

Редизайн сайта Факультета искусств СПбГУ

Введение

Тема работы

Редизайн сайта Факультета искусств СПбГУ.

Основание для выполнения работы

Тема выбрана по собственной инициативе и поддержана кафедрой дизайна СПбГУ.

Актуальность темы

Актуальность обусловлена тем, что факультету искусств необходим визуальный образ в медиа-пространстве, который бы отражал его ценности и эстетическую позицию, а также давал бы полное представление об уникальности факультета как одного из немногих практико ориентированных факультетов в области искусств, находящегося в контексте классического университета и имеющего уникальный синтез направлений и специальностей.

Практическая значимость

Проект должен повысить конкурентоспособность среди высших учебных заведений, создать приятный и привлекательный образ в глазах абитуриентов, потенциальных партнеров и работодателей с учетом позиционирования и ключевых ценностей.

Цель работы

Предложить обновление существующей дизайн-системы сайта, которая показывает принадлежность факультета к СПбГУ, отвечает современным тенденциям и соответствует критериям технических ограничений и регламенту СПбГУ.

Задачи

1. проанализировать существующую дизайн-систему;
2. изучить актуальные версии сайтов других факультетов СПбГУ и других тематических школ;
3. определить ключевые ценности и уникальность факультета искусств СПбГУ;
4. изучить общие правила по использованию фирменного стиля СПбГУ в рамках сайтов;
5. спроектировать сайт, отвечающий требованиям целевой аудитории, запросам пользователей и эстетической составляющей.

О факультете

Согласно общедоступной информации ¹, в течение многих лет факультет искусств фактически являлся частью филологического факультета, а затем факультета филологии и искусств. В отличие от профильных ВУЗов, факультет искусств, со всеми программами и художественными специальностями, осуществляет свою деятельность в рамках классического крупнейшего Университета, и это взаимодействие концепций приводит к синтезу искусств, технологий и науки. Уникальность среди прочих художественных школ заключается в том, что внутри одного факультета сочетаются изобразительные, музыкальные, зрелищные искусства. Эта вариативность образовательных направлений является отличительной чертой факультета.

Так как факультет находится в контексте классического университета, то был проведен анализ СПбГУ как бренда. Более подробные результаты представлены в [приложении 1](#).

Кафедры в составе факультета и их особенности:

- кафедра информационных систем в искусстве и гуманитарных науках

Особое внимание уделяется использованию современных технологии в области искусств, культуры, образования, гуманитарных наук и социальной сферы.

- кафедра изобразительных искусств;

Направления в составе кафедра: декоративно-прикладное искусство и станковая живопись. Обе программы дают университетское гуманитарное и профессиональное образование и активно применяют получению практических знаний (фондовые и экспозиционные занятия в Российском музее этнографии, Эрмитаже, Кунсткамере; пленэры и выездные практики в другие города России).

- кафедра дизайна

¹ arts.spbu.ru

Образовательные программы в области дизайна реализуются в СПбГУ с 2000 года. В состав кафедры входят такие направления как “графический дизайн” и “дизайн среды”.

Цель: подготовка дизайнеров широкого профиля, владеющих междисциплинарными методами проектирования и исследования.

Особенность подготовки: получение фундаментального университетского образования в контексте взаимодействия с естественно-научными и гуманитарными направлениями Санкт-Петербургского государственного университета.

Позиционирование: подход к дизайну с исследовательской точки зрения.

- кафедра мастерства художника кино и телевидения

Направления, входящие в состав кафедры, предоставляют возможность получения фундаментального художественного образования; обучение проходит по трем мастерским (специализациям).

- кафедра органа, клавесина, карильона

Акцент в подготовке специалистов сделан на так называемой аутентичной (исторически достоверной) интерпретации музыки, основанной на глубоком знании исторической традиции в музыкальном исполнительстве и эволюции старинных клавишных музыкальных инструментов.

- кафедра реставрации

Особое внимание в процессе обучения уделяется современным методам реставрационной работы и проектирования, проблемам охраны памятников, вопросам менеджмента в области использования и пропаганды культурного наследия.

- кафедра театрального искусства.

Каждый курс (обучение 4-х летнее) является творческой мастерской, своеобразным прообразом маленького театра, постепенно формирующимся за годы обучения репертуаром. Основной целью обучения актеров драматического театра и кино в СПбГУ является подготовка специалистов, сочетающая в себе фундаментальное университетское гуманитарное образование и профессиональное обучение.

Вывод: основные ценности факультета — совмещение традиций и инноваций, получение фундаментального классического образования в контексте творческих специальностей, **синтез искусств**.

Анализ аналогов

В данном исследовании рассматривается коммуникативная и визуальная организация образовательных интернет-ресурсов дизайн-университетов, взятых в качестве аналогов, правила фирменного стиля университетов или школ и их применение на сайтах ВУЗов. Для создания цельной картины были проанализированы брендбуки и сайты школ. В рамках исследования выделяются приемы, как положительные, так и отрицательные аспекты, а также анализируется корреляция правил брендбука (при наличии) и их применение на основном сайте. Анализ конкурентов в координатной плоскости представлен в приложении 2.

В качестве тематических аналогов проекта рассматриваются дизайн-системы (брендбуки) и сайты университетов и дизайн-школ. В стилистических аналогах приведены примеры систем, соответствующих классической направленности бренда, но гармонично вписывающихся в рамки современного дизайна; оценивается гибкость и универсальность визуальной коммуникации. В стилистических аналогах проанализированы примеры динамической айдентики. В прямых аналогах рассмотрен опыт предшествующих проектов по программам бакалавриата и магистратуры.

