

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет мистецтв

Кафедра декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Ємельова А.П.

«14» травня 2025 р.

Реєстраційний № _____

«__» _____ 2025 р.

**РОЗРОБКА І СТВОРЕННЯ ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЗА ОБРАНИМ
КОРПОРАТИВНИМ СТИЛЕМ**

Кваліфікаційна робота студента

групи ДГ - 21

ступінь вищої освіти бакалавр

спеціальності 022 Дизайн

спеціалізації 022.01 Графічний

дизайн

Кузнецова Максима Денисовича

Керівник: викладач кафедри ДПМ та дизайну

Мусієнко Олександр Олександрович

Оцінка:

Національна шкала: _____

Шкала ECTS ____ Кількість балів

Голова ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Кузнецов Максим Денисович, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавав і не одержував недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомлений(а). Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Кузнецов М.Д.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЮ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В РОЗРОБЦІ ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ.....	6
1.1 Формулювання проблематики та методики оформлення графічними елементами.....	6
1.2 Історіографія виникнення графіки та графічних елементів.....	9
1.3 Типи та різновиди, сучасні технології оформлення зони відпочинку за обраним корпоративним стилем.....	11
Висновки до розділу 1.....	13
РОЗДІЛ 2. ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ТА СТВОРЕННЯ ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ВИБРАНОМУ КОРПОРАТИВНОМУ СТИЛІ.....	15
2.1 Етапи розробки графічних елементів за обраним корпоративним стилем	15
2.2 Розробка концепції ескізів графічних елементів за обраним корпоративним стилем	18
2.3 Підготовка технічної документації до ескізного проекту... ..	19
Висновки до розділу 2.....	20
ВИСНОВКИ	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	23
ДОДАТКИ.....	26
Додаток А.....	26
Додаток Б.....	32

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Ми всі знаємо із щоденного спілкування, наскільки важливе візуальне враження у нашому повсякденному житті. Візуальні комунікації це дієвий інструмент управління інформаційним процесом поширення інформації і формування думки цільової аудиторії споживача. Як смислові феномени графічні елементи, фіксують й відображають інформацію у просторі. Отже, актуальність дослідження зумовлена посиленням вимог до візуального контенту в соціо-культурному просторі та необхідністю вдосконалення графічних засобів виразності щодо включення знаку і символу у структуру візуального дизайнерського рішення.

Мета кваліфікаційної роботи – вивчення основ розробки графічних елементів в корпоративному стилі для компанії, створення оригінального візуального стилю графічних елементів для фірми на основі отриманих знань. Провести дослідження основних понять “зони відпочинку”, визначити основні вимоги до проектування, а також аналізувати досвід проектування зон відпочинку з використанням графічних елементів в інших компаніях. Графічні елементи є необхідними для комплексного проектування об’єкта. Головна ціль проекту — за допомогою графічних елементів акцентувати увагу на місцях відпочинку та проведення часу для студентів на базі закладу.

Завдання

- 1 Формулювання проблематики та методики оформлення зони відпочинку графічними елементами.
- 2 Дослідження основних засобів графіки використовуючи корпоративний стиль компанії, для якої буде плануватися зона відпочинку.
- 3 Вивчення сучасних технологій оформлення і досвід створення графічних елементів в інших компаніях.
- 4 Розробка концепції ескізів графічних елементів за обраним корпоративним стилем.

Об’єкт дослідження – проектування графічних елементів в графічному дизайні.

Предмет дослідження розробка і створення графічних елементів за обраним корпоративним стилем.

Методами дослідження були обрані наступні

- аналіз джерел за обраною тематикою;
- порівняння та синтез матеріалів існуючої практики оформлення графічними елементами;
- вивчення сучасних прийомів графіки.

Методи синтезу, узагальнення, типологічний, аналітичний і порівняльний, що дозволяють з’ясувати актуальні тенденції у графічному дизайні та у розробці теми проекту зокрема.

Практичним значенням одержаних результатів є використання нашого дослідження для розробки графічних елементів зони відпочинку Криворізького державного педагогічного університету за обраним корпоративним стилем на практиці. Результати дослідження можуть бути використані за для практичного застосування графічних елементів в оформленні приміщення університету.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, кожен розділ складається з трьох частин, висновків, списку використаної літератури з 27 джерел, додатків – 26 позицій. Загальний обсяг проекту становить 40 сторінок, з яких основний текст викладено у 25 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЮ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В РОЗРОБЦІ ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ

1.1. Формулювання проблематики та методики оформлення інтер'єру графічними елементами.

Студентські роки часто вважаються найбільш яскравими та захоплюючими у житті кожної людини. Саме в цей період молодь не лише здобуває знання, а й відкриває для себе нові інтереси, розвиває творчі здібності і активно проводить своє дозвілля. Навчання в університеті включає не лише здобуття професійних знань, але й розвиток особистості. Сучасні навчальні заклади активно працюють над створенням умов для всебічного розвитку студентів. У формуванні загального враження про заклад і залученні студентів до навчального закладу одну з ключових ролей відіграє дизайн інтер'єру. На сьогодні акценти зміщуються з простого функціонального оформлення до створення унікальних атмосфер, які резонують з сучасними споживачами [8]. Університет повинен бути також середовищем для особистісного зростання та соціальної взаємодії. Зараз, як ніколи раніше, студенти очікують від закладів, що навчають більше, ніж просто отримання інформації – вони шукають атмосферу, яка захоплює та надихає, а також створює новий позитивний користувацький досвід від освітнього простору. Естетика, що приваблює, створює перше враження, що часто визначає, чи буде студенту зручно у закладі.

- Комфорт, що затримує – студенти готові проводити більше часу в університеті, якщо він забезпечує комфортне та стильне середовище.
- Ідентичність бренду – дизайн має бути частиною загальної концепції закладу, відображати його цінності, стиль та специфіку.

Зони відпочинку: комбінація комфортних м'яких та функціональних меблів [4, с. 28].

В умовах інноваційних підходів, поліпшення студентського життя та підтримка комфортного навчального середовища стали важливими завданнями для сучасних університетів.

Останнім часом великої актуальності набула ініціатива педагогічних колективів, що стосується організації зон відпочинку, які сприяють психоемоційному розвантаженню та розвитку творчих здібностей студентів. Важливо поглянути на навчання ширше, не обмежуючи його лише відвідуванням лекцій і семінарів. Сучасний університет функціонує в динамічному режимі, де обробка величезної кількості інформації може викликати стрес. Тому важливо не лише підтримувати ефективність співробітників, а й забезпечити їх можливість для відновлення. Відпочинок допомагає зняти напругу, відновити сили, що, у свою чергу, позитивно впливає на загальний стан і готовність до вирішення нових завдань. Університети повинні мати не лише навчальні приміщення, але й зручні місця для неформального навчання та відпочинку, що надихатиме студентів на подальше навчання в комфортному середовищі (Рис.А.1.1). Графіка та графічні елементи для дизайну полегшують сприйняття навколишнього простору для емоційного розвантаження студентів.

Облаштування лаунж зони для студентів університету – це в першу чергу створення місця, де їм буде цікаво і комфортно проводити свій час.

Створення приємної атмосфери з допомогою декору та дизайнерських елементів є важливим аспектом. Використовуючи правильний вибір матеріалів, кольорів та меблів, можна створити атмосферу зручності і релаксу, яка допоможе забути про напружений ритм навчання і насолодитися моментом відпочинку. Вибір кольорової палітри, графічних рішень, меблів, матеріалів і декоративних елементів може допомогти створити атмосферу спокою та затишку, що сприяє «перезавантаженню» студента.

Естетичний аспект є важливим у створенні зон відпочинку, визначаючи їх привабливість та загальне враження. Важливо, щоб він органічно поєднувався з корпоративним стилем університету. Використовуючи кольори

та графічні елементи властиві фірмовому стилю університету ми створимо зону відпочинку притаманну саме Криворізькому державному педагогічному університету [19] (Рис.А.1.2). Врахування кольорових рішень та форм меблів і графічних елементів здатне сприяти створенню комфортної атмосфери.

Графіка — це форма образотворчого мистецтва, що використовує лінії та штрихи, контрасти чорного і білого, а також менш насичені кольори порівняно з живописом (Рис.А.1.3). Твори можуть бути монохромними або багатокольоровими. Графічний елемент — це символ, створений в стилі графіки [2].

Графіка поділяється на різновиди:

- станкова — твори, що мають самостійний характер
- прикладна: газетно-журнальна та книжкова
- промислова
- архітектурна
- плакатна [7, с. 18] (Рис.А.1.4).

Графічним елементом вважається сукупність примітивів одного й того ж типу. Це складова частина об'єкта, що може використовуватися для побудови відтворюваного зображення. Графічні зображення це сукупність примітивів з яких вони формуються, які мають однаковий статус та візуальні властивості і ідентифікуються однаково. Графічний елемент може складатись всього з одного примітивного елемента. Примітиви в графіці — це найменші елементи, які використовуються як основа для створення більш складних зображень. Елементи графіки є невід'ємною частиною брендбуку, визначаючи унікальність компанії [9, с. 334].

Графічні символи – це графічні елементи, які використовуються для ідентифікації бренду. Наприклад, іконки, логотипи, емблеми.

