МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

Шаповал Лілія Валеріївна

РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ПРИНТІВ ДЛЯ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»
за спеціальністю 022 Дизайн
Освітня програма «Дизайн графічний»

Особистий підпис – _____ Л.В.Шаповал
(підпис) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник – к.п.н., професор В.М.Кардашов
(підпис) (науковий ступінь, наукове звання, ініціали, прізвище)

Завідувачка кафедри – _____ к.ф.н., доцент О.П. Костюк
(підпис) (науковий ступінь, наукове звання, ініціали, прізвище)

Полтава − 2023 р.

АНОТАЦІЯ

В даній кваліфікаційній роботі на тему “Розробка дизайну принтів для сувенірної продукції” розглянуто переваги та відмінності ручного та машинного розпису сувенірів, обговорено основні положення пошуку та виявлення тем для створення принтів, що будуть актуальні в певний час або для певної аудиторії.

Тема актуальна, бо сувеніри займають визначне місце в житті сучасної людини. Хоча частіше за все на них звертають дуже мало уваги, але товари даної категорії зустрічаються повсюдно. Вони є важливою культурною цінністю, пам’яткою людства. Здавалося б малозначущі дрібнички, але несуть в собі цілу історію, що можуть розповісти про навколишній світ, культуру різних народів, про їх життя.

Мета даної кваліфікаційної роботи - розробка дизайну серії принтів для сувенірної продукції, що зацікавить ринок, та зможе підлягати подальшому розширенню серії робіт.

Завдання містить: ознайомлення з класифікацією сувенірів, пошук теми та розробку принтів, знайомство з різними стилями нанесення зображень на тканину, а також подальшу розробку власної продукції.

Для візуалізації проєкту були обрані текстильні вироби, а саме шопери. Тема розпису “Флора та фауна країн Європи”.

Ключові слова: сувенірна продукція, дизайн принтів, друк, розпис, фарби.

SUMMARY

In this qualification work on the theme "Development of print design for souvenir products" will be considered the advantages and disadvantages of hand and machine painting of souvenirs, will be discussed the main provisions of searching and detecting topics for creating prints that will be relevant at a certain time or for a certain audience.

The topic is relevant because souvenirs occupy a prominent place in the life of a modern person. Although they often get very little attention, products of this category can be found everywhere. They are an important cultural value, humanity's memo. It would seem that are insignificant trifles, but they carry a whole story that can tell us about the world around us, the culture of different people, and their lives.

The purpose of this qualification work is to develop a design of a series of prints for souvenir products that will interest the market and can be a subject for further expansion of the works series.

The task includes familiarization with a classification of souvenirs, searching a theme and development of prints, familiarization with different styles of illustrations, types of applying images to different types of souvenir surfaces, and also development of own products.

For visualization the project we chose textile products, namely shoppers. The theme of the mural is "Flora and Fauna of Europe".

Keywords: souvenirs, print design, printing, painting, paints.

ЗМІСТ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ

	ВСТУП……	5
1	ХУДОЖНЬО-КОНСТРУКТИВНИЙ АНАЛІЗ ПРОТОТИПУ Й АНАЛОГІВ……	9
1.1	Соціальні, економічні та культурологічні аспекти функціонування об’єкту……	9
1.2	Класифікація шоперів за різними ознаками……	12
1.3	Функціональний аналіз шоперу, в системі «Людина – об’єкт – середовище»……	13
1.4	Ергономічний аналіз шоперу……	14
1.5	Морфологічний та конструктивно-технологічний аналіз шоперу……	16
1.6	Композиційно-пластичний та колірно-графічний аналіз шоперу……	18
1.7	Визначення загальних рис майбутнього проєктного образу шоперу……	20
1.8	Формулювання проблематики, притаманної дизайн-об’єкту……	22
2	РОЗРОБКА ПРОЄКТНОЇ КОНЦЕПЦІЇ……	25
2.1	Формулювання дизайн-концепції……	25
2.2	Вибір та обґрунтування пропозицій……	26
2.3	Візуалізація перспективного асортиментного ряду символіки дизайн-об’єкту……	29
3	ДИЗАЙНЕРСЬКЕ РІШЕННЯ ПРОЄКТУ……	32
3.1	Поглиблена розробка принту……	32
3.2	Кольорово-графічне рішення……	42
3.3	Візуалізація готового дизайну принтів……	44
4	ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ……	47
4.1	Акрил……	47
4.2	Прямий цифровий друк……	50
4.3	Термоперенос……	52
	ВИСНОВОК……	55
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……	57
	ДОДАТКИ……	59

ВСТУП

Актуальність обраної теми полягає в тому, що сувеніри займають визначне місце в житті сучасної людини. Хоча частіше за все на них звертають дуже мало уваги, але товари даної категорії зустрічаються повсюдно. Вони є важливою культурною цінністю, пам’яткою людства. Для більшості людей здаються дрібничками, але несуть в собі цілу історію, що може розповісти про навколишній світ, культуру різних народів, про їх життя. А також, в нинішніх умовах підвищеної уваги до збереження навколишнього світу та екології, розробка даного проєкту буде тісно переплітатися з сучасною проблематикою.

Об’єкт дослідження: розробка дизайну принтів.

Предмет дослідження: Дизайн-проєкт принтів для сувенірної продукції на тему «Флора та фауна Європи».

Мета досліждення: створення лінійки сувенірних товарів з принтами, що зацікавить ринок, та зможе підлягати подальшому розширенню серії робіт.

Завдання:

- принципи вибору сувеніру, на який згодом буде нанесено принт;
- розробка та створення принту, з урахуванням його символічності;
- дослідження різних методів нанесення зображень на обраний об’єкт.

Наукова новизна теми: комплексний підхід до розробки дизайну принтів для еко-сумок з фокусом на символічну флору і фауну Європи, включаючи аналіз тенденцій у виборі сувеніру та дизайні принтів.

Апробацію цього дипломного проєкту було пройдено на міжнародній науково-практичній конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» з публікацією тез:

Кардашов В.М., Шаповал Л.В. Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології. Збірник матеріалів І міжнародної науково-практичної конференції (12 грудня 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ, с. 114-117.

Слово «сувенір» походить від французького слова souvenir - подарунок на пам'ять. Предмет, що завжди буде нагадувати споживачу про перебування в тому чи іншому місці або про пам’ятну подію в його житті. Частіш за все сувенірами є вироби декоративно-прикладного мистецтва, а також художньої промисловості. Тож на згадку про візит до якоїсь країни туристи завжди шукають вироби, що будуть якимось чином пов’язані саме з цією країною.

До сувенірів можна віднести продукцію що має відповідні зображення або написи, це можуть бути магніти, брелоки, статуетки, фоторамки, скриньки, текстильні вироби.

До сувенірів з текстилю відносяться тематичні м’які іграшки, ляльки-обереги для будинку, а також речі та одяг для повсякдення з тематичними ілюстраціями, це частіш за все джинсовки, футболки та шопери. На даний момент саме прикрашання повсякденних речей малюнками набирає з кожним роком обертів. Ще можна зауважити, що в вік боротьби з пластиковими відходами людство звернуло увагу на те, що ходити з сумкою з тканини не тільки корисно для оточуючого середовища, а ще й може додати свою нотку індивідуальності, якщо нанести на неї малюнок, який радує око та серце.

Взагалі мистецтво прикрашати тканини походить з дуже давніх часів, спочатку було винайдено ткацький малюнок, який створювали в процесі виготовлення тканин, особливим переплетенням ниток. Пізніше малюнок навчилися наносити ручним способом. З часом люди почали виготовляти друкарські дерев’яні дошки. Потім для нанесення зображень почали використовувати металеві вибивні дошки. Наступним кроком стало винайдення друкарських машин. Спочатку майстер-гравер створював бажаний малюнок, після чого його вирізали на металевих валах, ці вали занурювали в фарбу і прокочували по тканині, наносячи візерунок. Якщо малюнок містив в собі по задумці декілька кольорів, то треба було підготувати декілька таких валів – для кожного кольору фарби.

Іноді при оформленні тканини використовували одночасно два способи прикрашання – переплетення ниток і розпис. Такими були китайські тканини,

що називалися “кесе”, в них ткацький візерунок доповнювали розписом, який наносили пензлями.

В Індії та Індонезії розписи найчастіше використовувались для оформлення одягу. В Японії та Китаї розписи використовували не тільки на одязі, а ще й при створенні традиційного для цих країн інтер’єру: ширм і картин. Майстри за допомогою пензлів і тушші одного кольору створювали надзвичайно красиві пейзажі. Зараз таку техніку називають вільним розписом.

В середині дев’ятнадцятого століття прикрашання тканин ручним розписом було витіснено англійською ситцевою набойкою, і майже на половину століття мистецтво ручного нанесення фарби на тканину стає долею кустарів.

Повертаючись до сьогодення можна спостерігати, що хенд-мейд все ще тісно пов’язаний з традиціями ремесел, народних промислів та декоративно-прикладного образотворчого мистецтва. Можна навіть сказати, що сучасна назва «hand-made» є перефразованою, спрощеною назвою декоративно-прикладного мистецтва, вироби якого обов’язково мають відповідати декільком вимогам: мати естетичну якість, володіти художнім ефектом та слугувати для оформлення інтер’єру та побуту.

«Створення сувенірної продукції – дуже цікавий та прибутковий бізнес, який за належного вивчення питання та при сумлінній праці, дасть гарний результат. За деякими соціальними дослідженнями, люди кожного року витрачають близько 30% свого доходу на сувеніри» [11, с. 116]. Як і будь-який вид діяльності, орієнтований на отримання прибутку, хенд-мейд має свої плюси та мінуси. Основний недолік хенд-мейду – у високій вартості інструментів, матеріалів та аксесуарів. Для того, щоб розпочати займатися даним видом діяльності, початківцю необхідно витратити чималу суму грошей. Саме через це інколи буває доволі важко пояснити покупцям, чому маленька річ може коштувати декілька сотень гривень.