Анализ существующей системы

Действующий сайт представляет собой устаревшую дизайн-систему, которая не отражает в полной мере ценности и цели факультета искусств СПбГУ, не имеет четкой логичной структуры, которая была бы удобна и полезна для неподготовленного пользователя. Требуется систематизация информации и обновление элементов UI-kit. Более подробный анализ сайта факультета СПбГУ представлен в [приложении 3](#).

Тематические аналогии

Брендбук НИУ ВШЭ²

НИУ ВШЭ является автономным учреждением, федеральным государственным высшим учебным заведением. Фирменный стиль ВШЭ представляет собой цельную систему, с подробным описанием использования графических элементов для каждого факультета и подразделений ВУЗа.

² <https://www.hse.ru/info/brandbook/>

Плюсы:

- подробное описание использования логотипа;
- разработана система паттернов;
- определен фотостиль;
- есть маскот, адаптируемый под разные сценарии;
- определены цвета, оттенки и правила их использования не только для самого университета, но и для каждого подразделения;
- сайты большинства факультетов выполнены в едином стиле и придерживаются общих правил верстки.

Минусы:

- несмотря на присвоение каждому факультету и подразделению цветовой палитры и подробное описание их использования, цветовые концепции не соблюдаются;
- не все факультеты используют обновленный логотип.

Брендбук СПбПУ³

Фирменный стиль СПбПУ (Политеха) содержит подробные правила по использованию графических элементов для каждого подразделения.

Дизайн-система Политеха — пример надлежащего соблюдения общих правил.

Исходя из анализа, факультеты активно применяют концепции брендбука; сайты большинства факультетов и подразделений выполнены в едином стиле и придерживаются общих правил верстки.

Брендбук ИОН РАНХиГС*

*актуально на январь 2024

Большой упор сделан на представление государственного ВУЗа в

Интернет-пространстве — есть разделы с подробным описанием по созданию постов для социальных сетей, оформления UI-кита основного сайта и лендингов.

Сам брендбук представлен в виде удобных карточек с использованием фирменных цветов и графических элементов. Стоит отметить, что Школа дизайна РАНХиГС, которая в дальнейшем будет рассматриваться как один из основных аналогов, следует правилам своего фирменного стиля, отличающегося от основного.

Брендбук Institute of Design⁴

Разработкой айдентики частного Института дизайна в Иллинойсе занималось дизайн-агенство COLLINS. При разработке фирменного стиля команда опиралась на историческую составляющую университета и, таким образом, айдентика

³ <https://www.spbstu.ru/university/organizational-documents/corporate-identity/>

⁴ <https://www.wearecollins.com/work/institute-of-design/>

содержит в себе метафору баухауса. Сайт полностью перенимает созданную дизайн-систему и является отражением эстетики и ценностей Institute of Design, отвечая запросам современности.

Фирменный стиль OCAD U⁵

Фирменный стиль одного из старейших ВУЗов Канады был разработан командой дизайнеров BMD. Логотип представляет собой гибкую и легко адаптируемую систему контейнера. Айдентика стала отличным примером продолжения естественного развития и преобразования Университета.

Сайт Школы дизайна ВШЭ⁶

Из общего фирменного стиля ВШЭ на сайте используются логотип ВШЭ международного образца, шрифты и фотостиль. Сайт не придерживается цветовой концепции из брендбука и в качестве основных цветов использует черный и белый с акцентами. Каждый раздел содержит активную типографику, единые приемы верстки, композиции и цветового решения. Конкурсное портфолио представляет собой “сайт в сайте”, где используются те же фирменные шрифты и приемы композиции, что и на сайте Школы — это бесконечная галерея работ, каждый проект оформлен в виде лонгрида. Вывод: удобная навигация, систематизированная информация и понятный “чистый” интерфейс.

Сайт Школы дизайна ИОН РАНХиГС⁷

В фирменном стиле РАНХиГС прослеживается стремление к новаторству. Сайт отступает от основных правил брендбука и создает свой стиль. В основе веб-страниц — модульная сетка, которая делит разделы на интерактивные зоны. Основные цвета — черный и белый. Частый прием — появление дополнительной информации при наведении, что освобождает пространство страниц от перегруженности текстом. Интерфейс интуитивно понятен, все разделы находятся в верхнем меню. В целом, сайт создает ощущение новизны и современности.

Сайт Высшей школы дизайна и архитектуры (Политех)⁸

Пример того, как сайт успешно следует правилам брендбука Университета. Соблюдены цветовые концепции, композиция Школы соответствует верстке основного сайта, что создает впечатление связи подразделения с материнским заведением. Однако визуальная составляющая достаточно академическая и не имеет индивидуальных черт, которые бы демонстрировали эстетику и ценности школы.

⁵ <https://www.behance.net/gallery/1407795/OCAD-University-Visual-Identity>

⁶ <https://design.hse.ru/>

⁷ <https://design.ranepa.ru/ranepa>

⁸ <https://design.spbstu.ru/>

Центр Art & Science Университета ИТМО⁹

В 2022 году ИТМО провел ребрендинг¹⁰, в связи с чем изменилось позиционирование ВУЗа — “Больше, чем университет”. Главным приоритетом для Университета стало создание дискуссионной площадки научного комьюнити и практический подход к работе.

Центр “Art&Science” является частью государственного университета ИТМО и включает в себя магистерскую программу. Согласно описанию, представленному на официальном сайте “Центр — одна из первых институций, обратившихся к изучению и развитию научно-технологического искусства в России”. Сайт придерживается общих стилистических решений, представленных в брендбуке ИТМО, и создает положительное впечатление при использовании.