Декоративні елементи – графічні елементи, що можна використати для декорації матеріалів та надання їм візуально ефектного та креативного вигляду. Це можуть бути лінії, візерунки, орнаменти, штриховані символи.

Кольорова палітра – це визначений набір кольорів, які призначені для застосування у фірмовому стилі. У брендбуку можуть бути вказані правила щодо використання кольорів та їх комбінування.

Всім відомий факт, людина краще сприймає, а головне, запам'ятовує, зорові образи, ніж текстову інформацію. Логотип з графікою, яка гарно вписана і доповнює його, не заважаючи сприймати зображення в цілому, допомагає краще запам'ятати його, що позитивно впливає на імідж компанії, роблячи їй додаткову рекламу. Людина, періодично зустрічаючи знайомий логотип, мимоволі починає довіряти компанії, що позитивно впливає на імідж фірми. Графічне вирішення логотипу або фірмового знаку повинно відповідати конкретним маркетинговим цілям, вибору засобів виразності [25].

Графіка, як складова логотипу, може підкреслювати діяльність і специфіку компанії, відображаючи у своєму графічному зображенні послуги або вироби, які пропонує компанія. Логотип також може містити елементи, або абстракції, які відносяться до діяльності компанії. Таким чином, у структурі логотипу, або в якості самостійного фірмового носія ідентифікації може виступати знак. Логотип це творче відображення компанії, спрямоване на краще сприйняття. Чітких правил у використанні графіки в логотипі немає. Все залежить від побажань клієнта, творчості а також майстерності дизайнера.

1.2. Історіографія виникнення графіки та графічних елементів

Графіка — це різновид мистецтва, що в перекладі з грецької означає «малюю, дряпаю, пишу». Вона вважається основою образотворчого мистецтва, оскільки лінія і штрих є простим способом передачі зображень. Давні люди використовували природні барвники й вугілля, щоб зображати сцени з полювання, тварин і символи. У Стародавньому Єгипті графічне мистецтво набуло символічного характеру. Ієрогліфи, настінні розписи й орнаменти прикрашали храми, гробниці та папірусні сувої. Початковими матеріалами для малюнка були пісок, глина, плоске каміння, з часом малюнки почали переносити на кераміку та тканини [7, с. 36] (Рис.А.1.5).

В античній Греції основними засобами вираження в графіці були лінії та силуети [1] (Рис.А.1.6). У античному розписі, середньовічній мініатюрі їх використовували для розпису ваз і фресок. З епохи Відродження малюнок набув самостійного значення через етюдні, альбомні замальовки, ескізи, виконані різними матеріалами, такими як вугілля, пензлі, чорнила, фарби. З винаходом нових фарб графіка значно ускладнилася, з'явилися акварелі, гуаші, пастелі. Цікаві ефекти графічним роботам дають акварельні заливки. Проте, класичними інструментами графіки залишаються соус, пастель, олівці, вугілля, крейда та сепія. При цьому олівці можуть бути як звичайні чорно графітні, так і кольорові, акварельні або пастельні. В залежності від того, які засоби обирає майстер, змінюється малюнок, він набирає певних особливостей та передає глядачу різні ефекти.

У середньовіччі графіка набула особливого значення завдяки розвитку книжкової мініатюри. З часом розвинулась друкована графіка: офорт, ліногравюра, гравюра. Цей вид мистецтва полягає в друкуванні рельєфного малюнка на матеріалі. Це дозволило масово тиражувати зображення й тексти. Графіка стала не тільки засобом тиражування зображень, а й самостійним видом мистецтва. Дякуючи можливості масового відтворення ілюстрацій графічні зображення активно використовувалися в книжковій справі для наукових праць і в картографії. Висока художня цінність графічних малюнків зберігається і до сьогодні, доводячи свою неповторність і значення в історії мистецтва.

Одним із найкращих граверів світу і художників-графіків вважається представник німецького Ренесансу Альбрехт Дюрер. Ювелірна точність штрихів в його малюнках поєднується з чудовою пластичністю. Генії графіки, такі як Леонардо да Вінчі (Рис.А.1.7) та Мікеланджело Буонарроті, залишили незабутній слід у цій галузі [24].

За тисячі років графіка розвинулась, набула різноманітних форм, але не втратила свого місця в мистецькому процесі [10, с. 174]. Сьогодні графіка містить в собі багатий набір інструментів: маркери, олівці, лайнери, ручки.

Сучасна графіка може бути не лише монохромною, але й кольоровою. Незмінними залишаються тільки базові елементи графіки: штрихи та лінії, плями та крапки, формуючи контури, створюючи фактури та надаючи об'єм.

1.3. Типи та різновиди, сучасні технології оформлення зони відпочинку за обраним корпоративним стилем.

Сьогодні графіка охоплює безліч напрямів і технік. Окрім традиційних способів створення зображень, з'явилися цифрові технології. Комп'ютерна графіка відкрила нові горизонти для ілюстраторів, дизайнерів і художників. Вона активно використовується в анімації, рекламі, вебдизайні, кіноіндустрії та відеоіграх. Векторна та растрова графіка, 3D-моделювання, цифрові ілюстрації, стали невід'ємною частиною сучасної культури [21] (Рис.А.1.8). Графічні планшети, спеціальні програми (Procreate, Illustrator, Adobe Photoshop) дозволяють художникам експериментувати з формами й кольорами, створюючи унікальні роботи. Сучасні тренди в дизайні орієнтовані на створення унікальної, затишної та водночас функціональної атмосфери. Дизайнери працюють не лише з візуальною естетикою, але й з концептуальним складником, де кожен графічний елемент підкреслює ідею закладу [6, с. 30]. Створення такої зони відпочинку є важливим етапом в процесі облаштування простору, який дозволяє створити атмосферу спокою та релаксу. Мінімалізм став важливим трендом в останні роки, зосереджуючи увагу на простих формах, мінімумі деталей і чітких лініях, що створюють гармонійне середовище. Сучасні технології стають невід'ємною частиною цього дизайну. Персоналізований дизайн, що відповідає корпоративному стилю університету, дозволяє студентам відчути унікальність бренду і атмосферу, що підкреслює його цінності. Важливий аспект персоналізованого дизайну — це інтеграція логотипа та кольорів бренду в графічні елементи. Це можуть бути фірмові знаки, прикрашені логотипами або навіть меблі, виконані у кольорах бренду, подушки або пуфи, на які нанесено логотип. Кольорова

гама може бути використана для підкреслення стилю та настрою зони відпочинку створити ефектний дизайн і підвищити комфортність місця. [18]

Тому важливо підібрати дизайн, що підходить під кольори корпоративного стилю об'єкта, якщо дизайнером було задумано використання цього стилю в графічних елементах.

Існує багато цікавих прикладів успішного проектування графічних елементів в аналогічних закладах, які можуть стати прикладами найкращого досвіду та інновацій у сфері проектування.

Упорядковане використання кольорів у всіх візуальних елементах сприяє розвитку впізнаваності бренду, що викликає асоціації з певними кольорами, як це відбувається з брендами, такими як McDonald's [12] (Рис.А.1.9) або Coca-Cola [13] (Рис.А.1.10).

Компанія Apple застосовує сріблясто-сірі відтінки у своїй маркетинговій продукції, щоб передати інноваційність і лаконічність графічного оформлення, водночас акцентуючи на своєму сучасному й вишуканому стилі [11] (Рис.А.1.11).

Під час створення логотипу іноді необхідно використовувати легко читабельні шрифти, проте це зовсім не означає, що слід обирати лише застарілі, одноманітні або надто прості варіанти. Навпаки, експериментуючи з різними стилями та впроваджуючи нові підходи, можна створити виразний і впізнаваний дизайн [16, с. 106] (Рис.А.1.12).

Застосування орнаментальних елементів, стилізованих під традиційні обереги, сприяє виникненню у сучасної аудиторії відчуття зв'язку з національними культурними цінностями та дозволяє актуалізувати їх у сучасному графічному дизайні та інших напрямках дизайну [14, с. 21] (Рис.А.1.13). Айдентика з логотипом для словацького бренду Yukka, який спеціалізується на виготовленні фруктових букетів і солодощів із натуральних фруктів, була створена Дариною Подольцевою. В основі концепції лежить стилізоване зображення фруктового букету, поданого з верхнього ракурсу. Цей образ має подібність до традиційного символу дерева життя, що є

поширеним мотивом на автентичних українських рушниках і писанках [15] (Рис.А.1.14).

У сфері графічного дизайну застосування теорії впізнаваності стає значно ефективнішим за умови наявності відповідних інструментів і матеріалів. Саме вони дозволяють обрати та грамотно використати візуальні засоби, що забезпечать чітке донесення ідеї до цільової аудиторії. Це сприяє створенню візуально виразних та інформативних графічних знакових систем, які справляють потрібне враження та формують правильне сприйняття повідомлення [22]. Наприклад, піктограма — це умовне графічне зображення, яке передає певну дію, явище чи об'єкт. Її основна особливість полягає в тому, що вона виконує функцію візуального повідомлення без потреби у супровідному тексті, адже сама форма зображення достатньо інформативна. Піктограми широко застосовуються для позначення дорожніх знаків, вказівників та інших інформаційних позначень у просторі [20]. Ці зображення також входять до сфери графічного мистецтва. Сьогодні значний поштовх у розвитку піктограм забезпечує саме індустрія відеоігор, однак ключовими принципами їх створення й надалі залишаються цілісність, стилістична узгодженість та висока впізнаваність.

