

УДК
687.01

ЄВГЕН МАЗНЄВ, ТЕТЯНА ФІЛІПОВА
Східноукраїнський національний університет імені Володимира
Даля, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ОДЯГУ ДЛЯ ЗВО

***Мета.** Корпоративний стиль закладу вищої освіти - це система визначених кольорів, шрифтів, логотипів, графічних елементів, фірмового одягу тощо, що визначають спосіб представлення та комунікації. Він служить для створення єдиного та впізнаваного образу, відображає імідж та цінності ЗВО. Важливо, щоб корпоративний стиль був цілісним та узгодженим у всіх аспектах діяльності.*

***Ключові слова:** корпоративний одяг, брендування, оздоблення, інновації.*

***Постановка завдання.** Для ЗВО корпоративний (фірмовий) одяг має велике значення, оскільки він відображає ідентичність та стиль ЗВО, забезпечує єдність та професійний вигляд, та впливає на впізнаваність та сприйняття закладу в цілому. Він виступає значущим та важливим елементом іміджу та ідентичності ЗВО. Дизайн-проекування та ретельне використання корпоративного одягу може мати значний вплив на сприйняття та взаємодію всіх працівників та студентів, а також сприяти укріпленню бренду ЗВО.*

***Методи досліджень.** Розглянуто основні шляхи дизайн-проекування корпоративного одягу для ЗВО. Проведено аналіз корпоративного одягу деяких ЗВО, зібрано відомості про вимоги співробітників та студентів ЗВО щодо корпоративного одягу, та розглянуто як систему корпоративний стиль (корпоративний бренд) та його ідентичність, включаючи логотипи, кольори, графічні елементи та графічні стандарти, його структуру.*

***Результати досліджень.** Фірмовий одяг для ЗВО можливо поділити на дві умовні великі групи – «академічний» та сучасний фірмовий одяг. До академічного одягу відноситься мантії, конфедератки, шарфи тощо. Весь інший фірмовий одяг відносимо до «сучасного». В кожній з цих груп одяг поділяємо на основні групи – одяг для урочистих заходів та повсякденний. Кожна з цих груп може додатково поділятися для різних груп споживачів – викладачі, студенти тощо. Можливе подальше розділення на групи для*

визначення «ієрархії» співробітників та студентів ЗВО (рис. 1). При цьому додається окрема група «спеціального» корпоративного одягу до якої входять, наприклад, спортивний, захисний, а також елементи оздоблення, аксесуари тощо (брендування одягу)

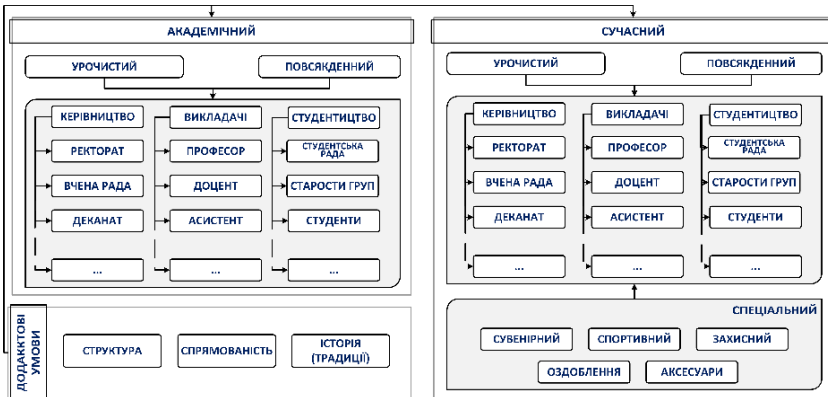


Рис. 1. «Структура» корпоративного (фірмового) одягу ЗВО

Додатковими факторами при дизайн-проектуванні корпоративного одягу для ЗВО можуть виступати його структура, специфіка сфери діяльності (спрямованість), традиції тощо (рис. 1).

Основну увагу приділяємо дизайн-проектування «сучасного» корпоративного одягу. Основні тенденції:

Основні тенденції дизайн-проектування фірмового одягу: мінімалізм, брендування, функціональність, екологічність, модернізм, персоналізація, дизайн-інклюдія, кольорова палітра, інновації.

Основні інноваційні напрями дизайн-проектування фірмового одягу для закладів вищої освіти:

- використання екологічних матеріалів (органічна бавовна, бамбукові волокна, віскоза, рецикловані тканини тощо);
- 3D-друк (створення унікальних декоративних елементів, логотипів, аксесуарів);
- використання смарт-текстилю (вбудовані електронні компоненти, LED-підсвічування, сенсори тощо);
- використання інноваційного текстилю (мікроінкапсуляція активних речовин; обробка волокон перед прядінням текстилю, активні мікрокапсули, антибактеріальні тканини або тканини з підвищеною стійкістю до зносу тощо).

- персоналізація (співробітники та студенти мають можливість вибирати розміри, кольори та стиль, елементи оздоблення);
- використання гаджетів та додатків (додатки для смартфонів, які співпрацюють з фірмовим одягом);
- унікальні друковані рішення (інноваційних методи друку –сублімація, 3D-друк, створення унікальних графічних тощо);
- дизайн-проектування для специфічних галузей (урахування потреб конкретної галузі – медичної, спортивної, юридичної тощо).
- брендування (друк або вишивка логотипів та/або бренду, нестандартні місця для їх розміщення тощо).

Висновок. Основними особливостями при проектуванні корпоративного одягу є наступне: складна «структура» корпоративного одягу, яка безпосередньо пов'язана зі спеціалізацією, історією, структурою, внутрішньою «ієрархією» тощо. При цьому корпоративний (фірмовий одяг) залишається одним із основних елементів загального фірмового стилю (бренду) ЗВО, таких як логотип, фірмові кольори, торговельна марка. Використання інноваційних технологій. Інновації в проектуванні корпоративного одягу для ЗВО можуть включати в себе використання новітніх матеріалів та технологій, розробку оригінальних дизайн-проектів, інтерактивних рішень та інші аспекти, що підкреслюють сучасність, професіоналізм ЗВО, що сприяє впізнаваності та створенню почуття єдності серед студентів, персоналу, підкреслюючи спільні цінності та ідентичність

Література

1. Мандебура Ф.І Інноваційні види оздоблення в дизайні сучасного одягу / Мандебура Ф. І., Ляшенко М. В., Мазнев Є. О., Лю Цзянсінь, Колосніченко О. В., Пашкевич К. Л. // Матеріали І Всеукраїнської конференції «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості» (17 листопада 2020 року, м. Київ). КНУТД. С. 528-533.
2. Інноваційні технології дизайн-проектування сучасного одягу / Л. О. Щербань, Ю. О. Костогриз, В. В. Керсновська, Н. В. Кривенька, В. О. Іваницька // Технології та дизайн. 2018. № 1 (26). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2018_1_2.
3. Мазнев Є. О., Очкурєнко В. І. Дизайн-проектування одягу як елемент фірмового стилю. Збірник наукових праць: інноваційні технології для промисловості. СЧУ ім. В. Даля, Сєвєродонецьк, 2021 р., № 1. С. 252-255.