ECAL

Университет искусства и дизайна, расположенный в Швейцарии, основанный в 1821 году. На сайте используются простые чистые формы, гротеск, что, в совокупности, отсылает к традиции швейцарского стиля.

EKA

Высшее учебное заведение в Эстонии, основанное в 1914 году, предоставляет обучение по программам искусства, дизайна, архитектуры, истории искусств и реставрации.

Согласно уставу, для ВУЗа основным приоритетом является предоставление современного высшего образования, основывающегося на комплексном обучении. В 2006 и 2007 годах студентам-графическим дизайнерам Кейту Эйну и Эрику Кендлеру Департамент по связям с общественностью поручил создать руководство по визуальному стилю для ЕКА. В ходе работы они также обновили логотип и выбрали шрифт Adam, разработанный Антоном Коовитом, выпускником академии, в качестве официального шрифта.

Сайт использует простые формы и приемы, что облегчает ориентирование неподготовленному пользователю. Цветовая палитра ограничена белым, черным и серым, в качестве акцентного используется зеленый. Для заголовков применяется акцидентный шрифт, что облегчает консерватизм композиции веб-страниц. Так, концепция сайта отвечает позиционированию университета за счет использования современных дизайн-приемов и принципу открытости по отношению к студентам.

Pratt

⁹ <https://art.itmo.ru/>

¹⁰ https://itmo.ru/file/form_style/brandbook.pdf

Частный университет в Нью-Йорке, основанный в 1887 году, предоставляющий обучение в области искусств.

Сайт достаточно прагматичный, цветовая палитра ограничена черным, белым и акцентным желтым, используется гротескный шрифт на большинстве страниц (есть исключения, где основной текст набран антиквой). Фотографии смело размещены в рамках сетки: изображения либо становятся фоном, либо накладываются друг на друга. При этом композиция смотрится гармонично, на страницах достаточно “воздуха”. Вся дизайн-система отвечает ценностям и позиционированию Университета.

Академия Геррита Ритвельда

Художественная академия в Амстердаме, основанная в 1924 году.

Композиция сайта минималистичная, используются простые приемы взаимодействия, нет акцентных и дополнительных цветов, применяется гротесковый шрифт. Верстка выполнена по модульной сетке, прослеживается четкая иерархия. Пример, как при помощи простых приемов можно создать сайт, отвечающий требованиям современности.

Istituto Europeo di Design

IED — частная школа дизайна в Италии, основанная в 1966 году.

Сайт имеет простую понятную верстку, есть удобные фильтры, которые гармонично вписаны в композицию. Применяется модульная сетка, которая создает единство всех страниц. Цветовая палитра ограничена черным, белым и акцентным красным. Элементы, которые ведут на другие страницы с дополнительной информацией, видоизменяются при наведении, что облегчает знакомство с сайтом неподготовленному пользователю. Шрифты: гротеск с жирным начертанием и антиква. На главной странице, помимо новостей ВУЗа, представлены работы студентов в виде карусели.

Arizona State University Tempe Campus

По состоянию на июль 2023 года ВУЗ занимает 1 место в мировом рейтинге среди университетов, предоставляющих программы по искусству и дизайну.

Университет основан в 1885 году и располагает обширной коллекцией публичного искусства, которая считается одной из десяти лучших среди университетских коллекций публичного искусства в Соединенных Штатах.

Сайт достаточно консервативный, что отсылает к классическому образованию. Важная информация, кнопки, ссылки выделяются фирменными цветами ВУЗа. Есть отдельная страница, посвященная множеству достижений Университета в разных рейтингах. Применяется гротеск обычного и жирного начертания. В заголовке используется фото или видео, соответствующие представленной на

странице информации. В целом, пользование сайтом создает положительное впечатление, несмотря на некоторый визуальный шум в виде паттернов на фоне.

Massachusetts Institute of Technology

По состоянию на июнь 2023 года является самым престижным высшим заведением в мире. MIT играет важную роль в развитии современной науки и технологий и является самым передовым университетом в этой области. Страницы сайта ВУЗа имеют простую верстку, с ярко выраженной иерархией текста, написанным гротеском. Навигация сайта достаточно сложная за счет широкого применения гипертекста. Не все страницы выполнены в едином стиле. Общее впечатление от использования: бесконечный лабиринт страниц, почти каждая из которых уникальна по своему дизайну.

Сайт Institute of Design

Институт дизайна в Иллинойсе был основан в 1937 году как Новый Баухауз. Institute of Design сконцентрирован на создании системного дизайна, ориентированного на человека. Сайт успешно передает ценности и эстетику Института: он удобен для пользователя, грамотно использует разработанную агентством COLLINS дизайн-систему. На всех страницах внедрены интерактивные элементы фирменного паттерна. Композиция страниц идентична, что упрощает ориентирование неподготовленному пользователю, интерфейс интуитивно понятен; большой упор делается на информирование об исследовательских лабораториях.

Сайт UAL

Сайт государственного университета искусств в Лондоне минималистичный, построен по модульной сетке. Основная палитра — черный и белый, но при наведении на компоненты взаимодействия появляется акцентный оранжевый. Страницы всех колледжей используют одинаковые стилевые и композиционные приемы, что создает единство системы; каждому колледжу присвоен свой цвет. Страница каждого подразделения расположена на основном сайте, что не создает затруднений в поиске информации.

Сайт The Royal College of Art

Государственный колледж искусств в Лондоне использует “чистый” сайт с интуитивно понятным интерфейсом. В основе композиции — простая модульная сетка, по которой выравниваются текст и изображения. Применяются несложные интерактивные приемы, облегчающие взаимодействие пользователя с сайтом (подчеркивание текста при наведении, затемнение картинки). Основная палитра черно-белая с оранжевыми акцентами. В разделах сайта упор делается на

информацию об исследовательских проектах, стартапах и создание научного комьюнити.

