

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

Факультет искусств
Кафедра дизайна

Богдасова Дарья Максимовна, 4 курс

Пояснительная записка
к выпускной квалификационной работе
ТЕМА: Фирменный стиль факультета искусств
Направление 54.03.01 «Дизайн»
квалификация: бакалавр дизайна (графический дизайн)

Руководитель: член союза художников России,
член союза дизайнеров России, старший преподаватель
кафедры дизайна Левандовская Т.В.
Руководитель теоретической части: кандидат искусствоведения,
доцент кафедры дизайна Позднякова К.Г.

Санкт-Петербург, 2017 год

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вводная часть	3
2. Анализ аналогов по теме дипломного проекта	5
3. Концепция проекта	8
4. Эскизное проектирование (описание работы над составными частями дипломного проекта)	10
5. Компьютерная разработка проекта	12
6. Графические и компьютерные техники и технологии, использованные в дипломном проекте	12
7. Вывод на планируемые носители	13
8. Графические и компьютерные техники и технологии, использованные в дипломном проекте	13
9. Список использованной литературы и интернет ресурсов	14

Вводная часть

Тема:

Тема выпускной квалификационной работы - фирменный стиль факультета искусств СПбГУ.

Основания для выполнения работы:

Данная тема инициирована кафедрой в связи с необходимостью актуализации фирменного стиля и комплексной разработки графического сопровождения факультета искусств. Существующий фирменный стиль недостаточно проработан и не используется.

Актуальность:

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, создание фирменного стиля факультета, связанного с искусствами, важно для продвижения в конкурентной среде. Факультет искусств СПбГУ позиционируется как ведущая, актуальная, уникальная школа искусств среди других российских ВУЗов. Гармоничный фирменный стиль окажет влияние на формирование имиджа школы. Разработка поможет продвижению в конкурсной среде классических университетов и специализированных высших учебных заведений. В данный момент ведется работа с абитуриентами только на информационном уровне, фирменный стиль подключит рекламную кампанию.

Недостаточность идентификации факультета искусств в пространстве университета; факультет не узнаваем среди прочих факультетов; не имеет выделяющих его качеств как на университетских мероприятиях, так и на общегородских и международных, таких как выставки/конференции/семинары.

Цель:

Разработка единого фирменного стиля для факультета искусств. Отразить в визуальном образе факультета искусств ключевые ценности и уникальность школы. Соединить классические традиции Университета и современность.

Задачи:

1. Анализ существующего фирменного стиля;
2. Работа с контентом: определение ключевых направлений деятельности факультета;
3. Изучение аналогов;
4. Разработка концепции;
5. Разработка фирменного стиля факультета (серия логотипов, серия арт-объектов, серия плакатов, медиа-ролик);
6. Вывод на планируемые носители.

Практическая значимость:

Данный проект инициирован кафедрой графического дизайна СПбГУ. Проект может быть использован для сопровождения учебных, культурных и научных мероприятий факультета, для презентации факультета внутри университета, так и за его пределами. Также данный проект может послужить основой для разработки принципов сопровождения других учебно-научных подразделений СПбГУ.

Целевая аудитория:

1. Студенты и преподаватели;
2. Абитуриенты;

3. Посетители и участники университетских, городских и международных мероприятий.

Анализ аналогов:

Работа над проектом началась с анализа аналогов. Их возможно разделить на несколько смысловых групп: прямые, тематические (непрямые), стилистические.

Прямые аналоги ВКР - это непосредственно факультеты искусств различных учебных заведений. Проведя мониторинговый анализ существующей базы, было установлено, что большинство творческих ВУЗов и факультетов Санкт-Петербурга и Москвы не имеют собственного фирменного стиля, отсутствуют порой даже логотипы. Иногда встречаются различные графические элементы на сайтах, например фотографии, дипломные работы, что, конечно, не может претендовать на целостный фирменный стиль. Также в прямой аналоговый ряд следует отнести весь перечень существующих логотипов факультетов СПбГУ¹ (юридический, филологический, экономический и пр.). Данные логотипы разрознены, не имеют общей структуры и стилистики.

Хотелось бы, однако, отметить, что в качестве тематических аналогов по данной теме были выбраны фирменные стили нескольких университетов факультетов искусств разных стран. В этой категории аналогов четкий и ясный фирменный стиль имеет каждый университет. Наличие логотипа на сайте, оформление страницы в фирменных цветах, большое количество фото и видео является главными преимуществами. У большинства из приведенных университетов присутствует также графическое разделение на факультеты: серии логотипов, разные цветовые решения.

Среди изученных стилистических аналогов наиболее интересным и комплексным представляется фирменный стиль филладельфийского музея

¹ Прим.1 Изображения см. в приложении 1

искусств. Впервые знакомство с данным стилем произошло на лекции директора филладельфийского музея искусств в рамках биенале по музейному дизайну. Именно этот проект вдохновил меня на создание фирменного стиля факультета искусств, поскольку и музей и вуз имеет родственные ключевые установки просвещения. Прочие стилистические аналоги отличаются наличием логотипной серийности, четкий проработанный фирменный стиль. Комплексное графическое сопровождение – как неотъемлемая часть бренда.

ТАБЛИЦА №1²

	Название	Достоинства/недостатки	Вывод
Прямые аналоги	Смольный факультет СПбГУ	+ наличие современного логотипа и фирменного стиля + сайт выдержан в фирменном стиле - отсутствует фирменная сувенирная продукция - фирменный стиль не поддерживается	В большинстве случаях прямые аналоги по представленной теме не имеют единого фирменного стиля, информация представлена неясно. Если логотип или ФС присутствуют, идея не считается или отсутствует.
	Факультет искусств МГУ им. М.В. Ломоносова	- отсутствие фирменного стиля факультета	
	ВШЭ Факультет коммуникаций, меди и дизайна	+ наличие логотипа факультета - отсутствие фирменного стиля факультета (кроме логотипа) + сайт содержит множество графических, фотографических, текстовых элементов + структурированная информация	
	СПГУТД Факультет	- отсутствие фирменного	

