

линних мотивів звертався Яків Пригарський наприкінці XIX ст., а традицію осередка наприкінці XX ст. продовжив В. Бардачевський.

Чорнолощений рослинний декор спостерігаємо на слоїку з Тербовлянщини. В оздобленні використано колоски пшениці, які вільно нанесені на виріб. Очевидно, слоїк призначався для зберігання зерна. У димленій кераміці кінця XX ст. сучасних майстрів В. Бардачевського та Є. Рудика також бачимо оздоблення дзбанків і ваз переважно рослинним декором, з використанням у композиціях мотиву "букета" [9, с. 84].

На території Західного Поділля в різних осередках гончарства трапляється декор у вигляді видовжених овалів, розташованих вертикально. На подібне прикраснення у вигляді поздовжніх овалів на високій та широкій шийці глечика, що візуально видовжує її, натрапляємо в Копичинцях. Аналогічний декор бачимо на макітрі з Бережан, що покриває всю площину зовнішньої поверхні виробу.

**Висновки.** Гончарство Західного Поділля зазнало високого піднесення у другій половині XIX – початку XX ст., що було пов'язано з утвердженням капіталістичних відносин, відкриттям шкіл кераміки, організаціями виставок народних промислів. Розвитку мистецтва кераміки сприяли загальноукраїнські та європейські процеси, які трансформувалися і входили в середовище народної культури. Твори димленої кераміки були найпоширенішими на території субрегіону. У другій половині XX ст. гончарство занепало. Навчання керамічної справи при школах, дитячих студіях, у гуртках кераміки призупинило повний занепад гончарних промислів. Майстри Західного Поділля представили широку типологічну різноманітність димлених виробів, яка характерна логічними та гармонійними формами. Художньої виразності творам надавали різноманітні техніки оздоблення (лощення, штампування, гравірування) та розпис "опискою". Домінантним став декор із геометричними елементами та унікальні розписи з мотивами рослинного типу.

**Подальший напрям дослідження.** Плануємо дослідити взаємовпливи формотворення та прийомів декорування народної кераміки Східної та Західної частин Поділля.

## Література

1. Гарасимчук Р.П. Народное искусство Тернопольской области УССР / Р.П. Гарасимчук // Советская этнография. – 1957. – № 2. – С. 72-89.
2. Матейко К.І. Народна кераміка західних областей Української РСР XIX-XX ст.: історико-етнографічне дослідження / К.І. Матейко. – К.: Вид-во АН УРСР, 1959. – 108 с.
3. Клименко О. Гончарні осередки Черкаської, Чернігівської, Львівської, Хмельницької та Тернопільської областей / О. Клименко // Українське гончарство: національний культурологічний щорічник / упоряд. О. Пошивайло. – Опішне, 1996. – Кн. 3: За рік 1995. – С. 159-172.
4. Гирман В. Гончарні осередки Тернопільщини / В. Гирман, В. Козача // Українське гончарство: національний культурологічний щорічник / упоряд. О. Пошивайло. – Опішне, 1996. – Кн. 3: За рік 1995. – С. 173-186.
5. Дяків О. Західноподільські осередки гончарства XIX-XX століть / О. Дяків // Народне мистецтво. – 2005. – № 3/4. – С. 15-17.
6. Івашків Г. Декор української народної кераміки XVI – першої половини XX століть / Г. Івашків. – Львів: Вид-во Ін-ту народознавства НАН України, 2007. – 544 с.
7. Мотиль Р.Я. Українська димлена кераміка XIX – XX ст. (історія, типологія, художні особливості): дис. ... канд. мистецтвознав.: спец. 17.00.06 "Техническая эстетика и дизайн" / Мотиль Романа Ярославівна. – Львів, 2000. – 310 с.
8. Клименко О. Розвиток українського гончарства в XX ст. / О. Клименко // Народне мистецтво. – 2005. – № 1/2. – С. 38-40.

9. Вольська С.О. Кераміка Західного Поділля кінця XIX – XX століття (історія, типологія, художні особливості): дис. ... канд. мистецтвознав.: спец. 17.00.06 "Техническая эстетика и дизайн" / Вольська Світлана Олексіївна. – Львів, 2013. – 159 с.

10. Селівачов М.Р. Лексикон української орнаментики (іконографія, номінація, стилістика, типологія): навч. посібн. [для студ. ВНЗ] мистецтва / М.Р. Селівачов. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К.: Вид-во "Ант", 2009. – Вип. XVI. – 408 с. – (Праці наукового товариства ім. Миколи Трохименка. – Вип. 18).

11. Фріде М. Форма і орнамент посуду з Поділля / М. Фріде // Науковий зб. Ленінградського товариства дослідників української історії, письменства та мови / за ред. В. Перетца. – К.: Вид-во "Пролог", 1928. – С. 81-92.

