

необхідно вивчити, структурно-логічні схеми, основну та допоміжну літератури з дисципліни «Художнє проектування трикотажних полотен», теоретичні питання та питання для самостійної підготовки. Для представлення звіту по самостійній роботі розробити графіки, в яких буде перелік форм та видів самостійної роботи студентів, мета та задачі кожного, термін виконання та форми контролю.

Висновки

Самостійна робота студентів є складовою частиною дисципліни «Художнє проектування трикотажних полотен».

При підготовці майбутніх фахівців дуже важливим є набуття практичних вмінь та навичок при виконанні самостійних індивідуальних завдань на в'язальному обладнанні.

Під час виконання самостійної роботи студенти проявляють свою творчу індивідуальність, вносять елементи новизни в вирішення поставлених завдань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гусев В. А. Психолого–педагогические основы обучения математике. – М.: Академия, 2003.
2. www.ysu.ru/kafped/index.php/instruktiv/19--lr
3. www.sgmru.ru/info/str/metod/files/reg/mr_selfws.rtf

Надійшла 08.07.2010

УДК 7.012:001891

РОЗВИТОК ДИЗАЙНУ ФІРМОВОГО СТИЛЮ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДГОТОВЦІ ДИЗАЙНЕРІВ

В.М. МУДРА

Київський національний університет технологій та дизайну

Знання в галузі дизайну фірмового стилю мають велике значення для студента як майбутнього практика дизайну фірмового стилю, допомагають молодому дизайнеру показати себе як творчу особистість зі своєю яскравою індивідуальністю, що має притаманний тільки йому фірмовий стиль та характерні риси творчості. Як вийти на ринок та вистояти серед великого потоку товарів, як бути конкурентноспроможним та успішним – для цього треба вивчити дисципліну «Художнє проектування фірмового стилю та сувенірно-рекламних виробів»

Дизайн фірмового стилю являється відображенням сьогодення. Постійне зростання ринкової економіки штовхає товаровиробників-підприємців до конкурентної боротьби на ринку товарів за свого споживача. Товаровиробники використовують дизайн фірмового стилю як важливий засіб для просування своїх товарів на міжнародних ринках та отримання переваги в конкурентній боротьбі. Дизайн формує естетику середовища та матеріальну культуру, впливає на якість життя. Дизайн фірмового стилю має в собі набір функцій, технічних засобів, ідей та цінностей, які впливають на наші почуття та сприйняття навколишнього середовища, що є дуже важливим в підготовці майбутніх фахівців. Головна ціль дизайну – покращити життя сучасних людей. Робота дизайнера будується на технічних, функціональних і культурних вимогах, на основі яких дизайнер створює інноваційні концепції, в яких закладена ідея та відчуття стилю. На виконання задуманого проекту впливають потенційні можливості матеріалів, новітні технології, комп'ютерна техніка, промислові процеси.

Дизайн фірмового стилю являється інструментом серед багатьох інших засобів, спрямованих на вирішення проблем орієнтації, ідентифікації і інформації про діяльність даної фірми.

Об'єкти та методи дослідження

Об'єктами дослідження являються носії та елементи фірмового стилю, їх значення, в роботі художника-модельєра. Фірмовий стиль – це сукупність кольорових, графічних, пластичних прийомів, які забезпечують єдність всієї продукції виробника чи продавця, визначають єдине сприйняття в зовнішньому та внутрішньому середовищі. Наявність дизайну фірмового стилю формує позитивний імідж компанії. Фірмовий стиль являється головним елементом формування бренд-стратегії компанії на ринку конкурентів. Методи дослідження є побудова основних фірмових констант, побудова шкали фірмових кольорів за психоемоціональними показниками, вибір найкращих графічних прийомів та стилізацій для побудови авторського фірмового стилю. Ціль дизайну фірмового стилю – сформувати та закріпити в пам'яті споживача позитивні емоції, які відображають високу якість продукції саме цього підприємства. Таким чином, наявність фірмового стилю формує та гарантує високу якість товарів та послуг, що говорить про впевненість його власника в позитивному враженні на споживача, що було обрано головним об'єктом дослідження.

