

**Правительство Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный университет**

Факультет искусств
Кафедра дизайна

Макарова Марина Дмитриевна, 4 курс

Пояснительная записка
к выпускной квалификационной работе

ТЕМА:

Графическое сопровождение Международного студенческого фестиваля социальной рекламы и журналистики «Медиа Фест HUMANI FUTURE»

Направление 54.03.01 «Дизайн»
Квалификация: бакалавр дизайна (графический дизайн)

Руководитель: доцент К.Г.Старцев
Руководитель теоретической части: кандидат искусствоведения,
Доцент с возложенными обязанностями заведующего кафедрой дизайна
К.Г. Позднякова

Санкт-Петербург, 2019 год

СОДЕРЖАНИЕ

Вводная часть:

1. Тема выпускной квалификационной работы
2. Основание для выполнения работы
3. Актуальность выбранной темы
4. Цель работы
5. Задачи
6. Практическая значимость разработки

Основные этапы работы:

1. Анализ аналогов по теме дипломного проекта
2. Концепция проекта
3. Эскизное проектирование
4. Компьютерная разработка проекта
5. Вывод на планируемые носители информации

Заключение

Вводная часть:

1. Тема выпускной квалификационной работы:

Графическое сопровождение Международного студенческого фестиваля социальной рекламы и журналистики «Медиа Фест Humanі Future»

2. Основание для выполнения работы:

Тема разрабатывается по заявке от Медиа Центра Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ.

3. Актуальность выбранной темы:

МедиаФест – это первое в своём роде мероприятие, организованное Высшей школой журналистики СПбГУ, которое планируется проводиться ежегодно.

Разработка графического сопровождения для конкретного мероприятия способствует дальнейшему развитию и продвижению – выведению мероприятия на международный уровень. Поскольку ранее ни одно из организованных факультетом событий не имело графического сопровождения, узнаваемый визуальный образ поможет «МедиаФесту» сформировать целевую аудиторию, а Медиа Центру – зарекомендовать себя с выгодной стороны среди других организаций при Университете. Таким образом, это приведёт к привлечению новых лиц, заинтересованных в сотрудничестве и работе над совместными проектами.

4. Цель работы:

Создание визуального и информационного графического сопровождения для Международного студенческого МедиаФеста Humanі Future, организованного Медиа Центром Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ в 2019 году.

5. Задачи:

- Изучение аналогичных мероприятий и их оформления;
- Сбор и анализ идентичных графических аналогов;
- Получение технического задания;
- Разработка концепции;
- Разработка логотипа;
- Создание фирменной графики;

- Разработка информационных и мультимедийных носителей: афиша, рекламные баннеры, сайт, пакет участника (бейджи, сумки, приглашения, сувенирная продукция), анимированные ролики;
- Разработка цифровой презентации

6. Практическая значимость разработки:

Разработка концепции графического сопровождения мероприятия позволит фестивалю обрести собственный визуальный образ и статус, даст основу для оформления последующих мероприятий фестиваля, привлечёт внимание целевой аудитории в области медиа.

Основные этапы работы:

1. Анализ аналогов по теме дипломного проекта:

Прямые аналоги

Сперва мною был рассмотрен ряд аналогичных мероприятий, имеющих отношение к тематике «медиа» в России. В основном, это студенческие творческие фестивали. Первой и основной проблемой, на которую я обратила внимание, стало отсутствие носителей графического сопровождения. Однако, каждый из фестивалей делает акцент на разработке уникального логотипа, идентифицирующего мероприятие. К примеру, фестиваль “Мы здесь!” имеет запоминающийся знак, но на этом весь образ заканчивается.

Следует сказать, что у некоторых других фестивалей отсутствует какое-либо сопровождение (нет афиш, приглашений, флаеров, сувенирной продукции). Таким образом, поиск информации становится затруднительным, а мероприятие – менее привлекательным для потенциальной целевой аудитории.

Из этого следует, что:

- Фестивалю необходим логотип и его вариативные решения (знак / логотипный блок / текстовый логотип; вертикальное / горизонтальное расположение.)
- Органичный графический стиль, привлекающий внимание образ;
- Должна быть учтена возрастная категория целевой аудитории, а также область её интересов; нужен интригующий и вместе с тем лаконичный подход к исполнению графического сопровождения.

