кінотеатрі ім. Т. Г. Шевченка (рис. 2.18).

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		62



Рисунок 2.17 - Варіант розміщення афіші



Рисунок 2.18 - Варіант розміщення афіші

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		63

Важливе місце у графічному середовищі займає зовнішня реклама. Вона найбільш актуальна своїми масштабними розмірами, адже так про рекламний об'єкт дізнається більша кількість людей. Було розроблено варіанти розміщення реклами на білборді (рис. 2.19), лавці (рис. 2.20), сітілайті (рис. 2.21).



Рисунок 2.19 - Варіант розміщення афіші



Рисунок 2.20 – Макет розміщення реклами на лавці



Рисунок 2.21 – Макет розміщення реклами на сітілайті

Була розроблена рекламна листівка, яка виконана в фірмових кольорах. На зовнішній стороні зображено пам'ятник Б. Хмельницькому і подільський орнамент, другій стороні, в правому верхньому кутку герб (рис. 2.22).



Рисунок 2.22 – Розробка рекламної листівки

Також був спроектований рекламний календар. В композиції календаря присутня асиметрія. На ньому зображенні найголовні елементи фірмового стилю, а саме герб, логотип та орнамент (рис. 2.23).

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	Лист
						65
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		



Рисунок 2.23 – Розробка календаря

До комплекту рекламної продукції розроблений євробуклет буклет на 3 фальца. На зовнішній стороні зображено силуети будівель міста та орнамент у вигляді хмар (рис. 2.24). На другій сторони зображено програму святкування Дня міста. На фоні також зображено силуети будівель і в правій частині буклети розташований орнамент (рис. 2.25).



Рисунок 2.24 – Розробка рекламної продукції (буклет 1 сторона)

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата

ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ

Лист

66

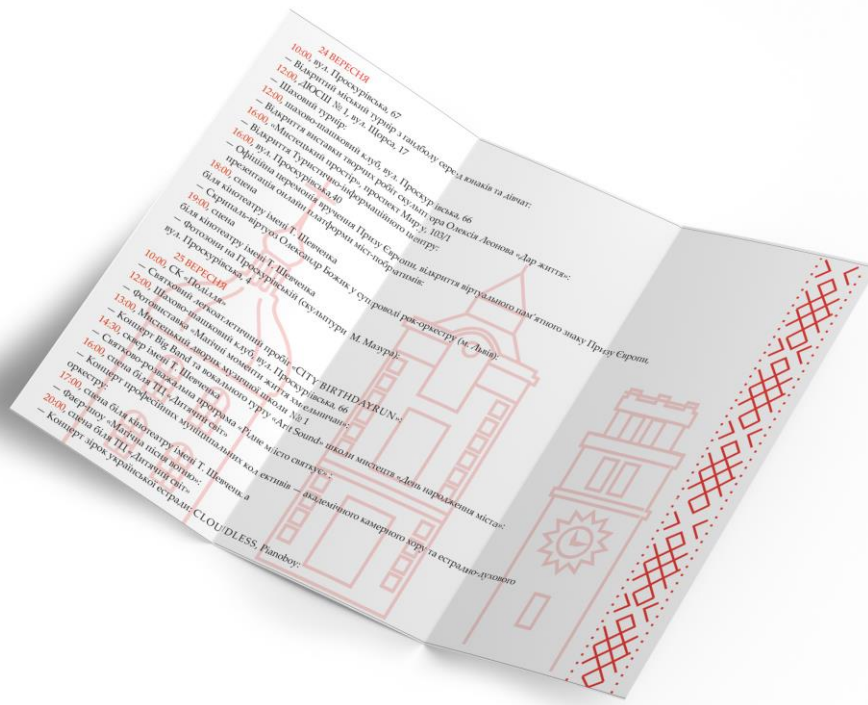


Рисунок 2.25 – Розробка рекламної продукції (буклет 2 сторона)

Для сувенірної продукції було розроблено: футболку, кепку, сумку, кружку, стакан, блокнот, диск, ручка. Для розробки був використаний безпосередньо логотип і герб м. Хмельницького. Для всієї сувенірної продукції було вирішено вибрати білий колір, який є одним із традиційних кольорів подільської етнокультури. Також на продукції представлено два варіанти логотипу (рис. 2.26).



а)

Рисунок 2.26 – Сувенірна продукція та фірмовий одяг

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		67



б)

Рисунок 2.26, лист 2

2.4 Композиційний аналіз гармонійності розробленого художнього проекту

Композиція – фундаментальна категорія художньої культури, суть якої полягає у наявності певних правил, за якими автори будують твори просторових і часових мистецтв. Норми, якими користуються автори, залежать від вимог і потреб культури, зумовлені особистісною – художницькою ініціативою. Композиція – спосіб поєднання усіх складників художнього твору у певну цілісність. Її основними формоутворюючими засобами є:

- об'ємно-просторова структура і тектоніка предмета;
- властиві об'єкта, масштаб, пропорції, ритм і метр;
- контраст або нюанс формоутворення;
- симетрія чи асиметрія побудови, організації або оздоблення предмета;
- колорит об'єкта, загалом, та його окремих частин, зокрема;
- фактура і текстура матеріалу, з котрого виготовлено предмет. Об'ємно-просторовою структурою композиції називається естетично-осмислена взаємозалежність форми об'єкта від його внутрішньої будови та зовнішнього

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		68

предметного оточення. Вона укладається на засадах внутрішньої та зовнішньої гармонійності, котрі мають бути притаманні рукотворній – штучній, формах [15].

Композиція укладається за певними правилами. Щоб реалізувати ідею задуму, потрібно дотримуватись основних принципів побудови композиції.

- Передусім потрібно обрати центр композиції. Для цього спочатку здійснюється групування її елементів за однорідними ознаками (формою, функціями, фактурою, кольором) і виявляється найбільш важлива для реалізації задуму однорідність. Саме вона відіграватиме роль центру композиції, який слід підкреслити, виділити, підпорядкувавши йому інші елементи.