²Прим.2 Изображения см. в приложении 2

	дизайна и искусств	стиля факультета	
	СПбГУКИ (рассматривается ВУЗ в целом)	+ логотип + сайт выполнен в фирменных цветах - устаревший ФС - отсутствие структурированности информации	
	Aalto / School of Arts, Design and Architecture	+ наличие логотипа + наличие фирменного стиля + на сайте поддерживается единство фирменного стиля + структурированная информация	
	Британская школа дизайна в Москве	+ наличие логотипа + наличие фирменного стиля + на сайте поддерживается единство фирменного стиля + структурированная информация	
Тематические аналоги	-Universität der Künste Berlin -University of the arts, London -Musashino art university, Tokyo -Ocad university, Toronto -Kraków schools of art and fashion design, Kraków -Budapest University of technology and economics	+ логотип + логотипная серийность + фирменный стиль + информация структурирована + сайт выдержан в едином ФС + современное видение	Современный фирменный стиль, который поддерживается на сайте. Наличие опознавательных графических элементов подчеркивают единство стиля.

Концепция проекта

«Концепт - первая граница, которую вносит дизайнер»³

СПбГУ устойчиво себя зарекомендовал не только как ведущая научная школа, но и как ВУЗ, выпускающий специалистов в области различных направлений искусств высокого уровня, уже зарекомендовавших себя в области профессиональной деятельности. Университет, как школа искусств, уже занял свою нишу среди специализированных в этой области ВУЗов, ежегодно демонстрируя высокий уровень подготовки специалистов в области искусств.

Для поддержания статуса школы искусств СПбГУ и демонстрации уникального содержания необходимы определенные способы продвижения содержания. Так, дизайн создает четкий образ университета, отличающий его от иных вузов. Также и с точки зрения маркетинга, наличие новых технологий, решает финансовые вопросы с рекламой и продвижением.

Бесспорно, информационные системы и технологии позволяют также расширять графическое обеспечение, создавать свой неповторимый графический облик. Однако качество образовательных услуг невозможно оценить до момента их получения, поэтому дизайнерское оформление бренда «университет» играет важную роль, поскольку первый контакт с университетом происходит на визуальном уровне.

Как уже говорилось ранее, главным стилистическим аналогом данного проекта является фирменный стиль филладельфийского музея искусств. У музея динамичный логотип, который отводит от прямой ассоциации с музейным содержанием. Музейная коллекция содержит в себе множество различных направлений: картины, гобелены, скульптуры и др. Также и

³ «Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования» Г.Н.Лола

университет и факультет в частности соединяет в себе синтез различных сфер искусства: живопись, вокал, театральное искусство, дизайн, реставрацию, компьютерные технологии и т.д. Единство многообразия – именно эту идею хотелось бы попытаться развить в существующем проекте. Факультет искусств – это, используя термин М.М.Бахтина, «полифония жанров» в классическом университете, гармония звука, цвета, компьютерных технологий и различных материалов. Идея проекта изобразить эту гармонию через серию логотипов и сочетания графических элементов.

Реализация проекта выделит факультет во время проведения различных мероприятий: университетских (таких как: день открытых дверей, фестиваль знаний), внешних (выставки, презентации, конференции). Бесспорно, создание единого фирменного стиля поднимет и статусность факультета. Комплексная графическая айдентика также окажет положительное влияние на целевую аудиторию, студенты и преподаватели будут визуально и эстетически удовлетворены, абитуриенты будут воспринимать факультет искусств СПбГУ как современную школу в контексте с традициями. Посетители и участники мероприятий отдадут предпочтение во внимании именно факультету искусств. Создание фирменного стиля для учебного заведения – неотъемлемая часть повышения его конкурентоспособности.

Что касается состава проекта, то основным является создание дизайн – концепции, исходя из которой, будут разработаны логотипы, плакаты, сувенирная продукция и остальные графические носители.

Само словосочетание «факультет искусств» можно трактовать как «форма и содержание», где факультет – форма, а искусств – содержание. Следовательно, главная идея, с которой мы подошли в создании логотипов – это содержание внутри формы.

Серия плакатов посвящена разным направлениям факультета. В плакатах также прослеживается концепция единства многообразия и идея развития, поэтому графика представлена при помощи диагональной композиции.

Каждый плакат является частью целого, как и направления факультета, являются его неотъемлемой составляющей.

Каждое учебное заведение стремится к созданию особой внутренней атмосферы, командного духа. Чувство причастности к чему-то общему передается от наличия частички этого общего. Для продвижения этой идеи предлагается создание сувенирной продукции, которая позволит учащимся почувствовать себя «в команде».

Завершающая составляющая разработки – это брендбук, в котором прописано руководство по использованию фирменного стиля. Его главная задача структурировано и четко преподнести всю информацию, чтобы потенциальный пользователь без затруднения смог воспроизвести нужную композицию, создать новый элемент графического сопровождения или подготовить к печати тот или иной документ.

Эскизное проектирование⁴

Поскольку идея проекта заключается в единстве многообразия, то стояла задача создать серию логотипов, объединенных общим знаменателем. Работа над проектом была начата с анализа стилистических аналогов. После проведенного анализа был определен один основной аналог – фирменный стиль филладельфийского музея искусств. Общий знаменатель в данном проекте – логотип для факультета, который должен быть некой отправной точкой, а также связующим звеном для серии к направлениям. Необходимо было найти общую форму для дальнейших графических решений. Изначально идея состояла в повторении подхода фирменного стиля филладельфийского музея: помещение графики на одну из частей буквы «И». Позднее я отказалась от данного решения в пользу диагональной композиции. Было принято решение взять также за основу часть буквы (ее поперечную диагональ) и создавать знаки без использования самой буквы. Диагональ – острое направление, которое является знаковым изображением

⁴ Прим.3 Изображения см. в приложении 3

буквы «И». Таким образом, определилась форма для графического решения логотипов – в качестве основы для знака была выбрана чистая диагональ, которая с дополненным к ней квадратом, создавала образ буквы И.