## **Вольская С.А. Отдельные аспекты развития чёрнолощенной керамики Западного Подолья конца XIX-XX веков**

Рассмотрены основные тенденции развития дымленной керамики Западного Подолья конца XIX-XX веков как самобытного явления украинского искусства, в котором воплотились практическая польза использования и высокие художественные качества. Определено, что чёрнолощенные изделия характеризовались гармоничными и конструктивными пропорциями и были наиболее распространенной гончарной продукцией субрегиона.

**Ключевые слова:** дымленная керамика, традиции, гончары, декорирование.

## **Volska S.O. Some aspects of pottery Western Podillja black-polished ceramics end of the XIX-XX century**

The paper examines the main trends black ceramics Western Podolja end of XIX – XX century as a distinctive phenomenon of Ukrainian art which embodies practicality of use and high artistic quality. Determined that the black polishing products were characterized harmonious proportions and design and were the most common pottery production sub-region.

**Keywords:** black-polished ceramic tradition, potters, decoration.

УДК 76.01:766

Преп. Т.О. Габриелян –

Крымский университет культуры искусств и туризма

## **СИСТЕМА ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ БРЕНДА**

Описаны принципы и элементы системы, на основе которой в дальнейшем проектируются программы визуальной идентификации. Выделены системообразующие и структурообразующие категории. Определено девять базовых структурных единиц. Описан принцип модульного построения системы и определена наименьшая структурная единица – модуль. Проиллюстрирован принцип детализации модуля на основе типологического сценарного моделирования. Рассмотрена система как база данных, которая содержит информацию о графическом языке бренда.

**Ключевые слова:** бренд, визуальная идентификация, графический дизайн, структура, система, модуль.

**Постановка проблемы и анализ предыдущих исследований.** Большое количество методов и форм визуальной коммуникации в коммерческой рекламе порождает хаос как в среде обитания, так и в сознании потенциальных потребителей. В большинстве случаев графическая составляющая разрабатывается на короткий срок рекламной кампании. Для следующего контакта используется иной визуальный язык. Такая бессистемная работа снижает эффективность и долгосрочность взаимодействия с адресатом, так как отсеивается его сознанием.

Попытку системно подойти к данному вопросу мы находим в методических материалах ВНИИТЭ по дизайн-программированию [1]. Данная работа разработана в основном для конструирования промышленных изделий, следует отме-

тить, что базовые принципы и структурные единицы являются универсальными для дизайн-программирования различных направлений.

**Цель работы** – выявить базовые категории, принципы организации и функционирования элементов системы визуальной коммуникации бренда.

**Изложение основного материала.** Стандартная программа визуальной коммуникации бренда [4, с. 147], представляет собой набор действий по проектированию и передаче сообщения потенциальному потребителю. Количество передаваемой информации, стратегия позиционирования, активность на рынке и многие другие факторы увеличивают количество проектируемых программ. Факторы и процессы внутренней и внешней среды должны быть организованы – систематизированы. В свою очередь, необходимо определить структуру системы визуальной коммуникации, элементы которой будут систематизироваться между собой.

Необходимо различать структуру системы и принцип системности, под которым будем понимать свойство, не присущее проектируемой программе изначально, а целенаправленно создаваемое дизайнерами. Принцип системности тождественен принципу идентичности, который также не присущ бренду изначально, он есть результат органической взаимосвязи и взаимодействия элементов платформы бренда между собой.

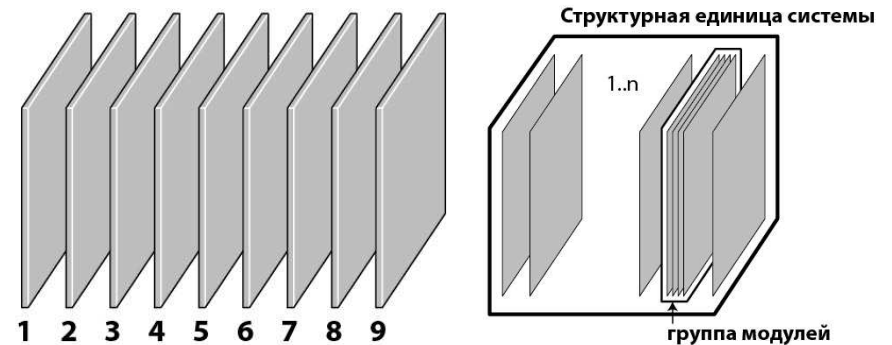
Рассмотрим системообразующую и структурообразующую категории системы визуальной идентификации. Первая отражает принципы целостности системы [3, с. 38, 41], а вторая описывает каркас системы и ее элементы. Так, когда мы говорим "солнечная система", то, явно или неявно, подразумеваем нечто большее, чем совокупность планет, входящих в нее: мы имеем в виду главным образом ту модель, которая объясняет закон функционирования планет как целого, невидимые пути их движения и всю сложную небесную механику [1, с. 67].