- Слід обрати контрастний чи нюансний головний акцент композиції. Контраст створюватиме в ній напруженість, робитиме її виразнішою, а нюанс надаватиме композиції спокою, ліричності, м'якості.

- Групування елементів у композиції вимагає дотримання певного порядку – структури композиції. У ній не повинно бути нічого зайвого, щоб посилити її естетичну виразність і не розсіювати увагу людини. Групування здійснюється із врахуванням субординації елементів, тобто їх підпорядкування відносно головних частин. Останні необхідно розташувати так, щоб направити перший погляд людини прямо на них, і тільки потім на другорядні деталі. Групи елементів необхідно виділяти одна від одної значними проміжками вільного простору, щоб вони виділялися і не втрачали естетичної принадності.

- У композиції слід дотримуватись оптичної рівноваги усіх її елементів. Так важкі, темні, великі форми мають знаходитись нижче легких, світлих і невеликих. Укладена на таких засадах композиція матиме гармонійну будову. Вона буде приємною для людини, котра її розглядатиме, використовує чи перебуває у ній.

Розглянувши таблицю композиційної гармонії можна зауважити, що основними принципами гармонійної композиції є рух і рівновага, виразність, розвиток, смисловий фактор, кількість, образність та підпорядкованості (рис. 2.27).

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		69

контраст;ритм; статика та динаміка; масштаб. Так як фірмовий стиль розпочинається з розробки та розвитку ідеї та вираження її в першу чергу в логотипі, провівши аналіз та на основі досліджень аналогів обрано основні принципи та засоби композиції, які варто виокремити при створенні власного логотипу та фірмового стилю [17].

В даному логотипові (рис. 2.28) було використано такі композиційні елементи як колір та орнамент. Також використовувались такі засоби як ритм, асиметрія, відношення та пропорції. Із композиційних принципів можна виділити рух та виразність.



Рисунок 2.28 – Композиційний аналіз логотипу м.Хмельницького

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		71

3 КОНСТРУКТОРСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНА ЧАСТИНА

3.1 Розробка конструкцій проєктованих виробів

Сценічний комплекс – це сукупність зведених сценічних конструкцій на певній ділянці, до якого входять: сценічний майданчик, рубка для керування сценічним обладнанням (звук, світло тощо), острівні портали та подіуми, сценічна огорожа, глядацькі трибуни. Для забезпечення нормальних умов праці технічного та обслуговуючого персоналу, а також учасників масового заходу зовнішню сцену часто відгороджують міцною та з'єднаною між собою металевою огорожею (турнікетами). Сценічний комплекс повинен не тільки витримати навантаження усього розміщеного на ньому технічного обладнання, а й пориви вітру і дощу, удар блискавки чи струму (для цього необхідно мати громовідвід або заземлення). Сценічний комплекс потребує підключення до потужного джерела електропостачання або вимагає використання автономного генератора. Монтаж сценічних конструкцій (рис. 3.1) проводиться згідно з планом сценічного майданчика та строками обговорених із Замовником. Згідно з цим складається графік завезення обладнання і черговість всіх видів робіт. Час і кількість монтажників на монтування сцени розраховується з урахуванням обсягу виконуваних робіт [18].

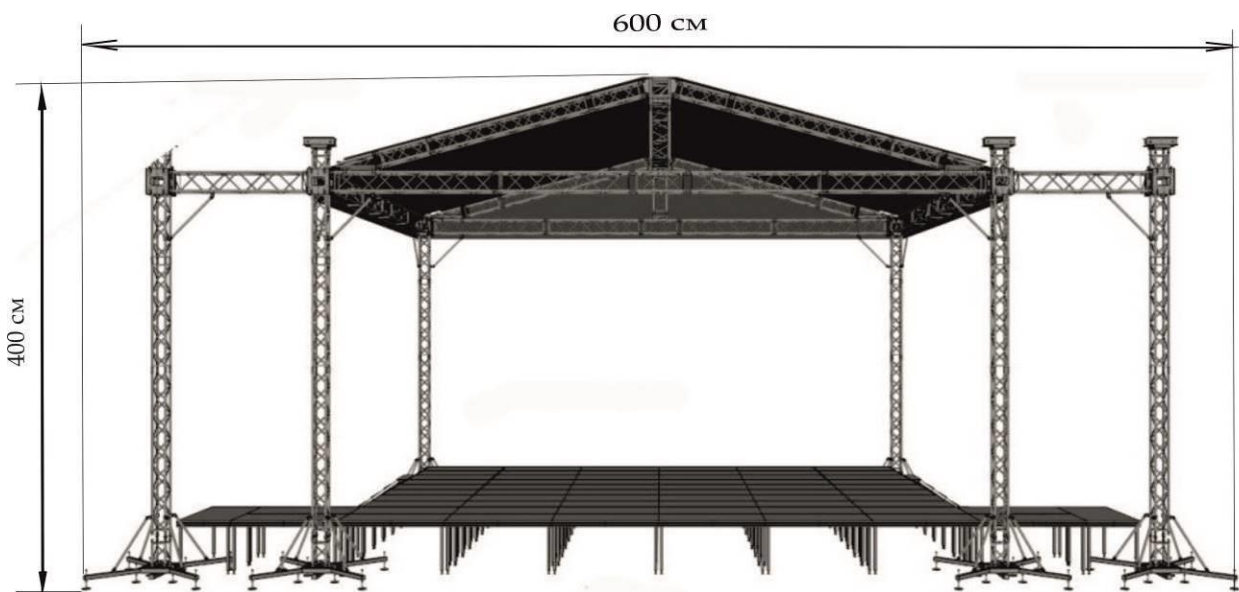


Рисунок 3.1 - Монтаж сцени

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		72

Монтаж будь-яких сценічних конструкцій виконується в кілька етапів:

- збір та монтування базових елементів конструкції ;
- монтування настилів;
- збір та монтування фермових конструкцій(або фермового каркаса);
- збір та монтування даху сцени;
- збір та монтування додаткових конструкцій для сцени (звукові портали, башти, пультові).