Далее шла разработка знаков и логотипов к одиннадцати направлениям факультета искусств. Поиск графики занял много времени, было испробовано множество различных подходов: начиная с эскизов от руки, заканчивая объемными абстрактными фигурами. Когда графическое решение было подобрано, предстояло скомпоновать получившуюся графику. Сначала знаки были расположены по диагонали относительно квадрата так же, как это сделано в логотипе факультета. Однако некоторое время спустя, пришла идея помещать знаки внутри квадрата, повторяя композицию логотипа. Данное решение полностью отвечает концепции проекта – многообразие и развитие целостности.

Следующим этапом работы было создание серии плакатов для каждого из направлений. В качестве изобразительной основы были взяты разработанные ранее логотипы. Данные плакаты являются имиджевыми, продвигающими направления деятельности факультета. Композиция плакатов в серии практически не меняется, в основе логотипа – знак в квадрате. Было разработано типографическое написание «факультет искусств» и конкретное направление непосредственно для плакатов, указана контактная информация. Собрав получившуюся серию плакатов, я пришла к выводу, что стоит прибегнуть к более лаконичному и острому композиционному решению.

Еще один тип плаката, который был разработан в ходе проекта – это рекламный плакат факультета. В основе композиции логотип факультета искусств, как прямая отсылка к факультету. Испробовав несколько стилистик, выбор остановился на сдержанной и геометрической.

Закончив разработку носителей проекта, я приступила к созданию сувенирной продукции. Данный этап работы особенно важен, ведь как

говорилося раніше, сувенірна продукція являється об'єднуючою, спроможною створити якийсь командний дух факультета. Тому вона була розділена на два блоки: стандартні корпоративні сувеніри (футболки, толстовки, чашки), які підійдуть кожному представителю факультета, і унікальні – для різних напрямків. Наприклад, унікальний продукт, підходящий для напрямку станкова живопись, – це дизайнерський передник, для акторського мистецтва, де студенти проводять багато часу на репетиціях в залах, - носочки.

Заключительний етап – розробка керівництва по використанню фирменного стилю. Робота над брендбуком шла на протязі всієї розробки. Створюючи новий елемент фирменного стилю, необхідно було додавати його в керівництво, дотримуючи структуру і сітку. Пошук формату носителя тривав достатньо довго, були спробовані горизонтальна і вертикальна орієнтація. В результаті, вибір зупинився на формі, близькій до квадрата, тому що даний формат краще всього відповідає концепції проекту.

Комп'ютерна розробка проекту

Графіка для логотипів була розроблена в векторній програмі Adobe Illustrator. Для створення плакатів і решт графіки були також використані програми пакету Adobe (Photoshop, Illustrator). Брендбук (керівництво по використанню фирменного стилю) спроектований в Adobe InDesign. Сувенірна продукція, документація (візитка, бланк документа) представлені при допомозі mockup. Відео ролик створений в програмі Adobe After Effects.

Висновок на планируемые носители⁵

Серія плакатів для напрямків

⁵ Прим.4 Зображення см. в додатку 4

Общий рекламный плакат

Информационная афиша

Рекламный медиа-ролик

Руководство – брендбук

Сувенирная продукция

Графические и компьютерные техники и технологии, использованные в дипломном проекте

Векторная графика, растровая графика, видео графика, печать, предпечатная обработка, постпечатная обработка

Список используемой литературы

1. Infinite Pattern, Ginko Press, USA 2012
2. LOS LOGOS COMPASS, Gestalten, Berlin 2010
3. Logograma, Tom Corkett, Spain 2014
4. Regular Graphic Design Today, Robert Klanten, Sven Ehmann & Adeline Mollard, Berlin 2009
5. 40th Tokyo Art Directors Annual, Tokyo Art Directors Club, Tokyo 1996
6. The New York Festivals, Anastasia R.Miller & Jared M.Brow, USA 1995
7. Умберто Эко, Как написать дипломную работу, Москва 2003
8. Лола Г.Н., Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования, Санкт-Петербург 2016
9. <http://www.arts.spbu.ru/>
10. <https://www.behance.net/>
11. <http://www.pentagram.com/>

Приложение 1

Логотипы разных факультетов СПбГУ



Санкт-Петербургский Государственный Университет
МАТЕМАТИКО - МЕХАНИЧЕСКИЙ
ФАКУЛЬТЕТ



Smolny
Факультет свободных искусств и наук



ИНСТИТУТ ФИЛОСОФИИ



Санкт-Петербургский государственный университет
Факультет социологии



Санкт-Петербургский
государственный университет
Институт химии



Филологический факультет

Прямые аналоги



**британская
высшая школа
дизайна**

Smolny
Факультет свободных искусств и наук



H
S
E

A
R
T

A
N
D

D
E
S

I
G
N

S
C
H

O
O
L

A!
Aalto University

A"
Aalto-yliopisto

A?
Aalto-universitetet



Приложение 2

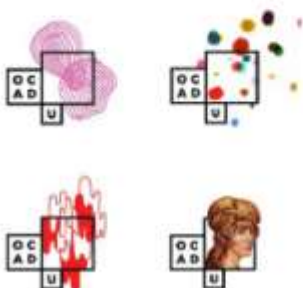
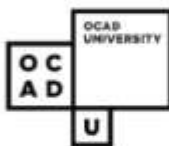
Тематические аналоги



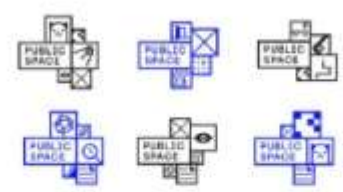
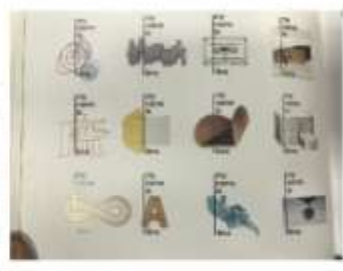
University of the arts, London



