

# Разработка печатное издание о селф-брендинге в дизайне

Лю Цзыци

СПбГУ' 24. Факультет Искусств  
ООП Графический дизайн

Дипломный руководитель:

Александрова Татьяна Игоревна, старший  
преподаватель кафедры дизайна

Руководитель теоретической части:

К.Г. Позднякова, кандидат искусствоведения, доцент  
с обязанностями заведующего кафедрой дизайна СПбГУ

# 1. Теория

# Актуальность проекта

В эпоху цифровизации и глобализации личный бренд становится ключевым для выделения индивидуума в социальной и профессиональной сферах.

Книга поможет читателю изучить теорию селф-брендинга, изучить примеры, спланировать концепцию личного бренда, и узнать, как его можно визуализировать.

## цель проекта

Помочь каждому найти свое уникальное место в многообразном мире дизайна.

## задачи проекта

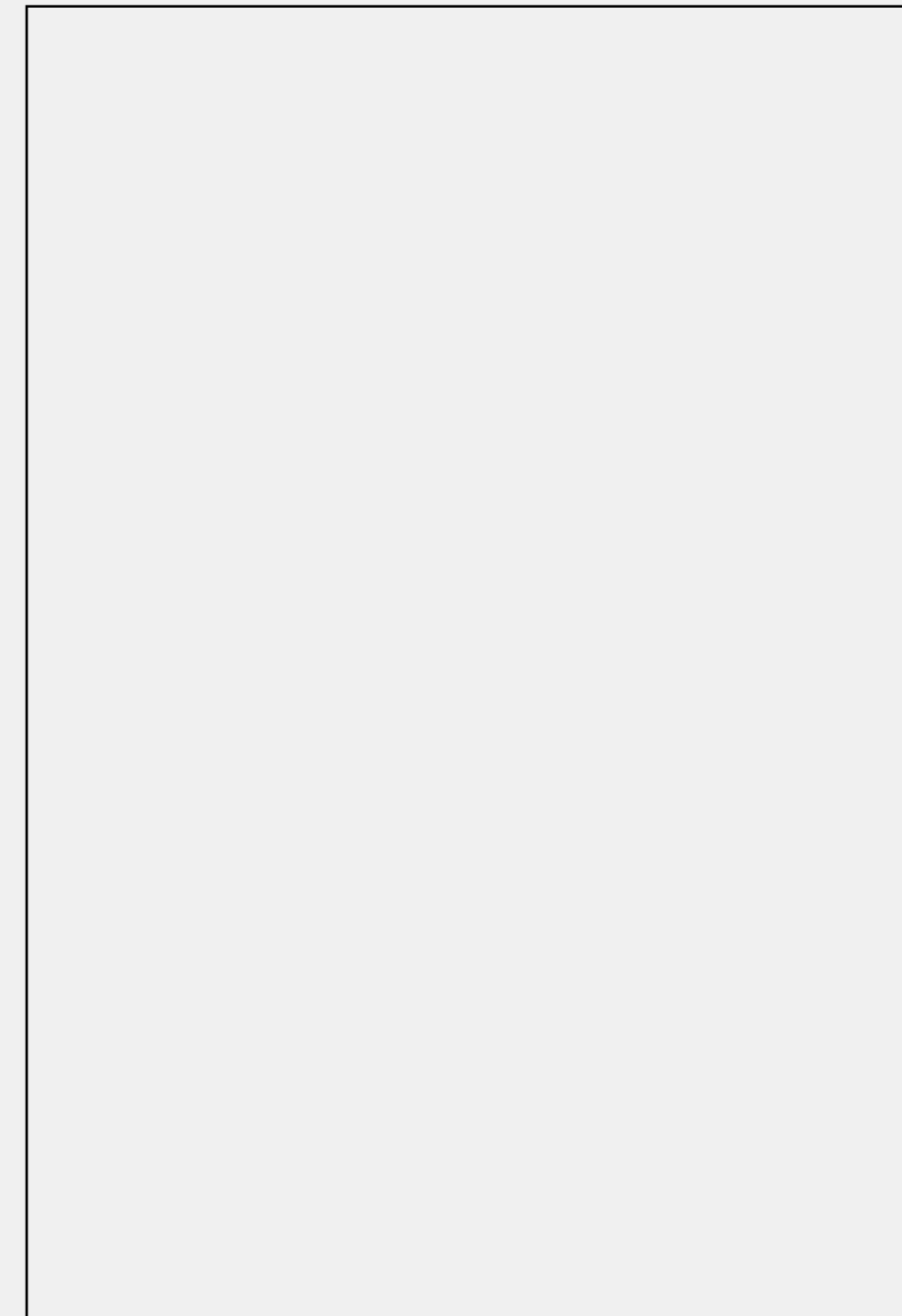
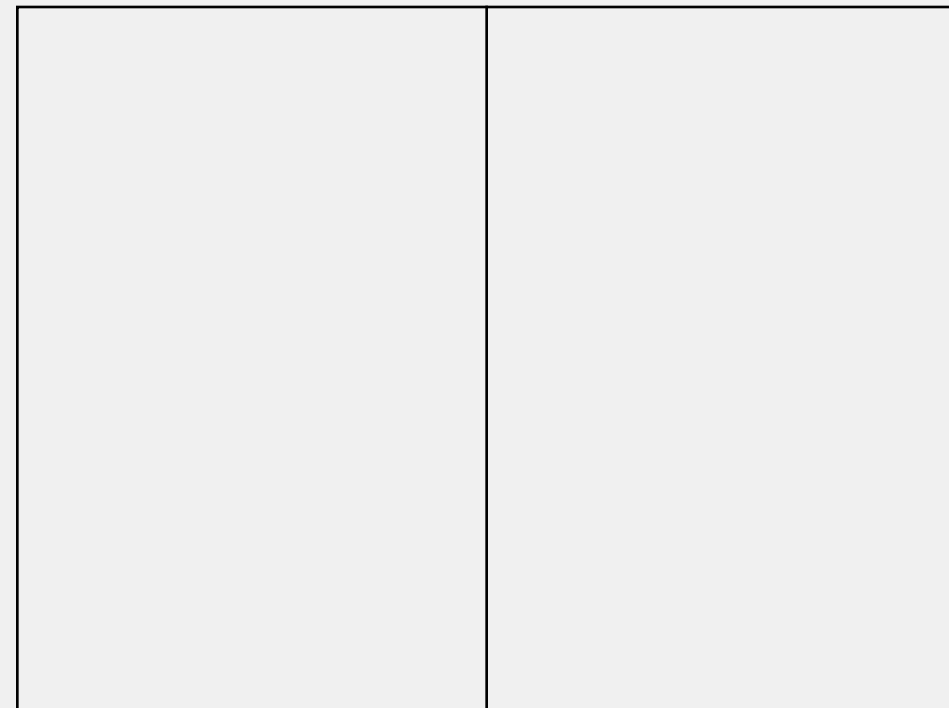
- (1) изучить основы личного бренда: основные понятия, творческие методы и стратегии, которые могут помочь читателям выразить и сформировать свой личный бренд;
- (2) проанализировать примеры личных брендов известных дизайнеров;
- (3) разработать упражнения для того, чтобы читатели могли начать процесс определения и представления личного бренда
- (4) разработать печатное издание