Збір та монтування базових елементів конструкції проводиться з врахуванням розмітки будівельного майданчика. Збір та монтування даху сцени залежить від типу конструкції. Часто використовувані варіанти дахів для сценічних конструкцій поділяються на легкі тентові або металеві дахи. Легкі тентові дахи збираються вручну і мають швидко-збірний фермовий сталевий або алюмінієвий каркас з тентовим покриттям. Ферми збираються в єдину каркасну структуру, після чого натягаються тенти. За допомогою спеціальних механічних (елеватори) або електричних (лебідки) підйомних пристроїв, готовий дах піднімається на потрібну висоту. Металеві дахи складаються із сталевого фермового каркаса і спеціальних металевих касет. Монтаж елементів фермового секцій даху проводиться на землі, а потім за допомогою підйомного крана секції встановлюються і закріплюються на бічних вежах сцени або сценічного комплексу. Далі фахівці-монтажники встановлюють металеві касети на встановлених фермових секціях. До додаткових сценічних конструкцій відносяться звукові портали, звукові башти, пультові та ін. Збір та монтування звукових порталів та пультових здійснюється у тому ж порядку як і в монтажі основної конструкції сцени. Монтаж звукових порталів може здійснюватися одночасно з монтуванням основної конструкції сценічного комплексу або сцени, якщо самі звукові портали входять до складу основної конструкції. Монтування пультової (місце розташування звукорежисерського та світлового устаткування) здійснюється перед сценою. В залежності від масштабу та масштабності масового заходу конструкція пультової вежі може мати однаюрсну або багатоярусну структуру. Монтаж сценічних конструкцій можуть здійснювати тільки

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		73

професіонали. Якісне монтування та демонтаж сценічного обладнання – одна з найважливіших умов проведення масового видовища.

Представлені конструктивні розміри сувенірної продукції та розміри зображення на продукції (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Розміри зображень на сувенірній продукції

Розміри афіші універсальні 300×400 мм (рис. 3.3). Макет розробленої афіші може використовуватись як рекламний постер, який розміщується на великих рекламних носіях, таких як сіті-лайт на вулицях міста або зупинках.

Рекламна листівку має розміри 100x150мм. Такий розмір найбільш зручний та універсальний, адже вміщується у стандартний конверт (рис. 3.4).

Календар є настільним, тому розміри його не масштабні, було вирішено обрати розмір А5 (210x150мм (рис. 3.5).

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		74

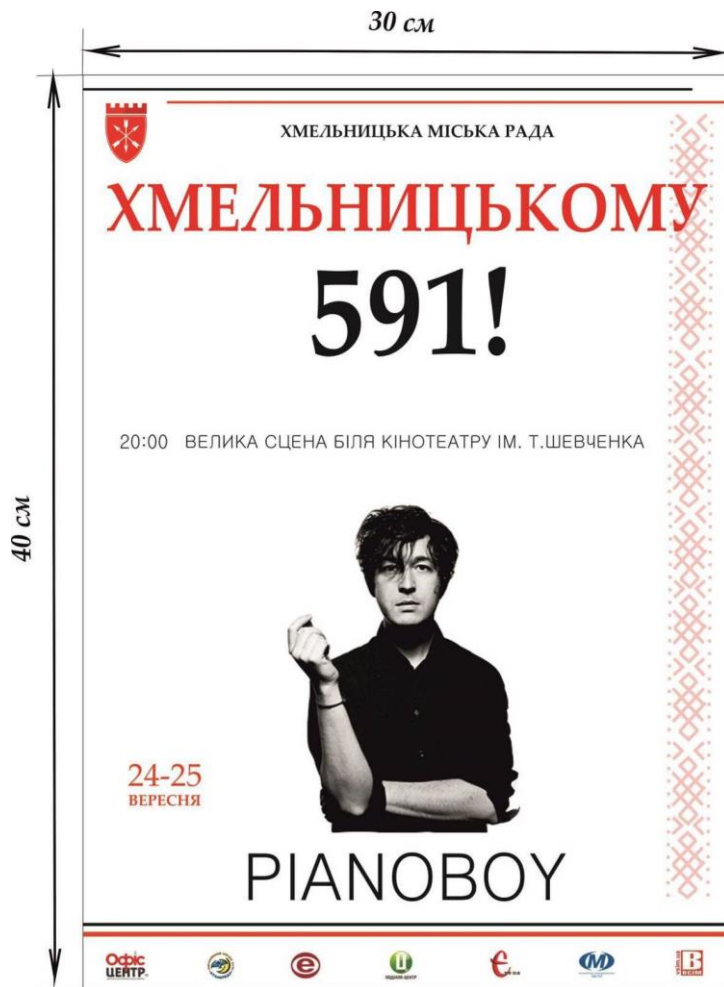


Рисунок 3.3 – Розміри афіші



Рисунок 3.4 – Розміри листівки

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		75



Рисунок 3.5 – Розміри календаря

Для рекламного буклета було вибрано формат А4 розміром 210х297мм. Такий вибір зумовлений тим, що буклет складається з трьох частин і буде складатися два рази (рис.3.6).



Рисунок 3.6 - Розміри буклета

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		76

Перед виготовлення в матеріалі, макети проходять до друкарську підготовку. Вимоги у всіх типографіях та поліграфіях до підготовки друку відрізняються. Основними є тільки загальні налаштування при збереженні макетів да деякі моменти створення [19].

Для всіх макетів, які надсилаються до друку, існує загальне правило: до розмірів готового виробу треба додавати по 2мм під обріз з кожного боку, а всі важливі частини дизайну варто розташовувати на відстані 5 мм від країв готової продукції.

3.2 Вибір технологічних рішень

Цифровий друк – це метод друку, де нанесення зображення на носій виконує спеціальний принтер без попередньої підготовки форм. Найбільший плюс цифрового друку – можливість зробити короткий або навіть одиничний тираж. У класичних технологіях, наприклад в тому ж офсетному друці, велика частка собівартості примірника припадає саме на до друкарську підготовку, зокрема виготовлення друкованих форм.

