



УДК: 766.05:[677:687.01:659.13:339.138

ДИЗАЙН ТЕКСТИЛЬНОГО ПРИНТУ ЯК НОСІЙ ВІЗУАЛЬНОГО КОДУ БРЕНДУ

ШАУРА Аліна, ЯКИМЕНКО Дар'я

Київський національний університет технологій та дизайну,
Київ, Україна

shaura.ay@knutd.edu.ua, dahayakimenko@gmail.com

Робота присвячена ролі текстильних принтів у формуванні візуальної айдентики модних брендів. Визначено, що принт виконує не лише декоративну функцію, а й слугує засобом комунікації, передаючи цінності та філософію бренду. Досліджено основні дизайнерські підходи до створення принтів.

Ключові слова: дизайн, принт, айдентика, бренд, мода.

ВСТУП

Дослідження ролі дизайну у модному текстилі, зокрема використання принтів як ключового засобу візуальної комунікації, може бути корисним для аналізу особливостей сучасних тенденцій індустрії моди, функціонально-технічних аспектів та формоутворення, що впливають на створення унікальних принтів, їхню адаптацію до текстильних матеріалів, а також значення при розбудові фірмового стилю, де одяг виступає як складова візуальної айдентики.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження дизайну текстильного принту, як візуального носія айдентики бренду в сучасній моді, визначення загальних особливостей композиції, кольорових рішень та стилістики принтів у контексті брендової комунікації.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Дизайн постійно еволюціонує, відповідаючи на стрімкі зміни в технологіях, культурі, смаках та потребах споживачів. Дизайнери, котрі прагнуть прогресу у своїй справі та розвитку бренду, зобов'язані бути обізнаними з актуальними трендами, що формують галузь. Не виняток і галузь у сфері моди та стилю.

Відомо, що візуальна айдентика бренду складається з комплексу графічних елементів, що забезпечують його впізнаваність і відрізняють від конкурентів у динамічному середовищі модної індустрії [1]. До основних складових фірмового стилю належать логотип, корпоративна колористика, типографіка, композиційні рішення, а також унікальні графічні патерни. Саме



принти в текстильному дизайні виступають інструментом створення унікального стилю, який закріплюється у свідомості споживачів та стає елементом брендової комунікації. Завдяки використанню графічних елементів фірмового стилю у сфері моди, бренди формують унікальний стиль та вирізняються серед конкурентів, формуючи наратив, який підкреслює їх цінності, історію та місію [2].

Згідно з дослідженнями С. Борисової [3] візуальна айдентика бренду в дизайні костюма визначається особливістю композиційних рішень та стилістичної гармонії, що формують його впізнаваність серед конкурентів. Через застосування графіки на одязі реалізується формування єдиного стилю, символики та естетичних кодів, що асоціюються з брендом. Наприклад, впізнавані патерни, кольорові рішення та композиційні прийоми можуть ефективно транслювати свої цінності та естетику.

Дослідження сучасних дизайн-стратегій в українській модній індустрії показали, що створення впізнаваних принтів включають розробку унікальних авторських малюнків, використання знакових кольорових комбінацій, цифрову генерацію візерунків та адаптацію класичних мотивів до сучасних вимог у сфері моди. Принти можуть бути частиною фірмового стилю у випадку, якщо вони систематично використовуються колекціях бренду та відображають його ідентичність. Також вони часто впроваджені у колабораціях з художниками, що активно використовується в артдизайні [5]. Важливими аспектами створення дизайну принтів є їх композиційна структура, колірна гармонія, ритм, модульність та масштабність елементів.

Українські дизайнери активно експериментують із графічним дизайном у текстильній моді, поєднуючи національні традиції з сучасними тенденціями. Розглянемо два знакові бренди, які використовують унікальні графічні рішення у своїх колекціях, – це RCR Khomenko та «Love Vivienne». Бренд RCR Khomenko відомий своєю експериментальною естетикою, яка поєднує іронічність, еkleктику та маніфестність у використанні принтів (рис. 1, а). Дизайнерка працює у стилі «візуального колажу», створюючи багатопланові графічні композиції, що поєднують народне мистецтво, сучасну ілюстрацію та урбаністичні мотиви. Її принти часто містять інтуїтивні зображення, стилізовані дитячі малюнки. Особливість принтів RCR Khomenko – «handmade» характер, що створює відчуття відображення вуличного мистецтва на текстилі. Такий підхід відповідає загальному напрямку сучасної моди, де бренди прагнуть передати унікальність та рукотворність, на противагу масовому виробництву.

Я. Хоменко активно працює з екологічними методами фарбування тканин, що додає її принтам ще одного рівня актуальності.

