

3. Сімейна виноробня Fathers Wine // Винний гід України [сайт]. Режим доступу: <https://www.uabestwine.com/simeina-vynorobnia-fathers-wine> (дата звернення 10.11.2021).

4. 46parallel wine [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://46parallel.wine/> (дата звернення 10.11.2021).

Зубов О.Ю.,

студент IV курсу ВП «Миколаївський факультет менеджменту і бізнесу Київського університету культури»;

Науковий керівник: Одробінський Ю.В., кандидат мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри дизайну ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв

ХУДОЖНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ КРАЩИХ СПОРТИВНИХ БРЕНДІВ УКРАЇНИ

Бренд-дизайн у спорті відіграє значущу роль для прямої популяризації та асоціативно-інтуїтивної пізнаваності відомих успішних спортивних команд. Саме тому його головним завданням є постійний стайлінг та створення нових оригінальних рішень одягу, взуття і інших складових із використанням вже відомих впізнаних товарних знаків та інших елементів фірмового стилю різних спортивних брендів.

У світі багато спортивних брендів, серед яких найвідоміші: Nike, Adidas, Puma. Ці бренди широковідомі та використовуються майже всюди де є натяки на спорт. Розглянемо ці бренди детальніше.

Логотип Nike було розроблено дизайнером Керолін Девідсон у 1971 році. Спочатку логотип називався «Strip», що пізніше став широко відомий як «Swoosh». Новоявлений символ Nike спочатку отримав різні трактування. За словами автора логотипу, лінія зображує крило богині Нікі, яка подарувала бренду назву.[2]

Перший логотип Nike був розроблений в 1971 році. У початковій версії «галочка» мала чорний контур та внутрішню прозорість, а назва «Nike» була написана поверх плавним рукописним шрифтом, де символ трішки перекривав напис. Розробкою логотипу Nike займалася дизайнерка Керолін Девідсон. Саме їй прийшла ідея зобразити всесвітньовідомий символ «свуш». Через сім років логотип був доопрацьований: «свуш» трохи поміняв свій вигин, зазнав невеликого розмиття і набув чорного кольору. Напис «Nike» розмістився над малюнком, а його шрифт став більш стриманим та симетричним. Ще за кілька років шрифт і символ злегка розтягли, почали використовувати білий колір на чорному тлі. А в 1995 році відбулася головна подія в історії логотипу – він втратив шрифтовий напис «Nike» і залишилась тільки «галочкою». Логотип-галочка Nike відображається в різних кольорах. Довгі роки він був яскраво-

чорним кольором. Пізніше як фірмовий колір був введений тьмянний помаранчевий відтінок [4].

Іншим не менш відомим спортивним брендом світу є німецька торгова марка Adidas, слово якої походить від імені її засновника Адольфа (Аді) Дасслера (Дас) [1].

Перший логотип Adidas з'явився у 1949 році і являв собою зображення бутси з трьома смужками, яку утримують навмисноповдовжені виносні елементи букв «d» у назві Adidas. А зверху у формі півкола розташовується ім'я Адольфа Дасслера. Текстова частина логотипу відображає популярний на той час у Німеччині шрифтовий конструктивізм. Згодом він стане одним із найяскравіших друкарських напрямків і «стійко» асоціюватиметься з «Німеччиною» завдяки таким шрифтам, як Futura та експериментам з геометричними гротесками часів Баухауса (1919–1933 роки) [1].

На початку 1970-х Adidas створює новий логотип компанії – трилисник з трьома фірмовими смужками в нижній половині емблеми. Три листи зображували стилізовану розгортку карти світу з трьома континентами планети.

Протягом 2000-х років Adidas внесла кілька незначних змін до свого бренду, офіційно заснувавши Adidas Originals у 2001 р., де фірмовий стиль бренду спрощено до класичного текстового логотипу з трьома горизонтальними смужками [1].

Також слід проаналізувати дизайн відомої компанії Puma – великого німецького виробника взуття, одягу, парфумерії та спортивних аксесуарів.