Проте плюсів у хенд-мейда набагато більше. До них можна віднести наступне:

-майстри, що займаються виготовленням хенд-мейду зазвичай мають прекрасну моторику;

-ця робота майже ніколи не прив’язує майстра до конкретного робочого місця, тому дає змогу самому обирати час і місце для роботи;

-хенд-мейд не має межі досконалості, тож майстер може не хвилюватися, що досяг межі своєї майстерності. Адже для того, щоб був попит на речі майстра, йому завжди необхідно генерувати свіжі оригінальні ідеї.

Однак найкращий плюс хенд-мейду полягає в тому, що він здатен приносити дуже хороший прибуток майстру. Для цього необхідно навчитися робити якісні речі та вміти заявити про себе світу, щоб його побачило широке коло потенційних покупців.

Гарним інструментом можуть стати виставки, фестивалі та ярмарки. Час від часу різноманітні масові культурні заходи проводяться у багатьох великих містах країни. Саме на цих заходах майстри доволі часто продають свої хенд-мейд вироби. В цій справі головне тримати руку на пульсі культурних подій та тематичних святах країни.

Для початківців у сфері продаж хенд-мейду може підійти реклама у соціальних мережах. Якщо прикласти трохи винахідливості, кмітливості та додати до цього «сарафанне радіо», а також деяку кількість вільного часу, то можна вельми успішно заявити світу про себе та дати змогу мережі ознайомитися зі своєю творчістю. При цьому капіталовкладення будуть майже нульовими.

Також не треба забувати про ще один дуже дієвий інструмент продажу виробів майстрів хенд-мейду – спеціальні інтернет-магазини, що спеціалізуються на виробах ручної роботи. Серед популярних для українців платформ слід виділити такі: «ArtFire», «iCraft», «DaWanda», «Zibbet», а також відомий у всьому світі магазин «Etsy».

З огляду на все вищеперераховане за об'єкт створення і дослідження було обрано текстильні сувеніри, а саме - шопери, та розробка дизайну принтів з використанням туристичної тематики.

1 ХУДОЖНЬО-КОНСТРУКТИВНИЙ АНАЛІЗ ПРОТОТИПУ Й АНАЛОГІВ

1.1 Соціальні, економічні та культурологічні аспекти функціонування об’єкту

За початковий об’єкт розробки було обрано створення артів для шоперів на тему «Флора та фауна країн Європи».

Тож чому саме ця тема? Почнемо аналіз і обґрунтування цього вибору з розгляду соціального аспекту.

Всі ми не раз чули про глобальне потепління, забруднення океанів, чули, що людина руйнує світ, в якому живе. Вже більше десяти років у світі серед усіх верств населення набуло дуже широкого поширення питання відходів, що мають пластикове походження.

Відходи пластика забруднюють ґрунт, ґрунтові води, моря та океани. Під час їх спалювання в атмосферу виділяються токсичні речовини. За статистикою половина пластикової продукції використовується лише один раз і відразу потрапляє в сміття. Більше половини викинутого пластику потрапляє до Світового океану. Для розщеплення більшості пластмас потребується більше 500 років, а тому на даний момент вся ця маса розбивається в океані на маленькі сегменти. Риби та птахи приймають ці часточки за їжу і з’їдають їх, через що в результаті помирають.

Також дуже згубно впливає пластик на здоров’я людей. Потрапляє в організм під час споживання морепродуктів і риби. Потрапляє разом з димом від спаленого пластику, який також отруйний для усіх живих істот. Пластикові сполуки можуть поглинатися тілом людини і з часом, накопичуючись, можуть змінювати наші гормони, що також має наслідки для нашого здоров’я.

Беручи до уваги усі ці данні ми розуміємо, що пластикове забруднення природи вже давно набуло світової проблеми і потребує її вирішення нашими спільними зусиллями. За ці роки вчені вивчали це питання з різних боків, по

всьому світу відбулося безліч зустрічей різноманітних організацій, висунуто незлічену кількість стратегій, що можуть допомогти планеті виправити цю ситуацію. Серед усієї інформації, що можна отримати з інтернет джерел, варто виділи такі прийоми з боротьбою:

-варто відмовитися від продукції з пластмаси одноразового використання;

-знайдіть у своєму житті пластикову продукцію повсякденного використання, яку можна замінити альтернативною продукцією з екологічних матеріалів;

-сортуйте сміття, яке можна здати в пункти прийому вторсировини;

-підтримайте відмову від використання поліетиленових пакетів;

-розповідайте іншим людям чому відмова від пластику така важлива.

Тож з огляду на соціальний аспект функціонування обраного об’єкту, придбання шоперу, виготовленого з натуральної тканини, це найпростіший крок, що ми можемо зробити для здоров’я свого та здоров’я планети.

Перейдемо до економічного аналізу обраного вироба.

Згідно статистики щорічно кожен з нас використовує приблизно 500 поліетиленових пакетів, більшість з яких потрапляє до смітника після першого ж використання. Теж саме стосується більш екологічної заміни, паперових пакетів. Нажаль, як поліетилен, так і папір не відрізняються великою міцністю та зносостійкістю, на відміну від сумок вироблених з тканини. Шопери не рвуться від легких механічних пошкоджень, тож не потребують такої ж частої заміни новим виробом.

Підвищення попиту на сумки з тканини допомагає створити нові робочі місця на фабриках з виготовлення тканини та пошиву таких сумок, а також на ринку послуг та продаж, бо будуть потрібні нові кадри, що будуть прикрашати такі сумки, як в масовому масштабі, так і працюючи з індивідуальними замовленнями. Також шопери змогли створити і зайняти нові ніші в магазинах екологічних товарів, а сумки з принтами - в магазинах сувенірів і на полицях серед виробів ручної роботи.

Якщо розглядати виключно екологічні варіанти пакетів, тобто сумки з тканини та пакети з бумаги, то можна дійти до висновку, що виробництво тканини менше вливає на зміни в екосистемі, ніж первинне виробництво бумаги. Бо як ми знаємо для виготовлення бумаги використовують целюлозу, тобто переробляють деревину, для вирощення якого потрібно мінімум 60 років. В той же час, для виготовлення бязі - однієї з найпопулярніших тканин для сумок, вирощують бавовну, яка дає врожай кожен рік.

І останній аспект функціонування об’єкта – культурологічний. Культура є важливою частиною життя кожної людини та суспільства в цілому. Мистецтво оздоблення предметів побуту завжди несе в собі національну особливість нашого народу. Раніше малюнки мали різне призначення в побуті. Вони могли бути і просто прикрасою, але частіш за все були оберегом від злих створінь, або ж молитвами, що принесуть щастя своїм господарям. Як і сотні років тому, ми все ще полюбляємо прикрашати речі навколо себе, це наша невід’ємна часточка.

Культура – це засіб вираження творчості, формування індивідуальної самобутності та зміцнення відчуття себе в суспільстві. Оригінальний принт, малюнок чи напис на одязі чи аксесуарі людини, підкреслює індивідуальність власника та виділяє його з натовпу, що так цінують люди в нинішні часи.

Саме малюнок на обраному шопері може стати тою «родзиночкою», що підкреслює стиль, вподобання господаря. І тоді вже ця просто корисна для звичайного життя річ, стає не просто об’єктом, а стильним аксесуаром або ж подарунком чи сувеніром, з яким господар вже не захоче розлучатися, завдяки особливому принту, що буде відповідати смаку та відчуттю прекрасного в житті.

Також нині речі з цікавим принтом із задоволенням вибирають як подарунок чи сувенір для друзів, близьких людей, що пов’язаний з приємними пережитими моментами в житті. Тож можна вважати, що даний

виріб має прямий вплив на культурологічний аспект життя майбутніх покупців.

1.2 Класифікація шоперів за різними ознаками

«Сувенір є невід'ємною частиною подорожей і більшість туристів повертаються додому із ними, щоб зберегти пам'ять про місце де вони побували і пережити ті самі враження, які вони відчували під час подорожі. Сувеніри можуть мати форму футболок, справжніх предметів ручної роботи, антикваріатів, брелків, мініатюрних копій визначних пам’яток чи різних інших предметів. Виробництво, продаж та купівля сувенірів є звичайною діяльністю туристичних напрямків, що приносять мільярди доларів щороку. Зараз шопінг визнаний одним з основних видів діяльності туристів, часто це найважливіша категорія витрат під час відпустки та поїздки, що становить близько третини від загальних витрат на туризм.», - як можна зрозуміти з цих слів, індустрія сувенірів неосяжно велика [7, с. 8]. Тож для кожного з видів сувенірів завжди знайдеться своє місце і свій покупець. Якими ж можуть бути еко-сумки серед цього різноманіття? Такими ж незліченно різними. Існує безліч видів класифікації шоперів, розглянемо найважливіші для цієї розробки проєкту.

1. За видом матеріалу. Переважна більшість виготовляється з використанням таких матеріалів: бавовна, саржа, льон, бязь. Трапляються варіанти з шкіри, замші або екошкіри.
2. За розміром. Зазвичай три основні розміри: малий, середній та великий.
3. За формою. Найрозповсюдженіші форми: квадрат, прямокутник, трапеція.
4. За будовою. Шопери можуть бути:
   - Стандартні. Два зшиті полотнища та ручки.

- З розширенням. Вставка з тканини між полотнищами, для збільшення об’єму.
- Ручки довгі. Можна одягти на плече.
- Ручки коротку. Носять або у руці, або на зап’ясті.
- Комбіновані ручки. Мають обидва варіанта.