Висновок до розділу 1

Візуальні комунікації відіграють надзвичайно важливу роль у процесі донесення інформації до конкретної цільової аудиторії. Вони слугують ефективним засобом трансляції основних повідомлень, сприяють формуванню правильного сприйняття змісту, а також допомагають розкривати цінності, характер і загальну концепцію бренду. Завдяки використанню візуальних елементів створюється емоційний зв'язок між брендом та його споживачами, що підсилює впізнаваність та довіру до нього.

Аналіз логотипів та графічних елементів інших компаній показав популярність знаково-символічних основ в дизайні. Існує зв'язок між графічним знаком і об'єктом, який з ним співвідноситься в реальному світі, це

дає можливості створення нових значень та зв'язків з метою досягнення ефективної комунікації.

Застосування символіки у сфері графічного дизайну на сьогоднішній день розглядається як один із найперспективніших та ефективних напрямів. Цей підхід широко використовується для створення унікального візуального образу, який дозволяє ідентифікувати конкретний бренд серед великої кількості конкурентів. Завдяки символам дизайнери мають змогу передати ключові цінності, ідеї та настрій компанії або продукту, що позитивно впливає на сприйняття бренду цільовою аудиторією та сприяє досягненню поставлених маркетингових і комунікаційних цілей.

РОЗДІЛ 2

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ТА СТВОРЕННЯ ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ВИБРАНОМУ КОРПОРАТИВНОМУ СТИЛІ

2.1. Етапи розробки графічних елементів за обраним корпоративним стилем

Найважливіше в процесі створення фірмового стилю – це концептуальна ідея і її ретельне втілення. У процесі створення будь-якого дизайнерського проєкту надзвичайно важливо звертати увагу на індивідуальні побажання та вимоги замовника, оскільки саме вони визначають загальний напрям роботи та очікуваний результат. Одночасно з цим, варто активно впроваджувати сучасні інноваційні технології та дизайнерські підходи, що дозволяють досягти візуальної цілісності, функціональності та естетичної привабливості. Поєднання творчого бачення дизайнера з технічними новаціями та врахуванням побажань клієнта дає змогу досягти максимально гармонійного і якісного результату, який відповідатиме як практичним, так і емоційним очікуванням цільової аудиторії [21].

Вибір елементів фірмового стилю і їх кількості зумовлений особливостями об'єкта дизайну, а також баченням щодо ефективних комунікаційних каналів. Фірмовий стиль допомагає досягти єдності та послідовності у всіх дизайнерських проєктах, що підвищує їх ефективність. А правильно розставлені акценти створять вигідне враження про простір, що ми оброблювали.

Підсумком дизайн-дослідження повинно бути напрацювання дизайн-стратегії об'єкту, тобто розуміння того, на що має бути схожий загальний стиль майбутнього проєкту. Міське середовище, як складна і функціональна система, не може існувати без таких важливих елементів, як транспортні засоби, що забезпечують рух і мобільність мешканців, реклама, яка інформує та привертає увагу, а також лавки, що створюють комфортні умови для відпочинку на вулицях. Крім того, кожне приміщення, особливо у сучасному

світі, потребує наявності відповідного обладнання та інформаційних засобів, таких як технології для забезпечення комфортної роботи чи навчання, а також інструменти для передачі важливої інформації. Усі ці елементи взаємодіють, створюючи повноцінне і зручне середовище для людей у міських умовах.

Міські ансамблі, які включають архітектурні композиції та міські простори, а також інтер'єри будівель, переживають постійні зміни та еволюцію. Ці зміни відбуваються завдяки впровадженню новітніх технологій освітлення, які дозволяють створювати більш ефективно та естетично приємне освітлення для різних об'єктів. Крім того, використання інноваційних матеріалів, які відрізняються високою якістю, довговічністю та екологічністю, дозволяє значно вдосконалити вигляд і функціональність як зовнішнього, так і внутрішнього простору будівель, надаючи їм сучасний вигляд і підвищуючи їх комфортність для мешканців та відвідувачів [26, с. 56].

Перед початком роботи над проектом необхідно здійснити ознайомлення з обставинами майбутнього об'єкта, провести огляд його можливих характеристик та властивостей. Для цього слід здійснити аналіз літературних джерел, вивчити існуючі проекти, визначити цілі та завдання подальших кроків, а також оцінити їх сильні та слабкі сторони.

Основною метою проєктувальника є виявлення протиріччя між умовами, в яких буде функціонувати об'єкт, та його технічними характеристиками, що мають бути враховані для досягнення оптимальних результатів у процесі експлуатації.

Аналізуючи окремі аспекти проблеми, порівнюючи різні варіанти рішень, проєктувальник має на меті вибрати найбільш доцільне рішення. Це є основою дизайнерської концепції, яка повинна визначити форму, технічні та просторові характеристики майбутнього проєкту. Рішення можуть поділятися на дві категорії: «проєктування на основі прототипів» — внесення нових якостей у вже знайомі системи, і «проєктування без аналогів» — створення абсолютно нових об'єктів, що поєднують невідомі до цього образи та технічні параметри. У обох випадках кінцевий результат полягає в створенні нового

вигляду товару чи послуги, що задовольняє сучасні вимоги. Для успішної реалізації проекту важливо не лише покладатися на інтуїцію, а й підходити до нього з обґрунтованої раціональної точки зору, щоб чітко виразити основну ідею та врахувати всі необхідні закономірності й взаємозв'язки [27, с. 190].

Як правило, поставлені перед дизайнером проектні задачі допускають різні варіанти їх рішення - як в декоративно-пластичних пошуках, так і в області функціональних технологій. Після того, як основні ідеї були визначені, слід врахувати вимоги, що стосуються стилістичних, естетичних та функціональних аспектів проектування. Важливо, щоб усі елементи, такі як форма, колір і матеріали, взаємодіяли між собою, створюючи єдину концепцію, що відповідає поставленим цілям. Це стосується і кольорової гами. Важливим етапом у процесі розробки є створення креслень та інших технічних документів, які відображають всі деталі майбутнього проекту. Це дозволяє не лише візуалізувати ідею, а й забезпечити точність у виконанні, гарантуючи, що кожен елемент буде виготовлений відповідно до проекту.

Під час роботи над проектом необхідно постійно відстежувати й оцінювати прогрес виконання, щоб уникнути можливих відхилень від запланованого результату. Це включає в себе як зовнішній контроль, так і внутрішнє коригування процесу розробки, що забезпечує відповідність між ідеєю та її реалізацією. Досліджуючи корпоративні кольори Криворізького Державного педагогічного університету я виділив кольорову гаму для використання у дизайні графічних елементів зони відпочинку. Це темно-синій та золотаво-жовтий кольори. Для ефектного використання кольорів у цій роботі ми будемо використовувати кольори різної насиченості. Зона відпочинку університету повинна відображати настрій студентів а також необхідно зважити, що дизайн цього інтер'єру матиме своєрідний вплив на психологічний стан студентів.

2.2. Розробка концепції ескізів графічних елементів за обраним корпоративним стилем

Готуючись до даної дипломної роботи я відвідав облаштовану в університеті зону відпочинку, попередньо дослідивши об'єкт дизайну. Підготував серію фотографій приміщення для подальшого використання в створенні дизайну графічних елементів. Спілкуючись з замовником, я враховував побажання для подальшого використання у дизайні. Необхідно було створити фотозону, що буде розташована на стіні приміщення (Рис.Б.2.1). Це сучасна, ефектна композиція, що приверне увагу і залишить незабутнє враження. Виконана фотозона може бути на основі з пластику або банерної ПВХ плівки. Контур малюнка виконується з неоновією або LED-стрічкою. Було створено ескіз фотозони (Рис.Б.2.2), опираючись на аналоги з мережі інтернет (Рис.Б.2.3, 2.4).

Також на іншій стіні було заплановано фотозону з овальним дзеркалом. Для цього була сфотографована стіна замовника (Рис.Б.2.5) і розроблено ескіз дзеркала з мотивуючими написами (Рис.Б.2.6). На дзеркало, що кріпиться на стінку графічними засобами або за допомогою самоклеївки наносяться написи. Дзеркало також підсвітчено LED-освітленням. В інтернет-магазині можна знайти дзеркал з встроєним освітленням (Рис.Б.2.12). Це створює яскраву і сучасну атмосферу. Джерелом натхнення для цього дизайну стала фотографія з фанпарку (Рис.Б.2.7).

Для створення молодіжної атмосфери в інтер'єрі зони відпочинку було заплановано пластикові таблички з графічними елементами, виконаними в неоні, що відображають студентський настрій (Рис.Б.2.13-2.18). Сфотографована стіна замовника (Рис.Б.2.8), зроблено ескізи майбутніх табличок в різних варіантах (Рис.Б.2.9, 2.10), та комп'ютерна версія ескізу (Рис.Б.2.11).