Визуальный образ фестиваля – это в первую очередь сочетание яркого запоминающегося образа

Стилистические аналоги

В качестве стилистических аналогов были изучены примеры графического сопровождения мероприятий (фестивалей и конференций) на разнообразной тематике.

Наиболее показательным аналогом для моего проекта послужил дизайн для Barcelona Design Week 2016. Данный проект проходит ежегодно и объединяет в себе десятки выставок, конференций и воркшопов. Основной плюс – это отсутствие стилистической перегруженности, иными словами – минималистичность решения (цветовая палитра, ограничена одним ярким цветом – *жёлтым*), а также грамотно представленная информация (заголовки, датировка и расписание). Было отмечено и то, что ежегодно мероприятие трансформирует свой графический стиль: меняются цвет и типографика, но по-прежнему прослеживается единый образ. На мой взгляд, подобный подход делает мероприятие уникальным. Также положительным качеством для «Недели Дизайна» является наличие полного комплексного графического сопровождения: речь идёт о разработанных информационных носителях – афишах / постерах / баннерах, которые могут быть размещены как на улице, так и в помещении.

Следующим удачным аналогом я считаю сопровождение к мероприятию DESIGN + CONTEXT Conference 2019 СПбГУ. Дизайн выглядит современно и ненавязчиво. Графический минимализм в сочетании с одним-двумя дополнительными яркими цветами, акцентирующими внимание на ключевых деталях, хорошо дополняет образ мероприятия. Также сопровождение имеет необходимое для мероприятия количество носителей: это касается как мультимедийной составляющей, так и полиграфии. Учитываются потребности гостей Конференции: для каждого из них предоставлена грамотно сверстанная программа с расписанием на нескольких языках, бейдж участника, сумка. В главном помещении находятся телевизионные экраны, транслирующие анимированные заставки с расписанием. Выставочные стенды также представлены в едином стиле мероприятия. Благодаря своему минималистичному образу и чётко прослеживающейся концепции, комплексное графическое сопровождение для Конференции получило положительные отзывы от интернациональных дизайнеров.

Концепция проекта:

Основной целью моего проекта является создание визуального образа для мероприятия, соответствующего его позиционированию.

Изучив деятельность Медиа Центра – организаторов фестиваля, я пришла к выводу, что продвижение мероприятия в основном планируется через интернет и медиа-каналы.

В положении о фестивале сказано, что подача участниками их творческих работ производится только в формате фото/видео. Поэтому основная часть моего проекта выведена на цифровые носители и планируется размещаться только в виртуальной среде, что само по себе несёт идею «тотальной цифровизации». Отсюда появилась идея использовать в графике образ растра и пикселя.

Пиксель / блок – наименьшая единица, формирующая изображение.

Таким образом, мною была выявлена концепция построения композиций по сетке при помощи клеток (они же пиксели) и точек (растров).

Целевая аудитория мероприятия состоит из студентов и преподавателей – это, в первую очередь, специалисты, принимающие участие в фестивале (их можно объединить в одну группу): студенты в качестве конкурсантов творческих работ, преподаватели в роли спикеров и жюри.

Помимо двух основной группы, есть также рефрентная – это группа людей, поверхностно интересующаяся тенденциями в сфере медиа-разработок и журналистикой. В основном эта группа людей присутствует на подобных мероприятиях в качестве вольных слушателей.

Следовательно, для группы специалистов необходимо разработать информационные носители, которые будут содержать сопроводительную информацию, необходимую фестивалю, а также носители *пакета участника*, необходимые для идентификации.

Для дополнительной группы участников нужно разработать визуальный облик мероприятия, способный привлечь внимание и заинтересовать.

Основные компетенции:

- Узнаваемость фестиваля;
- Быстрый и удобный поиск информации;
- Разнообразие носителей.

Семиотическая часть:

Следуя из того, что мероприятию необходимо заявить о себе впервые и привлечь внимание не только российской, но и зарубежной аудитории – было принято решение использовать красный цвет в качестве основного. Также это обусловлено тем, что Медиа Центр (организатор) использует в своей фирменной графике сочетание оттенков красного цвета.

Эскизное проектирование:

Разработку своего проекта я начала, предварительно ознакомившись с деятельностью МедиаЦентра для обозначения их направленности, а также получения технического задания от заказчика. В следствии этого более точно были обозначены приоритеты, а также состав проекта.