Постановка завдання

В підготовці студентів КНУТД за спеціальністю «Дизайн та художнє моделювання костюма» включено в програму вивчення основ дизайну фірмового стилю. Молодий дизайнер формується як творча особистість з індивідуальним стилем та оригінальними неповторними рисами, тому завдання розроблені в навчальних програмах кафедри сприяють розвитку цих рис. Як може заявити про себе молодий дизайнер? Як він повинен себе ідентифікувати серед інших? Для цього він вивчає основи побудови дизайну фірмового стилю, які допоможуть молодому дизайнеру включитись в потік сучасних подій та не загубитись в ньому. Постановка завдання: 1) виділити серед спектру кольорів фірмові кольори; 2) знайти графічну подачу ескізів методом стилізації; 3) визначити стиль, відповідний творчому задуму; 4) побудувати авторський фірмовий стиль. Дуже важливу роль в побудові дизайну фірмового стилю відіграє вибір кольорового ряду. Колір являється дуже потужним засобом ідентифікації і тому використовується в якості важливого компонента, являється стильовою ознакою, як при побудові фірмового знаку, так і в побудові всього дизайну фірмового стилю і колекції одягу. Під час вибору фірмових кольорів необхідно враховувати особливості впливу кольору, який впливає психологічно, визиває певні асоціації. Між кольоровим рішенням реклами та сприйняттям кольору людиною існує певна залежність. Кожен колір викликає певні асоціації, Майже всі кольори впливають як сигнали на нашу нервову систему, а потім – на наші відчуття. Асоціації, викликані кольором, спочатку виникають у людині на рівні підсвідомості, але поступово, з їх повторним впливом, людина починає реагувати свідомо. Тоді колір починає працювати символічно, знаково. Таким чином, вірно вибрані кольори починають працювати як активний засіб реклами дизайну фірмового стилю. Колір являється дуже сильним засобом ідентифікації і тому використовується в якості важливого компонента як в побудові фірмового знаку чи логотипу, так і в побудові колекції одягу та всієї системи дизайну фірмового стилю. Наступний етап розробки фірмового стилю включає в собі – розробку фірмового знаку та вибору графічної стилізації, відповідної до творчого задуму. Наявність фірмового знаку дає змогу дизайнеру активно приймати участь в міжнародних конкурсах, виставках, складати документи з фірмовим знаком

та бути зареєстрованим з авторським правом на свої вироби! У студента з перших кроків формується відчуття відповідальності за свою роботу з високими вимогами до її якості. Дизайн фірмового стилю являється також мовою комунікативного спілкування. Через Інтернет студенти розміщують інформацію на «VEB» сторінках про свою творчість під своїм фірмовим знаком та знайомляться з творчістю своїх колег. Візитівка теж являється інформаційним засобом комунікативного спілкування та реклами дизайнера. Тенденція до інтеграції прискорила з переходом на нові вимоги в вищій школі освіти по Булонській системі навчання. Студент має змогу навчатись в університеті в Україні, продовжити навчання в будь-якому університеті Європи. Фірмовий стиль – це мова міжнародного спілкування і взаєморозуміння. Тому зараз, актуальність вивчення основ фірмового стилю має дуже велике значення.

Результати та їх обговорення

В результаті проведених досліджень виявили, що можна побудувати авторський фірмовий стиль на основі єдиної концепції творчого задуму обраної теми, що може бути використана в дипломній, магістерській роботі студента. Новітні технології відкрили двері до творчого експерименту, знання комп'ютерних програм прискорюють виконання графічних робіт, носіїв та елементів фірмового стилю, таких як рекламний бізнес пакет основних компонентів фірмового стилю. Логотип, зображувальний елемент, фірмовий знак тиражуються у потрібному розмірі в залежності від рекламного призначення. Авторський фірмовий стиль може бути використаний в колекції фірмового одягу за обраною темою. На основі головних складових фірмового стилю студенти розробляють орнаменти, комбінаторні полотна, аксесуари, ювелірні прикраси для своїх колекцій. Костюм в дизайні фірмового стилю – це система символів та знаків різного ступеня інформативності, які визивають образні асоціації у людей. Виявити цінність знаків, їх сполучень, навчитися розпізнавати образи в костюмі на основі знаковості – є однією з центральних проблем моди як складового феномену, що й було втілено в наукових розробках студентів. Всі носії та елементи фірмового стилю разом створюють єдиний стильовий асоціативний образ, перетворюються в єдину систему побудови рекламної продукції товару, що дає змогу для формування власного бренду. Без використання елементів фірмового стилю не може бути побудований жодний бренд. Ціль фірмового стилю – закріпити в свідомості споживача позитивні емоції, зв'язані з оцінкою якості продукції, високого рівня обслуговування та забезпечити продукцію підприємства знаковою пам'яттю. Фірмовий стиль гарантує високу якість товарів та послуг, впевненість виробника в позитивному враженні від продукції на споживача. Наявність фірмового стилю підвищує рівень реклами та являється основою для бренду. Всі підрозділи проекту дизайну фірмового стилю витримуються в певному стилі зі своїми характерними особливостями та подаються в ескізах адекватною мовою графічних стилізацій. При побудові дизайну фірмового стилю студент обов'язково повинен врахувати особливості в тенденціях моди, так як, костюм з фірмовими ознаками – це частина індустрії в світі моди. Дизайн охоплює всі сфери життєдіяльності людини, тому перед дизайнером стоїть широкий вибір творчих тем, першоджерел, де він може виявити себе, втілити свої ідейні задуми через асоціативні образи в реальне життя. Це надихає студента та підштовхує до сумлінного навчання, пробуджує бажання навчитись всього і якісно, щоб не осоромитись, коли йому довірять все, як класному спеціалісту – дизайнеру з фірмового стилю, бо його девіз – високий рівень якості, максимально позитивні емоції і враження від фірмової продукції: оригінальність вирішення; яскравий образ та індивідуальність. Побудова дизайну фірмового стилю починається з логотипу, знаку, від ідейної концепції оформлення в