5. За кількістю відсіків. Можуть мати: одну кишеню, дві або декілька.
6. За наявністю застібки: має застібку, не має застібку.
7. За кольором матеріалу: натуральний, пофарбований.
8. За наявністю оздоблення:
   - Відсутнє
   - Малюнок
   - Вишивка нитками
   - Вишивка бісером
   - Вишивка пайєтками
   - Оздоблення бусинами
9. За причиною придбання:
   - Екологічна сумка для повсякденного носіння
   - Сувенір, в якості подарунка близький людині
   - Сувенір, на згадку про приємні події в житті

1.3 Функціональний аналіз шоперу, в системі «Людина – об’єкт – середовище»

Виготовлення та експлуатація еко-сумок має прямий вплив на систему «людина – об’єкт – середовище», бо є гарною заміною пластиковим пакетам для покупок, які шкідливі для довкілля. Люди використовують такі сумки як екологічно безпечну альтернативу пластиковим пакетам для покупок, що зменшує кількість відходів та позитивно впливає збереження середовища.

Розглядаючи зв’язок людини та шоперу слід зазначити, що цей вид сумок зараз має доволі великий об’єм та зручну будову, тому дозволяє комфортно переносити покупки, не навантажуючи руки. Вирушаючи за покупками з великим тканинним шопером і наповнивши його в межах розумного, людині не потрібно турбуватися про те, що сумка раптово порветься, бо для виготовлення шоперів використовують доволі міцні тканини. Також, окрім ємності для транспортування невеликої кількості товарів, шопер може стати хорошою заміною рюкзака або чохла для ноутбука, планшетного ПК. У такій еко-сумці зручно носити книги, зошити, блокноти, альбоми та пензлі для малювання, інструменти для рукоділля та хенд-мейду.

Наявність на еко-сумці принту чи іншого декору може зробити його цікавим сувеніром на згадку про певну подію чи відвідання якогось місця, де його було придбано. Також шопери можна використовувати у якості сувенірної реклами для розширення клієнтської бази, якщо нанести на нього певний логотип чи напис.

Крім того, використання шоперів може допомогти своїм споживачам та оточуючим їх людям усвідомити корисність збереження довкілля та дозволяє підтримати ініціативу збереження екології. Наприклад, якщо згадати, що пластик розкладається в природі близько 500 років, то в цих же умовах сумка з бязі розкладається повністю приблизно за 6-12 місяців, що суттєво менше. Однак слід пам’ятати, що розкладання навіть тканини в природі є процесом, який займає якийсь час і теж може негативно вплинути на навколишнє середовище. Тому важливо використовувати шопери з розумінням своєї відповідальності та правильно викидати їх після використання в відведені для таких цілей місця.

Таким чином, еко-сумки можуть служити не тільки зручним і практичним засобом для перенесення товарів для людини, але й символом екологічної свідомості та відповідальності людей перед довкіллям, відповідно шопер позитивно впливає на середовище.

.

1.4 Ергономічний аналіз шоперів

Ергономічність - це сукупність властивостей, які характеризують пристосованість конструкції товару до взаємодії зі споживачем (користувачем) з урахуванням фізико-біологічних особливостей людини. Для переважної більшості споживачів ергономічність будь-якого товару ототожнюється зі зручністю. Зручність використання можна визначити як сукупність усіх властивостей, що характеризують рівень комфортності у взаємодії людини з предметом. Як відомо, споживач передусім звертає увагу саме на ті властивості виробу, що його цікавлять. Перевагу споживачі віддають корисним результатам, а не технічному процесу їх створення [21,с.270-271].

Тож роздивимося ергономічність шоперу з боку зручності використання потенційним споживачем. Насамперед слід зауважити, що за стільки років розвитку будови даного товару він отримав максимально зручну форму для експлуатації людиною.

Еко-сумки володіють доволі компактними розмірами, тож у складеному вигляді вони поміщаються в будь-яку сумку, рюкзак або кишеню, через це їх зручно скрізь носити при собі і скористатися ним за потребою. Попри свою компактність в розгорнутому вигляді еко-сумка стає досить місткою, у неї поміститься більше товарів, ніж у пластиковий пакет середнього розміру із супермаркету і власнику не треба буде весь час хвилюватися через можливі механічні пошкодження, бо шопери виготовляють з міцних тканин, які більш міцні і зносостійкі, ніж пластик чи папір. Також великою перевагою будови еко-сумок є міцні і широкі ручки, які дозволяють носити сумку на плечі або вішати її на лікоть, що розвантажує руки та знімає навантаження з хребта.

Матеріали з яких виготовляють шопери зазвичай використовуються натуральні, що зумовлює їх екологічність, приємну тактильність та не визиває у користувачів алергічних реакцій. Шопери можуть виготовляти з різних матеріалів, але саме бязь є одним із найпопулярніших варіантів,

оскільки вона є досить міцною та має невелику вартість. Завдяки використанню міцних тканин розробники шоперів спромоглися уникнути ряду проблем, які мають аналоги шоперів. Тож сумки з тканини не розтягуються і не тріскаються, як штучна шкіра. Також доволі довго не забруднюються, при необхідності будь-які плями з шопера легко відмиваються вручну водою з милом або в машинці при температурі +30 °С.

У статті з «Аналітичного огляду технологій перенесення зображень на тканину» зазначено дуже важливий аспект впливу температур на тканину при переносі зображення: «Також дуже важливими є фізичні властивості тканини, а саме термостійкість, оскільки під час використання ряду технологій процес буде супроводжуватись досить високою температурою. Підвищена температура може викликати або різке руйнування тканини внаслідок розплавлення (з гетероланцюгових синтетичних і ацетатних волокон), або поступове її руйнування (виникнення жорсткості, погіршення інших механічних властивостей). Лляні, бавовняні тканини і тканини з віскозного штапельного волокна можна піддавати обробці температурою не вище 300°С, вовняні та напіввовняні тканини — 220–250°С, при цьому час впливу температури на тканину не має перевищувати 120–125 секунд» [25, с.39].

Беручи до уваги усі перераховані моменти можна зрозуміти, що шопери володіють потрібною сукупністю властивостей, які роблять їх зручними для використання людиною. Єдиним сумнівним моментом може бути можливість зберігати товари в еко-сумці неушкодженими, але це вирішується вибором моделі яка володіє підкладкою та застібкою.

1.5 Морфологічний та конструктивно-технологічний аналіз шоперу

Морфологічний аналіз – процес розбору об’єкту на окремі частини та вивчення їх по одній, що може допомогти знайти різні можливі рішення, що допоможуть оптимізувати виріб в готовому варіанті. У контексті шоперу

морфологічний аналіз включає в себе вивчення її будови в цілому та складових окремо, таких як кишені, застібки, ручки.

Стандартного вигляду еко-сумка складається з двох прямокутних зшитих між собою відрізків матеріалу та двох вузьких додаткових відрізків, що утворюють ручки. Корпус може мати квадратну, прямокутну або трапецієподібну форму та при цьому не дуже відхиляються від стандарту. Різні форми майже не впливають на функціонал продукту, це тільки трохи змінює їх місткість, частіш за все різні форми несуть в собі суто декоративне значення. Розміри об'єкту також можуть варіюватись, але також не суттєво змінюючи результат. Ручки еко-сумки можуть мати різну довжину та ширину: короткі, довгі, стандартної ширини чи більш широкі. Основною різницею в готовому виробі будуть різні варіанти розташування виробу в момент носіння відносно людського тіла, чи та тримаючи сумку за короткі ремінці рукою, чи то надягнувши сумку з довгими ремінцями на плече, що дає більше свободи рухів користувачеві. Для виготовлення шоперу може бути різний матеріал, з різною текстурою, фактурою, кольором, але зазвичай все ж використовують приємний на дотик бавовняний або льняний матеріал. В залежності від різних уподобань користувачів продукту, будова шоперу може мати додаткові кармани та застібку.

Перейдемо до конструктивно-технологічного аналізу шопера. Цей аналіз дозволяє провести дослідження структури об'єкту, а також проаналізувати технологічні процеси, що виконуються задля створення готового до експлуатації об'єкту.

Для виготовлення шоперу зазвичай використовується швейна машина та натуральний матеріал, який дуже зручний в процесі розкрою та пошиву. Частіш за все використовується матеріал саме рослинного походження, тобто бавовняна або льняна тканина, які можна легко знайти на ринку і мають невисоку вартість.

Виходячи з отриманої інформації зрозуміло, що виготовлення стандартної еко-сумки максимально просте та не несе суттєвого впливу на

екологію. Шопер має прямокутну форму корпусу, довгі ручки та виготовлений з натурального матеріалу рослинного походження. Для виготовлення стандартної моделі не використовуються замки чи застібки, не використовуються допоміжні хімічні речовини.

1.6 Композиційно-пластичний та колірно-графічний аналіз шоперу

Композиційно-пластичний аналіз є одним з основних методів аналізу художнього об’єкта, що дозволяє швидко та якісно проаналізувати композицію та пластичні форми об’єкта. В даному випадку це дозволить розробити основні вимоги до елементів виробу та їх співвідношення між собою, а також допоможе оцінити виразність та функціональність пластичних форм.

Основні елементи композиції будови еко-сумки стандартного типу включають форму та розміри сумки, кількість відділень, розміщення, довжину та ширину ручок. Додатковими елементами композиції більш оригінальних моделей шоперу можуть стати елементи декору та їх розташування, додаткові кишені та їх розташування, а також різні оздоблювальні елементи.

Для отримання гарної пластичної виразності виробу важливо звернути увагу на те, щоб між композиційними елементами шоперу створилося гарне співвідношення пропорцій.