UdK Berlin

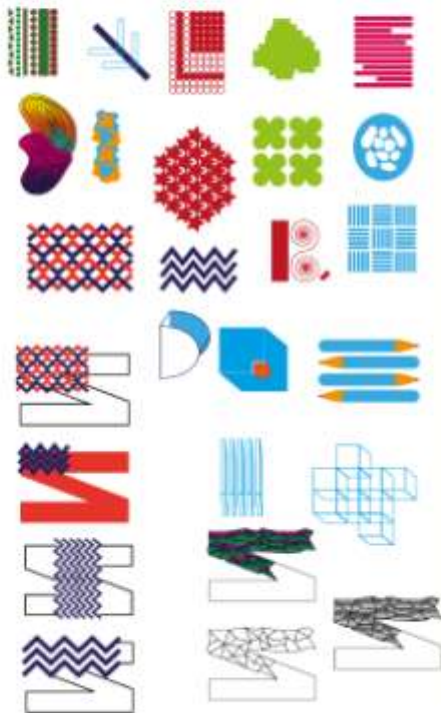


Стилистические аналоги



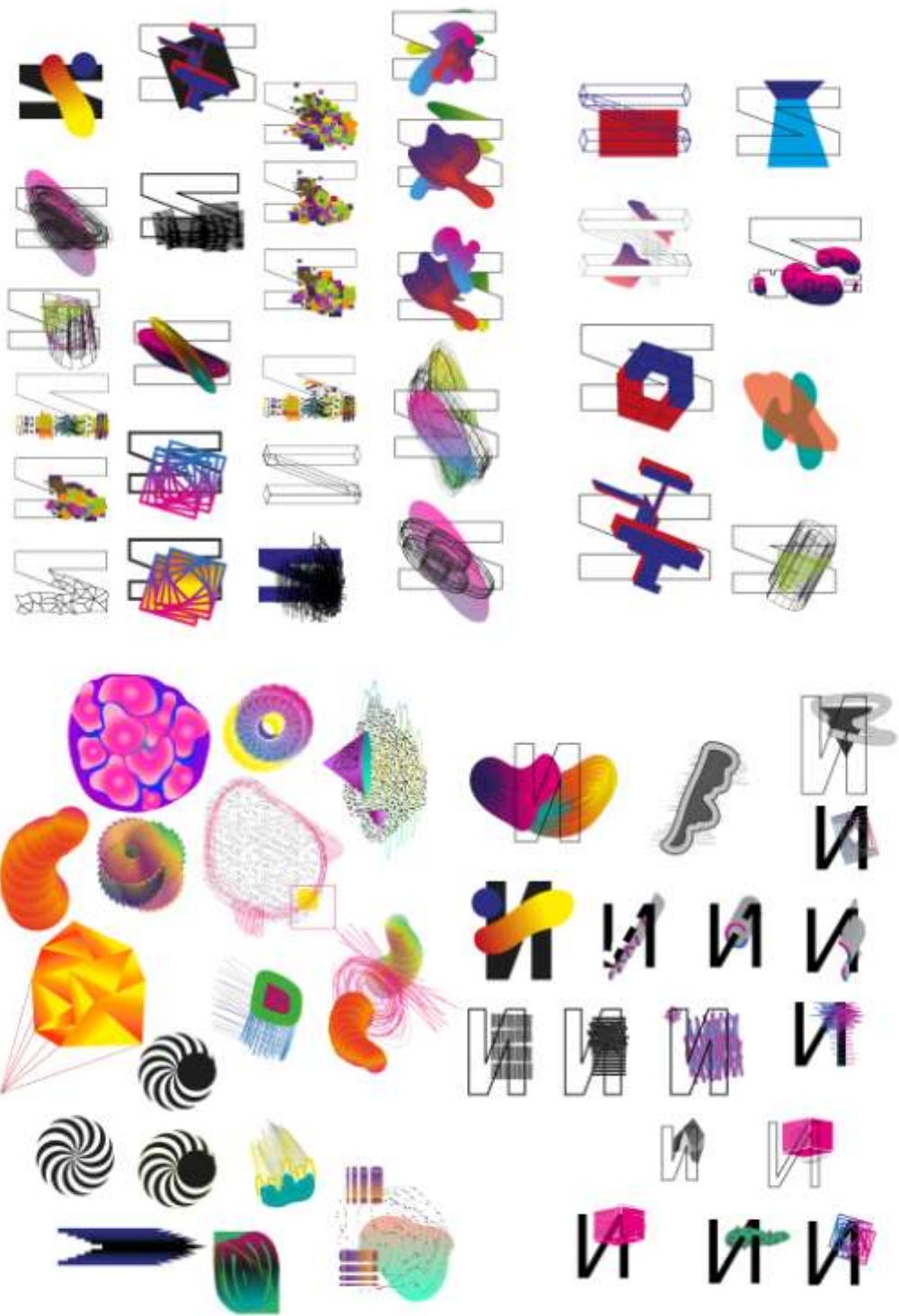
Приложение 3





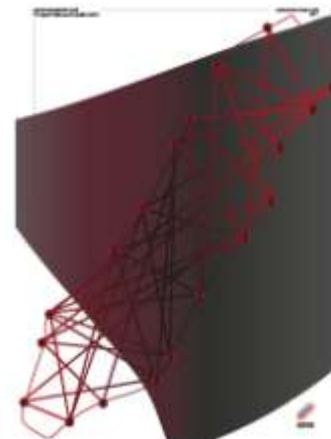
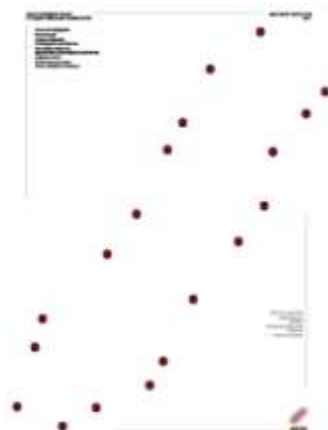
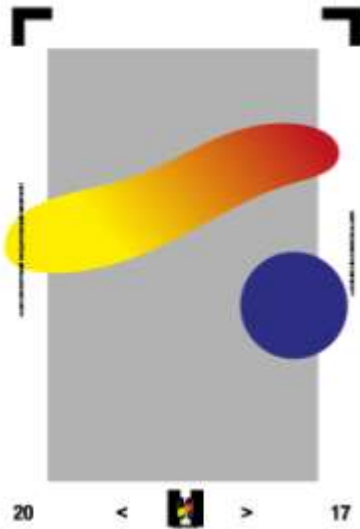