У 1948 р. з'явився перший логотип Puma. Він був створений у чорно-білому кольорі і складався з двох частин: зображення тварини (пума) та знака D (перша буква прізвища засновників). Пума на логотипі зображена як силует, без промальовування деталей і начебто стрибає через кільце. Літера D витягнута вгору і має засічки. Створив його, засновник бренду, Рудольф Дасслер [3].

Компанія Puma вже існує вже майже сто років. За цей час вона не одноразово змінювала зовнішній вигляд фірмового знаку. 1951р. – емблема трохи відрізняється від попереднього варіанту, де пума і буква D поміщені всередину фігури, що нагадує діамант. 1968 р. – логотип значно змінюється: тепер на ньому залишається тільки силует пуми, а напис та фігура зникають. 1975 р. – на логотипі Puma знову з'являється назва бренду. Слово «Puma» розташоване зліва, а праворуч — той самий силует тварини, напис та картинка мали однакову висоту, шрифт округлий, без засічок. 1976 р. – з емблеми зникає зображення пуми, зберігається тільки напис. Але тепер вона виконана шрифтом із нахилом управо. 2003 р. – логотип вперше стає кольоровим. Фон, на якому зображена пума та напис, пофарбований у червоний колір. Рядок «puma.com» зникає. Ця версія фірмового знаку є актуальною та використовується фірмою й зараз [3].

Отже, розглядаючи художні особливості дизайну кращих спортивних брендів світу, можемо простежити різноманіття ідей, постійний розвиток й оновлення логотипів та фірмових стилів, та зміни фірмових кольорів, що може стати предметом подальших науково-практичних досліджень цієї сфери.

Список використаних джерел:

1. Адідас. Історія бренду [Електронний ресурс] Режим доступу: https://street-beat.ru/blog/adidas-history/?utm_medium=organic&utm_source=google
2. 9 цікавих фактів про Найк [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://idealsport.com.ua/ru/istoriya-logotipu-nike-swoosh-i-9-tsikavikh-faktiv-pro-nogo/> (дата обращения: 10.11.21).
3. Розвиток та еволюція бренду Пума [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://turbologo.ru/blog/logo-puma/> (дата обращения: 10.11.21).
4. Найк: Історія про те, як обійти конкурентів [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://welovebrands.com.ua/brandomania/nike/> (дата обращения: 10.11.21).

Мар'єнко Д.В.,

студентка IV курсу ВП «Миколаївський факультет менеджменту і бізнесу Київського університету культури»;

Науковий керівник: Одробінський Ю.В., кандидат мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри дизайну ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв

LOWPOLY, HIGHPOLY, MIDPOLY – ЧИМ ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ТА ЯК ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ

В межах навчання на спеціальності «Дизайн», спеціалізації «Дизайн графіки» особливе значення має набуття професійних компетенцій із створення 3D моделей, що входить до системи проектування різних видів об'єктів, суб'єктів та предметів. Технологія створення їх є складною і поступовою, від загальних форм до деталей, є велика кількість понять та процесів, що потребують роз'яснень. Саме тому проаналізуємо та дослідимо у даній роботі три види моделей: LowPoly, HighPoly, MidPoly з метою роз'яснення певних завдань пов'язаних із комп'ютерним моделюванням.

Усі 3D моделі складаються з точок, ребер та площин (полігонів) з яких створюються багатокутники. У геймдеві їх називають «полігони». Найпростіший полігон складається з трьох точок, що утворюють трикутник. Існує також квард (чотирикутники) та н-гони (багатокутники), але у всіх ігрових двигунах та 3D програмах все складається з трикутників. В результаті, навіть якщо створювати модель з квардів та н-гонів, програма автоматично перетворює їх на трикутники. Такий процес називають «тріагуляцією» і в кожній програмі ця функція може працювати по-різному [1];[3]. Усі полігони складаються в сітку, яка ділиться на три види моделей: LowPoly, HighPoly, MidPoly.

LowPoly – це спрощена модель для гри із мінімальною кількістю полігонів. Саме модель LowPoly найчастіше використовується в іграх.