2.3 Підготовка технічної документації до ескізного проекту

Технічне завдання

1. Функціональні вимоги до проекту. Три візуальні елементи на трьох стінах: - Стіна 1: 5 пластикових основ з LED-малюнками (1 м); - Стіна 2: 1 велика основа з LED-малюнком крил (4 м); - Стіна 3: горизонтальне дзеркало з лампочками (6 м); - Автономне керування освітленням; - Підсвітка повинна бути безпечною та естетичною

2. Нефункціональні вимоги: - Продуктивність: стабільна робота освітлення без мерехтіння; - Надійність: безперервна робота протягом 12 місяців; - Безпека: ізоляція, використання 12V системи живлення.

3. Обмеження системи: - Споживання електроенергії не більше 300W; - Обмежений простір (3 стіни зони відпочинку); - Легкі пластикові основи для простого кріплення.

Архітектурне рішення:

1. Концептуальна схема системи: [LED-контролери]; [LED-стрічки на панелях]; [Джерело живлення]; [Кнопка/перемикач живлення]

2. Опис компонентів та їх взаємодії: - Пластикові основи – носії графіки.; - LED-стрічка – підсвітка.; - Контролер – керування ефектами; - Блок живлення – електроживлення; - Перемикач – керування живленням.

3. Модульна структура: - Модуль 1: графічні панелі з підсвіткою; - Модуль 2: система керування; - Модуль 3: живлення; - Модуль 4: кріплення.

Технічне рішення:

1. Вибір технологій та обґрунтування: - LED-стрічка SMD 2835/5050 12V. - Контролери PWM. - АБС-пластик лист 3 мм натуральний - Дзеркало акрилове або скляне (рис.Б.2.12).

2. Опис алгоритмів та методів: Розробка графіки. - Перенесення на основу. - Монтаж LED. - Підключення та тестування.

3. Схеми даних і їхніх структур

Таблиця витрат матеріалів

Компонент	Кількість	Потужність	Вартість
LED-стрічка	20 м	14.4 Вт/м	449 грн
Блок живлення 12V	2	150W	1252 грн
Пластикові панель	2 (1250*2000)	-	500 грн
Контролер	2	-	174 грн
Дзеркало	1 (170*80)	-	5490 грн

3. Оцінка ресурсів: - 2 тижні проєктування + 1 тиждень реалізації; - Потрібні матеріали, інструменти, робоча сила.

План реалізації:

1. Етапи виконання проєкту: - Збір вимог. - Ескізи. - Закупівля матеріалів. - Підготовка основ. - Монтаж LED. - Підключення. - Тестування. - Установка.

2. Часові рамки: Загалом: ~15 робочих днів.

3. Необхідні ресурси: Матеріали, інструменти, електрика, 1–2 монтажники.

Висновки до розділу 2

Одна з ключових складових успішного завершення проєкту — це правильне планування всіх етапів роботи, яке включає в себе визначення термінів виконання, складання бюджету та організацію матеріально-технічного забезпечення. Збалансоване та точне виконання кожного з цих етапів має безпосередній вплив на результат.

Важливою складовою процесу проектування є також тестування створених елементів або прототипів. Це дозволяє виявити недоліки та виправити їх до того, як проект буде повністю завершений, що забезпечує високу якість кінцевого продукту. На основі аналізу простору зони відпочинку, вимог замовника та сучасних дизайнерських тенденцій була сформована концепція ескізного проекту, до якої увійшли: фотозони з LED-графікою, дзеркало з підсвіткою, пластикові таблички з неоновими зображеннями.

У межах розділу підготовлено технічну документацію, визначено функціональні та нефункціональні вимоги до проекту, обмеження, а також розроблено архітектурне й технічне рішення з описом ключових компонентів, алгоритмів монтажу й підключення системи. Визначено перелік необхідних матеріалів, складено таблицю витрат, а також сформовано план реалізації проекту з розподілом етапів і ресурсів.

Таким чином, другий розділ заклав практичну та технічну основу для реалізації дизайн-проекту, що відповідає корпоративному стилю університету, враховує психологічний комфорт користувачів і відповідає сучасним вимогам до візуального оформлення громадських інтер'єрів.

ВИСНОВКИ

Під час виконання дипломного проєкту було здійснено всебічне дослідження специфіки розробки графічних елементів для зони відпочинку, що базуються на корпоративному стилі навчального закладу. Отримані результати дозволяють зробити такі узагальнені висновки:

Актуальність теми зумовлена зростаючою роллю візуальних комунікацій у формуванні позитивного іміджу установи, підвищенні рівня комфорту та естетичного сприйняття внутрішнього простору навчального закладу.

Ключовим аспектом успішного реалізування проєкту є дотримання вимог до якості. Це означає, що всі етапи розробки мають відповідати не лише технічним стандартам, а й естетичним вимогам, що ставляться до проєкту. Висока якість повинна бути забезпечена на всіх етапах — від концепції до виконання. Одним з важливих етапів є оформлення фінальної документації, яка містить всі необхідні відомості про проєкт, його технічні характеристики, матеріали та інші аспекти. Цей етап дозволяє зафіксувати всі зроблені зміни та за необхідності зробити корективи.

У практичній частині дипломного проєкту було розроблено концепцію візуального оформлення зони відпочинку, до якої увійшли: LED-дизайни на пластикових основах, дзеркало з лампочками та декоративні елементи, виконані відповідно до корпоративного стилю. Кожен графічний елемент був розроблений з урахуванням функціональності, естетики та психологічного впливу на цільову аудиторію. Робота має прикладний характер і може бути реалізована в межах конкретного об'єкта. Запропоновані рішення сприяють формуванню візуально привабливого та комфортного простору для студентів, що, своєю чергою, підсилює загальний образ навчального закладу як сучасної й дружньої до молоді установи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вазопис стародавньої Греції. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%84%D1%96%D0%B3%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%B2%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%81>
2. Графіка для брендінгу. URL: https://www.pngwing.com/uk/free-png-thgms#google_vignette
3. Голуб О., Колісник О., Оганесян С. Особливості презентації культурних кодів у фірмовому стилі українських брендів. Актуальні проблеми сучасного дизайну. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції / 27 квітня 2023р. Київ, КНУТД, 2023. Т. 1.С. 112-117.
4. Гула Є. П., Денисенко Ю. М., Денисенко К. В., Дульська Я. О., Оганесян С.В. Вплив стильових тенденцій світової культури на дизайн . Art and design, 2022 (18). С. 57-67.
5. Дизайн в фотографіях. URL: <https://depositphotos.com/ua/photos/%D0%B2%D1%96%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B2%D1%96%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0.html>
6. Дизайн сучасних трендів в комп'ютерно-ігровому маркетингу. Мистецтво та дизайн. Novhannisyan S. V., Hula Y. P., Boldyreva O. A., Maznichenko O. V. Current Design Trends in Computer Game Advertising. Art and design, 2021. 4(16). Р. 29-41.
7. Дорош А. Ю. Іван Крушельницький. Графіка: Альбом-каталог / А. Ю. Дорош, С. П. Костюк, Л. Крушельницька, І. Крушельницькій. Львів : Світ, 2004. 43 с
8. Зони відпочинку в сучасному інтер'єрі. URL: <https://vash-master.com.ua/stvorennnya-zon-vidpochinku-v-suchasnomu-intereri-idei-ta-rekomendatsii/>

9. Колісник О.В., Тхір Н.А., Оганесян С.В. Модні тенденції XXI століття: брендинг, айдентика, фірмовий стиль. Р.365-369.

10. Культура і мистецтво у сучасному світі. Kolisnyk O. Hovhannisyan S. Iconic and symbolic aspect in trademarks of the late 19th and early 20th centuries. КНУКіМ, 2021 (22). С. 212-222.

11. Логотип Apple. URL: <https://maxcom.uz/brand/Apple>

12. Логотип McDonald's. URL: <https://forbes.ua/ru/profile/mcdonalds-298>

13. Логотип Coca Cola. URL: <https://forbes.ua/profile/coca-cola-beverages-308>

14. Мисак С.В., Колісник О. В., Символіка орнаменту народної вишивки у графічному дизайні. Art and Design. 2018. № 2 (02). С. 35-41. URL: https://www.facebook.com/ifkmMuseum/?locale=it_IT

15. Народні мотиви в роботах сучасних дизайнерів. URL: <https://rukotvory.com.ua/info/narodni-motyvy-v-robotah-suchasnyh-dyzajneriv/>

16. Оганесян С., Василенко А. Графіті та фешн-арт як інноваційні тенденції мистецтва та бізнесу. С. 141-146.

17. Прищенко С. В. Кольорознавство : навчальний посібник / С.В. Прищенко // За ред. проф. Є. А. Антоновича. К. : Альтерпрес, 2010. 354 с.

18. Психологія кольору: кращі дизайнерські рішення на 2021 рік. Веб студія Абордаж Київ | Розробка веб сайтів : URL: <https://abordazh.net/uk/color-psychology/>

19. Сайт КДПУ. URL: <https://kdpu.edu.ua/>

20. Сучасна мініатюра. Веб-сайт: URL: <https://joseartgallery.com/uk/artwork/drawing-miniature-belyi-kot-sovremennaya-miniatura>

21. Сучасне мистецтво в графіці. URL: <https://uk.creativosonline.org/%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%89%D1%96-%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%D0%B8->

[%D0%B4%D0%BB%D1%8F-](#)

[%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF%D1%96%D0%B2.html-a](#)

22. Типографіка в дизайні. Основні поняття і правила - iProspect Ukraine.
iProspect Ukraine : URL: <https://iprospect.com.ua/tipografika-v-dizajni-osnovni-ponyattya-ipravila/>

23. Формула творчості: теорія і методика мистецької освіти. Зб. мат. VI Всеукр. наук.-практ. конф., м. Полтава, 27 квітня 2022 р. / ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»; гол. ред. І.В. Продан ; упоряд. Г.С. Богучарська ; техн. ред. В.М. Кардашов. Полтава : ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2022. 158 с.