# Состав проекта

Книга 130 x 190

Плакат А3 (инструкция)

Блокнот 130 x 190



# Целевая аудитория

дизайнеры, которым необходимо выявить свой уникальный стиль и определить своё место на конкурентном рынке дизайна.

дизайнеры, которые хотят выйти из традиционных рабочих моделей, создать свой личный бренд и стать фрилансерами.

**(1) Студенты-дизайнеры**

**(2) Self-employed (самозанятые)**

# Тематические Аналоги

# Книги: интервью с дизайнерами



Esquire Magazine: Rules of life ( Interview Book)



Things I have learned in my life so far



636 pages of interviews with the world's best designers studios and type foundries



I used to be a design student



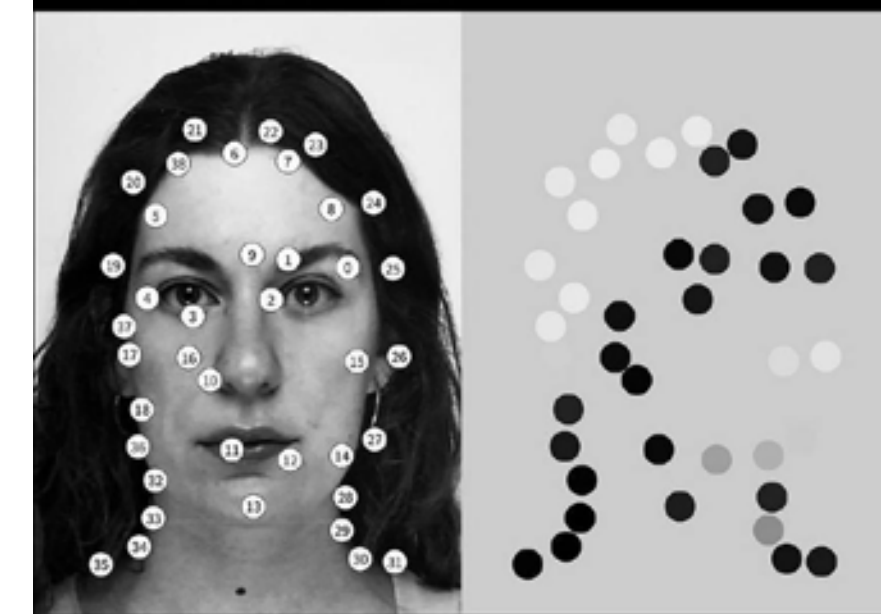
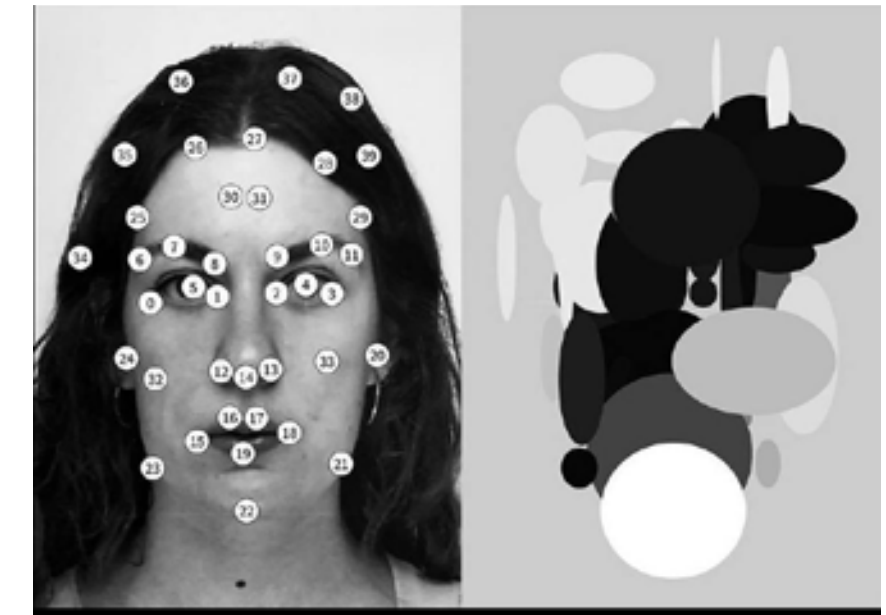
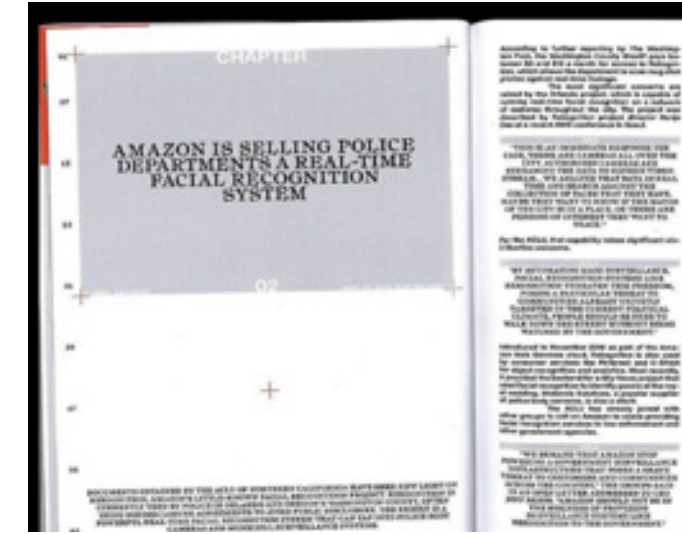
Many Letters. All interviews of Type Journal



Hello I am Erik

# Stilicheskie Analogi

# Приемы верстки, графика





## 2. Сбор контента

# Статьи

1. Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review and Research Agenda.  
*Sergey Gorbatov, Svetlana N. Khapova and Evgenia I. Lysova*

2. Old Practice, but Young Research Field: a Systematic Bibliographic Review  
of Personal Branding. *StefanScheidt, CarstenGelhard and JörgHenseler*



# Цитаты

**Personal branding** is a strategic process of creating, positioning, and maintaining a positive impression of oneself, based in a unique combination of individual characteristics, which signal a certain promise to the target audience through a differentiated narrative and imagery.