Сайт RISD

Частная школа дизайна в Род-Айленде гордится своей историей, и эта ценность отражена на сайте RISD — на сайте указано, что это “университет и музей. Свою миссию видит в обучении студентов и общественности созданию и оценке произведений искусства и дизайна, обнаружению и передаче знаний и внесению долговременного вклада в глобальное общество посредством критического мышления, научных исследований и инноваций. Вероятно, исходя из идеи долговечности, был разработан бруталный сайт со строгой версткой. Частью фирменного стиля является акцидентный шрифт, используемый в заголовках. В навигации упор сделан на историю университета, внутривузовскую коммуникацию студентов и центры здоровья.

Сайт OCAD U

Государственное художественное учреждение в Онтарио является крупнейшим и старейшим университетом Канады. Помимо классических курсов, также предлагает междисциплинарные курсы, включающие новые медиа. В фирменном стиле ВУЗ отходит от своей исторической составляющей и ориентируется на создание современного имиджа. Большинство страниц сверстаны по единым правилам, однако есть исключения, где применяются другие формы контейнеров, анимация, нигде больше не встречающаяся. Есть отдельный раздел с видео-контентом, создаваемым в рамках университетских программ.

Сайт PARSONS

Частный колледж искусств и дизайна в Нью-Йорке, основанный в 1896 году Уильямом Чейзом в поисках индивидуального художественного самовыражения. Колледж стал первым учебным заведением в стране, предлагающим обучение в области дизайна одежды, рекламы, дизайна интерьера и графического дизайна. Сайт отвечает позиционированию колледжа — новаторское совмещение искусства и дизайна.

Design Academy Eindhoven

Междисциплинарный образовательный институт искусства, архитектуры и дизайна в Нидерландах. Известен как один из ведущих университетов дизайна мира.

Сайт имеет достаточно экспериментальный дизайн в применении градиента, акцидентного шрифта и ярких элементов при наведении.

Сайт Yale School of Art

Йельская школа искусств является частью Йельского университета — частного исследовательского университета Лиги плюща, одного из старейших ВУЗов США. Йельская школа искусств основана как первая профессиональная школа изящных искусств в Соединенных Штатах. Сайт Школы кардинально отличается от консервативного сайта основного университета. Это объясняется концепцией — сайт создан работниками и студентами университета. Несмотря на яркие цвета, фоны-паттерны и общее впечатление антидизайна, интерфейс создан по правилам UX/UI.

Сайт Факультета свободных искусств и наук СПбГУ

Первый в России факультет, построенной по модели Liberal Arts, которая подразумевает индивидуальный подход к каждому студенту и создание комфортной атмосферы для творческих и нестандартно мыслящих личностей. На сайте, кардинально отличающемся от веб-страницы материнского университета, используются простые приемы анимации и верстки, основы стиля — система таблицы, бегущие вертикальные строки, сложные цвета. Главный недочет — необоснованное использование анти-дизайна, что создает впечатление устаревшего сайта.

Прямые аналоги

Принципы презентации образовательных программ факультета искусств в интернет-среде. Я.А. Вавилова. 2015 г.

Работа представляет собой многосторонний анализ и глубокое исследование в рамках разработки сайта факультета искусств СПбГУ. Однако проект не учитывал технические возможности реализации.

Разработка имиджевых и презентационных материалов для Института когнитивных исследований СПбГУ. Даниил Леошко. 2022 г.

Целью проекта являлось создание визуальной системы репрезентации деятельности ИКИ с примером реализации сопровождения презентационных материалов. Дипломная работа является хорошим примером адаптивной графической системы для подразделения СПбГУ.

Дизайн сайта по методикам преподавания графического дизайна в СПбГУ. Марта Мартынова. 2022 г.

Целью работы являлось формирование графического облика представления кафедры дизайна СПбГУ в веб-среде и разработка сложносочиненного веб-сайта, который бы представлял концепцию магистерской программы. Однако проект оказался сложным с точки зрения возможного внедрения и реализации из-за ограниченных ресурсов факультета.

Стилистические аналоги (1)

Устойчивые города и общества. Диана Кузнецова, Аделия Водолазова. 2021 г.

Проект представляет собой визуально чистую современную концепцию и актуальные дизайн-приемы.

Концепция фирменного стиля для библиотеки Аалто в Выборге. Анастасия Марьева. 2022 г.

Проект основан на ценностях и принципах библиотеки Аалто, что широко используется в проектировании. Работа является примером адаптивной айдентики с опорой на историческую и средовую составляющую.

Музей Орсе

В основе айдентики Музея Орсе — вариативный шрифтовой логотип, в котором используется шрифт Бодони, являющийся символом классической французской типографики. Благодаря гибкости визуальной системы, есть возможность адаптации логотипа под разные задачи — так, у партнеров музея и его подразделений знаки имеют узнаваемый образ, отсылающий к первоисточнику. Сайт крупнейшей коллекции европейской живописи и скульптуры импрессионистов и постимпрессионистов выполнен в минималистичном стиле, с бежевыми акцентами. В заголовках используется антиква для поддержания классического образа музея. В основе шрифтового логотипа также лежит антиква. Используются прозрачные плашки с эффектом матового стекла для более удобного размещения информации; широко применяются интерактивные элементы.