24. Художня культура. Графіка та живопис. URL: http://www.zhu.edu.ua/mk_school/mod/glossary/view.php?id=1129

25. Що таке логотип ? URL: <https://www.dyvogra.com/uk/what-are-icons/>

26. Чепмен Н., Чепмен Д. Цифрові графічні інструменти / пер. з англ. та ред. Е. Л. Полонська. М.; СПб.; Київ: Діалектика, 2006. 647 с.

27. Чернявський К., Колісник О., Мисак С. До проблеми мистецького контексту дизайну. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (23 квітня 2018 р., м. Київ). 240 с.

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. 1.1. Приклад корпоративного стилю в інтер'єрі.

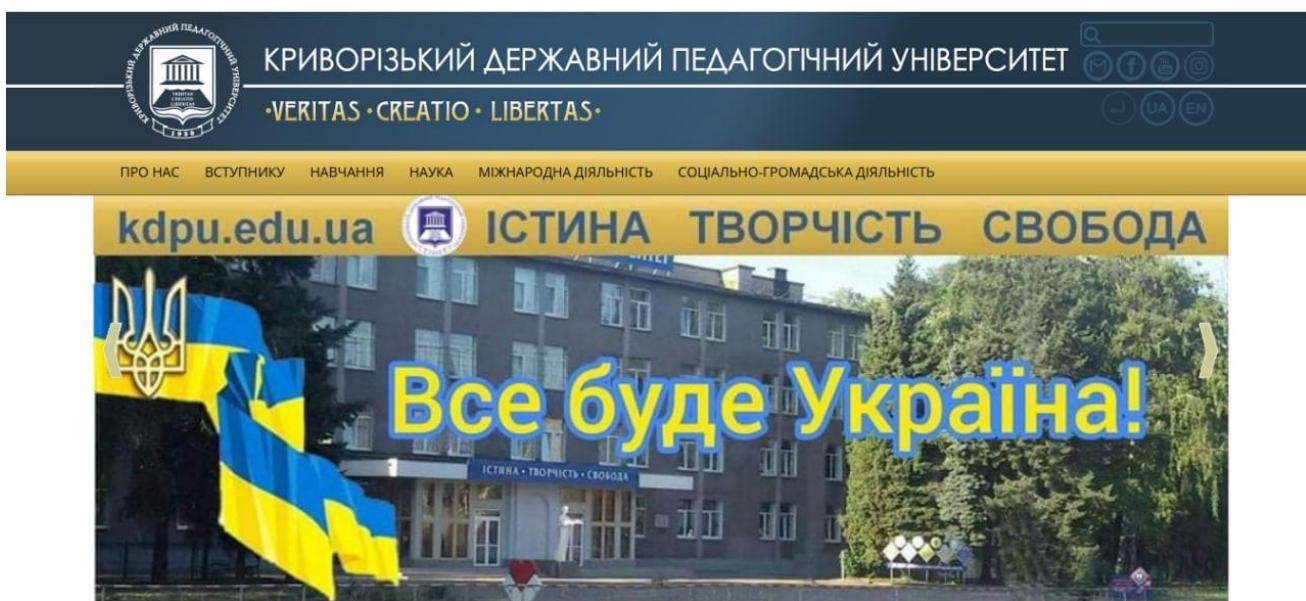


Рис. 1.2. Сайт КДПУ



Рис. 1.3. Приклад монохромної графіки

Види графіки

- **Станкова графіка** (оригінальна) – твори виконані в єдиному екземплярі, вручну, самотійно, на станку.
- **Тиражна графіка** – друкована (книжкова ілюстрація).
- **Промислова графіка** (прикладна) – для оформлення предметів побуту, призначена для повсякденного вжитку в побуті (конверти, марки, етикетки, бланки).
- **Плакатна графіка** – графічне зображення рекламного та агітаційного характеру.
- **Комп'ютерна графіка** – новий вид графічного мистецтва (створення рисунків за допомогою графічних редакторів).