**Личный брендинг** — это стратегический процесс создания, позиционирования и поддержания положительного впечатления о себе, основанный на уникальной комбинации индивидуальных характеристик, которые сигнализируют об определенном обещании целевой аудитории через дифференцированный рассказ и имидж.

# Содержание книги

1. Актуальность персонального брендинга
2. Основные понятия и определения
3. Процесс брендинга (этапы, визуализированные в форме схемы)
4. Атрибуты бренда
5. Анализ личностей дизайнеров и их портфолио

# Ключевые понятия селф-брендинга

1. Human branding
2. Impression management
3. Self promotion
4. Image
5. Reputation
6. Fame
7. Employee Branding

- 1. Брендинг человека*
- 2. Управление впечатлениями*
- 3. Самопродвижение*
- 4. Имидж*
- 5. Репутация*
- 6. Известность*
- 7. Брендинг сотрудников*

# Цели селф-брендинга

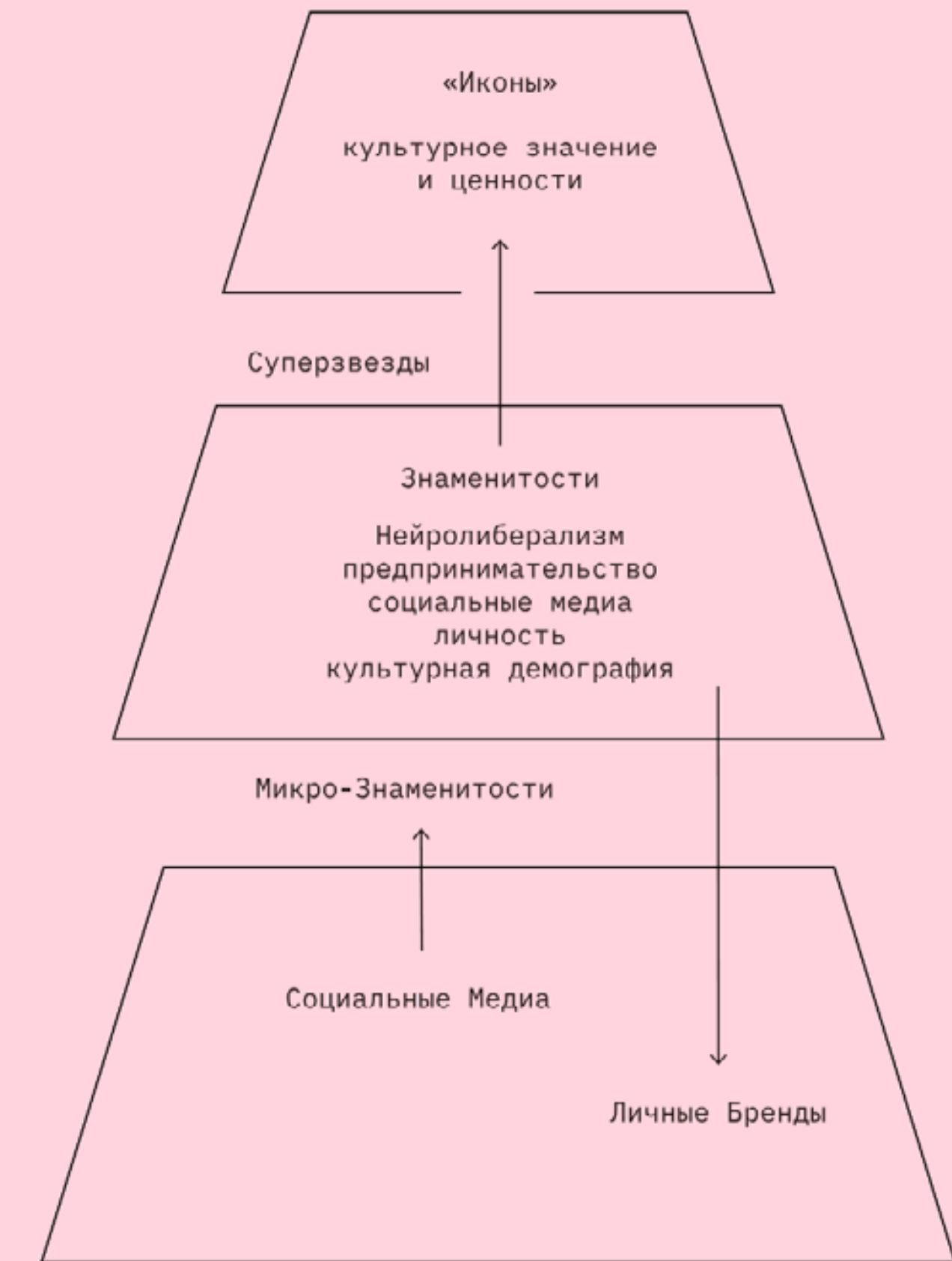
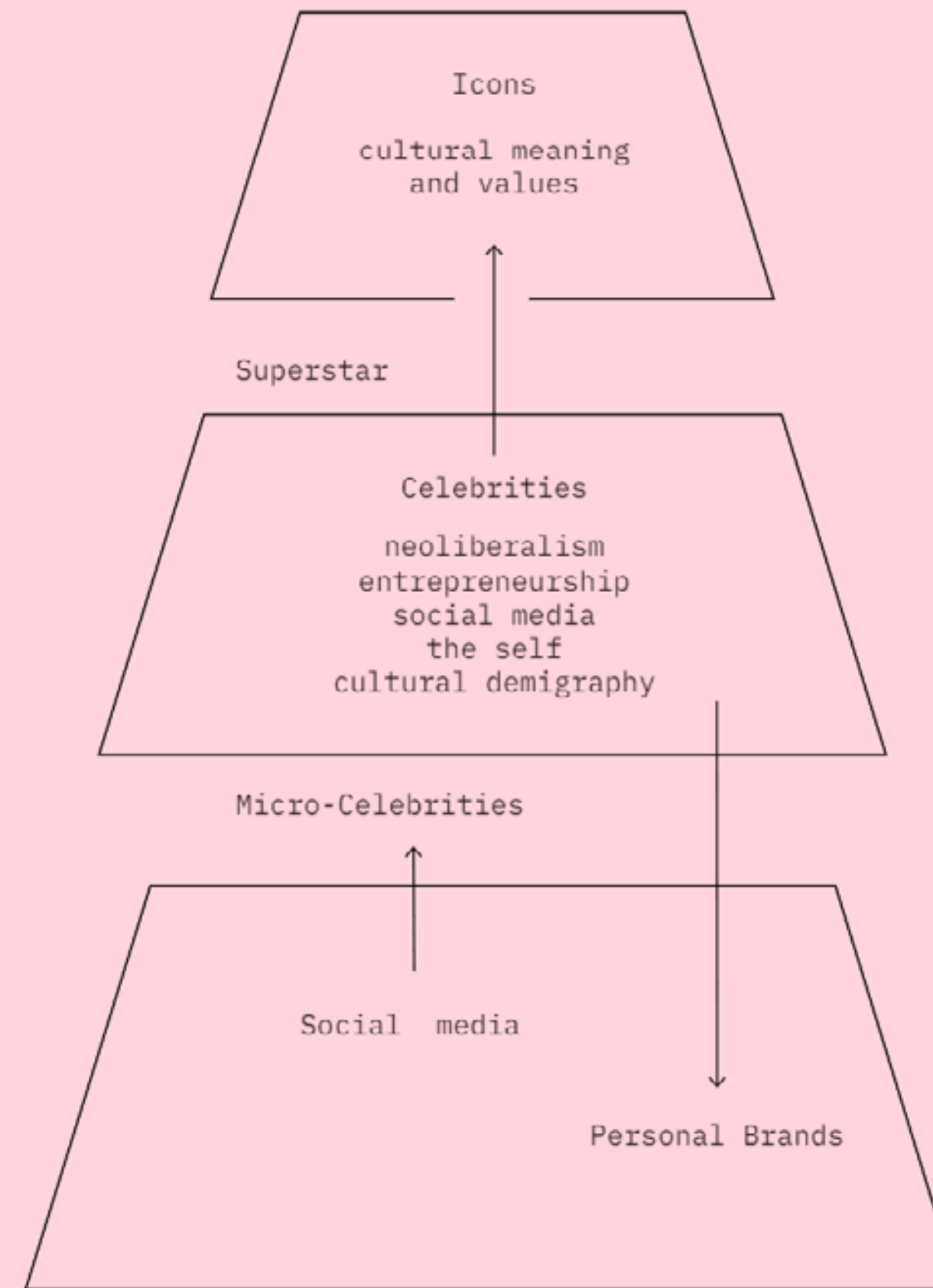
1. Raising self awareness
2. Needs analysis and positioning
3. Constructing brand architecture
4. Self-reflection and feedback seeking