Для встановлення основних параметрів шоперу можна скористатися деякими математичними формулами для обчислення природньої пропорційності двох взаємопов’язаних форм. Наприклад, це може бути правило «золотого перетину», що має пропорцію 1:1,6, воно доволі часто зустрічається у природі і дозволяє досягти комфортної для ока різниці між двома частинами шоперу. Або ж можна використати формулу «квадрат

кореня з двох», що дорівнює 1:1,4, це також дозволить досягти зручного співвідношення між елементами еко-сумки.

Почати розрахунки можна з ручок виробу, щоб вони були зручні для дорослої людини з анатомічної точки зору. На оптимальну довжину цього елементу можуть впливати такі фактори: зріст, стать, розмір тіла та особисті уподобання. Для точного визначення зручної довжини ручки шоперу необхідно виміряти відстань від плеча до кисті руки та додати невелику додаткову довжину для зручності під час носіння. Тож в середньому оптимальна довжина ручок для дорослої людини становить приблизно 60-70 см. Далі користуючись правилом золотого перетину можна визначити приблизний розмір полотнища, що буде використовуватись для пошиття шоперу і буде зручним у використанні. Тобто, якщо довжина ручки 70 см, то одна сторона полотнища має складати приблизно 43 сантиметри.

Однак розміри шоперу все одно можуть варіюватись в залежності від бажаної місткості сумки та смаку клієнтів.

Також хочу зазначити, що завдяки наявності геометрично прямих кутів шопер дуже гарно виглядає та гармонійно вписується до світу речей, якими себе оточила сучасна людина. Ця особливість шоперу дозволяє людині задовільнити потребу в стабільності, створює відчуття спокою та гармонії. Також користувач може відчувати внутрішню задоволеність, геометрична точність форм еко-сумки може допомогти впорядкувати думки та знизити рівень стресу, що безумовно буде сприяти покращенню емоційного стана людини та як результат, допоможе відчути контрольованість своєї життєвої ситуації. Тож рішення робити форму шоперу з використанням саме прямих кутів, а не круглої форми, доволі влучне в естетичному плані.

Далі перейдемо до колірно-графічного аналізу шоперу – який включає в себе дослідження кольорової гами та нанесених зображень чи орнаментів, з урахуванням сучасних тенденцій в моді, впливом кольору на функціональність виробу. Аналіз допомагає оцінити як колірне рішення та

додаткові візуальні елементи впливають на естетичне сприйняття готового виробу.

Загальний дизайн шоперу може варіюватися від простого і функціонального до більш складного та цікавого, що обумовлено різними уподобаннями користувачів. Колір матеріалу також має велике значення на візуальне сприйняття, а ще може мати практичні переваги в повсякденному житті. Наприклад, світлий колір матеріалу може вплинути на видимість на дорозі в темний час доби, що має прямий вплив на безпеку користувача. А темний колір шоперу може додати виробу додаткової затишності та стильності, що впливає вже на емоційний стан людини.

Не будемо аналізувати основні яскраві кольори фарбованих тканин, тому що користувач обирає колір керуючись своїми власними вподобаннями, логікою та стилем, тому сучасний ринок пропонує усі основні кольори, що можуть подобатися фактичному покупцю. То чому ж не втрачають популярності шопери з натуральної тканини, яка не підлягала додатковому фарбуванню? Річ в тому, що колір натуральної тканини блідий, з високим вмістом білого, що надає йому пом’якшеного вигляду – за визначенням пастельний. А як ми знаємо, ці кольори позитивно впливають на емоційний і психологічний стан людини, це дозволяє знизити рівень стресу, заспокоїти та розслабити користувача. Пастельні кольори також мають свої переваги в повсякденному житті. Наприклад, блідо-жовтий, колір натуральної льняної чи бавовняної тканини, може дати відчуття свіжості та енергійності.

Таким чином, правильно підібрані колір та додаткові візуальні ефекти можуть мати прямий вплив на естетичність та практичність готового виробу.

1.7 Визначення загальних рис майбутнього проєктного образу шоперу

Еко-сумки вже давно стали невід’ємною частиною життя людини, бо у повній мірі можуть забезпечити комфорт і зручність в експлуатації, а також

значно впливають на збереження екології навколишнього середовища людини. У попередніх розділах ми розглянули багато аспектів, що впливають на сприйняття шопера людиною. Завдяки врахуванню даних аналізу та визначенню загальних рис, ми сформували критерії, які мають бути враховані для виробництва шоперу, щоб він відповідав потребам сучасного споживача та високим екологічним стандартам.

Отже для візуалізації теми даної дипломної роботи було обрано стандартну модель шоперу з одним відділенням та без додаткової фурнітури. Враховуючи, що еко-сумки екологічна продукція, для пошиву виробу бузо обрано бязь. Бязь виготовляється з високоякісної бавовни, володіє високою міцністю, що дозволить переносити в сумці значну масу покладених в неї речей, та приємна на дотик, що робить її гарним виробом в тактильному плані. Матеріал гарно себе зарекомендував в пранні, не розтягується та не втрачає форми. Колір тканини – пастельний, блідо-жовтий, що обумовлює гарне естетичне сприйняття виробу та може позитивно вплинути на емоційний та психологічний стан людини.

Еко-сумка буде мати такі параметри: дві довгі ручки, довжиною по 70 см та полотнище з розміром бічної сторони 43 см, прямокутної форми та з прямими кутами. Довгий тип ручок був обраний задля того щоб сумку можна було носити на плечі, що звільняє руки та зменшує навантаження на спину, довжина ручок обумовлена обчисленнями з урахуванням анатомічних особливостей середньостатистичного дорослого людського організму. Параметр бічної сторони було обрано з урахуванням правила золотого перетину, що дозволяє досягти природної та приємної для ока пропорційності. Прямокутна форма виробу також дозволяє створити візуальну пропорційність виробу, а прямі кути забезпечують гармонійну естетичність, потрапляючи в оточення щоденного середовища користувача.

А наявність принту на еко-сумці переносить її з розділу повсякденних товарів в розділ сувенірних, робить її ще більш привабливою для споживача та збільшує її цінність. Принт може мати різні розміри, може бути виконаний

різними техніками, містити зображення чи напис, що символізують певну ідею чи подію. Шопер може стати подарунком на весілля чи народження дитини, може бути прекрасним сувеніром з подорожі, що буде нагадувати про ці події на протязі багатьох років.

Обраний шопер буде відповідати загальним вимогам потенційного користувача, бо несе в собі важливе значення та ототожнює цінності, що були сформовані завдяки свідомому споживацькому підходу. Таким чином, використання еко-сумки відображає свідомість користувача про екологічні проблеми навколишнього середовища та важливість його захисту. Влучно розроблений дизайн та гарна якість еко-сумки може відображати свідомість користувача в питанні естетичного та функціонального аспекту виробництва виробу, тож споживач точно віддає перевагу якості та довговічності обраного товару.

Отже, розробка даного проєкту це не тільки сумка для транспортування товарів, а й важливий виріб, що відображає свідомий споживчий підхід до вибору шоперу для повсякденного використання, відображає цінності користувача, які він відстоює, а ще може стати екологічним та нетиповим сувеніром, який можна придбати для себе чи близьких, на згадку про приємні події життя.

1.8 Формулювання проблематики, притаманної дизайн-об’єкту

Не зважаючи на те, як еко-сумки просунулися на ринку продаж за останні кілька років, у них все ще існують деякі проблеми.

Перша і напевно найважча – недобросовісність деяких постачальників продукції на ринок, точніше мова йде про поставки неякісного матеріалу для виготовлення шоперів і спроби підприємців реалізувати такі погані партії готових сумок. В такій ситуації для покупців існує ризик придбати шопер, який швидко рветься та не витримує вагу покладених до сумки товарів. І як результат, не дивлячись на те, що звичайно сумки виготовляють з якісної і міцної тканини, через цю погрішність виробника, потенційні покупці

шоперів знов звертаються до пластикових пакетів, що хоч також рвуться, але дешевші в ціні.

Так ми переходимо до другої проблеми, що притаманна шоперам – більш висока ціна в порівнянні з пластиковими пакетами. Деякі покупці не бажають витрачати додаткові кошти на придбання еко-сумок. Хоча, на мій погляд, цієї проблеми можна позбутися, якщо проводити якісні рекламні компанії, в яких зрозуміло та доступно пояснюються усі переваги міцних та довгоживучих сумок з тканини, у порівнянні з пластиковими чи паперовими аналогами.

Також деколи для покупців може бути проблемою недостатньо різноманітний асортимент моделей та дизайнів еко-сумок в магазинах. Але якщо попит на шопери і далі буде збільшуватись, то ця проблема зникне з часом. Бо попит створює пропозиції, як каже одне з правил ринку та торгівлі.

Перейдемо до проблематики нанесення принтів на еко-сумки. По-перше, різні варіанти нанесення зображення завжди конкурують між собою. Ця проблема всебічно розглядається в роботі Бердинських: «Принт дизайн є однією з категорій комерційного мистецтва. Протягом останнього десятиліття відбувся вихід комп'ютерно графіки на якісно новий рівень. Роботи, створені у сучасних графічних редакторах, не лише не поступаються виразністю традиційним класичним рукотворним, а й конкурують із ними. Натомість традиційні прийоми та методики створення зображень не втратили своєї актуальності. При їх використанні у синтезованому поєднанні з новітніми цифровими технологіями формоутворення утворився новий потужний інструмент вирішення зображувальних завдань» [3, с. 7].