Великим попитом користується і такий вид сувенірної продукції як одяг із зображенням логотипу сувенірні футболки та тканинні сумки було вирішено оформити фірмовим зображенням «Хмельницький».

Друк на тканині можливий з використанням різних технологій. Серед популярних технологій друку на тканині – сублимаційна, цифрова, шовкографія, термоаплікація та термотрансферна технологія. Прямийцифровий друк–сучасна технологія друкування зображення оперативно і без проміжних процесів. Такий тип друку зображень на тканину підходить для невеликих тиражів, зображення має гарну якість та деталізацію. Недоліками такого друку є подальше ручне прання виробу та наявність до друкарської підготовки.

Офсетний друк – це технологія друку, яка полягає в наступному – з друкованої форми перенесення фарби здійснюється на запечатуваний матеріал, завдяки офсетному проміжному циліндру. Принцип дії офсетного друку полягає в

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		77

тому, що зображення наноситься на оброблену спеціальним чином пластину, після чого, з допомогою офсетного циліндра, робиться відтиск на носій.

Друк таким методом гарантує високу якість на будь-якому папері та картоні, чітке відображення мілких деталей, яскраву передачу відтінків та півтонів.

У процесі офсетного друку фарба, шляхом тиску, передається з гнучкої друкованої форми на гнучке гумове полотно, а потім вже на будь-який інший матеріал призначений для друку.

Великою перевагою офсетного друку є можливість використовувати будь-який тип паперу: газетний, офсетний, дизайнерський. Конструкція такого обладнання доволі складна і вартість такої машини висока. Підготовка до офсетного друку доволі складна, трудомістка та тривала, але сам процес друку займає не багато часу.

Друк маленького тиражу офсетним методом не вигідний. Але, якщо обсяг збільшити до певної кількості відтисків, то вартість однієї одиниці виробу буде набагато менша. Вартість друку офсетним методом залежить від кількості примірників: чим більший тираж – тим дешевше.

Сувенірна продукція до дня міста Хмельницького – це чашки, футболки, тканинні сумки та кулькові ручки з символікою організації. Для її створення використовуються різні матеріали та типи друку.

На сьогодні один із найпопулярніших видів сувенірної продукції – це чашка з логотипом громадської організації, установи чи компанії. На даний час можливий будь-який друк на посуді. Головними технологіями нанесення зображення на чашку є термопрес та гравер тон.

Основний плюс технології термопресування – економічність та дешевизна навіть при маленьких тиражах. Мінус такого посуду – зображення є менш стійким до різних мехнічних пошкоджень. Це зумовлено технічними вимогами – спочатку друк проводиться безпоседньо на чашку, після чого вона відстоюється при кімнатній температурі, а потім пропалюється.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		78

Гравертон – це сучасний вид нанесення чорно-білих та кольорових зображень на тверді матеріали. Використання цього виду друку потребує застосування спеціальним чином підготовлених поверхонь. Для того, аби зображення перенеслося на чашку, її поверхня попередньо покривається спеціальним сублімаційним лаком

Першим кроком технології гравертон є перенесення зображення на папір за допомогою сублімаційних фарб, які не вбираються різних технологій. Серед популярних технологій друку на тканині – сублімаційна, цифрова, шовкографія, термоаплікація та термотрансферна технологія. Прямийцифровий друк – сучасна технологія друкування зображення оперативно і без проміжних процесів. Такий тип друку зображень на тканину підходить для невеликих тиражів, зображення має гарну якість та деталізацію. Недоліками такого друку є подальше ручне прання виробу та наявність до друкарської підготовки

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

Технологія сублімації на футболках підходить лише для синтетичного матеріалу світлих кольорів. Зображення переноситься на спеціальний папір, а потім на матеріал з допомогою термопреса. При високій температурі відбувається процес випаровування чорнила і воно проникає у волокна тканини, при цьому її фарбуючи.

Для друку за технологією шовкографії необхідна сітка, натягнута на раму, чорнило, трафарет. Візерунок виходить методом натискання. Шовкографію застосовують, коли потрібен друк на футболках з різними ефектами на тканині. Шовкографія підходить для нанесення написів, логотипів і зображень при малих тиражах. Використовуються спеціально оброблені векторні і растрові файли. Термотрансферна технологія – друк, який виконується на спеціальному матеріалі, що переноситься та приклеюється термічним способом на тканину.[20].

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		79

3.3 Нормування матеріалів та визначення вартості дизайн-об'єкта

Визначення вартості проекту – це, оцінка усіх загальних витрат, що є важливими для успішної повноцінної реалізації дизайн-проекту. Визначення вартості розробки фірмового стилю та реалізації ідей шляхом створення усіх необхідних носіїв айдентики складається з двох пунктів:

- 1) розрахунку вартості заробітної плати фахівцю – дизайнеру-графіку, що буде створювати айдентику та макети продукції;
- 2) визначення загальної вартості реалізації продукції у матеріалі – сума, що буде витрачена на виготовлення поліграфії, сувенірної продукції тощо.

Для розрахунку заробітної плати працівнику найраціональнішим методом у випадку розробки фірмового стилю було обрано змішаний тип. Збір інформації було проведено при умові, що працівник–графічний дизайнер-фрилансер зі стажем роботи один рік.

Змішаний тип розрахунку тарифного плану роботи дизайнера – використання методу моніторингу цін та на його основі розрахунок 1 год. Роботи дизайнера за методом параметричного моделювання [21].

Проаналізувавши українські freelance-платформи було вираховано, що середня погодинна оплата розробки логотипу та фірмового стилю дизайнером-графіком зі стажем роботи в один рік станом на 2021 р. становить 150,0грн/год.

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

$$ЗПп = ТПд \cdot Тп, \quad (3.1)$$

де ЗПп – повна заробітна платня спеціаліста за проект, грн,

ТПд – тарифний план дизайнера, грн/год,

Тп – час затрачений дизайнером на виконання проекту, год (табл. 3.7).

Аби точно обчислити Тп 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).

