

TYPOGRAPHY SIGNIFICANCE IN BRAND BUILDING

SRIBNA K.

Kyiv national university of technologies and design

Purpose. Identification typography significance in shaping the modern brand and criteria of working with text and methods of font expression.

Methodology. Was used the analyzing method of the current situation in the field of typography-design, as a self-sufficient industry; was compared information saturation of foreign and domestic sources of this creative activity area. Traced the main feature of typography - the functionality and allocated basic criteria for achieving this result.

Findings. In the course of studying, the field of modern typography, raised problems of the quality of existing Cyrillic typefaces, which caused by made a lot of unprofessional or adapted versions of Cyrillic fonts. Summarizes the basic principles of working with text and individual words, that is a solid foundation for the creation of corporate style, namely its main unit - the logo, which should be seen in the domestic and international market.

Originality. Studied typography imagery that can be achieved by working with any piece of text, taking away the opportunity to perceive the information on a subconscious level, making unfamiliar text.

Practical value. During work defined criteria substandard typefaces that affect perception and readability, which in turn may adversely affect the future of brand building and its promotion.

Keywords: *typography, font, readability, typefaces, text.*

УДК 7.012:001.891

КРИВОХИЖА Д.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІМІДЖУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Мета. У роботі комплексно досліджується процес становлення та розвитку сучасного покоління молоді «мілленіал».

Методика. На основі предметно-аналітичного методу визначено основні характеристики покоління. Особливу увагу приділено візуалізації емоційного стану молоді, визначенню факторів, що вплинули на їх формування, аналізу особливостей способів самопрезентації молоді в соцмережі.

Результати. З'ясовано фактори впливу соціальних медіа на розвиток модних тенденцій серед «мілленіалів», систематизовано характеристики стилю сучасної молоді, запропановано систему структуризації характеристик костюма представників соцмедіа; розроблено рекомендації щодо проектування сучасної колекції одягу на основі образу покоління «мілленіал». що дає змогу створити актуальну сучасну колекцію одягу.

Наукова новизна. Розроблено класифікацію засобів гармонізації художньо-композиційних елементів костюма представників груп із соцмедіа.

Практична значимість. Розроблено рекомендації стосовно стильових рішень в сучасному костюмі.

Ключові слова: «мілленіал», молодь, соціальні мережі, само презентація, лайк.

Вступ. Розвиток людства неспинний, змінюється науково-культурне середовище в якому знаходиться людина, ці зміни особливо відображаються на поколінні молоді. Тому наразі можна говорити про появу нового покоління - Покоління Y (Покоління Мілленіума). Потужним фактором, що спровокував його появу є соціальні медіа, сьогодні, як ніколи до цього моменту, причина існування нового покоління полягає не скільки у віці, а в не прийнятті нових технологій. На території України соціальні мережі з'явилися не більше 10 років, але вже можна прослідкувати їх вплив. Молодь - це рушійна сила суспільства, зрозумівши її є можливість спрогнозувати майбутній розвиток сучасного суспільства. Соціальні медіа змінили спосіб мислення, спілкування, утворили всі умови для розвитку нарцистичного типу особи. Всі ці зміни не могли не відбитися на візуальному образі покоління. Сучасні модники в гонитві за славою, та такими цінними лайками в соц. мережі, намагаються виглядати якомога неординарніше. Їх мета - запам'ятатися, залучити до своїх лав «друзів» - прихильників, тим самим демонструючи свою перевагу над іншими, живлячи свою нарцистичність. Таким чином, одяг стає не просто утилітарною річчю, а візуалізує думки покоління. За останні п'ять років були проведені численні дослідження, які намагалися пояснити поведінку, політичні пристрасті, віру та інші особливості Покоління Y. Та ті результати, що існують часто суперечать один одному. В інформаційних ресурсах недостатньо інформації про засоби самопрезентації представників молоді в соцмережах та про прояви нарцисизму серед молоді. Необхідно знайти шляхи до розуміння сучасного інтелекту молоді, і як результат спрогнозувати їх модні вподобання.

Постановка завдання. Аналіз феномену соціальних медіа передбачає дослідження та вирішення питання, яким чином соціальні медіа перепрограмують поведінку людини саме у візуальному прояві, трансформують її зовнішній вигляд, одяг. Дослідження впливу соціальних мереж на формування естетики та психології покоління «милленіал», аналіз явища «селфі», аналіз засобів самопрезентації представників молоді в соцмережах в контексті тенденцій вуличної моди, розробка рекомендацій щодо композиційної побудови сучасної колекції одягу на основі дослідження характеристик костюма представників соцмедіа, розробка засобів конструктивної побудови моделей авторської колекції за результатами дослідження.