- 1. Повышение самосознания*
- 2. Анализ потребностей и позиционирование*
- 3. Создание архитектуры бренда*
- 4. Саморефлексия и поиск обратной связи*

# Процесс селф-брендинга

Self-Reflection  
and Feedback-seeking +  
Sensemaking

*саморефлексия  
и поиск обратной связи +  
построение смысла*

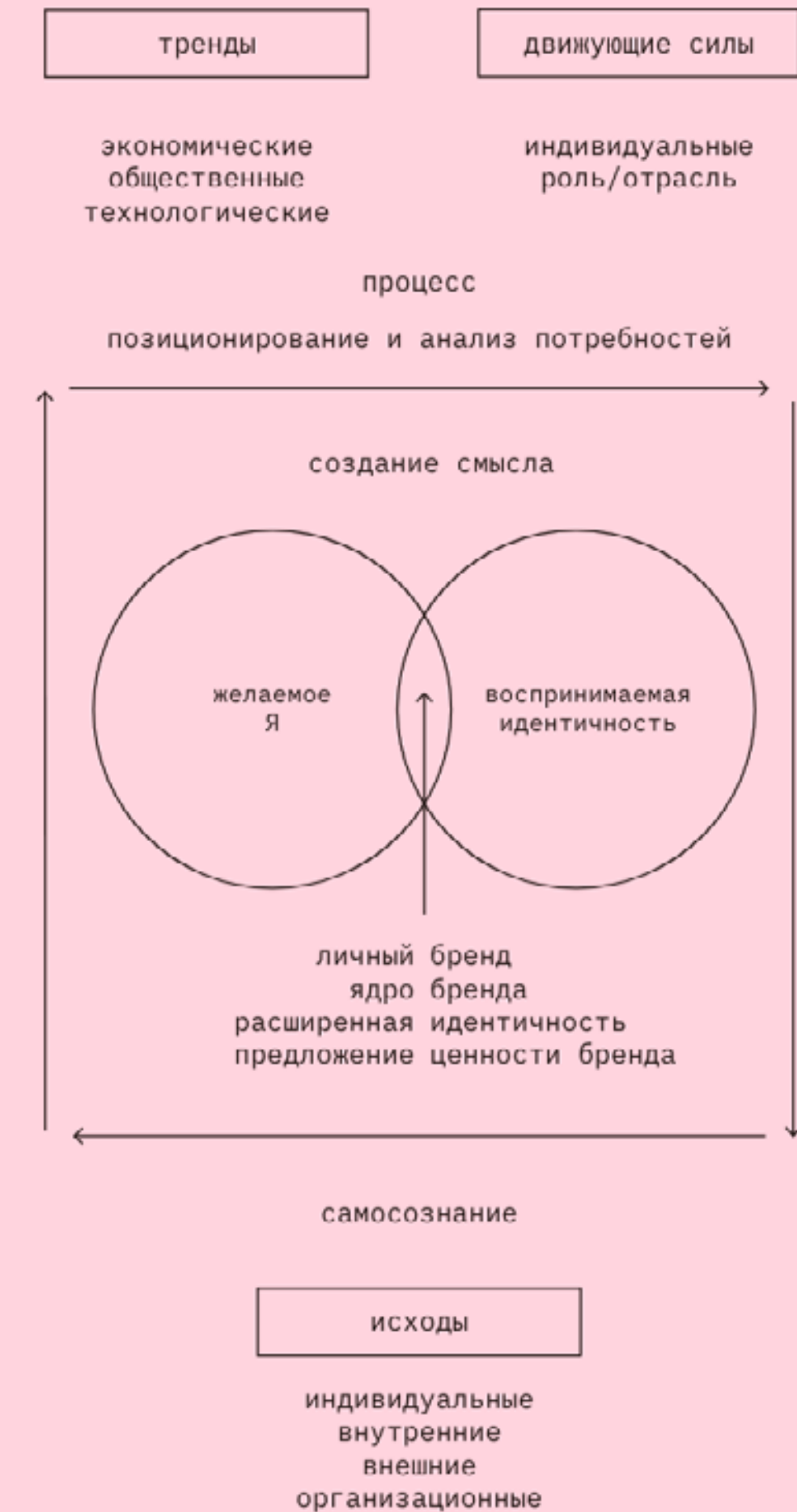
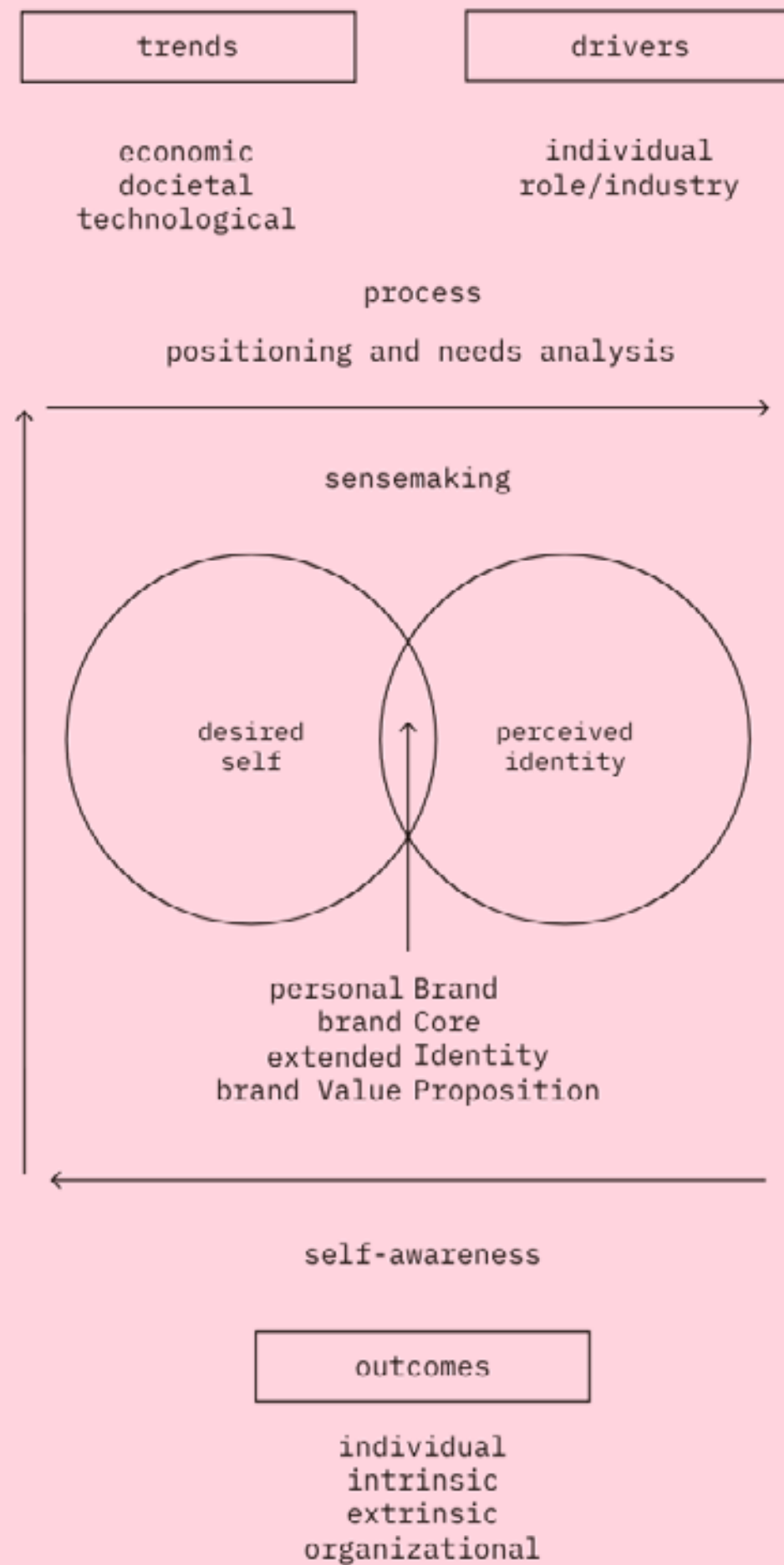




# Процесс селф-брендинга

## Personal branding model

### Иерархия личного брендинга



# Вопросы для анализа личного бренда

- (1) первое впечатление (ключевые слова)
- (2) работы (визуальный стиль, характерные приемы)
- (3) методы работы (авторский подход к проектированию)
- (4) портфолио (как работы представлены на сайте)
- (5) интервью (характерные цитаты, ценности и мнение)
- (6) внешность (как выражается личность в стиле, в жестах)
- (7) позиционирование  
(фраза, которая обобщает впечатление о личности)

# Личности



Teresa Rullerova



Innes Cox



Daniel van der Velden Irma Boom  
and Vinka Kruk



Ludovic Balland



Karel Martens

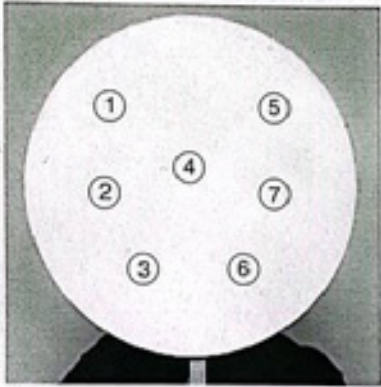
# Задание для воркшопа с магистрантами 1 курса