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	Лист
						80
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

Таблиця 3.1 – Поетапний план роботи дизайнера над проектом розробки фірмового стилю до Дня міста Хмельницького

№	Найменування роботи	Час, витрачений на роботу, год.
1	Розробка логотипу до Дня м. Хмельницького (включно з правками та презентацією)	15
2	Підбір кольорової гами та шрифтового оформлення фірмового стилю до Дня м. Хмельницького для подальшої розробки продукції	1
3	Розробка макету афіші до Дня м. Хмельницького	4
4	Розробка макету буклетів	2
5	Розробка оформлення сцени	4
6	Розробка макетів сувенірної продукції до Дня м. Хмельницького	6
7	Разом	45

За формулою 3.1 обчислимо повну заробітну платню працівнику за роботу над проектом розробки фірмового стилю до Дня м. Хмельницького, за умови, що тарифний план дизайнера складатиме 150,0 грн/год:

$$ЗПп = 150,0 \cdot 45 = 6\,750,0 \text{ грн.}$$

Отже, за розрахунками маємо, що сума заробітної платні дизайнера за виконання проекту становить 6 750,0 грн.

За формулою 3.2, фонд витрат (ФВ) на розробку та впровадження фірмового стилю до Дня м. Хмельницького складається із оплати роботи дизайнера та загальної вартості реалізованої продукції.

$$ФВ = ЗПп + Вп. \quad (3.2)$$

Загальна вартість реалізованої продукції (Вп) 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

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
						81
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

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 до Дня міста Хмельницького

№	Найменування виду продукції	Характеристика продукції	Необхідна кількість	Вартість
1	Афіша до Дня м. Хмельницького	А3, папір крейдований, 130г/м ²	20	800,0
2	Буклет з програмою свята до Дня м. Хмельницького	150x200 мм, папір крейдований, 170 г/м ²	200	1000,0
3	Сувенірна продукція до дня міста: футболки	Розміри: S, M, L, жіночі, друк сублімаційний	30	12000,0
4	Сувенірна продукція до дня міста: чашки	110x85мм, друк сублімаційний	20	6000,0
5	Сувенірна продукція: тканинні сумки	350x410мм, бавовна, сублімаційний	30	7000,0
6	Сувенірна продукція: кепки	510x650мм, бавовна, сублімаційний	100	1400,0
7	Сувенірна продукція: ручки	Друк на корпусі ручки	100	1400,0
8	Блокноти	Крейдований папір	100	1000,0
9	Календарі	Крейдований папір	100	1000,0
10	Листівки	Крейдований папір	100	2000,0
11	Оформлення сцени до Дня м. Хмельницького	Литий банер	7	7000,0
			Разом:	40 600,0

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 40 600,0 грн. Отже, можемо розрахувати загальний фонд витрат на розроблений проект:

$$\text{ФВ} = 6\,750,0 + 40\,600,0 = 47\,350,0 \text{ грн}$$

Отже, загальний фонд витрат на проект розробки фірмового стилю до Дня м. Хмельницького, розрахований за середньостатистичними цінами на послуги дизайнерів-графіків та організацій, що надають послуги виготовлення поліграфічної та сувенірної продукції, становить 47 350,0 грн., з яких 6 750,0 грн. – заробітна платня фахівцю, 40 600,0 грн. – загальна вартість виготовлення рекламної продукції.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		83

4 РОЗРОБКА ЗАЯВКИ НА ОТРИМАННЯ АВТОРСЬКОГО ПРАВА НА ЛОГОТИП «ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ»

Авторське право – це сукупність прав, що призначені захищати автора та його твір та дозволяють авторам отримувати певні соціальні блага від результатів їх творчої діяльності. Автором є особа, що своєю творчою працею створила твір – об’єкт, який є матеріальним втіленням процесу інтелектуальної роботи автора та є його інтелектуальною власністю.

Авторський твір може бути будь-якої форми вираження (графічний малюнок, музичний, письмовий, архітектурний твір, комп’ютерна програма тощо). 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 [22].

Опис до авторського свідоцтва

Логотип «Хмельницький»

Логотип «Хмельницький» створений для обласного центру Хмельницької області міста Хмельницького. Логотип складається з комбінації шрифтового накреслення назви міста «Хмельницький» і фірмового знаку міста Хмельницького. Фірмовий знак являє собою силуети трьох найбільш відомих і пізнаваних споруд міста Хмельницького (зображення 1, зліва направо)

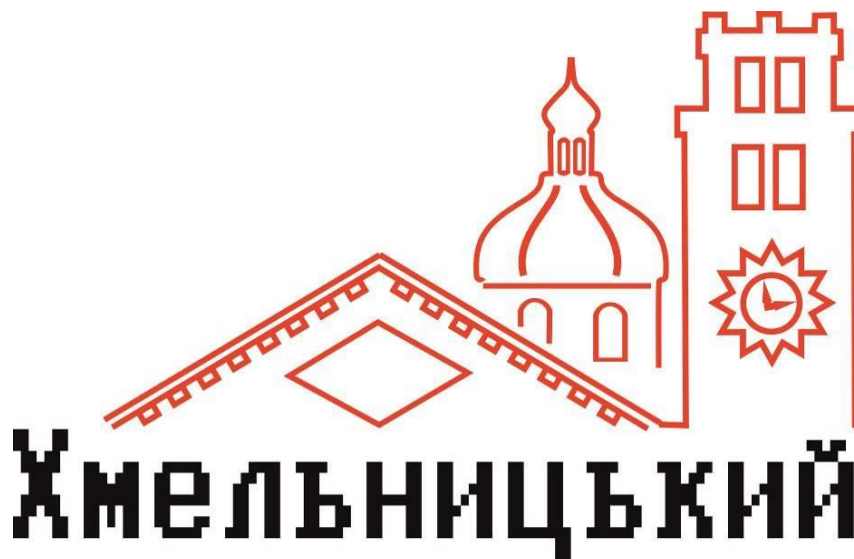
- колишній будинок офіцерів (зараз тут знаходиться навчальний корпус Хмельницького Університету Управління та Права (вул. Проскурівська, 57)),
- собор Різдва Пресвятої Богородиці (вул. Соборна, 14);
- пожежне депо – кінотеатр «Планета» (вул. Подільська, 39).