Выделим две системообразующие категории: категорию художественного синтеза системы и категорию материала художественной системы [1, с. 73]. Первая категория проявляется через формы художественного системообразования объекта: ансамбль, среда, стиль; вторая – через способы материализации форм художественного синтеза: предмет, пространство, знак. То есть в первом случае мы говорим о содержании и связях, а во втором – о проявлении смысла визуального сообщения в практике.

Если каждый элемент категории художественного синтеза последовательно совместить с элементами категории материала художественной системы, то получим девять трансформационных модификаций [1, с. 73]: предметный ансамбль, пространственный ансамбль, знаковый ансамбль, предметная среда, пространственная среда, знаковая среда, предметная форма стиля, пространственная форма стиля, знаковая форма стиля. Такое совмещение позволяет говорить об органичном совмещении содержания (смысла, идеи) и материала (практической реализации). Это и принципы системообразования, и этапы проектирования визуального сообщения. Обозначим их как структурные единицы системы. Данные структурные единицы графически проиллюстрируем в виде модулей, расположенных друг за другом (рис. 1).

Такое понимание структуры системы визуальной коммуникаций находит точки соприкосновения со структурными единицами бренда. Ансамбль – единый смысловой стержень; среда – внутренняя и внешняя сфера коммуникации; стиль –

единый облик бренда; предмет – материальное воплощение визуальной коммуникации в объекте; пространство – сфера, организующая объекты в единое целое; знак – проявление сущности бренда в знаковой форме. Таким образом, можно говорить о некоторой языковой надстройке, являющейся связующим и систематизирующим звеном между графическим дизайном и брендом.



**Рис. 1.** Модульный принцип расположения структурных единиц системы визуальной коммуникации бренда

**Рис. 2.** Содержание структурной единицы, организованной по модульному принципу. Принцип объединения модулей в группы

Последовательное расположение структурных единиц системы и обозначение их этапами не означает жесткую иерархию процесса проектирования. Рисунок отражает лишь элементы структуры системы, а взаимосвязь и взаимодействие между ними вскрывается в принципах функционирования, говоря точнее в процессе проектирования, который требует отдельного рассмотрения. Отметим лишь, что принципы взаимосвязи элементов между собой определяются дизайнером. Например: формирование, усиление, ослабление, нейтрализация связей между структурными единицами системы. Именно в гармоничном соединении элементов различной природы (категориями системообразования и структурообразования) проявляется творческая сущность графического дизайнера. Такое глубокое понимание позволяет создавать лицо бренда, а не "косметическую" стилизацию маски, которая разрушает идею бренда как "образа мечты".

Развивая структуру системы, добавив, что каждая из девяти структурных единиц может иметь дополнения. К примеру, если знаковый ансамбль бренда является единым для всей визуальной идентификации, то знаковый ансамбль рекламной кампании может содержать набор уточнений. Модульная система позволяет уточнять смысловую составляющую бренда, а также новые формы материализации художественного синтеза. К примеру, в сфере проектирования бренда в виртуальном пространстве можно выделить различные направления графической идентификации: веб-сайты, медиа-презентации, приложения (для настольных систем, планшетов и телефонов) и др. Таким способом осуществляется детализация структурной единицы по принципу добавления новых модулей. Количество модулей неограниченно. В свою очередь, каждый модуль может быть набором из других модулей, объединенных в единую группу (рис. 2). Таким образом, обозначим структурообразующий принцип модульности системы. Иерархию системы, в об-

ратном порядке, можно проиллюстрировать следующим образом: наименьший элемент модуль → группа модулей → структурная единица системы.

Систему визуальной идентификации можно представить как некую базу данных, в которой хранится информация о бренде и графической его интерпретации. В структурных единицах (модулях) размещается информация согласно их тематического содержания.

В свою очередь, каждый модуль также может быть детализирован. Такой подход отражает принцип типологического проектирования или аналогичный в брендинге – позиционирование. Типология позволяет определить область (сектор), в которой необходимо вести проектирование коммуникации. К примеру, веб-сайт может иметь как единый графический язык для всех потребителей, так и быть уникальным для каждой типологической группы.

Понимание типологии видится нами шире, чем простая классификация потребителя по определенным признакам. Типологическое проектирование раскрывается в методе сценарного моделирования [2, с. 69]. Здесь осуществляется попытка считать образ адресата, основываясь на его социокультурном портрете в определенной жизненной ситуации.