Рис. 1.4. Види графіки



Рис. 1.5. На скельна графіка



Рис. 1.6. Грецький вазопис

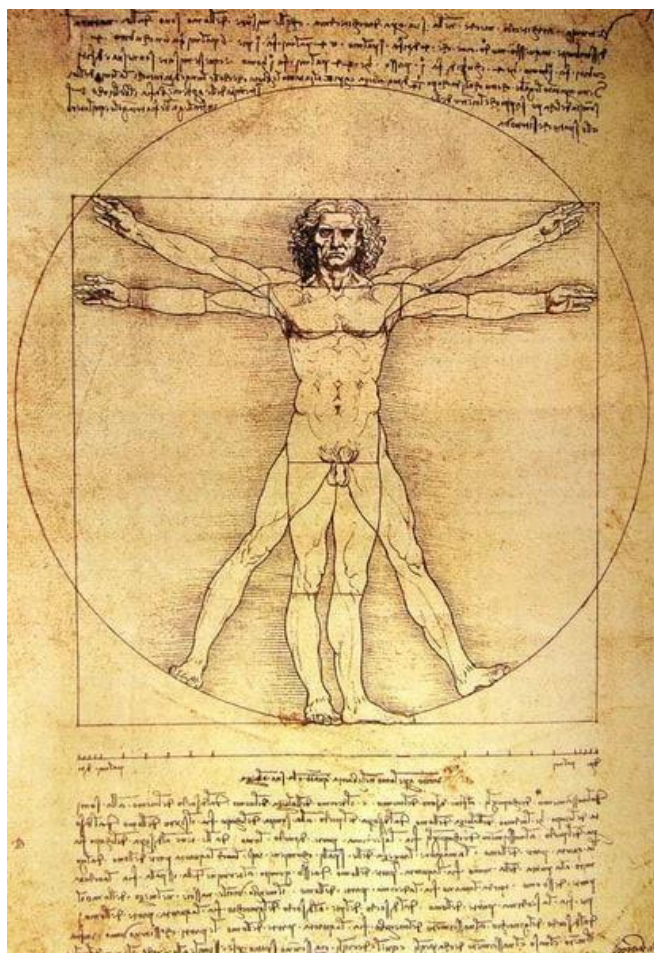


Рис. 1.7. Графіка Леонардо да Вінчі



Рис. 1.8. Комп'ютерна графіка



Рис. 1.9. Логотип McDonald's



Рис. 1.10. Логотип Coca Cola

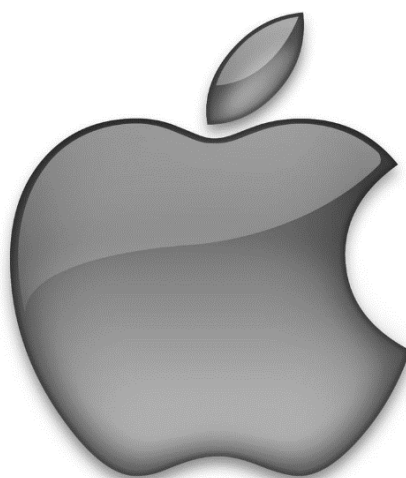


Рис. 1.11. Логотип Apple



Рис. 1.12. Приклади пізнаванності бренда



Рис. 1.13. Логотип Івано-Франківського краєзнавчого музею



Рис. 1.14. Логотип Yukka

Додаток Б



Рис. 2.1. Стіна приміщення для фотозони

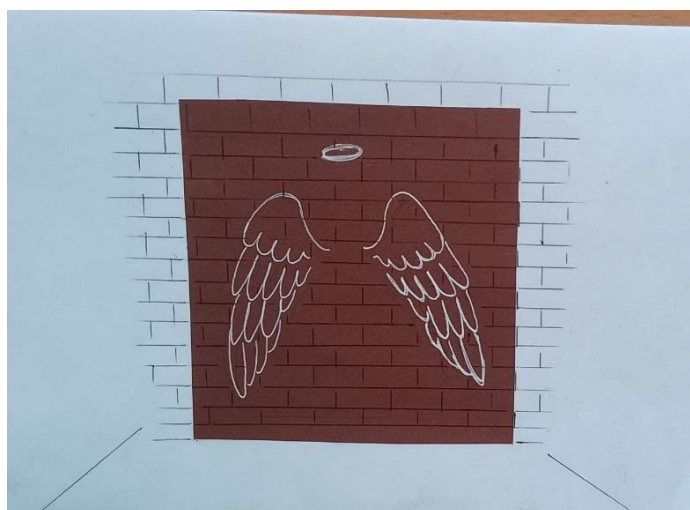


Рис. 2.2. Ескіз фотозони

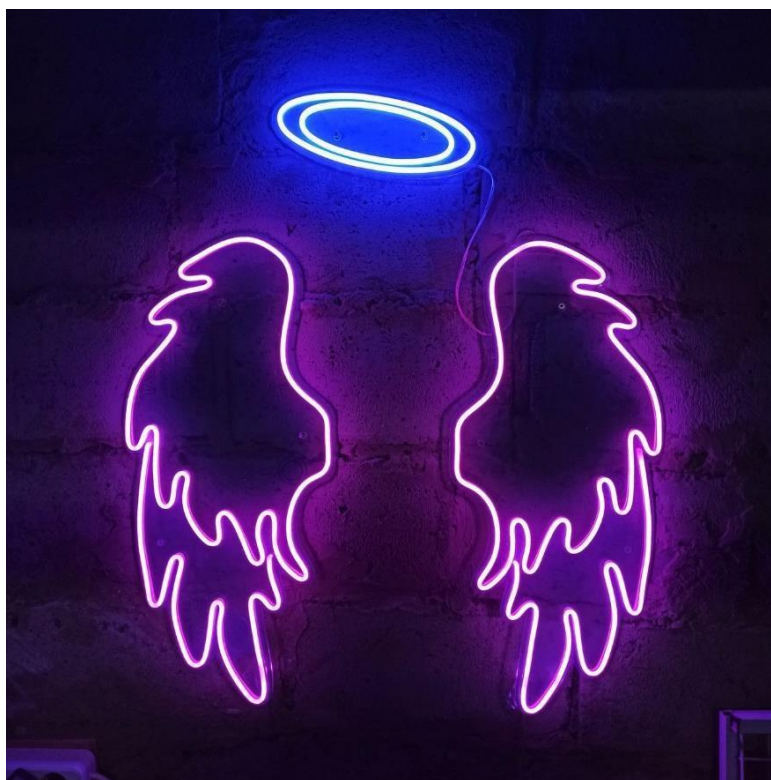