На противагу експериментальній естетиці RCR Khomenko, бренд «Love Vivienne» відзначається більш динамічною, яскравою та комерційно привабливою стилістикою. Їго дизайн будується на контрастних кольорах, великих декоративних принтах та еkleктичних паттернах, що поєднують ретро-референси з сучасними тенденціями. Бренд активно використовує геометричні та квіткові мотиви, динамічні смуги та абстрактні елементи, що надають його колекціям грайливого та молодіжного характеру. Принти «Love



«Vivienne» тяжіють до візуального максималізму, що робить їх впізнаваними та ефектними в умовах насиченого ринку моди.

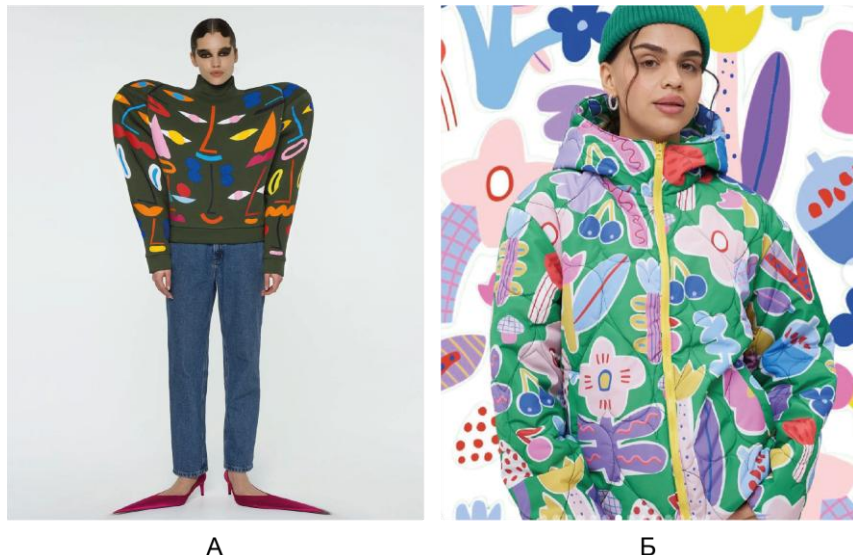


Рис. 1. а - абстракція та експериментальна форма у сучасному дизайні принтів дизайнерки Я. Хоменко; б – наївна яскравість українського бренду «Love Vivienne»

Якщо RCR Khomenko використовує принти як форму художнього висловлення та мистецького експерименту, то «Love Vivienne» працює з візуальною айдентикою через естетику поп-культури, роблячи її більш доступною та легкою для сприйняття (рис. 1, б). Обидва бренди демонструють різні стратегії використання графіки в дизайні принтів, однак їхня творчість відображає загальні тенденції сучасної моди – поєднання традиційних технік із новими технологіями, експеримент із формою та колірною палітрою, а також інтеграцію принтів у концепцію айдентики бренду.

ВИСНОВКИ

Принти у модному текстилі відіграють роль не лише декоративного елемента, а й засобу комунікації, що передає філософію бренду та робить його вироби впізнаваними. У сучасному дизайні принтів активно використовуються авторські малюнки, кольорові рішення та композиційні підходи, які формують унікальний візуальний стиль, що допомагає виокремитися серед конкурентів та створити впізнаваний стиль. Проаналізовано підходи українських брендів RCR Khomenko та «Love Vivienne» до створення принтів, де перший зосереджується на



експериментальному мистецькому виразі, а другий – на яскравих, комерційно привабливих рішеннях. Встановлено, що сучасні тенденції у модному дизайні поєднують традиційні мотиви з новітніми технологіями, створюючи унікальні візуальні рішення, які посилюють айдентику бренду

ЛІТЕРАТУРА

1. Айдентика: навіщо бренду візуальне «обличчя» і як його створити. URL:<https://sendpulse.ua/blog/creating-a-brand-identity> (дата звернення: 10.03.2025).
2. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія. Київ: КНУТД, 2022.
3. Борисова С., Борисов Г. Застосування doodle art в дизайні авторських принтів. *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич, 2022. Вип. 58. Т. 1. С. 67–73.
4. Косаревська Р. О. Візуальна комунікація та маркетинг: аналіз впливу графічного дизайну на споживачів. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. пр. 2023. Вип. 44. С. 11–17.
5. Кузнєцова В. О. Артдизайн у сучасній українській fashion-індустрії: дис. ... д-ра філософії: 687.01 Київ, 2023. 180 с. Київ:

SHAURA A., YAKIMENKO D.

DESIGN TEXTILE PRINT AS A CARRIER OF THE BRAND'S VISUAL CODE

The study is dedicated to the role of textile prints in shaping the visual identity of fashion brands. It has been determined that prints serve not only a decorative function but also act as a means of communication, conveying the brand's values and philosophy. The main design approaches to prints on textiles.

Key words: design, print, identity, brand, fashion.