По-друге, складна задача для деяких дизайнерів – створення принтів, які припадуть до душі клієнтам та сподобаються їм настільки, щоб вони вирішили купити виріб. «Сучасний розвиток інформаційних технологій та принципово нових засобів комунікації і навчання призводять до змін психофізіологічної організації людини в зв´язку із тим, що основна маса інформації здобувається тепер у вигляді візуальних образів, у формах

різноманітних знаково-символічних структур та засобів, що в цілому веде до суттєвої естетизації свідомості, тим самим зростає значення уроків, зв’язаних з образотворенням.» - як пише в своїй роботі Кардашов В.М. [10, с. 16-17]. Приймаючи ці слова до уваги стає зрозуміло, що для цієї задачі треба чітко розуміти відмінності сприймання візуальної інформації при використанні різних художніх прийомів та технік. З проблемою сприймання можна детально ознайомитися в роботі Р. Арнхейма, де досліджується вплив якостей графічних елементів та композиції на естетичну оцінку твору, з точки зору на психологію сприйняття зорових образів. Р. Арнхейм у книзі «Мистецтво і візуальне сприймання» підкреслює: «Старомодний учитель, вправними фаховими прийомами призводить на своїх учнів сильне враження, але вина його перед ними як і художника-примітивіста, який наставляє дитину: «Це милесенька картиночка, але не можна досягти успіху, не маючи гостре чуття» [2, с. 199].

2 РОЗРОБКА ПРОЄКТНОЇ КОНЦЕПЦІЇ

2.1 Формулювання дизайн-концепції

В цьому розділі роботи буде сформовано дизайн-концепцію готового сувенірного шоперу на туристичну тематику. Задля отримання якісного результату, який сподобається користувачеві, слід проаналізувати такі існуючі дані тенденцій розвитку суспільства:

1. Матеріальні потреби. Одна з основних тенденцій – зростання попиту на популярні екотовари та екологічно чисті матеріали. Саме такі властивості мають сувенірні шопери, які були виготовлені з бавовняної тканини та інших природних матеріалів, які відрізняються високою якістю та міцністю.
2. Духовні потреби. Стабільно зростає інтерес до культурної спадщини та туризму. У зв’язку з цим проєкт з туристичною тематикою, де буде зображено визначні пам’ятки, символи чи традиції різних країн, будуть популярними серед туристів та подарункових товарів.
3. Розвиток культури. Суспільство дедалі більше цікавиться традиціями, культурою та історією різних країн та регіонів. Тож користувачі будуть шукати унікальні речі, що будуть їм нагадувати про незабутні моменти з подорожей.
4. Економіка. Одна з головних тенденцій розвитку економіки є зростання туризму та розвиток туристичної культури. Це в свою чергу збільшує попит на різноманітні туристичні сувеніри, що також покращує економіку країни.
5. Попит та споживання. Тенденція розвитку попиту нашого суспільства, стосовно продукції, що створюється, виражається зростаючою популярністю до туризму. Частіш за все туристи обирають маршрути на яких можна відвідати історичні та культурні пам’ятки, в таких місцях попитом користуються сувеніри з місцевими мотивами. Та є ще однин напрямок туризму, набираючий популярності, пов’язаний з відвідуванням національних парків, заповідників, екопарків та інших

природних об’єктів. Це призводить до збільшення попиту та придбання еко-сумок з природними мотивами у якості сувенірів. А також великий вплив на попит та споживання має екологічна обізнаність сучасного суспільства.

Тож, на основі комплексної оцінки тенденцій розвитку суспільства та усіх визначених аспектах дизайн-концепції обраного виробу, можна зазначити, що шопер з екологічно чистої міцної тканини, анатомічно зручною будовою, та принтом з природними мотивами на туристичну тематику буде користуватися попитом серед клієнтів. Така модель дизайн-об’єкту відображає, що суспільство приймає туризм як сучасний, стильний та екологічний спосіб подорожування. А також стає практичним та цікавим сувеніром, на згадку про приємні емоції після своєї подорожі та пригод. (Додаток 1)

2.2 Вибір та обґрунтування пропозицій

В даному дипломному проєкті відбувається розробка ряду текстильних сувенірів, а саме еко-сумок, з нанесенням принтів на згадку про туристичні подорожі «Флора та фауна країн Європи». Задля забезпечення оригінальності проєкту зразки флори та фауни не будуть обиратися рандомно з інформативних атласів рослин та тварин певної країни, а будуть обрані на основі символічних образів або будуть знайдені серед цікавих традицій країни, пов’язаних з флорою та фауною.

Першою країною було обрано Францію – одну з найпопулярніших країн для подорожей. Ця країна була обрана завдяки своїй різноманітній культурі, історичним пам’яткам, красивій природі. Вона має багату історію та величезне культурне надбання.

На роль символу фауни Франції було обрано голуба. В цій країні голуб ототожнює кохання та вірність, це можна спостерігати на весільних церемоніях, де наречені випускають голубів у знак своєї любові та вірності.

Також дуже часто голубів можна побачити на французьких гербах.(Додаток 2) У французькому мистецтві голуби часто зображуються як символ ніжності та чистоти. Зокрема, це можна побачити в роботах французького художника Франсуа Буше.(Додаток 3)

За символи флори було обрано лаванду та корковий дуб. Лаванда – один з основних символів Франції, насамперед асоціюється саме з провансальським регіоном країни. Також лаванда часто згадується в легендах країни, як от в легенді про графа де Фей, який так захопився любов'ю до лаванди, що посвятив її вирощуванню усе своє життя та зробив її основним символом Провансу. З'являється вона також в творчій літературі різних письменників, де символізує саме Францію, наприклад як в книзі «Людина, що бачить духів» Патріка Сюскінда. Корковий дуб менш відомий символ, але має дуже важливе значення для самих французів. По-перше, є одним з елементів герба Франції і символізує стійкість французької нації та культури. (Додаток 4) По-друге, символізує саме південну частину країни, де частіш за все росте та з кори якого виготовляють дуже міцну та еластичну тканину.

Задля кращого впізнання саме французької символіки у принті буде використано назву столиці країни - Парижу, з використанням рисованого шрифту. Бо як пише в своїй роботі Куленко: «Найбільш виразними за образністю є рисовані шрифти. Вони вільні, емоційно незалежні, але з урахуванням кращих характеристик сучасних шрифтів, пишуться вільно від руки. Ця група писаних чи рисованих шрифтів будується на зорових художніх активних засобах, які стимулюють певні емоції людини пластикою літер, ритмом, композицією, кольором тощо. Шрифт не тільки читають, а й сприймають образно, естетично. При цьому виникають певні уявлення, в основі яких лежать відповідні образи, що закладені особистостями шрифту»[14,с.299].

Наступною країною для розробки принта було обрано Німеччину, яка також одна з найпопулярніших країн туризму, кожен рік її відвідують

мільйони туристів. Вона привертає до себе увагу людей завдяки багатій культурній спадщині, красивій природі та архітектурі та цікавій історії.

Символом фауни країни обрано орла, що є офіційним символом з часів формування держави, зокрема його зображення можна побачити на гербі Німеччини. (Додаток 5) Орел символізує силу, могутність та владу, а також асоціюється з історією та культурою країни.

Образ флори Німеччини гарно передає квітка під назвою тирлич, вона росте на висоті понад 2000 метрів у гірських регіонах Німеччини, наприклад, в Альпах, та символізує собою весну, чистоту та міць. В деяких містах Німеччини навіть проводять фестивалі тирличів, на яких можна побачити безліч різноманітних сортів цієї квітки та насолодитися її красою.

Задля кращого впізнання саме німецької символіки буде використано назву столиці країни – Берліну, з використанням вигаданого художнього шрифту.

Останньою країною для розробки принта обрано Італію, що також э дуже популярною країною для туризму, що відома завдяки багатій історії, культурній спадщині, мистецтву, архітектурі та красивій природі. Серед найвідоміших пам’яток: Рим, Венецію, Флоренцію, Пізу, Сікстинську капелу, Неаполь, Колізей.

Символом фауни Італії обрано ластівку, яка в країні дуже популярна завдяки зв’язку з багатьма традиціями та повір’ями. Наприклад, є повір’я за яким звите ластівкою гніздо на вашому домі, то це принесе удачу та процвітання в сім’ю. Також коли ластівки повертаються весною в країну, то це символізує початок нового сільськогосподарського року, тож вона вже традиційно асоціюється з настанням весни та гарної погоди. В тому числі свято День Святого Йосипа пов’язано також з прилітом ластівок та приходом весни. В італійському мистецтві та літературі ластівки ототожнюють народження нового життя.

Одним з головних символів флори країни можна вважати оливкове дерево - символ миру, мудрості та життя, а також культури та господарства.

Часто згадується в визначних творах італійських митців, наприклад, «Божественна комедія» Данте Аліг'єрі. Також оливкове дерево зображено на національному італійському гербі, де воно зображене разом з кільцем, що символізує єдність та незалежність Італії. (Додаток 6)

Задля кращого впізнання саме італійської символіки у принті буде використано назву столиці – Риму, з використанням вигаданого художнього шрифту.

2.3 Візуалізація перспективного асортиментного ряду символіки дизайн-об'єкту

Тож для візуалізації першої ідеї – французької, будуть використані слово «Paris», голуби, лаванда та гілки коркового дубу.

Для візуалізації німецької тематики принту буде використано слово «Berlin», орел та квіти тирличу.

І для візуалізації ідеї з Італією обрано назву столиці «Roma», ластівки та

гілки оливкового дерева.

3 ДИЗАЙНЕРСЬКЕ РІШЕННЯ ПРОЄКТУ

3.1 Поглиблена розробка принту

Задля того щоб забезпечити якісний порівняльний аналіз переваг та недоліків найпопулярніших типів нанесення принту на тканину, буде розроблено три варіанти сувенірних сумок з використанням трьох різних технологій нанесення принту. Серед усього різноманіття сучасних способів нанесення малюнку на тканину було обрано три максимально різні варіанти: ручний розпис, метод прямого цифрового друку та термоперенос зображення на тканину. Тож подальша розробка буде виконуватися з урахуванням особливостей вимог до кожного з цих трьох видів нанесення малюнку.

