



УДК 656.26+004.92

ОСОБЛИВОСТІ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ НОВОРІЧНОЇ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

ДУБРІВНА Антоніна, КРИЖАНІВСЬКА Катерина
Київський національний університет технологій і дизайну, Україна
erzajerarjerza@gmail.com

Надано результати аналізу особливостей графічного оформлення новорічної сувенірної продукції. Класифіковано сувенірні товари за призначенням, видами та художнім оформленням. Визначено базові засоби художнього проектування в сучасній сувенірній продукції. Проаналізовано особливості кольорового рішення новорічної сувенірної продукції, вживані художні образи та можливі варіанти стилістики.

Ключові слова: сувенірна продукція, цифрове мистецтво, художні прийоми, цифрові зображення, новорічні сувеніри.

ВСТУП

Сучасний стан поліграфічного дизайну актуалізує питання використання методів цифрового мистецтва в розробці сувенірної продукції. Це надає можливості досягти високого візуального рівня, що привертає увагу та задовольняє потреби споживача, а також, відповідає вимогам поліграфічного друку. Рівень якості у створенні дизайну сувенірної продукції досягається завдяки методам, що розкривають можливості графічних редакторів перед художником або дизайнером. Це дозволяє ефективно здійснювати проектну діяльність і створювати досконалі дизайн-рішення.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою проведеного дослідження є аналіз особливостей сувенірної продукції тематичного спрямування (новорічні свята), визначення видів, їх систематизація, окреслення чинників, що забезпечують максимальну художню виразність її візуального контенту.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Сувенірні товари є продуктами масового виробництва та пов'язані із певними аспектами цифрового середовища. Адже, більшість їх складових використовують цифрові зображення. Зазначимо, що актуальність цифрового мистецтва зростає. Проте, воно не заміняє традиційні види образотворчого мистецтва. Так, у живописі, графіці, скульптурі представлена складна система художніх образів, що митець вибудовує за допомогою художніх технік та прийомів. Поціновувачам мистецтва і звичайним глядачам важливо бачити природність текстури



матеріалу, кольорове багатство, фактуру фарби, гру світла, що підсилює виразність художнього твору. Перевага традиційного мистецтва полягає в наявності оригіналу, оскільки рука людини не може створити дві однакові лінії. Зауважимо, що сьогоденні традиційне та цифрове мистецтво розвиваються паралельно. Виникнення цифрового мистецтва пов'язане із розвитком друку в поліграфічному виробництві. Воно характеризується двома напрямками, а саме: перенесення творів традиційного мистецтва в цифрове середовище і створенням нових художніх творів із застосуванням комп'ютерних технологій.

Дійсно, цифрове мистецтво розкриває нові можливості для дизайну сувенірних виробів, допомагає досягти особливої виразності. Використання цифрового зображення є однаково актуальним рішенням для преміального та бюджетного сегментів. Цільовими споживачами сувенірної продукції є широкі верстви населення, різного за віком, освітою та соціальним статусом. Сувенір є найпопулярнішим видом подарунка у всіх країнах світу. Зазвичай подарунок вибирають, орієнтуючись на захоплення, стать і вік людини, а корпоративний сувенір стає втіленням іміджу і місії компанії. Процес створення сувенірної продукції включає в себе призначення та категорії сувенірів, художні засоби, композиційне рішення, систему художніх образів й особливості стилістики.

Так, при розробці сувенірної продукції тематичного спрямування (новорічні свята) використовують певні уживані форми, образи та кольорові рішення, що є характерними для події.

Асортимент новорічної сувенірної продукції досить різноманітний, що і робить його таким популярним у всьому світі [1]. Призначення сувенірів можна розділити на такі види:

- канцелярські товари: блокноти, ручки, календарі;
- одяг: футболки, шапки, кофти;
- вироби для офісу: підставки, килимки для миші, папки;
- предмети посуду: келихи, чашки, тарілки;
- деталі інтер'єру: статуєтки, ялинкові прикраси;
- новорічні листівки;
- новорічна упаковка: пакети, коробки, пакувальний папір.