Следующим шагом стал сбор аналогов, коррелирующих с темой моего дипломного проекта (фестивали и конференции).

Исходя из этого, были рассмотрены положительные и отрицательные стороны, а также мною были получены консультации на тему будущей разработки.

Работа над проектом началась с поиска образов графики и логотипа. Изначально это были анимационные эксперименты над фрагментами графики, а также кинетическая типографика (для этого пришлось самостоятельно освоить программу AfterEffects).

Первоначальной идеей для поиска стало желание продемонстрировать эффект компьютеризированности, а именно – всевозможные искажения: “дисторсия”, “смещение во времени” и т.д. Позднее, немного доработав концепцию своей разработки, я пришла к идее композиционной систематизации, а именно базирования всей графики на строгом построении по сетке. В следствие этого мною был разработан образ выстроенных композиций из пиксельных блоков.

К логотипу был применён тот же подход, однако во время работы было принято решение использовать в логотипе шрифт Helvetica в сочетании с авторским шрифтом, спроектированным по сетке. Позднее логотипный блок был проработан и упрощён: оба слова расположены одно под другим, все буквы написаны шрифтом Helvetica, за исключением «E» - эта буква отражает всю концепцию проекта, она расположена посередине между слов «mEdia» и «fEst», и занимает масштаб двух строк.

Благодаря тому, что буквы имеют разные начертания и размер, логотип становится динамичным.

Второй вариант логотипа – это имитация буквы «F» (fest), состоящая из точек, чередующихся между собой, с буквами из слов «MediaFest».

Разрабатывая сайт-визитку, я также изучила аналоги сайтов. В основном, они были посвящены зарубежным творческим мероприятиям. В результате было учтено, что на людей производят впечатление всевозможные анимированные меню, окна, кликабельные ссылки и т.д. Таким образом происходит коммуникация пользователя с сайтом. Перейдя к проектированию, я продумала основные разделы сайта, необходимые для оперативного получения информации. Было принято решение не разбивать его на страницы с многочисленными переходами, а сделать единую страницу, на которой будут представлены все пункты меню, а навигация устроена таким образом, что пролистывает вниз, моментально переходя к необходимому пункту. Таким образом, туда будут входить: информация о фестивале, программа, информация о номинациях и жюри, контакты. Попадая на сайт, пользователь сперва видит анимированный ролик, настраивающий человека на нужную волну.

Для большей динамики и стилистической фирменной графики, были анимированы отдельные элементы (точки в списках, меню, текст).

Плакаты я разрабатывала параллельно с другими задачами. В ходе долгого поиска было решено сделать несколько плакатов: имеджевые и

информационный. Поскольку мероприятие несёт побудительный характер и его основная задача привлечь как можно больше людей, серия плакатов была выполнена в контрастной гамме — красного и белого цветов. Также дополнительным цветом является светло-серый. Главной задачей при проектировании стало информирование зрителя. Поэтому было принято решение уйти от композиционно сложных структур и объёмов. Мною представлена серия имеджевых плакатов, располагающихся вместе и дополняют образ друг друга. Я разделила их на плакат-образ, плакат с типографикой и фото-плакат. В первом плакате один из вариантов логотипа выведен на первый план. Этот плакат предназначен для того, чтобы сакцентировать зрительское внимание на названии мероприятия. Он может быть размещён внутри помещения, где будет проходить фестиваль. Во втором плакате наряду с типографикой использован фрагмент изображения группы людей, поскольку положение фестиваля, а также тематика студенческих конкурсных работ отсылают нас к образу современного человека, «человека будущего». Поэтому было решено продемонстрировать в одном из плакатов образ целевой аудитории фестиваля. Следующий плакат информационный, представляет собой расписание мероприятия и также предназначен для размещения в помещении.

Следующим шагом разрабатывался пакет участника: бейдж, сумка, футболка, папка и мелкая сувенирная продукция. На каждом из носителей встречается фирменная символика (логотип) фестиваля или фирменный паттерн – растры, заимствованные из логотипа.

В дополнение ко всему были разработаны заставки на digital-носители: презентация проектов, заставка для групп в соц.сетях, а также прессволл и графика в интерьере / экстерьере.

