

УДК 001.8:766

**ЗАСТОСУВАННЯ КАРТИ АСОЦІАЦІЙ ДЛЯ ГЕНЕРУВАННЯ ІДЕЙ  
ПРИ ПРОЄКТУВАННІ ЛОГОТИПУ**

Е. В. БАЗИЛЮК, І. О. БОРИСОВА

Хмельницький національний університет

Генерування нових креативних ідей є основним завданням дизайнера при роботі над будь-яким проектом, зокрема і при розробці логотипу. Ця креативність має відповідати галузі об'єкта проєктування, вимогам замовника та цільової аудиторії. Метод створення карти асоціацій є інструментом візуального мислення, який допомагає в формуванні ідей та розробці концепцій при наявності великої кількості інформації, яка відноситься до теми. Цей метод відображає процес мислення за допомогою комплексного підходу до проблеми.

Створення карти починається з «головного» слова або словосполучення, від якого розходяться промені, а на кінці кожного променя розміщують асоціації, які виникають після проведення передпроектного дослідження. Кожна створена асоціація стає джерелом для кількох інших нових асоціацій. Чим більшу «хмару» думок сформовано, тим легше підібрати креативний і влучний образ для створення логотипу [1].

Метод створення карти асоціацій було використано при розробці логотипу Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля».

Всеукраїнський конкурс молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля» був вперше організований в 1992 році і вже 30 років регулярно проходить в Хмельницькому національному університеті. За цей тривалий період були спроби розробити логотип конкурсу, але жоден з раніше розроблених варіантів не був затверджений. Отже, потреба створення логотипу є актуальною

Для занурення в атмосферу конкурсу було досліджено історію його виникнення, особливості проведення, проаналізовано стилі графічного оформлення в попередні роки. Зібрана інформація стала основою для формування карти асоціацій, яка відобразила зв'язки між образами та сприяла розширенню візуальної ідентифікації конкурсу.

При розробці карти асоціацій назва конкурсу стала центральним, «головним» словосполученням (рис. 1). Слова першого кола відображають найбільш очевидні, прямі асоціації. Наступні рівні асоціацій віддалені від прямого ототожнення з цим конкурсом, проте дозволяють обрати графічні образи для стилізації та трансформації при формуванні варіантів-ідей логотипу.

З розробленої карти асоціацій обрано три візуальні образи: лялька мотанка, подільська вишивка і мак, які були стилізовані та стали основою для розробки варіантів-ідей логотипу. Окремі варіанти стилізації обраних асоціацій приведені на рисунку 2.

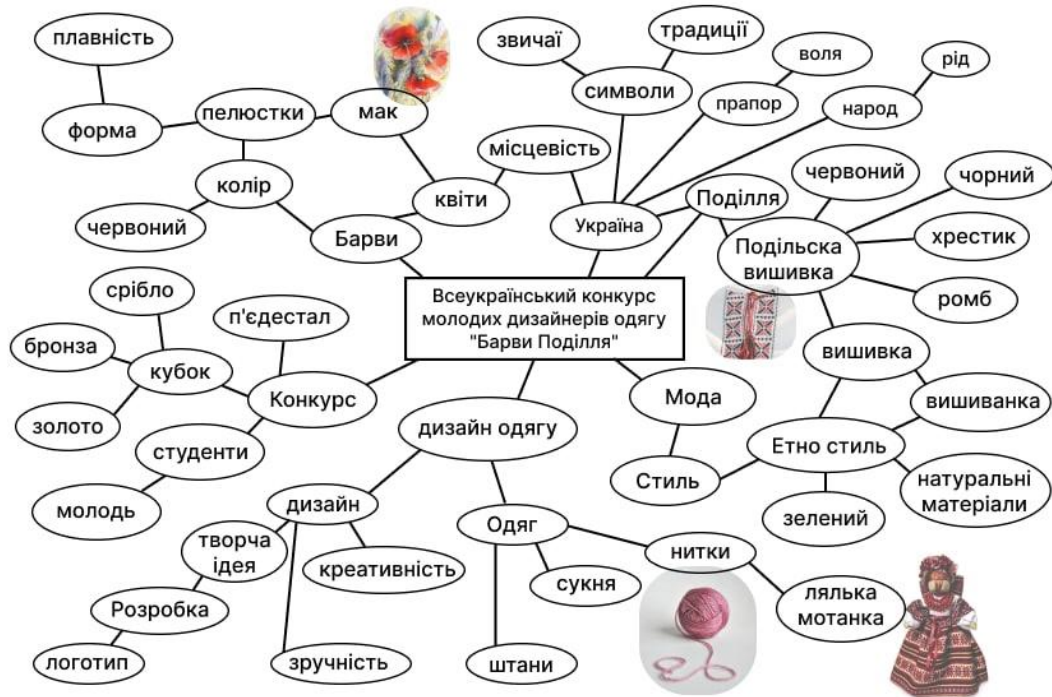


Рис. 1. Розроблена карта асоціацій



Рис. 2. Стилізовані елементи для розробки варіантів-ідей логотипу конкурсу «Барви Поділля»

Таким чином, карта асоціацій є одним з методів дизайн-досліджень, яке проводиться для генерування нових ідей після передпроектного дослідження та перед розробкою варіантів-ідей логотипу. Варіанти-ідеї формуються на основі стилізованих зображень виокремлених асоціацій. Описаний метод варто використовувати з іншими методами і прийомами дизайн-досліджень: формуванням мудборду, роботою з творчим джерелом, паралельним прототипуванням.

### Література

1. Airay D. Logo Design Love. A Guide to Creating Iconic Brand Identities. / David Airay. – New Riders Publishing, 2010. – 208 с.