проанализировать  
дизайнеры личного бренда

**Innes Cox**

проанализировать:

- (1) первое впечатление (ключевые слова)
- (2) работы (визуальный стиль, характерные приемы)
- (3) методы работы (авторский подход к проектированию)
- (4) портфолио (как работы представлены на сайте)
- (5) интервью (характерные цитаты, ценности и мнение)
- (6) внешность (как выражается личность в стиле, в жестках)
- (7) позиционирование (фраза, которая обобщает впечатление о личности)



*previous mode selection transform*

*46:56*

*50:57 - cyrillic in typography design should get you think about smth and not necessarily give you answers to smth*

*Facebook, In Design*

*36:50 "in the city I see also the same patterns reappearing that I find on the screen"*

*"I try to capture by zooming it, printing it, scanning it, zooming it again"*

*relation between nature/screen*

*imperfecien - but that's what I like*

**Innes Cox**

- Первое впечатление  
Задумчивость, чувствительность, контекст
- Работы (стиль, приемы)  
Монохромность, коллаж, диджитал-ошибка, дизайн-размышления
- Методы работы (авторский подход)  
Проекты либо независимые, либо коллаборативные, либо всё вместе. Её работа всегда включает исследование

Частый мотив – исследование повседневности в социальных сетях, отношения с технологиями. В работах можно часто встретить следы виртуальной архитектуры.  
<https://walkergart.org/magazine/innes-cox/the-process-of-design-cannot-be-automated>

Замечает прекрасное в ошибке. Примеры таких проектов:  
Сдвиг публикаций в инстаграме как прием: «The Resurrection of the Darlings» (илл. 1)

«Font Not Found», розовая плашка (илл. 2)



Любит работать с бумагой.  
«I'm wiser now, [but] paper adds a special, additional quality».  
С помощью печати Инес реализует цифровое в физическом. Даже личные фотографии помещает в альбомы.  
«I'm keeping so much on paper, I print everything».

- Портфолио. Как работы представлены? <http://innescox.com>  
На данный момент на сайте-портфолио нет работ. Это скорее визитная карточка. Описание на её сайте свидетельствует о чутком отношении к жизни:  
«Innes Cox lives, works, thinks, doubts, tries, finds, builds, talks, writes and teaches in Antwerp (BE) and Anlezy (FR)».

На сайте есть ссылка на Tumblr, где представлена книга Save:  
<https://innescox.tumblr.com>

Работы Инес можно найти в сети, они пользуются популярностью в дизайн-сообществе. Кроме того, она показывает многие свои проекты на лекциях Стрелки.

- Интервью (характерные цитаты, ценности и мнение)  
**Innes Cox. Lecture "Buttons and Icons as Metaphors of the Physical World"**  
<https://www.youtube.com/watch?v=58nuQ1v77k>

После лекции аудитория проявила большой интерес – в течение 40 минут ей задавали вопросы

«Focus on small projects, less commercial»

О взаимодействии с коммерцией. Либо люди приходят к ней именно из-за специфического подхода, либо она показывает им работу, которую хотела бы сделать.

(1: 07: 46) Самая сложная работа – работа с друзьями и родственниками. Они обращаются к тебе не по твоему портфолио, а потому что знают тебя. У них другие ожидания.

У Инес двойные чувства по отношению к социальным платформам, особенно к Instagram. «I don't like Instagram like a human being but as graphic designer I love it». Она признает ценность соц. сети именно как материал для исследования, но не для вдохновения. Сравнение себя с другими дизайнерами негативно воздействует на уверенность.

«It makes me unhappy when I'm too long on Instagram»  
(1: 01: 36) «It's very dangerous to be constantly confronted with other designers»  
«When I get an overload of graphic design posts I feel so unoriginal and I feel so silly making my things. It doesn't inspire me»  
Чаще всего дизайн в Инстаграм-постах вырван из контекста.

Она предпочитает находить вдохновение в искусстве (музыка).

Любимые графические дизайнеры – её учителя (подход в дизайне).  
Инес отметила дизайнера Braulio Amado как нечто-то отличное от всего. (1: 03: 32) «I would never know how to create stuff like he does». Ей нравится свобода в его работах.  
<https://badbadbadbad.com>

Как появились взаимосвязь цифровое/физическое?  
«I was screenshots like a maniac» (46:56)  
«Zooming its»  
«It's a personal desire, I want make things physical ((that sounds dirty))»

- Внешность  
Тяжелый взгляд  
Взвешенные слова  
Мало фотографий и личной информации
- позиционирование  
«...imperfecions but that's what I like...»

#Personal Branding #Personal Identity #Human Brand #Precariat #Nomads  
#Impression management #Self-promotion #Image #Reputation #Fame #Employee Branding