Приложение 3

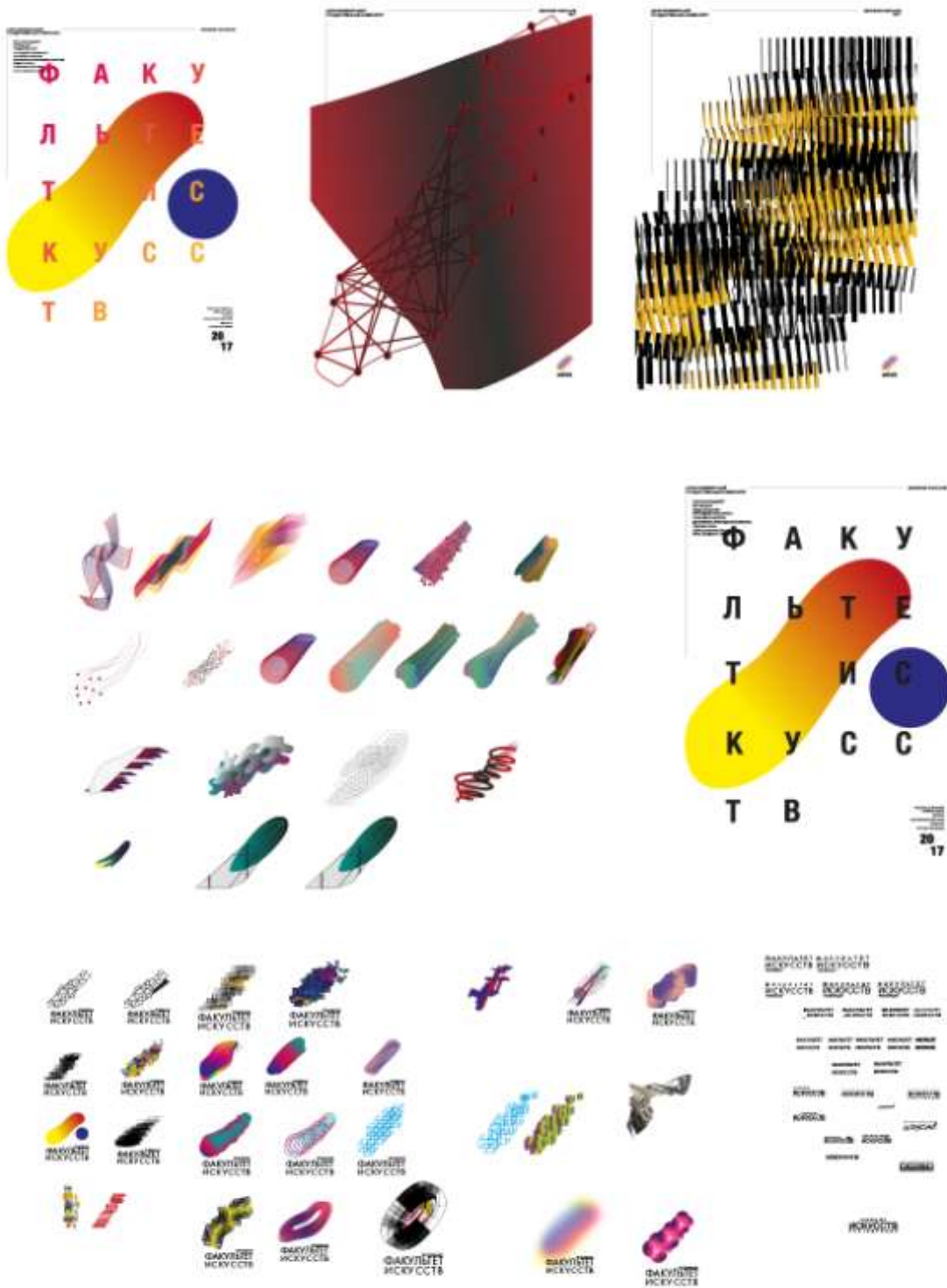




Приложение 3



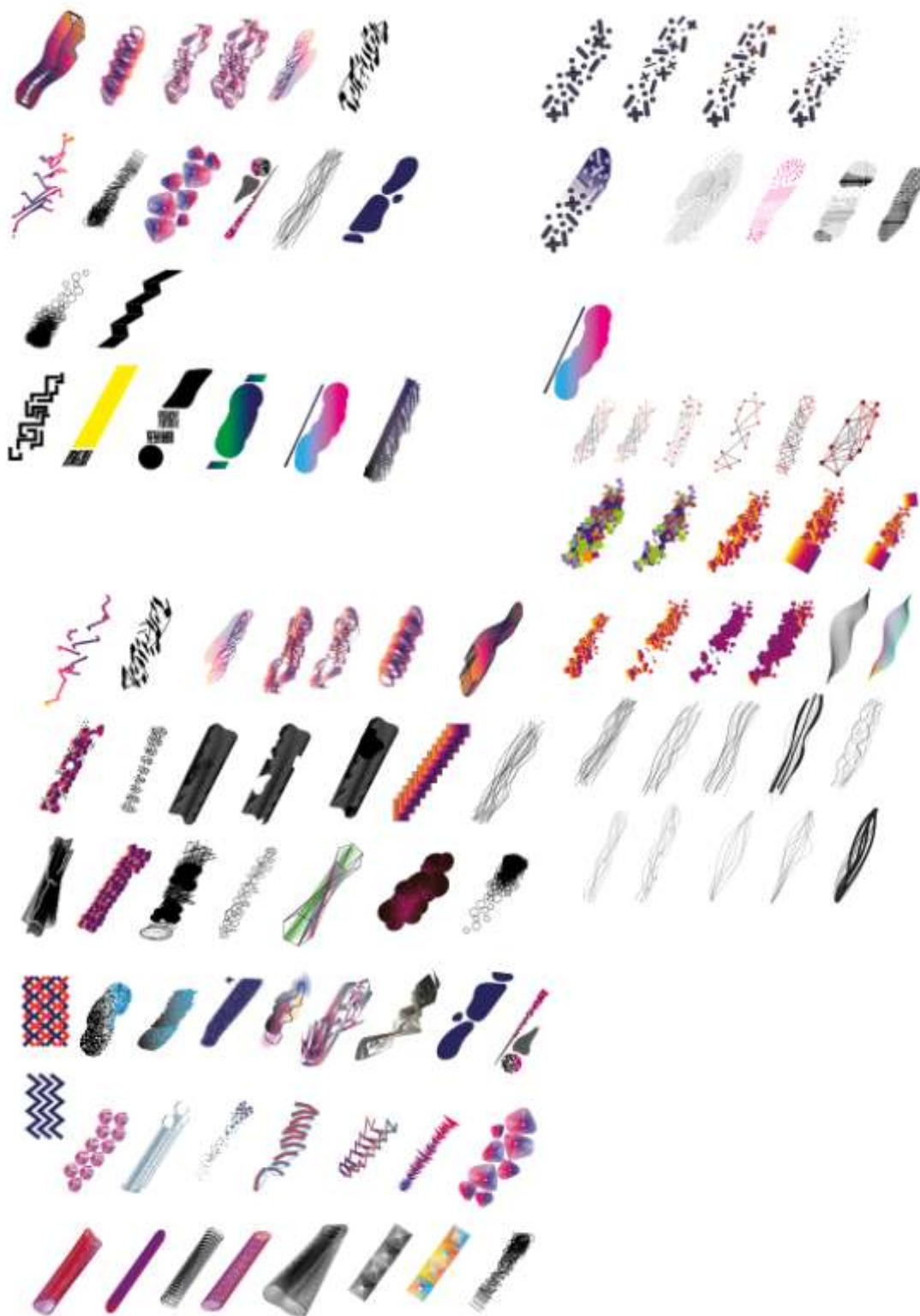
Приложение 3



Приложение 3



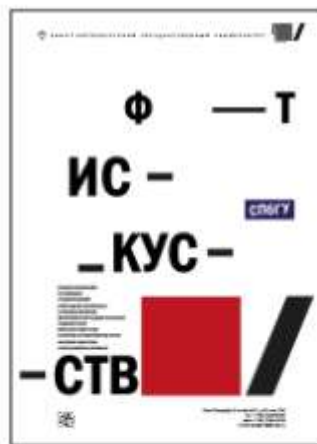
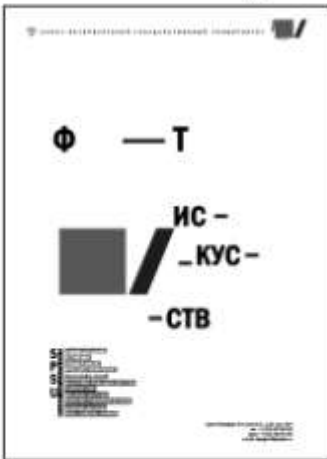