Рис. 2.3. Аналог фотозони з використанням неону з інтернету

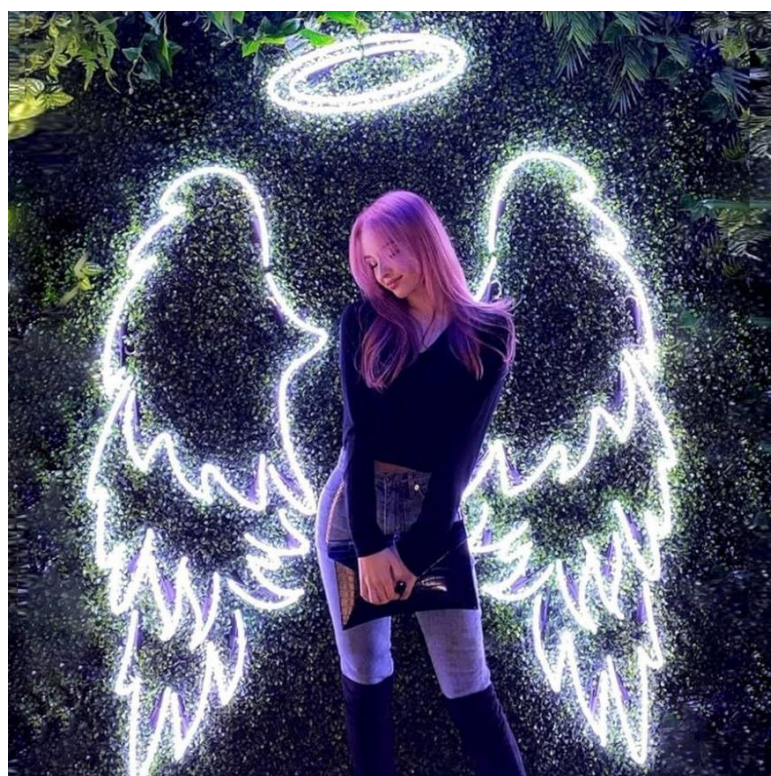


Рис. 2.4. Приклад використання фотозони



Рис. 2.5. Стіна замовника



Рис. 2.6. Ескіз дзеркала для фотозони



Рис. 2.7. Джерело натхнення для дзеркала замовника

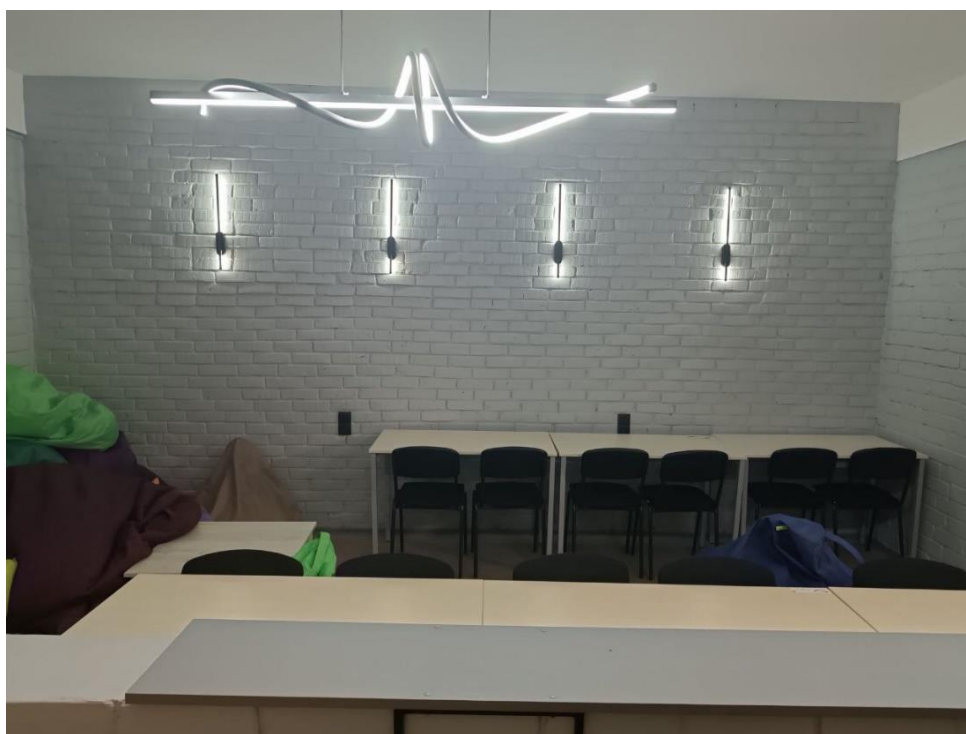


Рис. 2.8. Стіна замовника для табличок

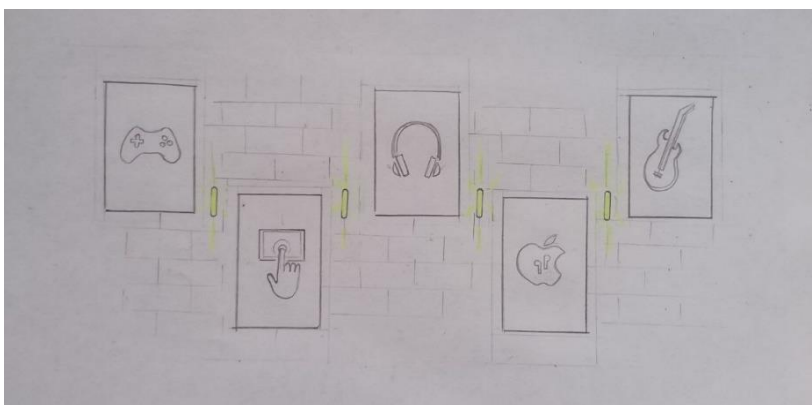


Рис. 2.9. Попередні начерки табличок

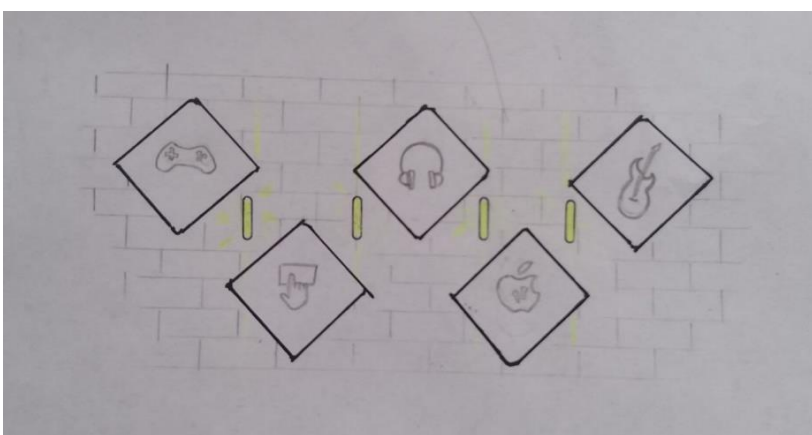


Рис. 2.10. Попередні начерки табличок

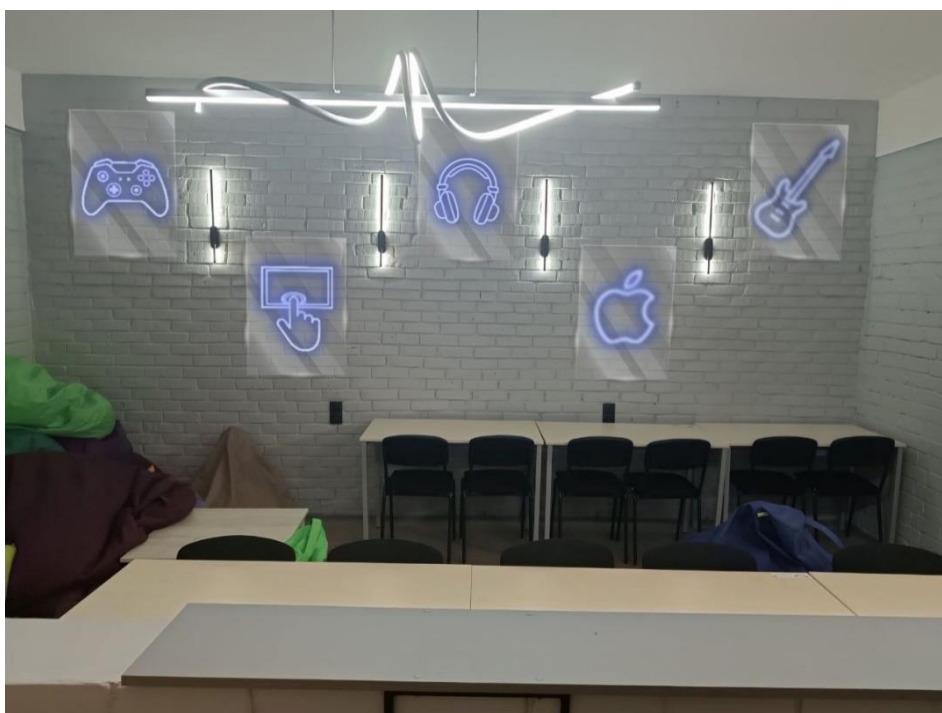
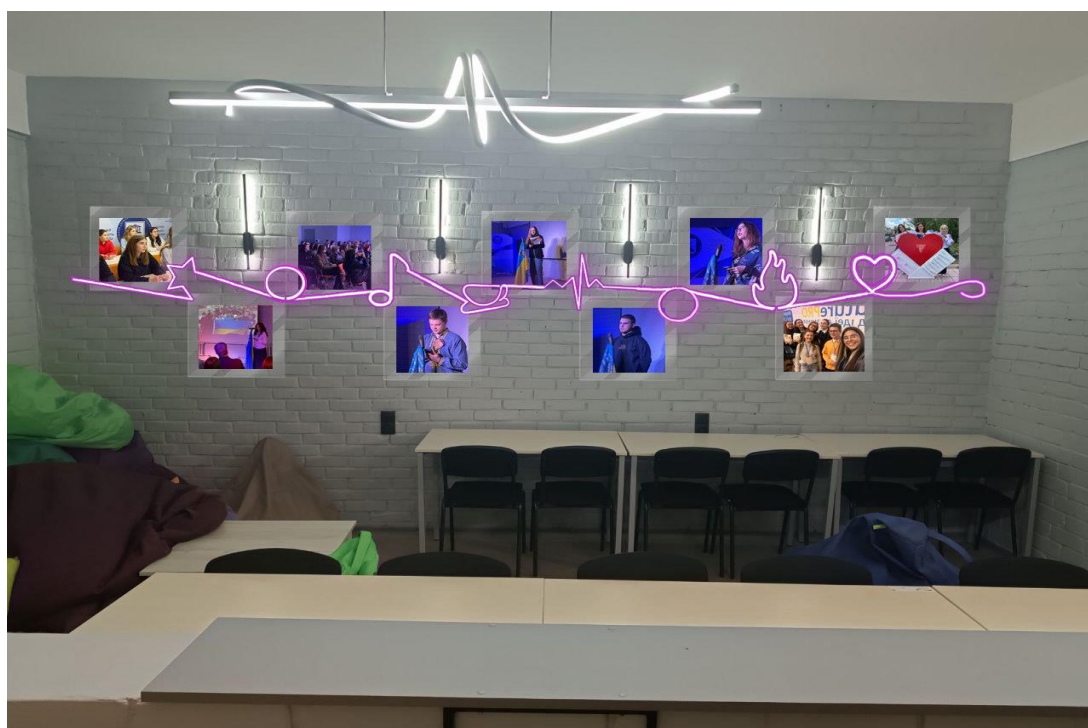
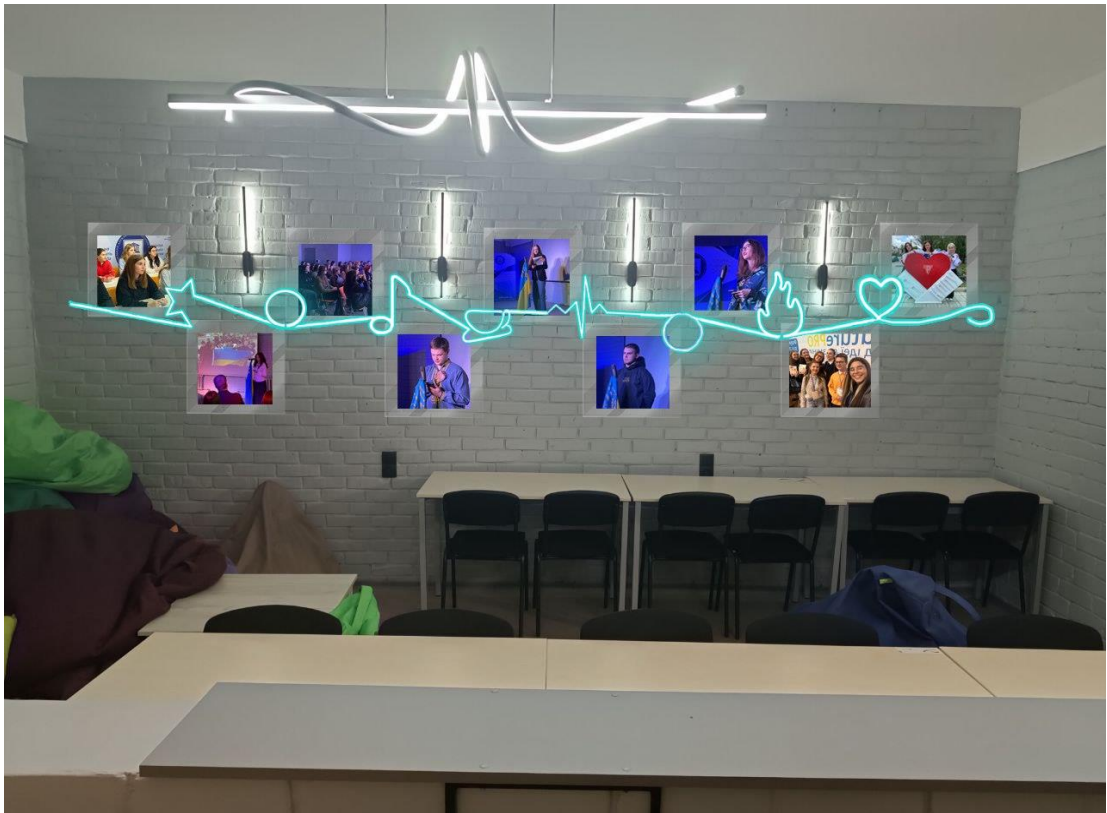
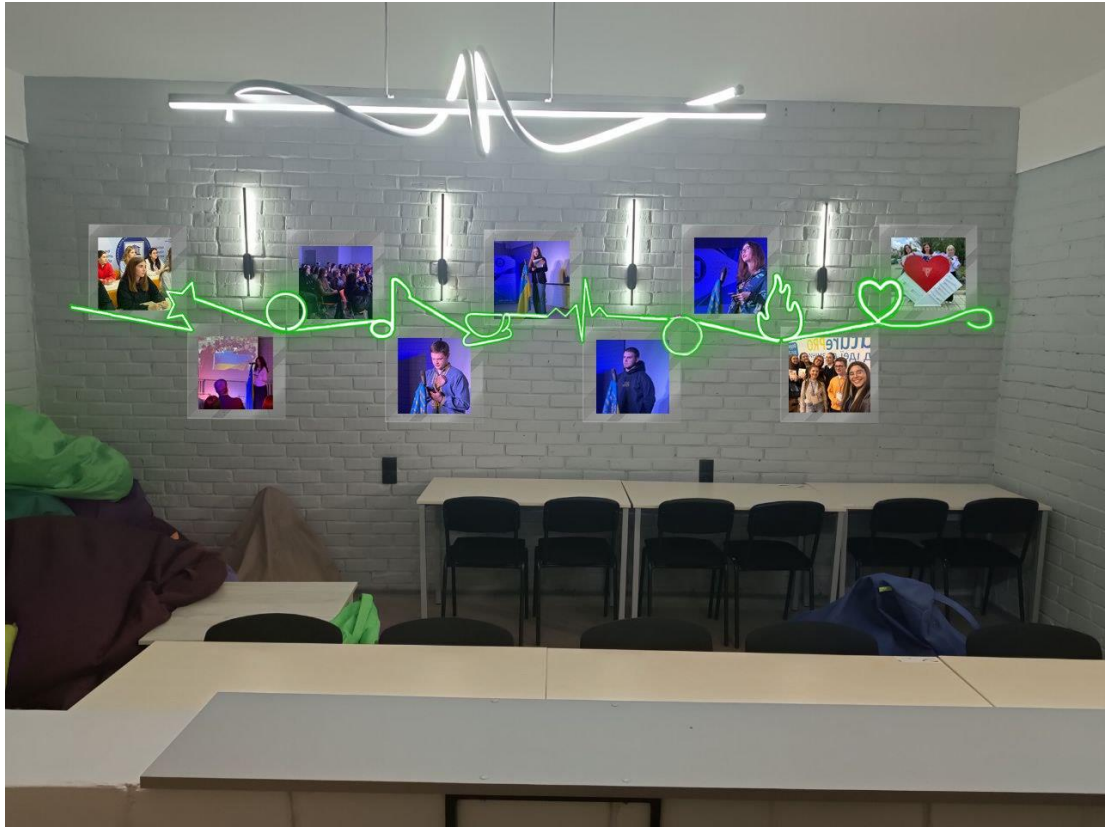