Третьяковская галерея

Согласно информации с сайта агентства ONY, которое отвечает за ребрендинг музея, “для разработки образа, который объединит весь музейный комплекс, его проекты и мероприятия, нужен был универсальный знак. Он не мог быть абсолютно новым, но при этом должен был выглядеть современно, кроме того, он должен был быть понятным зарубежной аудитории”. Простой знак в виде буквы Т

лег в основу гибкой визуальной системы, которая смогла объединить все комплексы Третьяковской галереи.

Сайт Галереи минималистичный, имеет удобную систему фильтров, использует, в основном, гротеск, но в заголовках первого уровня применяется антиква. Элементы UI-кита выполнены в бежевом цвете. Есть онлайн-коллекции разных авторов, которые представлены в виде подробных статей с описанием работ (проект “Моя Третьяковка”). Вывод: сайт вписывается в современную презентацию музеев в веб-пространстве.

Московский музей дизайна

Сетка Московского музея дизайна вдохновлена советским хрусталем и супрематическими формами. В основе лежат три принципа: «узнаваемость — хрустальные предметы с таким узором можно найти в большинстве российских домов. Абстракция — узор предлагает гибкость и открытость, Дизайн — концепция основана на реальном продукте российского дизайна»¹¹.

Значки для логотипа генерируются на сетке с жесткими углами, которая может отображать десятки интересных форм, в результате чего получается гибкий логотип со множеством вариаций и возможностей, но всегда с очень последовательной и отчетливой ДНК для всех них.

ГЭС-2

Дом культуры “ГЭС-2” — пространство в Москве, объединяющее творческие практики от выставок до перформансов. Визуальный язык бренда — диаграмматика¹², которая легко адаптируется под разные форматы и создает единство системы. Графические элементы вдохновлены указателями и обозначениями на электростанции, тем самым отсылая к истории музея.

Royal Opera House

Визуальная система театра в Лондоне — пример удачного совмещения передового дизайна и классических традиций. Логотип театра напоминает технику гравюры, этот же прием используется и в некоторых носителях.

English National Opera

Визуальный образ одного из крупнейших оперных театров Великобритании — минималистичный, чистый, современный. Шрифтовой логотип обыгрывает аббревиатуру театра.

¹¹ https://lava.nl/work/moscow_design_museum/

¹² https://vk.com/wall-145827737_4886

Bayerische Staatsoper

Фирменный стиль Баварской государственной оперы представляет собой простой линейный “чистый” дизайн. Логотип оперы шрифтовой, набран антиквой. Айдентика оперы — пример совмещения архаики и современности.

Общий вывод: при создании дизайна сайта необходимо учесть требования пользователей, сделать выполнение основных задач максимально простым¹³, использовать акцентные приемы и избегать нефункциональных элементов.

Концепция

Обновление логотипа

Приступая к проектированию сайта, было необходимо обновить и айдентiku путем переосмысления логотипа и цветового решения, и создать такой знак, который более точно отображает суть факультета искусств.

Прежде всего был проведен поиск образа и метафоры. В результате семиотического моделирования¹⁴ была выделена ключевая ценность факультета — единство разных по своей сути и методам обучения программ, где совмещаются традиции и инновации. Так, метафорой знака стала фраза “синтез искусств”. В основу формы логотипа лег амперсанд, как знак, чьим основным посылом является “объединение”. Стилистическим аналогом логотипа стал краткий исторический очерк Яна Чихольда *A Brief History of the Ampersand*, где через вариативность знака рассказывается об истории типографики — так, амперсанд содержит в себе и историческую отсылку.

Значения символа:

- искажение фразы *per se* (“сам по себе”, “как таковой”)
- происхождение от латинского языка (латынь как язык классических университетов)
- символ логической конъюнкции (операция истинна только в том случае, когда все высказывания, для которых выполняется конъюнкция, истинны)
- за рубежом в титрах фильмов, рассказах, сценариях и т. д., знак & указывает на более тесное сотрудничество, чем “and”
- в названиях компаний: сотрудничество двух и более человек
- обозначение того, что «и» в перечисленном элементе является частью названия элемента, а не разделителем (Rock, pop, rhythm & blues and hip hop”).

¹³ Нильсен Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена. пер. с англ. СПб: Символ-Плюс, 2001 — 457 с.

¹⁴ Лола Г.Н. Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования.: Санкт-Петербург: ИПК Береста, 2019 — 100-113 с.

Итоговый логотип смоделирован таким образом, что буква “а”, символизирующая сокращение “arts” (“искусства”) гармонично вписывается в форму знака, являясь его логическим продолжением. Так закладывается гибкость образа, которая становится основой для создания динамической айдентики¹⁵, раскрывающая вариативность знака и поддерживающая идею “объединения”.

Анимированный логотип стал дизайн-токеном айдентики. В основу легло движение точки — пикселя, прошедшего через процесс преобразования в аналоговое изображение¹⁶. Согласно Элви Рей Смигу, пиксель произошел от волн Фурье — “видимый мир, как и музыка, складывается из суммы волн”, создающих пространственные ритмы. Эта концепция, которая отсылает и к визуальному искусству, и к музыке, и к цифровому пространству, в полной мере передает многогранный синтез направлений и методик факультета. Также стоит отметить, что в анимированном логотипе сохранена цветовая преемственность — цветовая палитра нового знака так же, как и у действующего логотипа, состоит из четырех цветов, но отличие заключается в тональности и насыщенности для придания более современного облика.