Заключительным шагом была разработка анимации: промо-ролика и анимированных плакатов. В случае с плакатами, были оживлены графика с

типографикой, в случае, если плакаты будут размещаться не в печатном виде, а ретранслироваться на больших вертикальных носителях – бордах. Промо-ролик состоит из двух частей – это анимированный логотип и анимированная типографика (информационная часть). При необходимости они могут быть разделены и использованы в медиа-пространстве в рекламных целях.

Вывод на планируемые носители:

Состав подачи:

- плакаты: 594x841мм;
- бейдж: 60x90мм;
- приглашение;
- папка: 210x148мм;
- сумка.

Компьютерная разработка проекта:

В ходе проектирования мною были использованы следующие программы: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe After Effects и Adobe Animate – для создания анимированного ролика, Adobe Indesign – для вёрстки текста и Brackets для написания html-страницы сайта.

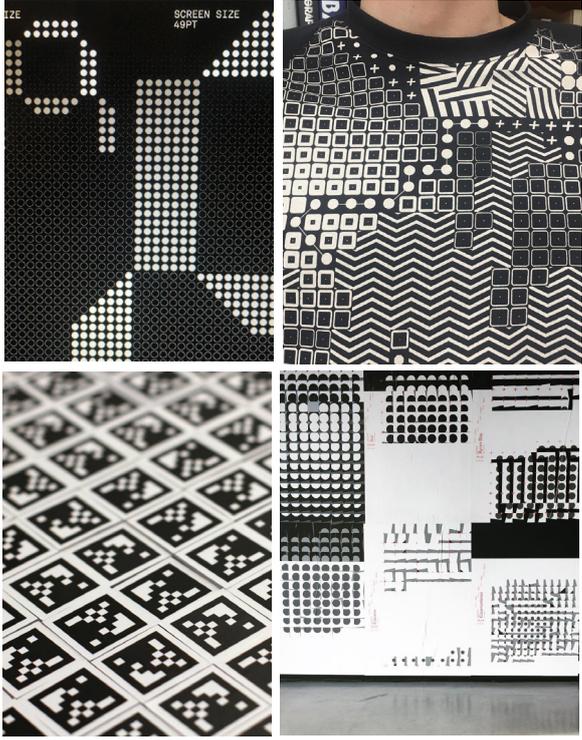
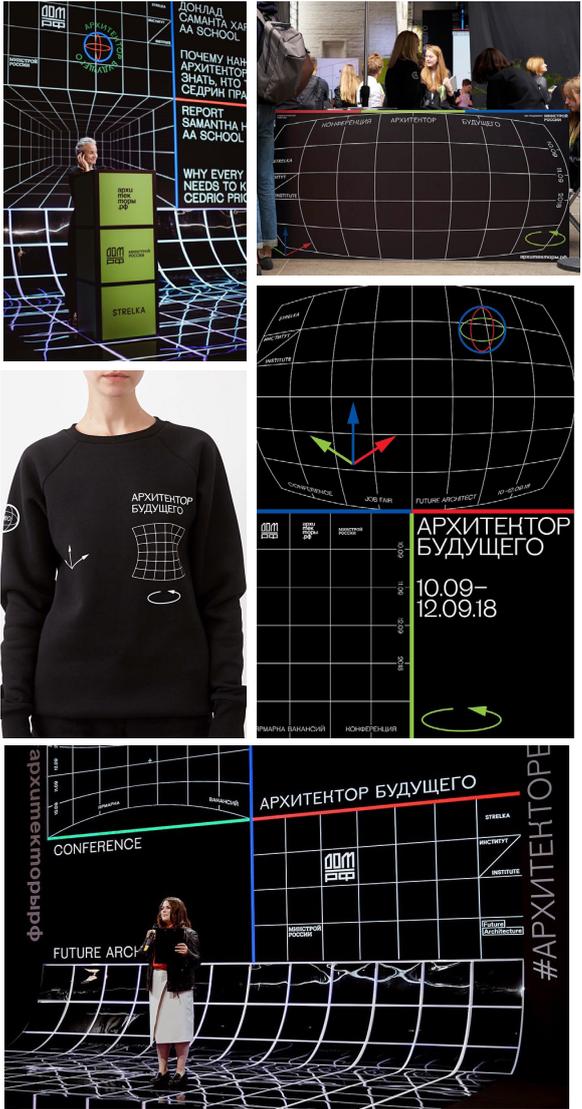
Заключение:

При выполнении работы над проектом, я ознакомилась с творческой деятельностью организаторов МедиаФеста. Изначальной задачей было определение стилистической направленности фестиваля, поиск необходимого образа и графического языка. Было изучено графическое сопровождение аналогичных мероприятий. Исходя из этого, разрабатывалась концепция, наиболее эффективно отвечающая поставленным задачам.