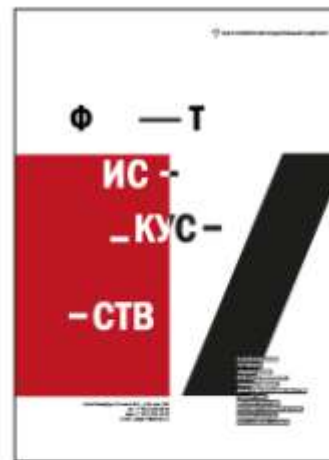
Приложение 3



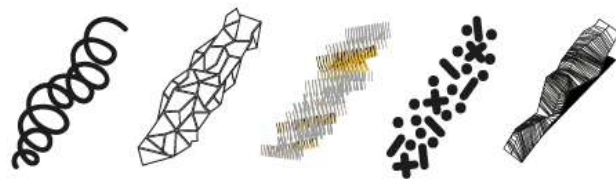
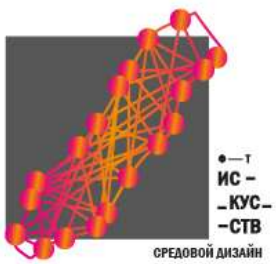
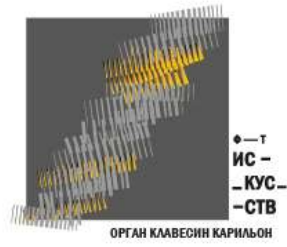
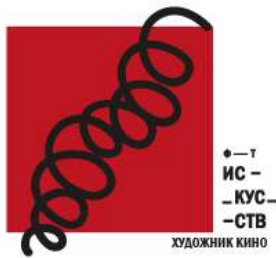
Приложение 3