Концепция сайта

В оформлении сайта заложена метафора выставочной витрины. Цветовая палитра составлена таким образом, чтобы основные цвета сайта не отвлекали от контента, который, в силу особенностей и индивидуальностей каждой программы, представляет собой разные по цветовому сочетанию и композиции изображения, видео- и аудиофайлы. Акценты используются как удобные для пользователя элементы навигации. Сайт спроектирован таким образом, чтобы соответствовать концепции разумного дизайна, который учитывает потребности пользователя и сам по себе является функциональным.¹⁷

Ход работы. Эскизное проектирование

Согласно Медведеву Ю.В. целью дизайна как феномена современной культуры является содействие повышению качества жизни людей и совершенствованию

¹⁵ Irene van Nes Dynamic Identities. How to create a living brand.. - Netherlands: BIS Publishers, 2012. - 199 с.

¹⁶Элви Рей Смит. Пиксель. История одной точки. – Пер. с англ. – А. Смигигов. ООО «Индивидуум Принт, 2023. – 932 с.

¹⁷ Веб-дизайн: книга Келли Гото и Эмили Котлер. - пер. с англ. - СПб: Символ-Плюс, 2003, - 167с.

социально-культурных отношений между ними путем формирования гармоничной предметной среды и ее компонентов во всех сферах жизнедеятельности людей для удовлетворения всего многообразия их материальных и духовных потребностей. То же применимо и к веб-дизайну: основополагающим принципом при разработке сайта стало удобство, облегчение ориентирования пользователя среди большого объема информации. Именно опыт взаимодействия с сайтом формирует у посетителя впечатление об учреждении, он же влияет на конкурентоспособность, и именно он определяет, вернется ли посетитель на сайт.¹⁸

Дон Норман в книге “Дизайн привычных вещей”, где изложенные принципы применимые к любой среде, разрабатывающей продукты для пользователей, утверждает, что “все должно быть наглядным: как и какие детали работают и как заставить их работать”. Благодаря анимированным элементам, иерархической композиции текста, использованию единых приемов верстки и расположения изображений создается общность системы и накапливается пользовательский опыт.

При редизайне учитывались обязательные требования по размещению информации в соответствии с политикой открытости Университета.¹⁹

Структурирование информации, наполнение контентом, активное привлечение партнеров, нацеленность на требования аудитории являются преимуществами нового сайта над действующим, наряду с визуальным обновлением.

Анализ целевой аудитории

Поскольку сайт должен быть функциональным и учитывать, в первую очередь, потребности пользователей, то целевая аудитория анализировалась по критериям rains and gains.

Основные группы ЦА и их потребности:

Абитуриенты — получить актуальную информацию о выбранном направлении, посмотреть результаты обучения, которые представлены в виде портфолио избранных работ.

Студенты, преподаватели, сотрудники факультета — желание ощущать себя частью современного творческого сообщества, чувствовать причастность к университету.

Партнеры и работодатели — понимать уровень подготовки выпускников, специфику полученного ими образования, уникальность и сильные стороны потенциальных сотрудников/партнеров.

¹⁸ там же

¹⁹ <https://spbu.ru/openuniversity/politika-otkrytosti>

Разработка древа сайта

На этом этапе определялись обязательные разделы и информация, приоритетная для пользователей. Информация, приведенная на существующем сайте, была систематизирована и приведена к удобному для пользования виду. В качестве основного аналога была использована карта сайта Высшей школы менеджмента.²⁰ Карта сайта Факультета искусств представлена в приложении 4.

Разработка композиции и элементов

Целостность синтетической мультимедийной формы сообщения, разнородной по своей природе, актуализируется через визуальный канал передачи информации.²¹ Каждая страница спроектирована по общей сетке, с определенным набором заголовков и оптимальным размером основного текста.

Большой акцент сделан на верстке и типографике. Был учтен достаточный контраст между цветом фона и текста для комфортного чтения; шрифт, как таковой, сочетает максимальную общность стиля, создавая единую дизайн-систему.²²

«Интеракция – один из ключевых компонентов виртуальной среды... с точки зрения эстетики, интерактивность употребляется не для того только, чтобы описывать связь с произведением, она является составляющей самого произведения».²³ Поскольку благодаря интерактивности зритель способен самостоятельно (до степени, определенной автором) структурировать виртуальное произведение во времени взаимодействия²⁴, были разработаны интерактивные элементы графики и навигации, которые создают позитивный пользовательский опыт. Именно высокое качество взаимодействия является существенным и долговечным конкурентным преимуществом.²⁵

Согласно Зыряновой А.А., сайты дизайн-школ характеризуются применением дискретного взаимодействия: зритель исследует объединенные в страницы элементы информационной среды, переходя от одних к другим. Каждое из изданий отмечено особыми формами продолженного взаимодействия внутри страниц. Так, на обновленном сайте факультета в глобальной навигации сайта продолженное взаимодействие используется для «разворачивания» подкатегорий; страницы кафедр предусматривают раскрывающиеся при нажатии списки с более подробной информацией о направлениях; иконки скачивания и те, которые ведут на внешние и внутренние страницы, становятся анимированными при наведении.

²⁰ <https://www.nimax.ru/gsom>

²¹ Конечная В.П. Социология коммуникаций: Учебник. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с

²² Кирсанов Д. Вебдизайн: книга Дмитрия Кирсанова. – СПб: СимволПлюс, 2013. – 113 с.: цв. ил.

²³ Иоскевич. Я.Б. Интернет как новая среда художественной культуры. – СПб.: РИИИ, 2006. – 168 с.