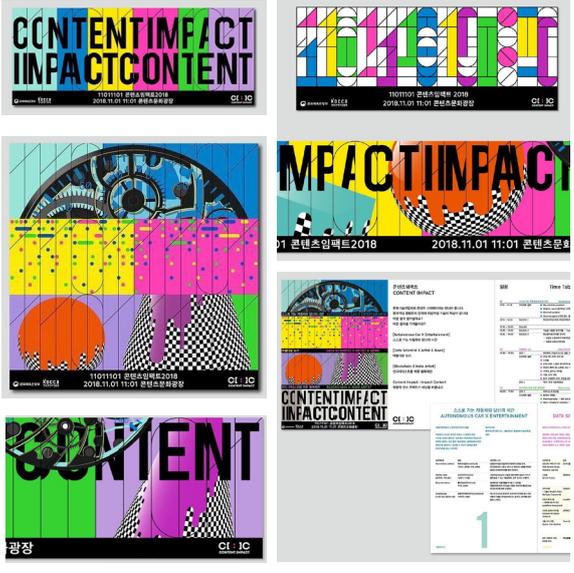
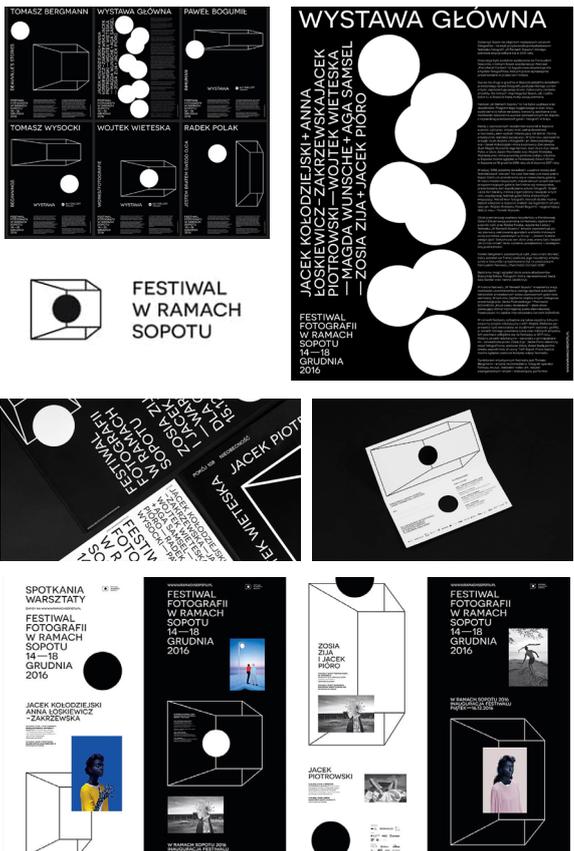
Литература:

- 1) Лола Г.Н. Дизайн-код: Методология семиотического дискурсивного моделирования. – СПб: ИПК Береста, 2016 г.
- 2) Петровский Д. Зримый глагол: Зримый глагол. Книга 1. Гармония и иллюзии. – СПб: «Химиздат», 2005 г.
- 3) Петровский Д. Зримый глагол: Зримый глагол. Книга 2. От рисунка к знаку: Возникновение письменности. – СПб: «Химиздат», 2012 г.
- 4) Сонтаг С. О фотографии. – М: «Гараж», Ad Marginem, 2013 г.
- 5) Барт Р. Camera lucida. Комментарии к фотографии. – М: «Гараж», Ad Marginem, 2013 г.
- 6) Чихольд Я. Облик книги. – М: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2008 г.
- 7) Реклама в коммуникационном процессе. Учебное пособие. Мезенцев Е.А.
- 8) Дональд А. Норман. Дизайн привычных вещей. – СПб: Издательский дом «Вильямс», 2006 г.
- 9) Данн Э. Рэби Ф. Спекулятивный мир. Дизайн, воображение и социальное визионерство. – М: Strelka press, 2017 г.
- 10) Коллектив авторов. Медиа: Между магией и технологией. – Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014 г.
- 11) Суджич Д. Азбука современного мира. – М: Strelka press, 2017 г. М.
- 12) Дизайн, воображение и социальное визионерство. Энтони Данн, Фиона Рэби
- 13) Цифровое искусство. Кристиана Пол