Фінальний варіант першої теми буде виконуватись у техніці ручного розпису акрилом для текстилю. Перевага виконання буде віддаватись живописному реалізму, бо як згадувалось в книзі «Мистецтво і візуальне сприйняття»: «Арнхейм заперечує проти поширених уявлень, що фантазія художника має обов'язково деформувати дійсність та що у цій деформації полягає сутність мистецтва. Він категорично відкидає цю концепцію модерністської естетики, протиставляючи їй досвід і традицію класичного мистецтва. «У манері зображення людської руки Тиціаном, - пише Арнхейм, - набагато більше уяви, ніж у сотнях нічних кошмарів сюрреалістів... Замість того, щоб спотворювати дійсність, художня фантазія наново утверджує істину. Вона – безпосередній результат прагнення відтворити якомога точніше реальний досвід»» [2, с. 7].

Готовий результат другого ескізу буде розроблятися за допомогою

графічного планшету у програмі Adobe Photoshop.

Berlin

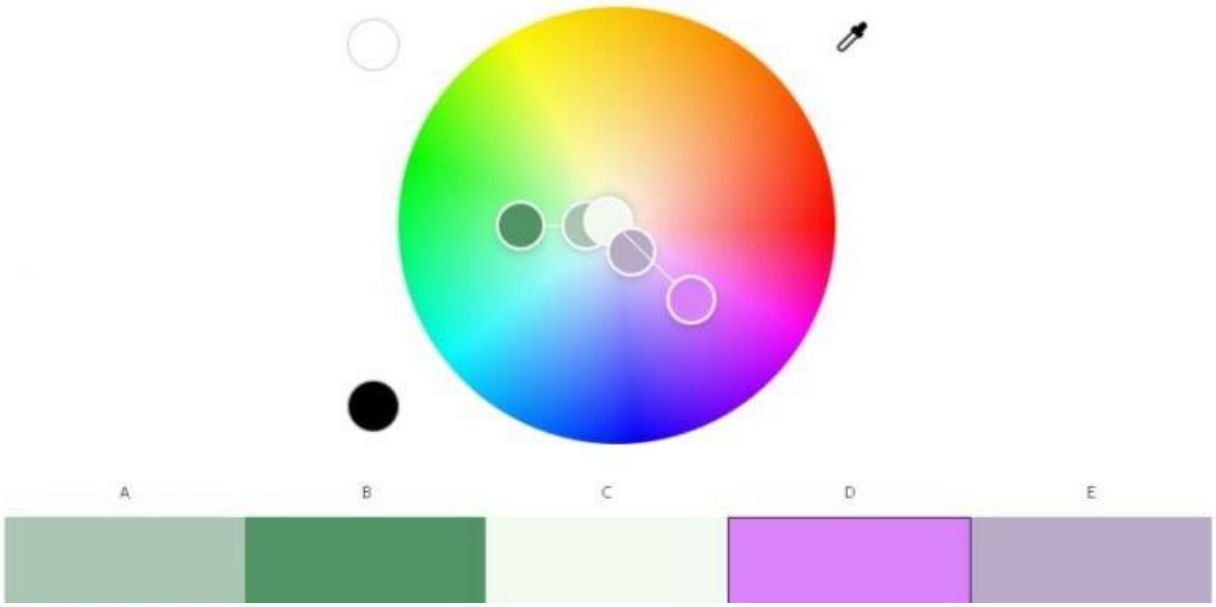
Berlin

А третій ескіз, за рахунок жорсткої умови, використовувати не більше 4-

5 чистих кольорів, буде створюватись в Adobe Illustrator.

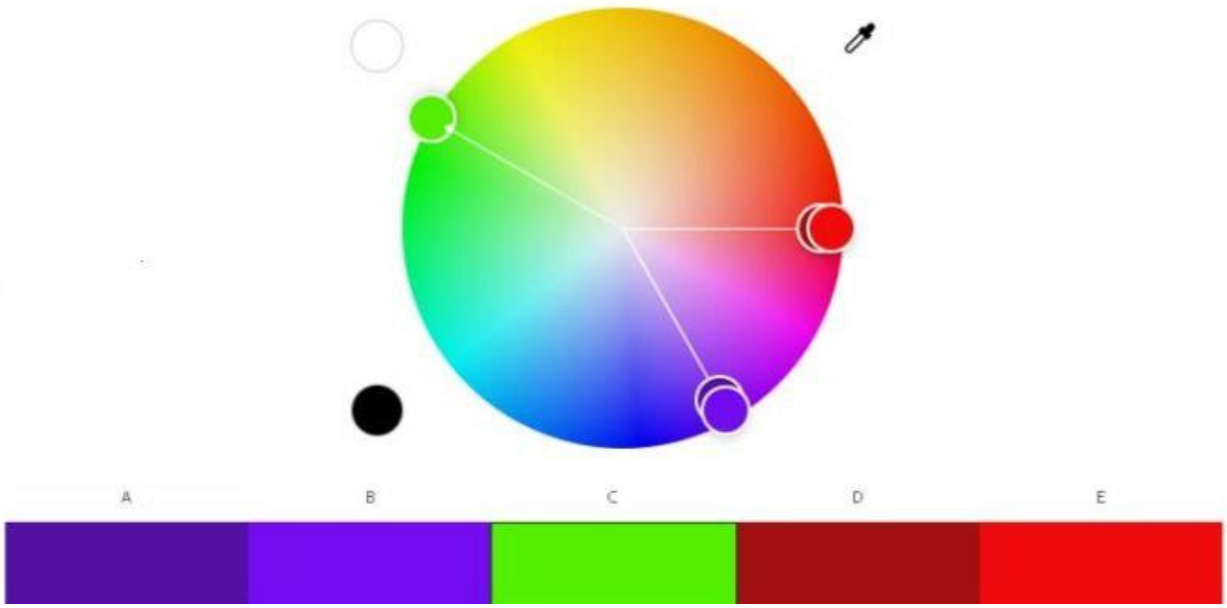
3.2 Кольорово-графічне рішення

Палітра для першого ескізу була обрана на основі зіставного правила гармонії кольорів, де до двох основних кольорів інші вже підбирають з тих



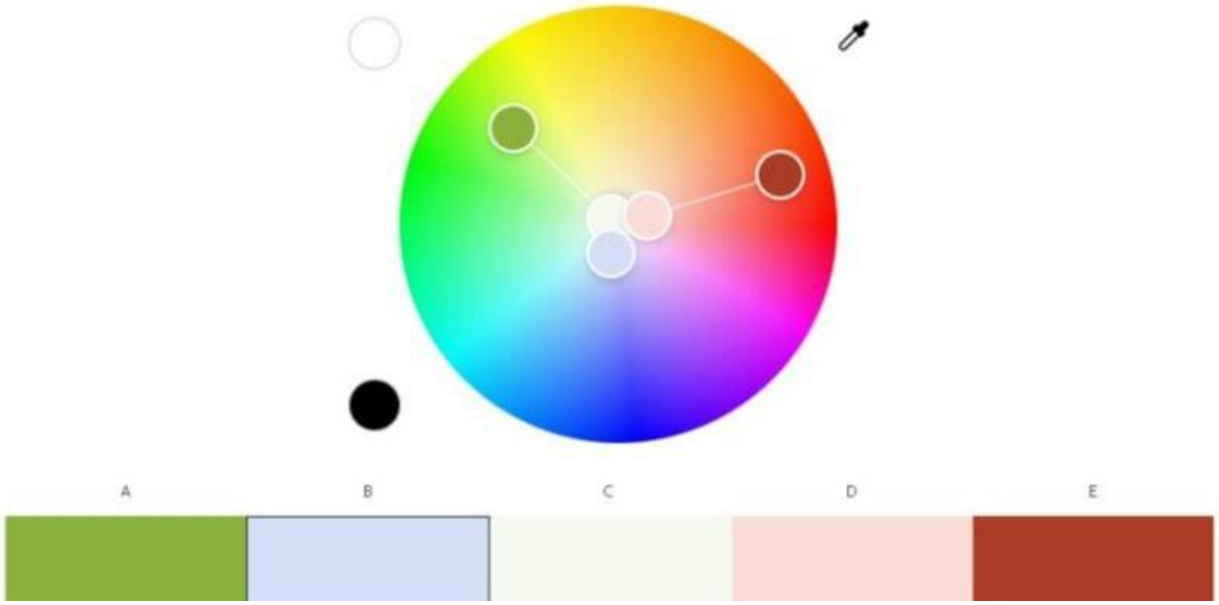
які знаходяться поруч. В результаті отримали ніжно-пастельну палітру.

Для другого ескізу палітра підбиралася більш яскрава та була використана спліт-комплементарна колірна схема. Основний колір обирається на основі колірного колеса, а далі від нього відступають на іншу



сторону колеса та відступають на один відтінок вліво і вправо, щоб визначити два інших кольори, що стануть доповненням до основного.

Третя палітра для принту обиралася на основі трикутного правила гармонії кольорів – правило що базується на розташуванні трьох основних



кольорів на колірному колі у формі рівностороннього трикутника, правило дозволяє обрати декілька додаткових відтінків, які розташовані поруч з одним з основних кольорів.

3.3 Візуалізація готового дизайну принтів ·

Berlin

4 ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

Для якісного порівняння сьогоденних тенденцій ми розглянемо усі нюанси трьох різних варіантів нанесення зображень на тканину. Це буде нанесення малюнку ручною технікою за допомогою акрилової фарби та два види машинної печаті: термоперенос та прямий друк.

4.1 Акрил

Перший варіант і він же найпопулярніший у початківців своєї справи – акрил.

Акриловий склад фарби універсальний і найзручніший для розпису тканини, на відміну від олійної фарби або ж натуральних барвників, які також деколи використовують для фарбування тканин. Акрилові фарби можуть підійти як для зміни кольору натуральних волокон, так і для зміни синтетичних. До цього списку можна віднести: шовк, льон, бавовняні тканини, вовняні, джинсові, поліестер, лавсан і т.д.