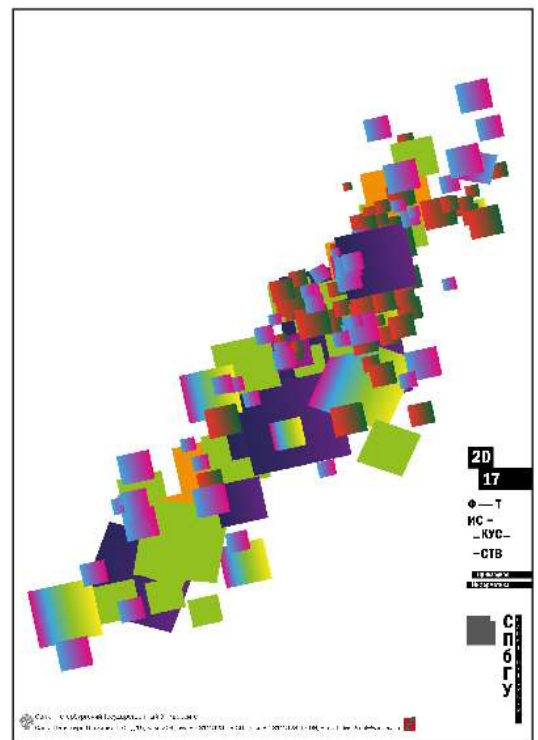
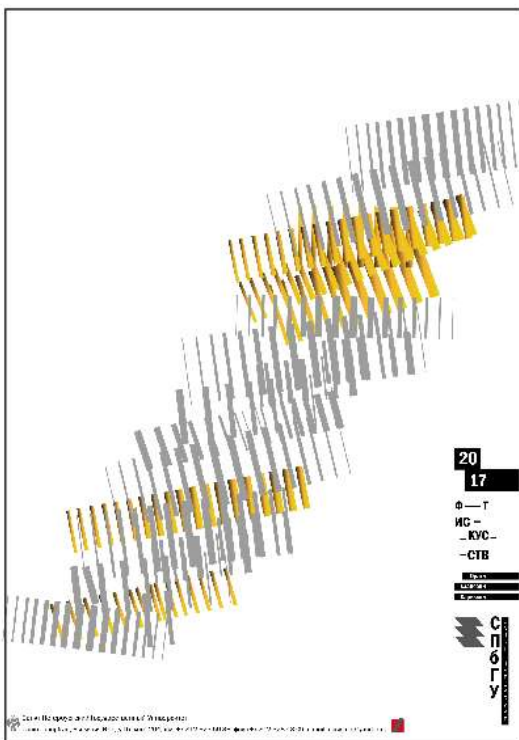
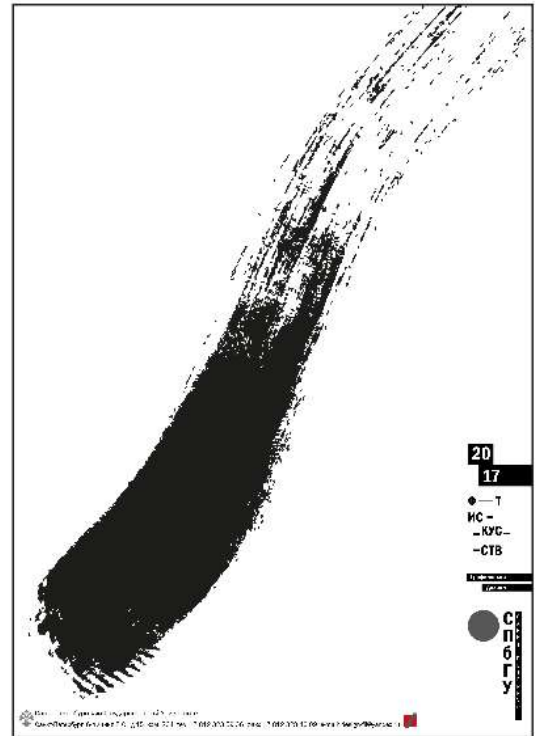
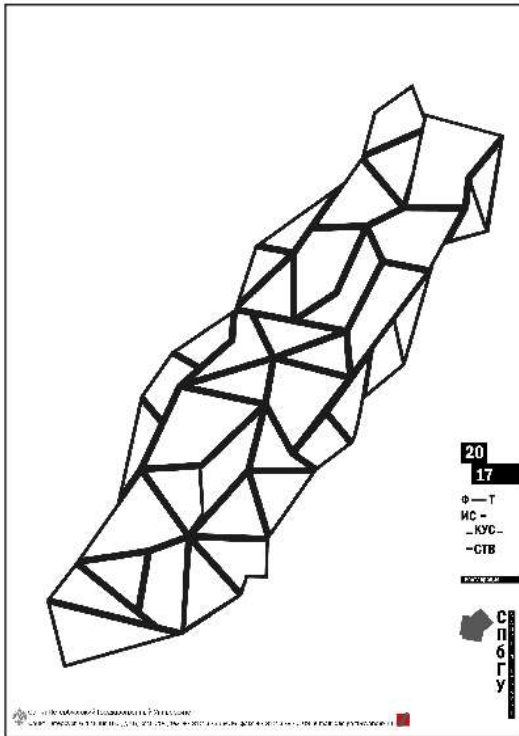
Приложение 3