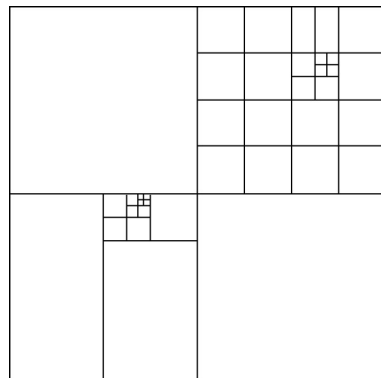
Графически детализация модуля проиллюстрирована на рис. 3. Прообразом служит матрица, каждый элемент которой, в свою очередь, также является матрицей. Глубина детализации может быть неограниченной, но в определенный момент это может привести к удорожанию продукта коммуникации и нецелесообразности его проектирования.

**Выводы.** В статье сделана попытка выделить базовые категории системобразования и структурообразования системы визуальной идентификации бренда. Обозначены категории системобразования: категория художественного синтеза системы и категория материала художественной системы. Из их элементов сформированы девять трансформационных модификаций, которые легли в основу базовых структурных единиц системы.

Обозначен принцип модульности структуры и наименьшая единица структуры – модуль. Определен принцип формирования групп модулей и объединения их в базовые структурные единицы. Проиллюстрирован принцип детализации модуля, который является важным при типологическом проектировании коммуникации.

Система также определена, как база данных по накоплению информации о бренде. Эти данные очерчивают некоторые границы в рамках, которых осуществляется проектирование программы визуальной коммуникации. Разложенная по полочкам информация становится структурированной, а коммуникация проектируемая дизайнером системной.

**Перспективы дальнейшего исследования.** Выделенные категории и принципы не являются окончательно определенными. Они требуют дальнейшего исследования, как в теоретическом так и в эмпирическом аспекте.



**Рис. 3. Матричная структура модуля и принцип его детализации**

Исследование процессов построения комплексного объекта программы визуальной коммуникации позволит выявить сильные и слабые стороны разрабатываемой системы. Принципы системобразования (типологизации) и комплексобразования (классификации) более детально раскроют идею системности (целостности).

### Литература

1. Сидоренко В.Ф. Методика художественного конструирования. Дизайн программа: методические материалы / В.Ф. Сидоренко, Л.А. Кузьмичев, А.Л. Дижур и др. – М. : Изд-во ВНИИТЭ, 1987. – 172 с.
2. Сидоренко В.Ф. Средства дизайн-программирования: методические материалы / В.Ф. Сидоренко, Л.А. Кузьмичев, Д.Н. Щелкунов и др. – М. : Изд-во ВНИИТЭ, 1987. – 84 с.
3. Фаворский В.А. Об искусстве, о книге, о гравюре / В.А. Фаворский. – М. : Изд-во "Книга", 1986. – 322 с.
4. Счетчиков И.Е. Эволюция фирменного стиля в проектной культуре XX века: Рукопись дис. канд. техн. наук / И.Е. Счетчиков. – М., 2005. – 315 с.
5. Чернатони Л. Как создать мощный бренд : пер. с англ. / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд; под ред. Б.Л. Ерёмкина; предисловие Б.Л. Ерёмкина. – М. : Изд-во ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 559 с.

### *Габрієлян Т.О. Система візуальної ідентифікації бренду*

Описано принципи та елементи системи, на основі якої в подальшому проектується програми візуальної ідентифікації. Виділено системоутворювальні і структуроутворювальні категорії. Визначено дев'ять базових структурних одиниць. Описано принцип модульної побудови системи і визначено найменшу структурну одиницю – модуль. Проілюстровано принцип деталізації модуля на основі типологічного сценарного моделювання. Розглянуто систему як базу даних, яка містить інформацію про графічну мову бренду.

**Ключові слова:** бренд, візуальна ідентифікація, графічний дизайн, структура, система, модуль.

### *Gabrielyan T.O. The system of visual brand identity*

This article describes the principles and elements of the system, on which visual identification programs can be designed. System organizing and structure organizing categories are allocated. Nine basic structural units are defined. Describes system's modular construction principle and determines the module as a smallest structural unit. Module detailing principle based on typological scenario modeling illustrates. System as a database that contains information about the graphic language of the brand considered.

**Keywords:** brand, visual identity, graphic design, structure, system, module.

УДК 7.01

*Астур. А.Н. Кожуховский<sup>1</sup> –  
Российский ГУ туризма и сервиса, г. Москва*

### **ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ИЗГОТОВЛЕНИЯ АРХИТЕКТУРНОГО МАКЕТА**

Рассмотрен вопрос современного выполнения архитектурного и ландшафтного макета на высоком художественном уровне с применением новейших инновационных технологий и материалов, а также необходимость включения в профессиональную подготовку художников-дизайнеров изучение современных инновационных технологий и новейших технических достижений в области изготовления макета на качественно новом уровне.

Решение исследовать данную тему вызвано тем, что в наше время производство макетов переживает большие перемены, потребность в профессионально вы-

<sup>1</sup> Науч. руководитель: проф. О.Б. Мышляева, канд. философ. наук