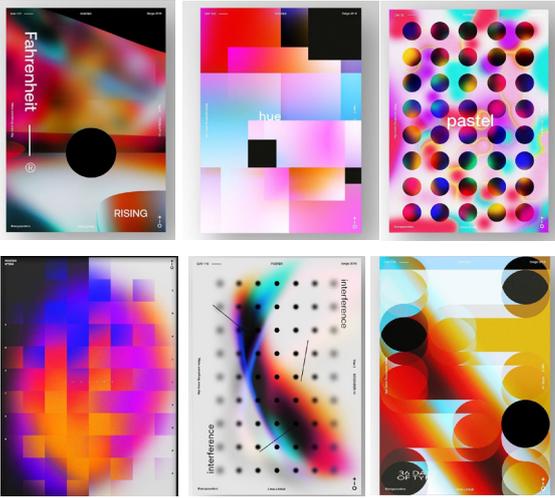
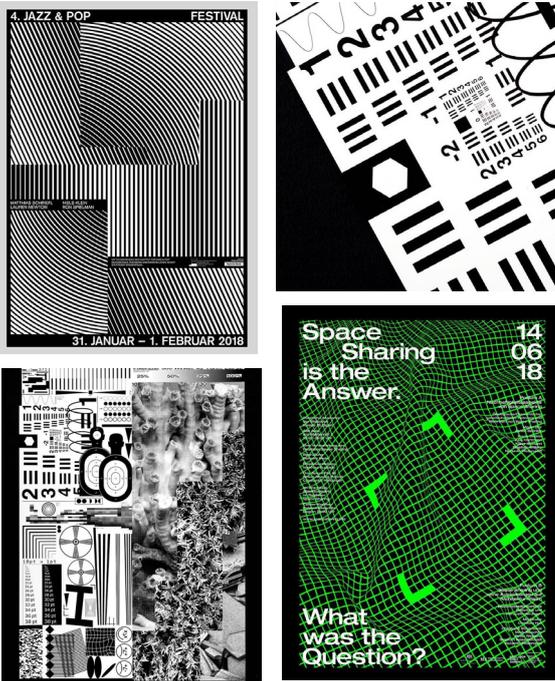
| название | состав | комментарий |
|---|--|---|
| <p>логотипы российских медиафестивалей</p> |  <p>МЫ ЗДЕСЬ! Всероссийский медиафестиваль детского и молодежного творчества</p> <p>MEDIA FEST</p> <p>ТРЕТИЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ МЕДИАФЕСТИВАЛЬ ВОСХОЖДЕНИЕ РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ-АЛАНИЯ, ВЛАДИКАВКАЗ 5-6 ОКТЯБРЯ 2017</p> <p>МЕДИА ФЕСТИВАЛЬ созвездие талантов</p> <p>КИНО И РЕКЛАМА МЕДИА ФЕСТИВАЛЬ '18</p> | <p>отдельно был проанализирован ряд логотипов, большинство из которых смотрятся безвкусно и безыдейно. в некоторых из них прослеживается дизайнерий ход. например: знак фестиваля «Мы здесь!» выглядит продумано в сравнении с рядом остальных логотипов.</p> |
| <p>рекламные постеры российских медиафестивалей</p> |  <p>МАСТЕР-КЛАССЫ ИНТЕРЕСНОСТИ МЕДИАСФЕРЫ</p> <p>МЕДИА ФЕСТ</p> <p>27.10 17:00</p> <p>Регистрация в группе: vk.com/festmedia</p> <p>SINGAPORE MEDIA FESTIVAL</p> <p>28 NOV - 9 DEC 2018</p> <p>PRESENTING ASIAN STORIES TO THE WORLD</p> <p>Country-of-Focus: The Philippines</p> <p>2018 marks 100 years of Philippine Cinema, and is excited to join the Philippines in the celebration of this special milestone, creating a spotlight on the country's rich cinema, music and entertainment industry for the first time during the Festival.</p> <p>Market • Awards • Labs Screenings • Conferences</p> | <p>на обоих вариантах отсутствуют логотипы. посредственное исполнение, отсутствие дизайнерского решения. смотрится невзрачно и скучно.</p> |

| название | состав | комментарий |
|---------------------------------------|--|--|
| <p>@acceptproceed</p> |  | <p>мелкий паттерн, напоминая тематику медиа.</p> |
| <p>Future Architecture Conference</p> |  | <p>сопровождение смотрится современно. тонкость линий в сочетании с геометрической грубостью и контрастом.</p> |