Результати дослідження. Враховуючи те, що особливістю покоління «милленіал» є залученість до інтернет простору, дослідження проведено на базі візуального матеріалу (фотографій та відео) із соціальних медіа і являє собою самостійну оригінальну розробку. Метою дослідження є розробка засобів гармонізації художньо-композиційного устрою сучасного одягу на основі аналізу способів самопрезентації молоді в соцмедіа. Об'єктом досліджень є принципи візуалізації емоційних реакцій покоління «милленіал». Предметом дослідження даної роботи є художньо-композиційні елементи костюму представників соцмереж, а саме його стиль, форма, кольорова гама, конструктивно-декоративні елементи. Дослідження базувалося на: методі порівняльного аналізу, що дозволив зіставити образи представників різних соціальних груп; предметно-аналітичний метод застосовано при роботі з візуальними матеріалами; метод гірлянд випадковостей та асоціацій використано як метод науково обґрунтованої активізації творчої діяльності; методи соціологічних досліджень використано для прослідкування процесів, що

відбуваються в суспільстві; метод засобів статистичного аналізу та синтез дає можливість вивчити окремі сторони об'єкта, виявити певні поняття з подальшим поєднанням, що дозволяє вивчення більш глибокої сутності цілого; метод класифікації застосовано для розбиття об'єктів на складові на основі їх характерних ознак з метою упорядкування і систематизації. На основі комплексного дослідження: розроблено класифікацію засобів гармонізації художньо-композиційних елементів костюма представників груп із соцмедіа. Запропановано систему структуризації характеристик костюма представників соцмедіа; розроблено рекомендації щодо проектування сучасної колекції одягу на основі образу покоління «милленіал».

Висновки. Значення одержаних результатів полягає в розробці рекомендацій стосовно стильових рішень в сучасному костюмі; в створенні на основі дослідження образу покоління «милленіал» бази даних конструктивно-декоративних елементів для проектування сучасної колекції одягу.

Список використаної літератури

1. TIME, Millennials: The Me Me Me Generation 20 March 2013
2. <https://vk.com/>
3. [instagram.com/](https://www.instagram.com/)
4. Соколова Н. В., Поколение Игрек, журнал «Профиль» №34(685) от 20.09.2010

Рекомендовано до публікації к.т.н., доцент Кокоріна Г.В.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ИМИДЖА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

КРИВОХИЖА Д.В.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. В работе комплексно исследуется процесс становления и развития современного поколения молодежи "миллениал".

Методика. На основе предметно-аналитического метода определены основные характеристики поколения. Особенное внимание уделено визуализации эмоционального состояния молодежи, определению факторов, которые повлияли на их формирование, анализу особенностей способов самопрезентации молодёжи в соцсетях.

Результаты. Выявлены факторы влияния социальных медиа на развитие модных тенденций среди "миллениалов", систематизированы характеристики стиля современной молодежи, предложено систему структуризации характеристик костюма представителей соцмедиа; разработано рекомендации относительно проектирования современной коллекции одежды на основе образа поколения "миллениал" что дает возможность создать актуальную современную коллекцию одежды.

Научная новизна. Разработана классификация средств гармонизации художественно-композиционных элементов костюма представителей групп из соцмедиа.

Практическая значимость. Разработаны рекомендации относительно стилевых решений в современном костюме.

Ключевые слова: "миллениал", молодежь, социальные сети, самопрезентация, лайк.

RESEARCH PRINCIPLES VISUALIZATION OF IMAGE IS IN SOCIAL NETWORKS KRYVOKHYZHA D.

Kyiv National University of Technologies and Design

Purpose. Becoming and development of modern generation of young people of "millennial" is complex investigated in-process.

Methodology. On the basis of in-analytical method basic descriptions of generation are certain. The special attention is spared to visualization of the emotional state of young people, determination of factors that influenced on their forming, to the analysis of features of methods of self-presentation youth in social networks.

Findings. The factors of influence of social medias are found out on development of fashionable tendencies among "millennial", descriptions of style of modern youth, proposing system of structure of descriptions of suit of representatives of social media, are systematized; it is worked out recommendation in relation to planning of modern collection of clothing on the basis of character of generation of "millennial" what gives an opportunity to create actual modern collection of clothing.

Originality. Classification of facilities of harmonization of artistically-composition elements of suit of representatives of groups is worked out from social media.

Practical value. Recommendations are worked out in relation to stylish decisions in a modern suit.

Keywords: "millennial", young people, social networks, self-presentation, like.

УДК 728.04

КАЛЬМУК І.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

ДЕКОРАТИВНИЙ РОЗПИС СТІН ЯК ЧАСТИНА ОФОРМЛЕННЯ ІНТЕР'ЄРУ

Мета. Створення компанії з проектування та декоративного оформлення інтер'єру та популяризація декоративного розпису стін.

Методика. Методом спостереження та порівняння, фіксуючи особливості і встановлюючи подібності, вивчаємо існуючі техніки, стилі, розписи в інтер'єрі. За допомогою синтезу і інтерпретації, тобто з'єднуючи окремі частини, а також інтерпретуючи їх описуємо розписи для тих стилів інтер'єру де вони можливі, кольорові гамми в яких вони виконуються, рекомендовані техніки, зображувані елементи.

Результати. Створили рекомендовані правила використання декоративного розпису стін, які включають в себе кольорову гамму розпису, основні елементи що повинні бути присутніми в розписі, можливі техніки розпису, для інтер'єрів у класичному стилі, бароко, рококо, модерн, поп-арт. В ході дослідження було виявлено, що для інтер'єру в стилі мінімалізм, розпис є не зовсім доречним, а в інтер'єрах еkleктичного стилю можливе використання будь-яких технік розпису.

Наукова новизна. Організація, яка б включала в себе широкий спектр послуг, такий як проектування, декоративне оформлення та розпис, відповідний до правил стилю, є новизною для споживачів на території України.

Практична значимість. Розпис знову стає популярним, його використання в інтер'єрі має бути доречним і відповідати дизайну інтер'єру.

Ключові слова: інтер'єр, розпис, декоративний, стиль, класичний, бароко, рококо, мінімалізм, поп-арт, модерн, еkleктика.