²⁴ Зырянова А.А. Композиция мультимедийной презентации; — СПб, 2011

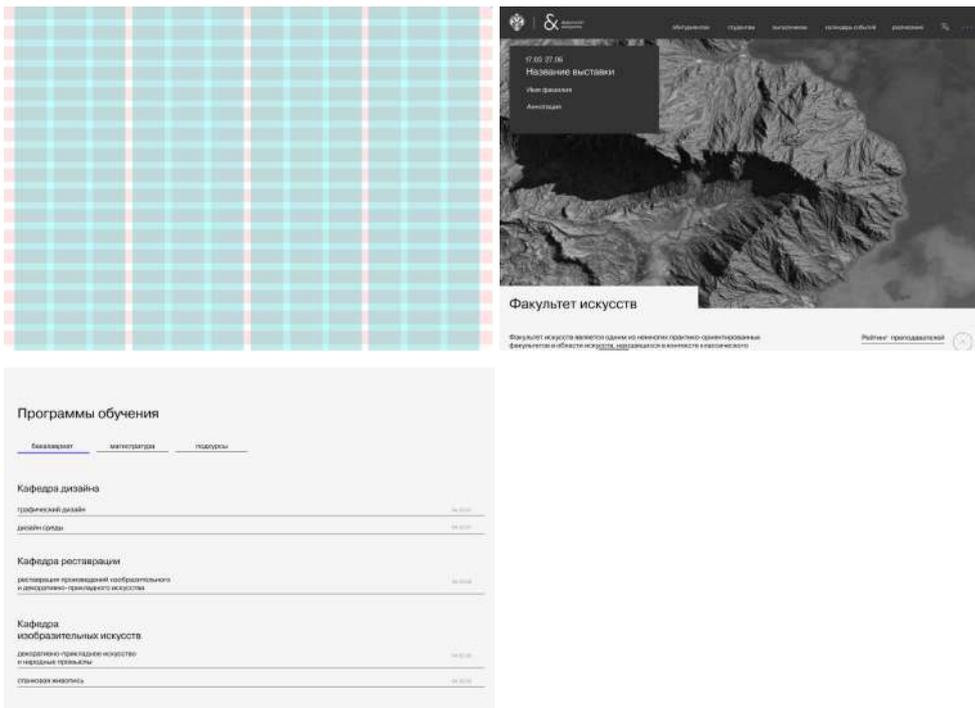
²⁵ Гарретт Дж. Веб-дизайн: книга Джесса Гарретта. Элементы опыта взаимодействия». – Пер. с англ. – СПб.: СимволПлюс, 2008. – 192 с.: ил

Информация структурирована согласно запросам пользователей: представлен более наглядный список кафедр и направлений, добавлена актуальная контактная информация, к которой теперь есть более быстрый доступ; чтобы избежать большого количества текста, были введены раскрывающиеся списки, карусели, прокрутки.

Для повышения медийности и поддержания интереса к факультету со стороны партнеров были введены блоки по предложению о сотрудничестве, страница с избранными проектами, лендинг Лаборатории DESIS SPbU.

Чтобы сохранить идентичность кафедр, были разработаны два основных типа портфолио — визуальный и аудиальный. Первый демонстрирует видео и изображения проекта, а второй позволяет прослушать аудиозапись, что актуально для кафедры органа, клавирина, карильона.

Наполнение контентом предполагает регулярное обновление новостной ленты, календаря событий и портфолио, с использованием качественных изображений, в полной мере демонстрирующих суть разделов; в ином случае предусмотрено использование типового изображения.



Приложения

Приложение 1

Платформа бренда	
Исследование проведено в рамках проектной школы "Университетский остров" Информация взята из брендбука СПбГУ к празднованию 300-летия	
Позиционирование	Быть первыми
Цель	Формирование нравственной, ответственной, самостоятельно мыслящей и творческой личности; лидерство в научных открытиях
Личность бренда	дань традициям; консерватизм; стремление к открытиям; "классический университет, устремленный в будущее"
Ценности бренда	развитие научного знания и образования; принципиальность в поиске истины; уважение к учителям, коллегам, ученикам; принцип открытости
RTB (reason to believe) бренда	аккредитованное государственное образовательное учреждение с многолетней историей; реализация научного потенциала
Рациональные и эмоциональные преимущества	<i>рациональные преимущества:</i> подтвержденное высшее образование, котируемое во многих странах <i>эмоциональные:</i> поиск связей, приобретение полезных навыков; приобщение к истории одного из старейших университетов
ЦА и ее потребности	абитуриенты и студенты 16-35 лет; преподаватели Потребности: получение практического опыта, проведение исследований