Новорічна сувенірна продукція з точки зору художнього оформлення буває:

- коштовна (оформлення з коштовними елементами, де покупцем передбачається людина із значними фінансовими можливостями);
- вишукана (не передбачає великих фінансових витрат, однак вирізняється оригінальністю);
- орієнтована на жіночу аудиторію;
- орієнтована на дітей;
- новорічне оформлення, пов'язане з поп-культурою, що розраховане на молодий сегмент споживачів [3].



Зазначимо, що у надзвичайній варіативності новорічної сувенірної продукції прослідковуються певні графічні прийоми, що включають такі художні вияви:

- графічна монохромна ілюстрація та використання шрифтів;
- використання персонажів;
- колаж;
- ручна робота;
- використання силуетів;
- використання структурних елементів та конструкцій [2].

Аналізуючи широкий асортимент новорічної сувенірної продукції, що у широкому асортименті представлена на ринку за період святкових тижнів, підкреслимо певну однотипність її екземплярів. Це пов'язано із тематичним святковим спрямуванням, що визначає особливості кольорових рішень, художніх образів та звужує напрями стилістики.

Зауважимо, основним фактором, що впливає на емоційне сприйняття, виявляється найбільш дієвим і фундаментальним, є колір. Саме колір привертає спочатку увагу споживача. Так, для новорічної сувенірної продукції характерною є певна кольорова гамма, а саме: червоний, зелений, білий, блакитний. Допустимими є інші допоміжні контрастні, яскраві кольори, які ототожнюються у споживача зі святом: жовтий, помаранчевий, золотий, практично відсутні темні кольори. Це пов'язано з асоціаціями святкової ялинки, снігу, подарунків, новорічних прикрас та одягом головних персонажів свята – Санта Клауса та Святого Миколая.

Дійсно, канонічними художніми образами для новорічних сувенірів є Санта Клаус, Святий Миколай та атрибути, що їх супроводжують. Це подарунки, олені, сані; традиція наряджати ялинку прикрасами; образи, пов'язані зі снігом та зимовими іграми, а саме сніжки, сніговики, сніжинки. Наразі доволі популярним в Україні є використання образів тварин-символів року китайського традиційного календаря.

Досліджуючи стилістику розробки новорічної сувенірної продукції, підкреслимо тяжіння до форм дитячої ілюстрації, реалістичних зображень та уникання використання у проектній роботі фотографій.

ВИСНОВКИ

Проведено аналіз сувенірної продукції тематичного спрямування (новорічні свята). Визначені основні чинники, які впливають на створення новорічної сувенірної продукції. Дослідження виявило, що для створення досконалого художнього оформлення, яке задовольнить потреби споживача, важливим є дотримання кольорової гами, тематичних художніх образів, певної стилістики свята, які будуть формувати асоціації із зазначеною подією. У разі ігнорування цих факторів художнє оформлення сувенірної продукції утруднить їх сприймання, що вплине на рівень зацікавленості потенційного споживача.



ЛІТЕРАТУРА

1. Виды сувенирной продукции: назначение и категории. URL: <https://i-spol.com/stati/vidyi-suv-prod-nazn-i-cat/> (дата звернення: 11.02.2020).
2. Выразительные средства в дизайне упаковки с иллюстрацией. URL: <https://creative.univest.ua/2017/03/28/dizajn-upakovki-illyustratsiya/> (дата звернення: 11.02.2020).
3. Обзор рынка аналогов, анализ прототипов упаковки для новогодних подарков. URL: <https://www.calculate.ru/articles/obzor-rynka-analogov-analiz-prototipov-upakovki-dlya-novogodnikh-podarkov/> (дата звернення: 26.02.2020).

DUBRIVNA A., KRYZHANIVSKA K.

FEATURES OF GRAPHIC DESIGN OF NEW YEAR'S SOUVENIR PRODUCTS

The results of feature analysis of graphic design of New Year's souvenir products are given. Souvenirs are classified by purpose of use, types and decorative appearance. The basic means of artistic design in modern souvenir production was determined. Features and color solutions of New Year's souvenir products, artistic images and possible stylistic variants applied are analyzed.

Key words: *souvenir products, digital art, art receptions, digital images, New Year's souvenirs.*