обраному стилі з усіма елементами, носіями фірмового стилю до виконання колекції фірмового одягу та всіх видів рекламної продукції, буклетів, листівок, плакатів, бігбордів, сувенірів. Корпоративний дух організації буде об'єднаний єдиним стилем в одязі, аксесуарах та предметах, які несуть на собі інформацію про дизайнера та його фірму. Підприємства, ательє, фірми, банки, чекають фахівців з дизайну фірмового стилю, такий дизайн не має рамок, обмежень, кордонів. Завершальним етапом побудови фірмового стилю являється розробка упаковки та сувенірних виробів. Всі ці етапи роботи включені у виконання кваліфікаційної роботи магістра дизайну.

Висновки

Таким чином, можна зробити висновок, що вивчення дизайну фірмового стилю та створення свого авторського являється необхідною умовою для дизайнера, який ставить перед собою мету – досягнути творчого злету та комерційного престижного рівня успішності. На цьому етапі закріплюється позитивне враження від стилю та всіх носіїв, елементів авторського фірмового стилю. Молодий дизайнер навчиться будувати авторський фірмовий стиль будучи студентом КНУТД. Дизайн – це сьогоднішня та наше майбутнє. Завдяки дизайну фірмового стилю розвивається інтеграція в області графічного мистецтва, рекламного дизайну, дизайну одягу, аксесуарів, сувенірів та інших. Дизайн фірмового стилю це – гарантія успіху, це комунікативні зв'язки та обмін культур в європейській інтеграції, це єдина мова розуміння в області дизайну та інших всіх культурних зв'язків, естетика в житті та гармонія середовища, це нове мислення нових людей, майбутніх фахівців в галузі дизайну.

Надійшла 16.07.2010

УДК 7.012:001.891

БІОНІЧНІ ЗАСОБИ МОДЕЛЮВАННЯ ФОРМИ У ВИКЛАДАННІ КУРСУ «ОСНОВИ ТЕОРІЇ ФОРМОУТВОРЕННЯ» ТА «ПРОЕКТУВАННЯ КОСТЮМА»

Т.В. НІКОЛАСВА, Т.І. НІКОЛАСВА

Київський національний університет технологій та дизайну

У роботі наведено результати науково – методичних розробок, що пропонують введення в навчальний процес принципово нових біонічних засобів моделювання форми костюма, з використанням системно – структурового аналізу аналогових природних форм

У сучасних наукових дослідженнях процесу проектування одягу існує велика різноманітність орієнтування творчих пошуків. Особливим підходом, здатним збагатити розвиток теорії та практики дизайну, відзначається напрямок, що будується на соціальній доцільності використання біонічних принципів формоутворення в дизайні костюма. Цей напрямок оперує досвідом живої природи, використовує її специфічні особливості, принципи побудови, закономірності функціонування та еволюції природних організмів.

Розглядаючи процес розвитку модних тенденцій в проектуванні костюма, ми спостерігаємо, як дизайнери всього світу постійно звертаються в своїх колекціях до біонічної теми. Конструктивні рішення або декоративне оздоблення, орнаментация поверхні чи побудова тектонічної структури, в кожному