Силуети цих будівель розташовані над написом «Хмельницький». Між ними є невеликий відступ.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		84

Джерелом творчості при створенні логотипу слугувала подільська етнокультурна, представлена у вигляді вишивки. Основними кольорами в подільській вишивці є червоний та чорний. Саме тому вони є основними кольорами, використаними в логотипі. Варіанти колірного накреслення логотипа представлені на зображенні 1 та зображенні 2.

Для шрифтового накреслення назви міста був підібраний шрифт VGA font Updatesop (зображення 3), який містить в собі X-подібні елементи, що імітують вишивку в техніці «хрестик», характерну для подільської етнокультури.



Зображення 1



Зображення 2

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		85

А Б В Г Д Е Є Ж

Зображення 3

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		86

ВИСНОВКИ

1 В дипломному проекті розглянута історія розвитку процесу проектування графічного середовища до Дня міста Хмельницького. Проаналізовано стан оформлення графічного середовища до Дня міста.

2 Охарактеризовано та композиційно проаналізовано джерело творчості дипломного проекту – подільську етнокультурну, а саме: колір, орнамент, вишивку. Стилізовано головні композиційні елементи (колір і орнамент), вибрано композиційні принципи та засоби зв'язку.

3 Розроблено рекламну та сувенірну продукцію для оформлення графічного середовища до дня міста Хмельницького, конструкцію проєктованих виробів та вибрано технологічні рішення для реалізації проекту.

4 При розробці графічного середовища до Дня м. Хмельницького було запропоновано спосіб розташування логотипу на об'єктах зовнішньої реклами, сувенірній, фірмовій та друкованій рекламній продукції. Також було створено герб м.Хмельницького на основі подільської етнокультури.

5 Подано заявку на авторське право на графічне зображення логотип «Хмельницький».

6 Підбрано матеріали та визначено вартість оформлення графічного середовища до Дня міста Хмельницького.

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		87

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%B2%D0%B8%D1%88%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B0 (дата звернення 14.12.2021). – Подільська вишиванка:.

2 Тульчинщина – Вишивки низзю / текст Володимир Гагенмейстер ; мал. К. Ременюк. – Кам'янець-Подільський : 1929.

3 Попович К. Літографія в творчості київських художників-графіків 1960-х років / К. Попович // Вісник ХДАДМ.– Харків : ХДАДМ, 2014. – Вип. 23. – С. 132-143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uam_2014_23_15.

4 The Village Україна. Новини твого міста. Люди, місця, події. Новини України [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – The Village Україна, 2017-2021 – Режим доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/285281-noviy-ofitsiyniy-brend-vinnitsi-vid-fedoriv> (дата звернення 14.12.2021). – Новий офіційний бренд Вінниці від Fedoriv.

5 Inspired [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Inspired. Медіа Можливостей, 2020-2021. – Режим доступу: <https://inspired.com.ua/creative/dnipropetrovsk-style/> (дата звернення 14.12.2021). – Дніпропетровськ отримав свій логотип та фірмовий стиль

6 Нариси з історії українського дизайну ХХ століття : 3б. статей / Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМ України ; За заг. ред. М. І. Яковлева ; Редкол. : В. Д. Сидоренко (голова), А. О. Пучков, О. В. Сіткарьова та ін. – К. : Фенікс, 2012. – 256 с. : іл.

7 Михайлов С. Основы дизайна / С. Михайлов, Л. Кулеева. – Казань : Новое Знание, 1999. – 240 с.

					ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ	Лист
						88
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

8 Николукина А. Н. Композиция. Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А. Н. Николукина; Институт научной информации по общественным наукам РАН. – М.: Интелвак, 2001. – Стб. 387-388 – 1596 с. – ISBN 5-93264-026-X.

9 Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / К. Ньюарк // пер. с англ. – М. : АСТ: Астрель, 2005. – 255 с.

10 Ганоцкая О. В. Дизайнерское образование в Украине в условиях современных реформ / О. В. Ганоцкая // Графічний дизайн : історія, сучасність та перспективи розвитку. Всеукраїнська науковопрактична конференція, Харків, 17 жовтня 2012 р. – Харків : ХДАДМ, 2012. – 80 с.

11 Гладун О. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України./ О. Гладун // Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії: Зб. наук. пр. – Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України, 2007. – Вип. 7. – С. 45–49. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/16835>.

12 Гладун О. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України / О. Гладун // Вісник ХДАДМ. Харків : ХДАДМ, 2009. – № 5. – С. 42-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2009_5_8.

13 Даниленко В. Майбутнє європейського дизайну: Чехія, Польща, Україна / В. Даниленко. – Харків: Колорит, 2007. – 197 с.

14 Косів В. М. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років: символи, образи, стилістика: монографія / В. М. Косів. – К. : Родовід, 2019. – 480 с.

15 Успенский Б. А. Поэтика композиции: структура художественного текста и типология композиционной формы. / Б. А. Успенский – М. : Искусство, 1970. – 225 с. : ил. – (Семиотические исследования по теории искусства).

16 Клименюк Т. М. Креслення, рисунок, композиція : навч. посіб. / Т. М. Клименюк ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львів. Політехніка». – Л. : Львів. політехніка, 2012. – 344 с. : іл. – ISBN 978-617-607-339-0

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	Лист
						89
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

17 Михайленко В. Є. Основи композиції: геометричні аспекти художнього формотворення : навч. посіб. / В. Є. Михайленко, М. І. Яковлев. – К. : Каравела, 2017. – 304 с. – ISBN 966-8019-23-7.

18 Кентавр – поліграфічна компанія [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Кентавр - поліграфічна компанія, 2021. – Режим доступу: <http://kentavrprint.com.ua/vymogy-do-maketiv/> (дата звернення 15.12.2021). — Вимоги до макетів.

19 FAQ Hard [Електронний ресурс]:[Веб-сайт]. – Електронні дані. – FAQ Hard, 2000+2021. – Режим доступу: <https://faqhard.ru/base/11/51.php> (дата звернення 15.12.2021). — Ответы на вопросы: Что такое СМУК.