# 3. Макет книги

# Шрифт

IBM Plex Sans Book

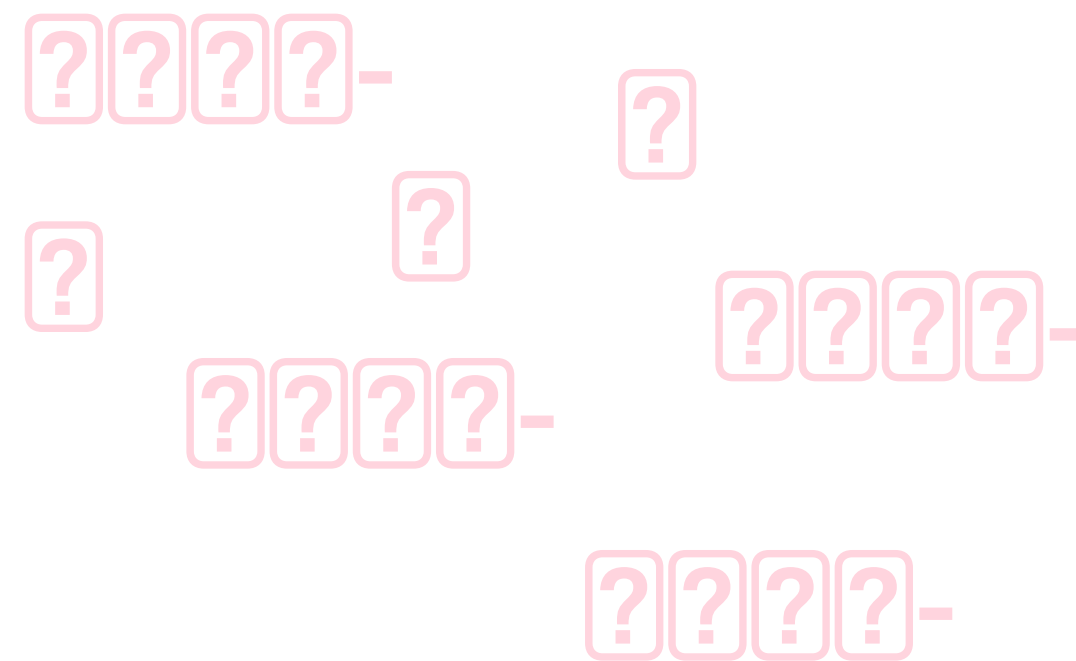
IBM Plex Serif Regular

IBM Plex Mono Regular

# Цвет

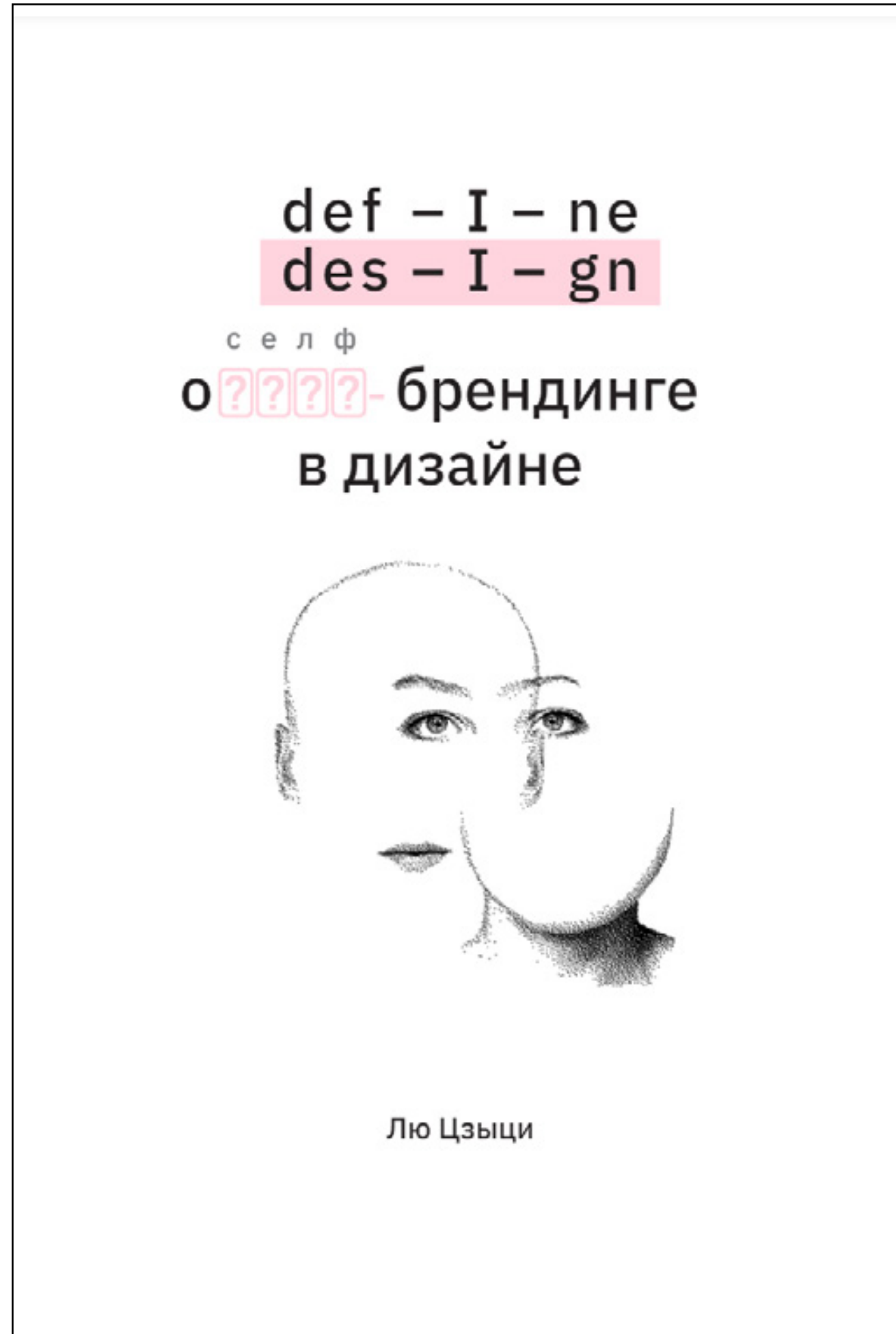


#ffcbbde

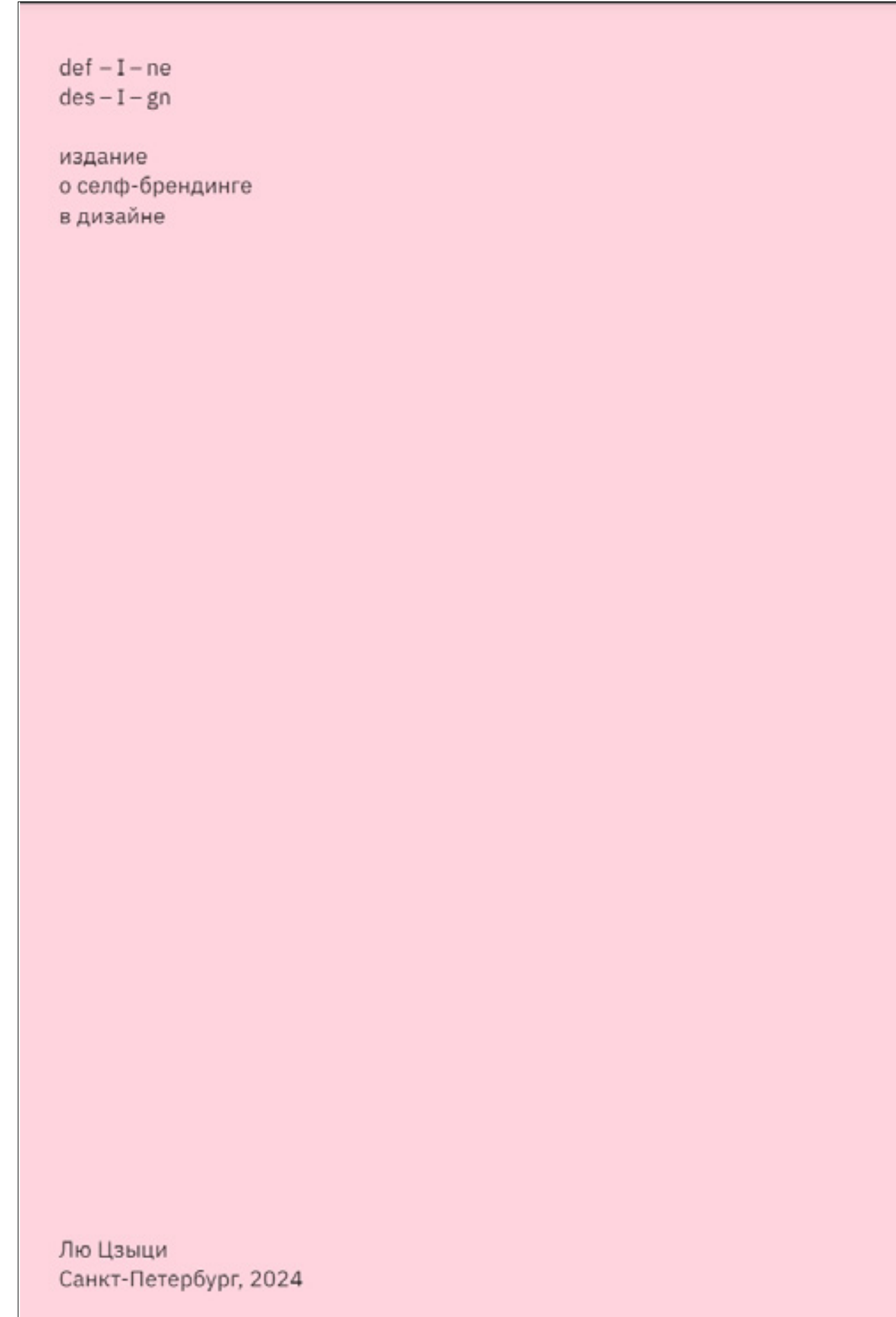