Приложение 2



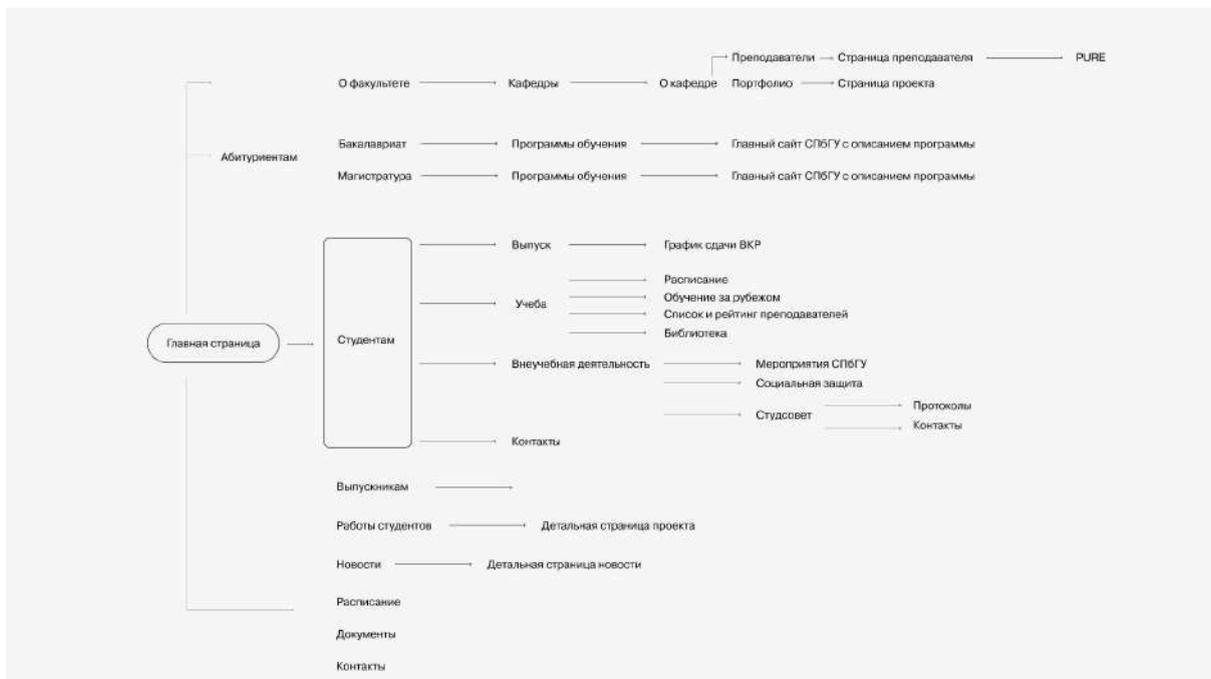
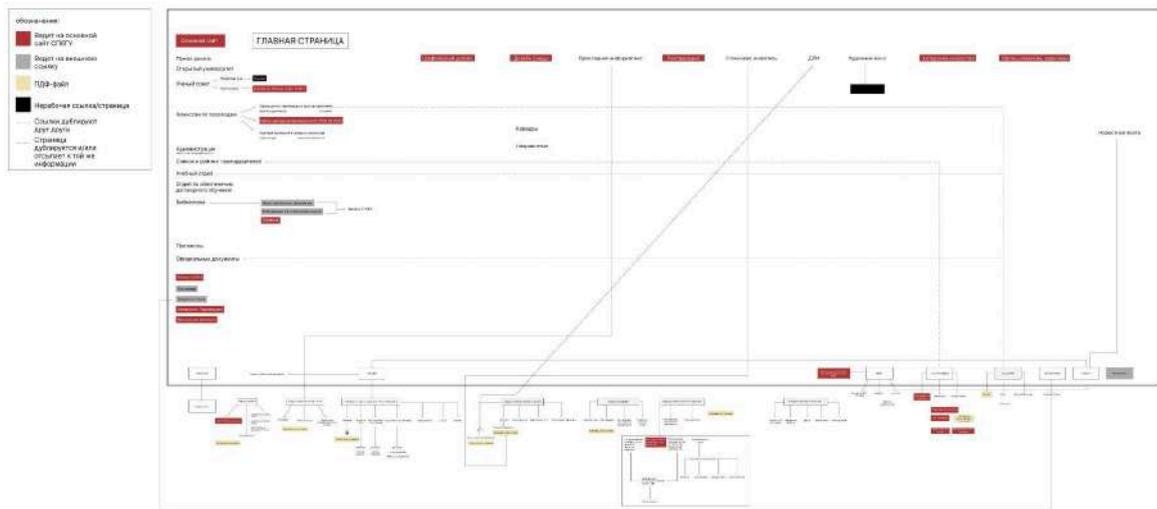


Изображение 1: российские ВУЗы

Изображение 2: зарубежные учебные заведения

Приложение 3

Приложение 4



Изображение 1: составление карты нынешнего сайта факультета.

Изображение 2: новая карта

Источники

Список литературы

Гото К. и Котлер Э. Веб-дизайн: книга Келли Гото и Эмили Котлер. — пер. с англ. — СПб: Символ-Плюс, 2003, - 167с.

Нильсен Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена. — пер. с англ. СПб: Символ-Плюс, 2001 — 457 с.

Гарретт Дж. Веб-дизайн: книга Джесса Гарретта. Элементы опыта взаимодействия». – Пер. с англ. – СПб.: СимволПлюс, 2008. – 192 с.: ил

Кирсанов Д. Вебдизайн: книга Дмитрия Кирсанова. – СПб: СимволПлюс, 2013. – 368 с.: цв. ил.

Зырянова А.А. Композиция мультимедийной презентации; — СПб, 2011

Ян Чихольд/ A brief...

Медведев В.Ю. Сущность дизайна: теоретические основы дизайна : учеб. пособие. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб.: СПГУТД, 2009 – с. 65

Прототипирование. Практическое руководство / Тодд Заки Варфел ; пер. с англ. И. Лейко. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013 -240 с.

Дон Норман. Дизайн Привычных вещей.

Irene van Nes Dynamic Identities. How to create a living brand. - Netherlands: BIS Publishers, 2012. - 199 с.

Лола Г.Н.

Элви Рей Смит. Пиксель. История одной точки. – Пер. с англ. – А. Снегирев. ООО «Индивидуум Принт, 2023. – 932 с.

Иоскевич. Я.Б. Интернет как новая среда художественной культуры. – СПб.: РИИИ, 2006. – 168 с.

Конечкая В.П. Социология коммуникаций: Учебник. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с

Интернет-ресурсы

<https://www.hse.ru/info/brandbook/>

<https://www.spbstu.ru/university/organizational-documents/corporate-identity/>

<https://www.wearecollins.com/work/institute-of-design/>

<https://www.behance.net/gallery/1407795/OCAD-University-Visual-Identity>

<https://design.ranepa.ru/ranepa>

<https://design.spbstu.ru/>

<https://art.itmo.ru/>

<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

<https://critical-zones.zkm.de/#/>