20 PBC принт [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – PBC-Принт, 2021. – Режим доступу: <https://rvs.com.ua/ua/articles/177-ofsetnaya-pechat-tekhnologiya-ofsetnoj-pechati-dostoinstva-ofsetnoj-pechati> (дата звернення 15.12.2021) – Офсетний друк. Технологія офсетного друку. Переваги офсетного друку.

21 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.

22 iGov Портал державних послуг [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. – Режим доступу: <https://igov.gov.ua/subcategory/1/10/situation/45#anchor3> – Авторське право

					<i>ДПДЗ. 2017095.01.01.ПЗ</i>	Лист
						90
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

ДОДАТОК А
ГРАФІЧНА ЧАСТИНА ПРОЕКТУ

**ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ ОСВІТНЬОГО
РІВНЯ - МАГІСТР НА ТЕМУ:
«ВПЛИВ ПОДІЛЬСЬКОЇ ЕТНОКУЛЬТУРИ НА РОЗРОБКУ
ГРАФІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА ДО ДНЯ МІСТА
ХМЕЛЬНИЦЬКОГО»**

Актуальність проблеми. Сьогодні дослідження орнаментики актуальне не тільки з погляду пізнання національної художньої спадщини, виявлення самоідентичності, але має загально людське культурне значення. Основний вектор вітчизняного мистецтвознавства скеровувався в напрямку вивчення орнаменту, як явища невідомого від орнаментованих виробів.

Об'єкт дослідження – подільська етнокультура

Предмет дослідження – подільська етнокультура в графічному дизайні до Дня м. Хмельницького

Мета дослідження – визначення впливу подільської етнокультури на розробку графічного середовища до Дня міста Хмельницького.

Завдання дослідження:

- проаналізувати стан оформлення графічного середовища до Дня міста Хмельницького;
- охарактеризувати, композиційно проаналізувати джерело творчості дипломного проекту – подільську етнокультуру, стилізувати головні композиційні елементи, вибрати композиційні принципи та засоби зв'язку;
- розробити рекламну та сувенірну продукцію для оформлення графічного середовища до Дня міста Хмельницького;
- розробити конструкцію проєктованих виробів та вибрати технологічні рішення для реалізації проекту;
- подати заявку на авторське право на графічне зображення логотип «Хмельницький»;
- підібрати матеріали та визначити вартість оформлення графічного середовища до Дня міста Хмельницького;

Методи дослідження: метод композиційного аналізу для вибору та стилізації головних композиційних елементів; методи комп'ютерного проєктування при створенні логотипу і фірмового стилю до дня міста Хмельницького; аналітичний метод для вивчення особливостей подільської етнокультури; історико-типологічний порівняльний метод для порівняння різновидів орнаменту Подільських регіонів.

Наукова новизна:

- за допомогою джерела творчості подільської етнокультури створено логотип, який відрізняється від раніше створених логотипів використанням традиційних кольорів Поділля (червоний та чорний) і традиційного подільського орнаменту;
- запропоновано спосіб розташування логотипу «Хмельницький» на об'єктах зовнішньої реклами, сувенірній, фірмовій та рекламній продукції, присвяченій святкуванню Дня міста.

Практичне значення отриманих результатів: Розроблено логотип міста Хмельницького.

Висновки:

- 1 В дипломному проєкті розглянута історія розвитку процесу проєктування графічного середовища до Дня міста Хмельницького Проаналізовано стан оформлення графічного середовища до Дня міста.
- 2 Охарактеризовано та композиційно проаналізовано джерело творчості дипломного проекту – подільську етнокультуру, а саме: колір, орнамент, вишивку. Стилiзовано головні композиційні елементи (колір і орнамент), вибрано композиційні принципи та засоби зв'язку.
- 3 Розроблено рекламну та сувенірну продукцію для оформлення графічного середовища до дня міста Хмельницького, конструкцію проєктованих виробів та вибрано технологічні рішення для реалізації проекту.
- 4 При розробці графічного середовища до Дня м. Хмельницького було запропоновано спосіб розташування логотипу на об'єктах зовнішньої реклами, сувенірній, фірмовій та друкованій рекламній продукції. Також було створено герб м.Хмельницького на основі подільської етнокультури.
- 5 Подано заявку на авторське право на графічне зображення логотип «Хмельницький».
- 6 Підібрано матеріали та визначено вартість оформлення графічного середовища до Дня міста Хмельницького.

Виконав: студент групи ДЗм-20-1 Нікітiч М.В.
Перевірів: к.т.н., доцент Петрашук С.А.