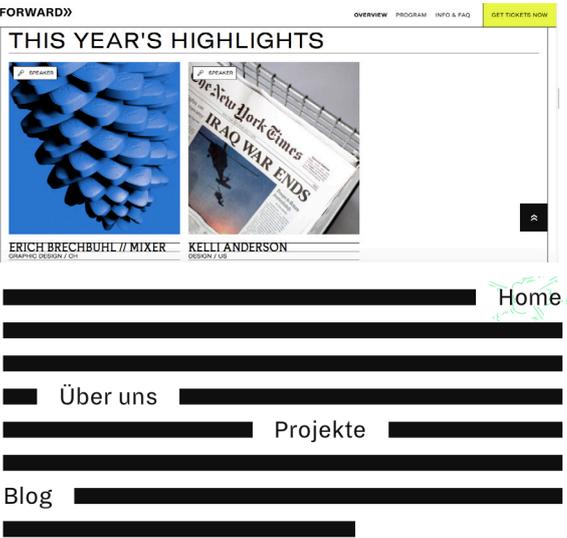
| название | состав | комментарий |
|-----------------------------------|--|---|
| <p>Barcelona Design Week 2016</p> |  | <p>дизайн-сопровождение смотрится одновременно минималистично и инновационно. яркая монохромная гамма акцентирует внимание и задаёт настроение мероприятию.</p> |
| <p>Near Future Festival</p> |  | <p>логотипный блок смотрится футуристично, выбраны яркие цвета, ассоциирующиеся с лёгкостью.</p> |
| <p>Gift Festival</p> |  | <p>сдержанная цветовая гамма. интересная графика. привлекла меня тем, насколько простым и одновременно замысловатым может быть решение.</p> |

| название | состав | комментарий |
|--------------------------------|--|--|
| @designeverywhere_ |  | яркая плоскостная графика, хочется долго рассматривать детали. |
| VR Next Festival |  | используются приятные оттенки синего и фиолетового, в данном случае ассоциирующиеся с погружением в виртуальную реальность. |
| Photography Festival in Poland |  | вопреки своей строгости, ограниченность в цвете акцентирует внимание на убедительной минималистичной графике и интересной вёрстке. |

| название | состав | комментарий |
|----------------------|--|---|
| Actual Source Agency |  | <p>выбраны яркие цвета, разработана аутентичная гарнитура.</p> |
| MyNameIsWendy Studio |  | <p>привлекло комбинирование цветов, «коллажные» композиции.</p> |
| Curatory Agency |  | <p>интересное исполнение графики с имитацией оптического искажения.</p> |

| название | состав | комментарий |
|-----------------|--|---|
| Curatory Agency |  | <p>графика выглядит современно, при этом задействуется минимальное количество цветов.</p> |
| @sergeposters |  | <p>яркие абстрактные плакаты. благодаря градиентам происходит впечатление, что они живые и подвижные.</p> |
| Marius Rother |  | <p>современная графика и вёрстка.</p> |

| название | состав | комментарий |
|-------------------------------------|--|--|
| Swiss posters |  | <p>типографика в сочетании с графикой.</p> |
| DESIGN + CONTEXT Conference 2019 |  | <p>точность, заключающаяся в простоте. хорошо выдержан и продемонстрирован стиль мероприятия. минимальное использование цветов только в ключевых моментах в сочетании с тонкой графикой.</p> |
| Кинофестиваль «Послание к человеку» |  | <p>повествовательный подход к раскрытию идеи фестиваля, иллюстрирование в сочетании с минимальной типографикой.</p> |

| название | состав | комментарий |
|------------------------|--|--|
| Roskilde Festival Site |  | яркий сайт с динамичной навигацией, анимацией ссылок |
| Strelka Institute Site |  | минимализм в сочетании с контрастом. |
| Forward Festival Site |  | сайт выглядит чистым, удобным в прочтении, имеет только один дополнительный яркий цвет, но навигация сайта сложна и нелогична. |