У процесі виготовлення акрилових фарб використовують барвники, які мають водну основу, що дозволяє розводити їх з водою або спеціальними розбавляючими складами. Ці барвники мають гарну покривну властивість, добре розтікаються по тканині, глибоко її просочуючи. Така властивість дозволяє майстру експериментувати з кольорами, відтінками і різними художніми прийомами, але треба завжди пам’ятати, що якщо використати неправильну пропорцію розведення з водою, то вони не будуть триматися і виріб буде зіпсовано. Акрилові фарби мають широку гаму чистих і яскравих кольорів. Також за умов довгого зберігання такі фарби не випадають в осад і не желатинизуються. Такого ефекту виходить досягти завдяки поєднанню активних, прямих, кислотних, хромових і дисперсних барвників. Такі фарби, які виготовлені з усіх типів барвників, завжди зберігають у закритому посуді, який захищено від тривалого потрапляння прямих сонячних променів [9].

Акрилові фарби доволі таки новий винахід, проте вже стали дуже популярними і дозволяють працювати з безліччю матеріалів. Це можуть бути

фарби для розпису легких тонких тканин в техніці батік, для більш щільних спеціальний акрил для текстилю, фарби для шкіри, скла, дерева, кераміки, існують вже також спеціальні види акрилу з різними ефектами, наприклад, флуоресцентний, металік, перламутровий та акрил-гель. Всі необхідні маркування завжди можна знайти на оригінальних баночках фарб.

Даний вид фарб можна використовувати для розпису: футболок, штор, джинсів, настінних панно, сумок та інших аксесуарів, предметів інтер'єру і гардеробу. Майстер гарантовано отримає яскравий насичений колір, який протримається тривалий час.

Розглянемо плюси та недоліки акрилових фарб. І почнемо з гарного в цій продукції:

- На відміну від масляних фарб, які висихають від декількох днів до декількох тижнів, акрилова фарба просихає швидше, частіш за все потрібно декілька годин, утворюючи водонепроникну плівку. Завдяки цьому не потрібно покривати готову роботу лаком для захисту від вологи чи змазування кольорів неохайним поводженням.
- Готові та гарно висушені роботи виготовлені за допомогою акрилових фарб можна спокійно м’яти та скручувати і не хвилюватися, що фарба потріскається або зіпсується. На відміну від тих самих масляних фарб.
- Акрилова фарба дуже довго не вигоряє на сонці, не тьмяніє, тому її можна без страху використовувати для одягу та аксесуарів, які будуть часто контактувати з прямими сонячними променями.
- Нешкідливі і гігієнічні.
- Не змиваються після повного висихання й закріплення гарячою праскою.

Перейдемо до решти недоліків даної фарби, що здаються несуттєвими в порівнянні з плюсами:

- В результаті того, що фарба обволікає кожне волокно тканини та утворює плівку, тканина стає менш еластичною і м’якою.

- Текстильним акрилом майже неможливо створити легкі повітряні розводи фарби [24].

На відміну від багатьох професійних фарб для декоративного розпису по тканині, впевнено працювати з акрилом можуть навіть початківці, використовуючи для своєї роботи трафарети і вже промальовуючи деталі користуватися звичайними пензлями. Основні правила роботи з акрилом для тих, хто вперше працює з цим матеріалом, такі:

- Під тканину з іншого боку покласти тверду та рівну основу, щоб фарба випадково не просочилася на інші шари тканини.
- Легенько нанести базовий малюнок олівцем.
- Спочатку заповнити акрилом найбільші площини.
- Не можна сильно розбавляти фарбу водою, бо вона некрасиво розтечеться по тканині.
- Змішувати кольори на палітрі, а не на тканині.
- Якщо по задумці малюнок має мати контури, по промальовувати їх вже в останню чергу.
- Після закінчення малюнку через 48 годин, коли фарба вже точно гарно просохла, треба зафіксувати результат праскою, попередньо накривши малюнок білою тканиною. Від цього буде залежати строк служби виконаної роботи.
- Якщо річ з акриловим малюнком треба випрати, то краще робити це або вручну, або на делікатному режимі прання. Температура води при цьому не повинна перевищувати 30˚С.

Серед усього різноманіття акрилу, що пропонують нам художні магазини для цієї роботи буде використаний акрил польського виробника фірми «Happy Color» для роботи з текстилем. Це фарба на водній основі, яка вже одразу готова до використання і має потрібну консистенцію, також має гарну покривну здатність і легко лягає на тканину. Як український якісний аналог з широкою палітрою часто пропонують ROSA TALENT.

4.2 Прямий цифровий друк

Прямий цифровий друк або DTG – називають спосіб нанесення зображення на тканину з допомогою спеціального принтера. Цей метод завоював народне визнання завдяки своїй простоті та якісному готовому результату після перенесення на тканину. Технологія прямого друку дозволяє перенести будь-який малюнок на текстильний виріб, при цьому не використовуючи інші носії зображення. Як вже зрозуміло з опису, цей метод друку потребує спеціального обладнання та фарб, що гарно тримаються на тканині.

DTG- це одна з найпопулярніших сучасних технологій друку на текстилі. Принтер друкує зображення на рівну тканину, не потребуючи додаткові підготовчі роботи, використовуючи спеціальні чорнила. Частіш за все використовують фарби з додаванням оксидів металів. Завдяки особливому складу цих чорнил можна отримати тоненьке м’яке зображення, що не впливає на товщину тканини, але якісно обволікає кожне волокно, буквально стаючи частиною виробу. Однією з переваг даного виду друку є те, що виріб з таким малюнком витримує більше 40 прань, не втрачаючи якості.

Якщо тканина світла, то перенесення малюнка дуже схоже на роботу стандартного струменевого принтера, в якому зображення на носії формується за рахунок точок і використовується матриця, яка виконує друк за допомогою рідких барвників. Якщо ж тканина темна, то спочатку використовують ще й особливий праймер, для того щоб зображення не вийшло тьмяним.

Процес виробництва складається з декількох простих кроків:

1. Підготувати текстиль до роботи. Розгладити тканину, щоб не було зморшок та запевнитися, що вона не ковзає.
2. Зображення розміщується на тканині, фіксується.
3. Фарба з зображення закріплюється за допомогою високих температур.

4. Виріб готовий до видачі клієнту.

Процес доволі простий і займає приблизно 20 хвилин роботи. Не дивлячись на це зазвичай DTG не використовують для масового тиражу, його краще використовувати або для невеликого за обсягом тиражу, або для одиничного [17].

До переваг прямого цифрового друку можна віднести високу якість друку, ідеальну деталізацію та точну передачу оригінального кольору задуму. DTG дозволяє створювати плавні градієнти, які не доступні, наприклад, в термопереносі. Також цей метод не потребує довгої підготовки до друку та дозволяє швидко виконати замовлення.

Недоліки прямого цифрового друку:

- Відсутність текстур на зображенні, які можна отримати за допомогою деяких інших видів печаті.
- Може здаватися затратним для деяких клієнтів
- Обмежений розмір друку.
- Не підходить для деяких видів тканин.
- Якщо не дотримуватися вимог прання, то виріб не прослугує довго.

Основні вимоги до файлу для забезпечення якісного друку на текстильних виробах прямим цифровим друком:

- Формат файлу JPG, TIFF або PNG з роздільною здатністю не менше 300 dpi.
- Макет повинен мати розміри, які відповідають розмірам виробу, на якому буде нанесений друк. Розміри можна визначити самостійно, використовуючи розмірну сітку.
- Кольоровий профіль файлу повинен бути RGB або CMYK.
- Макет повинен бути без фону або з прозорим фоном, який не буде друкуватись.
- Шрифти в макеті повинні бути вкладеними або перетвореними на криві [18].

Якщо річ з малюнком, виготовленим за допомогою методу прямого друку, треба випрати, то треба запам’ятати декілька простих порад:

1. Перед пранням бажано вивернути виріб на виворіт.
2. Не використовувати відбілювач, це зіпсує малюнок.
3. Або ручне прання, або делікатний режим в машині.
4. Температура води не вища 30˚С.
5. Відсутність віджиму.
6. Сушити при кімнатній температурі, не використовуючи гарячі поверхні.
7. Забороняється прямий контакт з підошвою праски. Виріб прасувати або через тонку білу тканину, або попередньо вивернувши.
8. Не використовувати високу температуру при прасуванні.

Для цієї роботи використовується пігментне чорнило DuPont. На сьогоднішній день цей вид пігменту є лідируючим серед аналогічних продуктів. Чорнила спеціально розроблені для оптимального та стабільного використання з текстильними принтерами. Пігментне чорнило на водній основі дає соковиті кольори і має високу стійкість до стирання. Також воно екологічно безпечне.

4.3 Термоперенос

Останній варіант нанесення малюнку на обраний виріб є термоперенос – ця технологія виконується за рахунок термічного переносу зображення з друкованого носія на тканину. Для цього майстром на спеціальному плотері вирізається аплікація на основі наданого ескізу, після чого переноситься на тканину і закріплюється термопресом. Під дією температури та тиску плівка фіксується на волокнах матеріалу, утворюючи малюнок. Основними технологічними факторами процесу є: температура плити термопресу, тиск та час переносу зображення. «Для даної технології час варіюється від 5 до 30 секунд, а температура лежить в межах 120–190°C.», - як зазначається у статті

з аналітичного огляду технологій перенесення зображення на тканину [25, с.41]. Тож можна зазначити, що дана процедура не нанесе тканині шоперу шкоди. Загалом уся процедура, як і при прямому цифровому друці, також займає близько 20 хвилин.