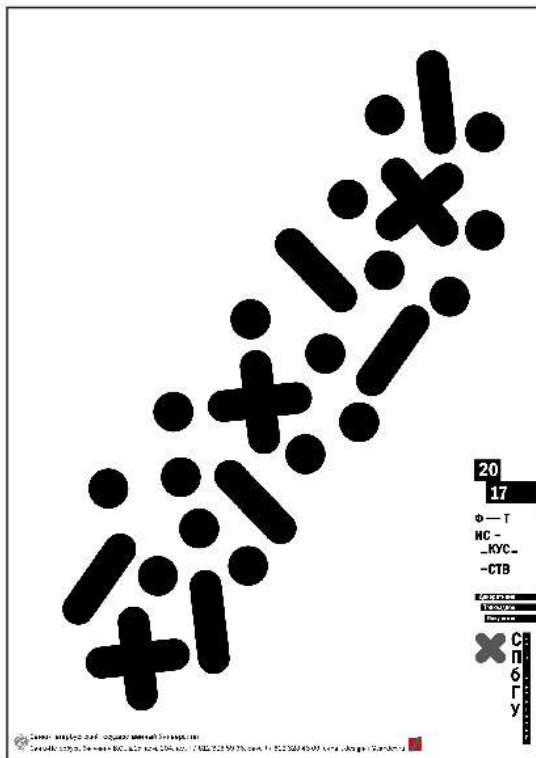
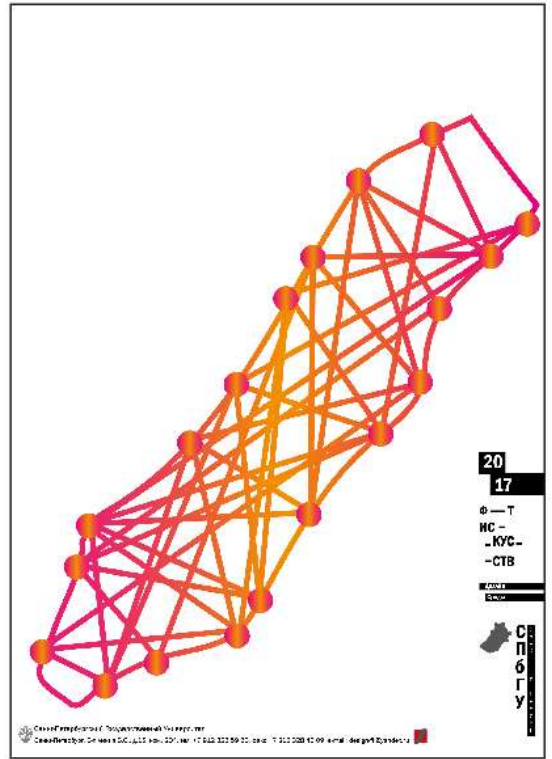
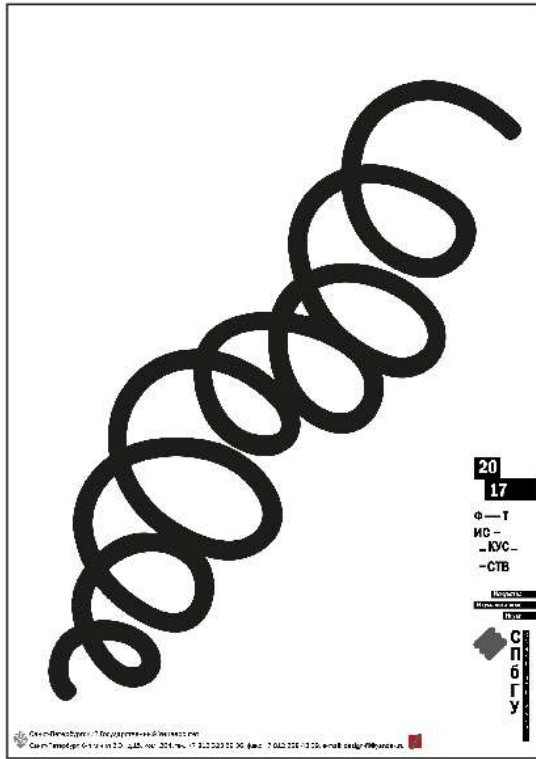
Знаки, логотипы



Плакаты для направлений



Плакаты для направлений

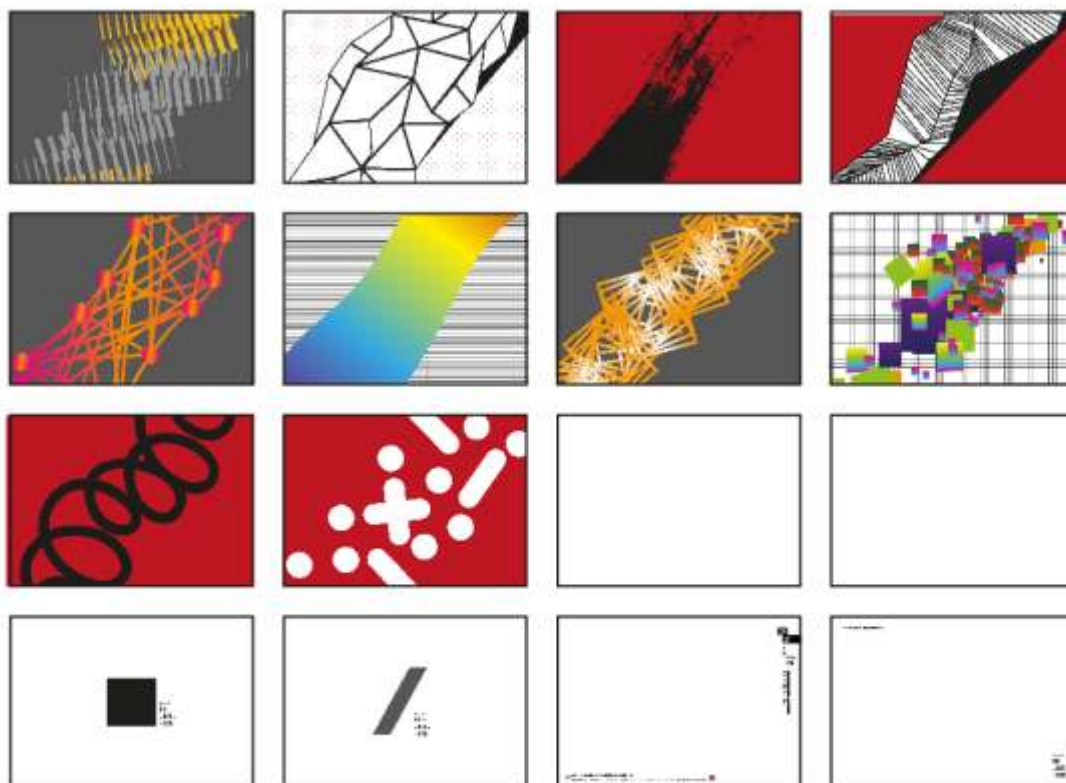




Афиша мероприятий



Плакат для факультета

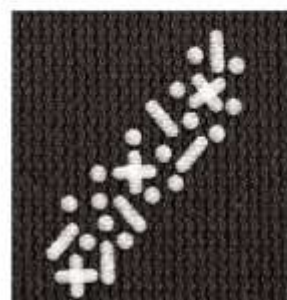
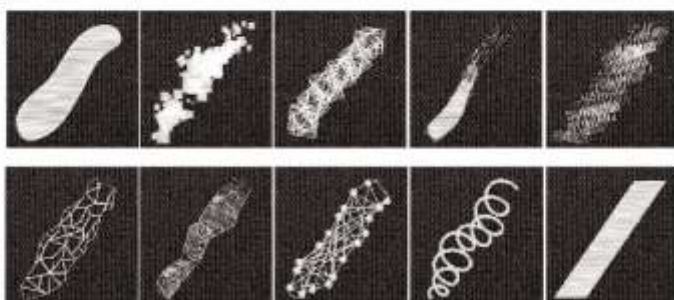


Открытки

Сувениры



Значки



Нашивки



Футболки

Документация