Рисунок А.1 – Інформаційна частина проекту

РОЗРОБКА СИМВОЛІКИ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

РОЗРОБКА ЛОГОТИПУ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО



РОЗРОБКА ГЕРБА МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

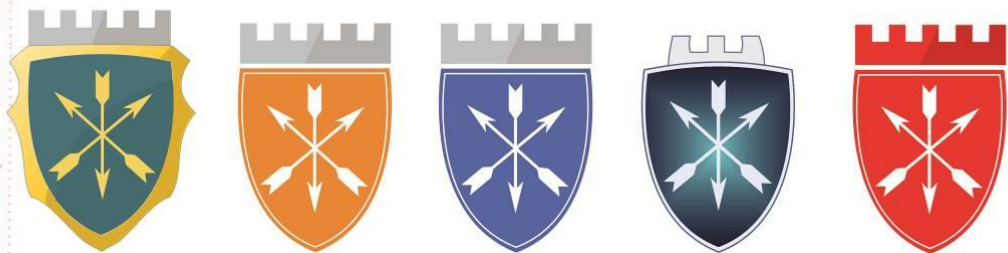


Рисунок А.2 – Розробка символіки міста Хмельницького

РОЗРОБКА СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ



Рисунок А.3 – Розробка сувенірної продукції

РОЗРОБКА ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

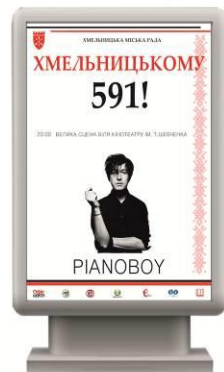


Рисунок А.4 – Розробка зовнішньої реклами

РОЗРОБКА СЦЕНИ ДО ДНЯ м. ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

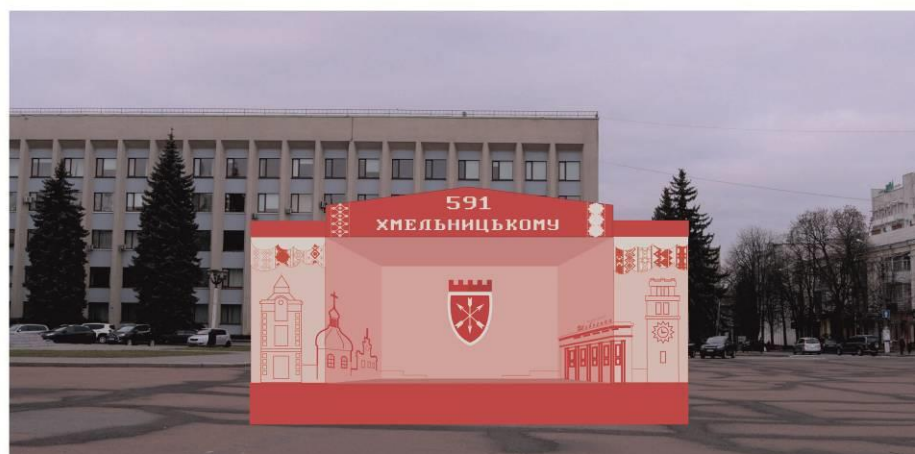
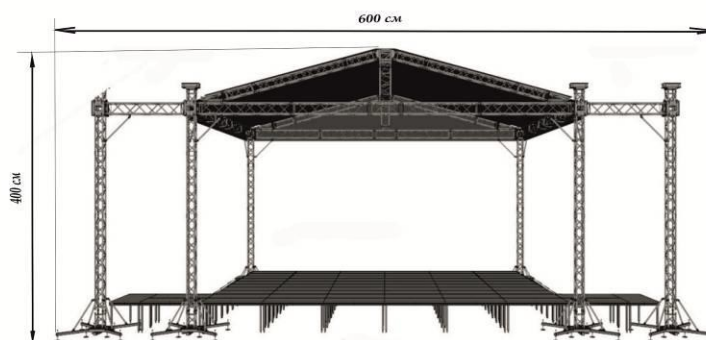


Рисунок А.5 – Розробка сцени до дня міста Хмельницького

РОЗРОБКА РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ

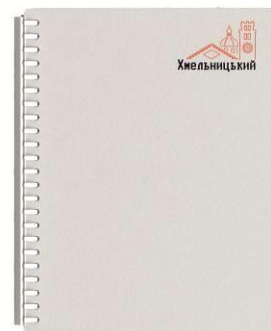


Рисунок А.6 – Розробка рекламної продукції

РОЗРОБКА ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

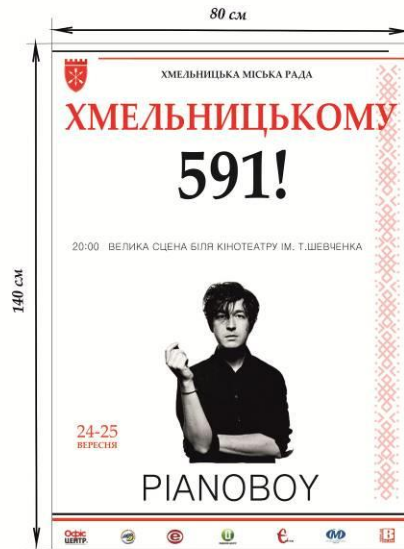


Рисунок А.7 – Розробка зовнішньої реклами

ДОДАТОК Б
АВТОРСЬКЕ ПРАВО



МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ
(Мінекономрозвитку України)

вул. М. Грушевського, 12/2, м. Київ, 01008, тел. 523-93-94, факс 226-31-81
Web: <http://www.me.gov.ua>, e-mail: meconomy@me.gov.ua, код ЄДРПОУ 37508596

Р І Ш Е Н Н Я

ПРО РЕЄСТРАЦІЮ АВТОРСЬКОГО ПРАВА НА ТВІР

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України розглянуло заяву

**Нікітіч Максим Валерійович, вул. Героїв України, 15, смт Війтівці, Волочинський р-н,
Хмельницька обл., 31256**

(повне ім'я автора, адреса)

заявка від 20.12.2018 № 86357

про реєстрацію авторського права на твір і прийняло рішення зареєструвати авторське право на твір **Графічне зображення логотипу "Хмельницький"; Нікітіч Максим Валерійович, Петрашук Світлана Анатоліївна, Трачук Віктор Антонович**

(вид, повна, скорочена (за наявності) назва твору, повне ім'я, псевдонім (за наявності) автора (ів))

Внесення відомостей до Державного реєстру свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір та видача свідоцтва будуть здійснені за умови сплати збору за оформлення і видачу свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір відповідно до п.3 постанови Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2001 року № 1756 "Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права автора на твір".

Якщо протягом трьох місяців від дати одержання заявником рішення про реєстрацію авторського права на твір Управління державних реєстрацій Департаменту інтелектуальної власності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України не одержало документ про сплату збору за оформлення і видачу свідоцтва у розмірі та порядку, визначених законодавством, або копію документа, що підтверджує право на звільнення від сплати зазначеного збору, заявка вважається відхиленою і реєстрація авторського права та публікація відомостей про реєстрацію Управлінням державних реєстрацій Департаменту інтелектуальної власності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України не проводиться.

Державний секретар
Міністерства економічного розвитку
і торгівлі України



О. Ю. Перевезенцев

Рисунок Б.1 – Авторське право



Рисунок Б.2 – Свідоцтво про реєстрацію авторського права та твір