Найважливішою особливістю даного методу є те, що ескіз бажаного малюнка обов'язково повинен бути виконаний у векторному варіанті та налічувати не більше 4-5 кольорів, при чому кожен колір повинен йти окремим файлом.

Основною перевагою цього варіанту друку є бюджетність. За іншими параметрами все дуже схоже на прямий друк: гарна фіксація малюнку на тканині, економія часу для виготовлення роботи, висока якість друку, широкий вибір дозволених тканин. Гарний метод для бажаючих отримати результат терміново. Зручна технологія для друку малих та середніх тиражів, тому часто використовується для виготовлення рекламної продукції, написів, фірмової форми, візиток, спортивного одягу, емблем і т.д.

Існує багата палітра основних кольорів плівки, а також цікаві варіанти: неонова, металізована, фактурна, дзеркальна, оксамитова, терламутрова та ін.

Основний недолік: використовувати можна тільки обмежену кількість кольорів і можливо в асортименті може не бути потрібного замовнику кольору, тому ці питання деколи краще узгоджувати заздалегідь.

Фарба для методу термопереносу складається з пігментів, смол та розчинників, має високу стійкість до води та зносу, що робить її ідеальною для використання на повсякденному одязі та аксесуарах.

Основні вимоги до файлу для забезпечення якісного друку на текстильних виробах методом термопереносу:

- Файл повинен бути підготовлений у програмі Adobe Illustrator або CorelDRAW.
- Файл повинен бути у векторному форматі з роздільною здатністю не менше 300 dpi.

- Розмір зображення повинен відповідати розміру виробу, на якому буде нанесений друк.
- Кольори зображення повинні відповідати палітрі кольорів термоплівок, які використовуються в процесі друку і є в наявності виробника, що заздалегідь узгоджується.
- У зображенні повинні бути враховані області, де потрібно застосувати різні кольори або термоплівки з різними параметрами, для зручності, один колір – одне зображення.
- Якщо в зображенні використано текст, то мати вбудований шрифт або шрифт перетворений на криві.
- Інколи рекомендується перевірити з виробником, чи потрібні будуть додаткові вимоги до файлу для друку принта [23].

Якщо річ з малюнком, виготовленим за допомогою методу термопереносу, треба випрати, то треба запам’ятати декілька простих порад:

1. Перше прання не раніше ніж за 24 години з моменту виготовлення виробу.
2. Забороняється використовування відбілювача.
3. Температура води не більше 40˚С.
4. Відсутність віджиму.
5. Сушити при кімнатній температурі, не використовуючи гарячі поверхні.
6. Забороняється прямий контакт з підошвою праски. Виріб прасувати або через тонку білу тканину, або попередньо вивернувши.
7. Не використовувати високу температуру при прасуванні.

Під час друку використовується італійська плівка Сайзер. Це еластична, термотрансферна плівка на основі поліуретану. Доступна у широкому діапазоні кольорів. Клейова підкладка ідеально підходить для роботи із дрібними елементами.

ВИСНОВОК

В даній дипломній роботі на тему “Розробка дизайну принтів для сувенірної продукції” було виконані завдання сформовані при початку роботи: визначені принципи вибору сувеніру, на які було згодом нанесено принти; було розроблено та створено принти з урахуванням їх символічності; було виконано дослідження різних методів нанесення зображень на обраний об’єкт. Було досягнено початкової мети, розроблено дизайн серії принтів для сувенірної продукції, що зацікавить ринок, та тепер може підлягати подальшому розширенню серії робіт. Також було розглянуто переваги та відмінності ручного та машинного розпису сувенірів, обговорено основні положення пошуку та виявлення тем для створення принтів, що будуть актуальні в певний час або для певної аудиторії.

Для візуалізації проєкту було розроблено три принти для еко-сумок, на тему “Флора та фауна країн Європи”.

В першому розділі проєкту в процесі пошуку та створення було коротко розглянуто історію розвитку нанесення зображень на тканини у різні часи. Проведено детальний аналіз тканинної сумки з урахуванням таких аспектів: соціальний, економічний, культурологічний, функціональний, завдяки чому ми змогли визначити як шопер може впливти на сприйняття користувачами, як він може впливати на довкілля та як перетворити звичайну сумку з тканини в оригінальний сувенір. Після чого ми змогли перейти до ергономічного, морфологічного, конструктивно-технологічного, композиційно-пластичного та колірно-графічного аналізу майбутнього сувеніру. Завдяки цьому було встановлено та уточнено основні вимоги до матеріалу, розміру, форми та кольору еко-сумки з урахуванням її функціональності та можливості культурного впливу на суспільство.

В частині розробки проєктної концепції було уточнено головну задачу принту та, завдяки розширеному аналізу обраних туристичних країн, обрано головні символи, що будуть зображенні на готових принтах. Після чого в

розділі дизайнерського рішення готового проєкту сувенірної еко-сумки було пропрацьовано первинні ескізи та їх уточнені варіанти, підібрано до кожного з принтів свою унікальну палітру за допомогою колірного кола та представлено три принта, виконаних в трьох різних стилях.

Задля кращого порівняльного аналізу було вирішено, що кожен з принтів буде наноситися на виріб різними способами: ручний розпис, пряма печать та термоперенос. Відмінності, переваги та недоліки яких було розглянуто в технологічному розділі дипломного проєкту, також в цьому розділі було описано правила догляду за готовими виробами для кожного з видів оздоблення.

Тож завдяки цьому дипломному проєкту та поставленим задачам ми змогли розробити три позиції сувенірної продукції з унікальними дизайнами принтів, в якій змогли поєднати екологічність, практичність, неординарність оздоблення, любов до туризму та природньої символіки країн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акрилова фарба художня: характеристика та особливості. 2016. URL: http://poradu.pp.ua/nauka/40443-akrilova-farba-hudozhnya-harakteristika-ta-osoblivost.html
2. Арнхейм Р. Мистецтво і візуальне сприйняття: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2006. 394 с.
3. Бердинських С.О. Виразно-змістовні якості формалізованих елементів і форм проєктної графіки: збірник наукових праць. Харків: ХДАДМ, 2007. 327 с.
4. Бенніс У., Бєйл А. Дизайн. Теорія і практика. Київ: Фоліо, 2013. 288 с.
5. Бірюков І. Графіка в Adobe Illustrator. Київ: Хай-Тек Прес, 2012. 352 с.
6. Бірюков І. Adobe Photoshop. Графічний редактор та інструменти. Київ: Хай-Тек Прес, 2013. 416 с.
7. Бондаренко В.С. Друкарня з дослідженням технології виготовлення рекламно-сувенірної продукції: магістерська дисертація. Київ, 2020. 98с.
8. Буковецька О. А. Дизайн тексту: шрифт, ефекти, колір. 2-ге вид., переробл. та допов. Київ: Фоліо, 2012. 304 с
9. Історія розвитку художнього розпису тканин. 2010. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/culture/11264/
10. Кардашов В.М. Художньо-творчий розвиток особистості: теоретичний та методичний виміри: монографія. Мелітополь, 2011. 288 с.
11. Кардашов В.М., Шаповал Л.В. Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології. Збірник матеріалів I міжнародної науково-практичної конференції. Запоріжжя: ЗНУ, 2022. с. 114-117.
12. Коберник О.М., Терещук А.І., Гервас О.Г. та ін. Технології: підручник. Київ: Літера, 2010. 160 с.
13. Кордон Ж.М. основи композиції в образотворчому мистецтві. Київ: Дух і літера, 2018. 256 с.

14. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну. Київ: Кондор, 2006. 493 с.
15. Лиссицький В.Г. Основи дизайну: навчальний посібник. Київ: Фоліо, 2011. 192 с.
16. Мюллер-Брокман Й. Графічний дизайн: історія, теорія, практика. Київ: Фоліо, 2010. 320 с.
17. Прямий друк. 2020. URL: https://onedaypromo.com.ua/uk/tehnologii/pryamaya-pechat/
18. Прямий цифровий друк. 2019. URL: https://opium.in.ua/printing_center/pryamyy-druk-vid-1-sht
19. Пушкарева Е.В. Художня композиція у графіці та дизайні. Київ: Дух і літера, 2019. 240 с.
20. Розенсон І. А. Основи теорії дизайну: навчальний посібник. Львів: 2010. 218 с.
21. Сумець О.М., Ігнатова Є.М. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Київ: Хай-Тек Пресс, 2010. 368 с.
22. Сухорукова Л. А. Дизайн візуальних комунікацій: основні поняття та особливості. Збірник матеріалів V міжнародної науково-практичної конференції. Харків: ДАДМ, 2009. С. 128-131.
23. Термоперенос. 2019. URL: https://opium.in.ua/printing_center/termoperenos-vid-1-sht
24. Фарбування тканин: тонкощі і нюанси. 2019. URL: https://barbatextile.ua/uk/presscenter/barbatextile/okrashivanie-tkaney-tonkosti-i-nyuansy/
25. Хмілярчук О.І., Шепельова А.Д. Аналітичний огляд технологій перенесення зображення на тканину. Київ, 2017. 38-46 с.
26. Черкасов Ю.М. Композиція у живопису. Київ: Дух і літера, 2020. 176 с.
27. Шеридан. К. Дизайн. Без компромісів. Київ: Фоліо, 2014. 216 с.
28. Roberta L. Null, Kenneth F. Cherry. Universal Design. ProPub, 1996. 325c.
29. Topical tendencies of science and practice. The XII International Science Conference. Canada, Edmonton, 2021. C. 44-79.

30.ДОДАТОК 1

Приклади шоперів з природним туристичним принтом

Додаток 2

Герб міста Ніцца

Додаток 3

Картина художника Франсуа Буше «Ангели та голуби»

Додаток 4

Герб Франції

Додаток 5

Герб Германії

Додаток 6

Герб Італії

Додаток 7

Сертифікат учасника