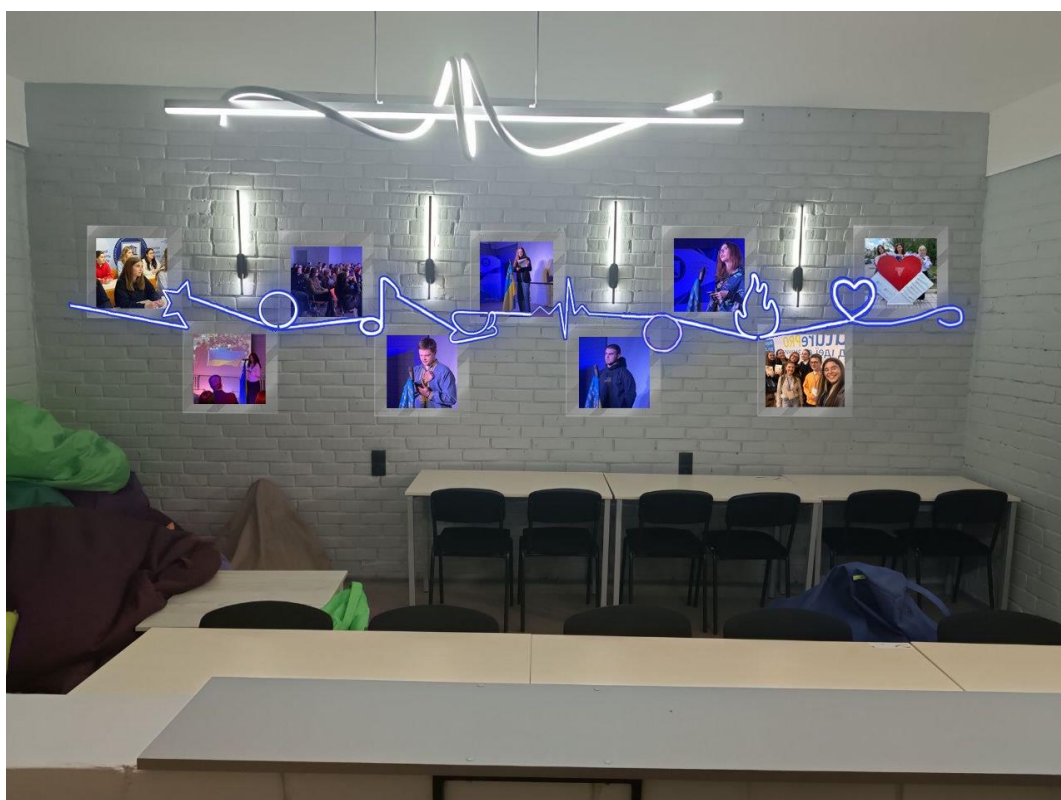
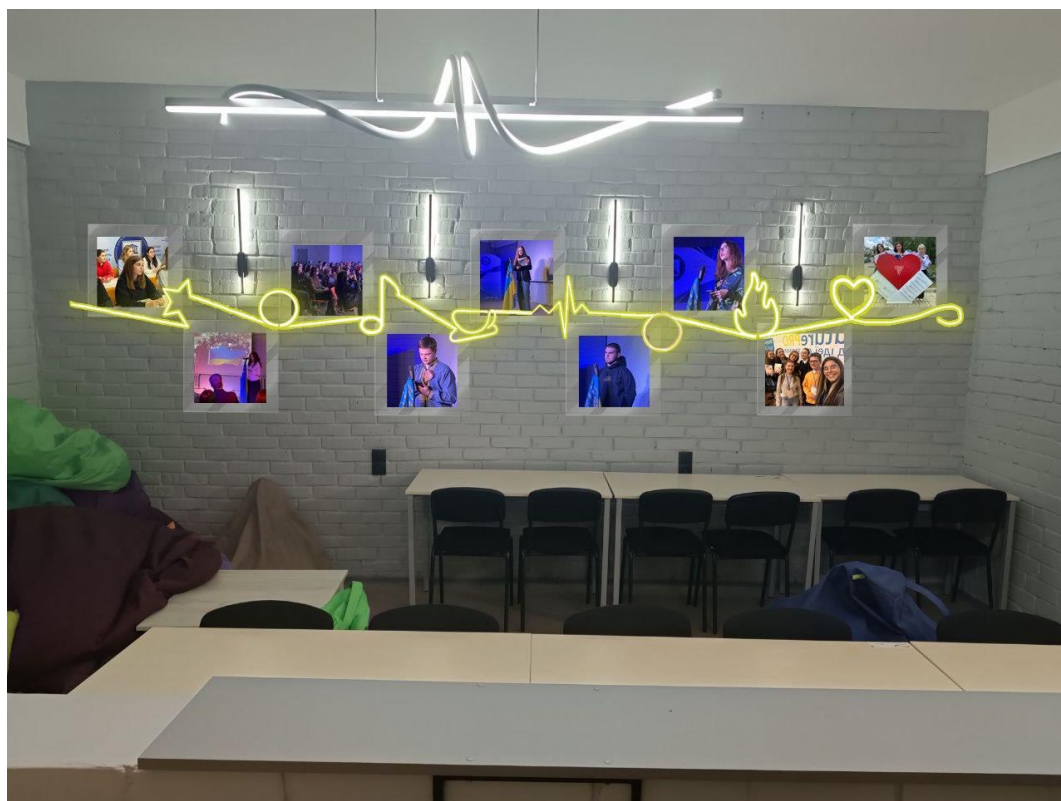
Рис. 2.11. Комп'ютерна версія ескізу табличок в інтер'єрі



Рис 2.12. Овальне настінне дзеркало з фоговою LED-підсвічуванням







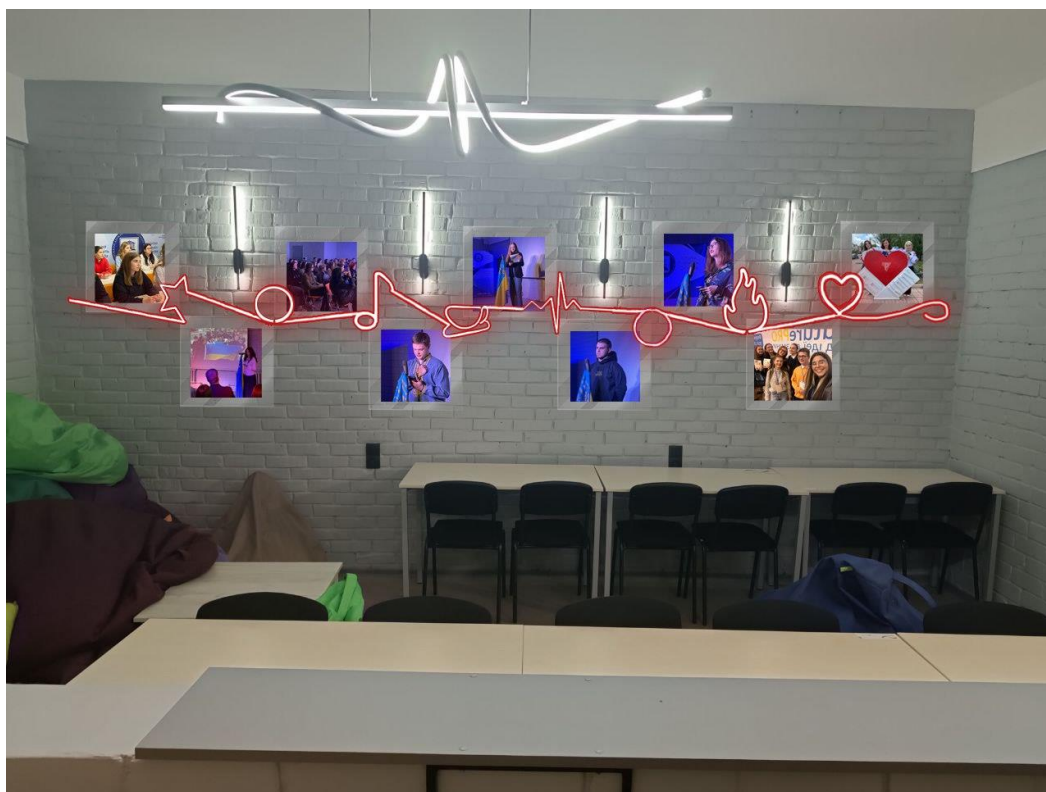


Рис. 2.13-2.18. Візуалізація розміщення графічних елементів за корпоративним стилем приміщення