# Обложка

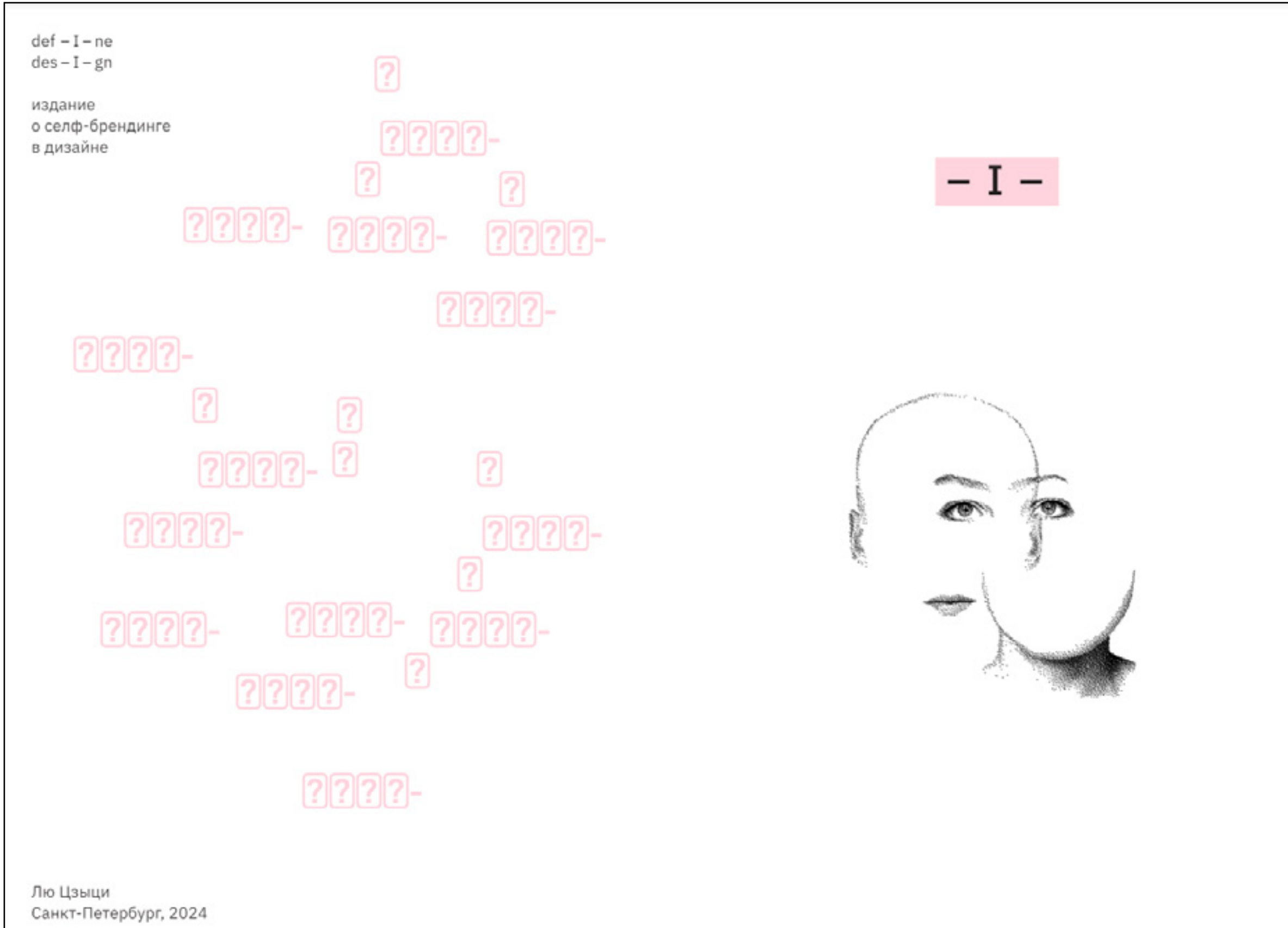
Front



Back



# Титул и содержание





# Верстка

## Personal Branding: Interdisciplinary Review and Research Agenda

Sergey Gorbatov, Svetlana N. Khapova  
and Evgenia I. Lysova

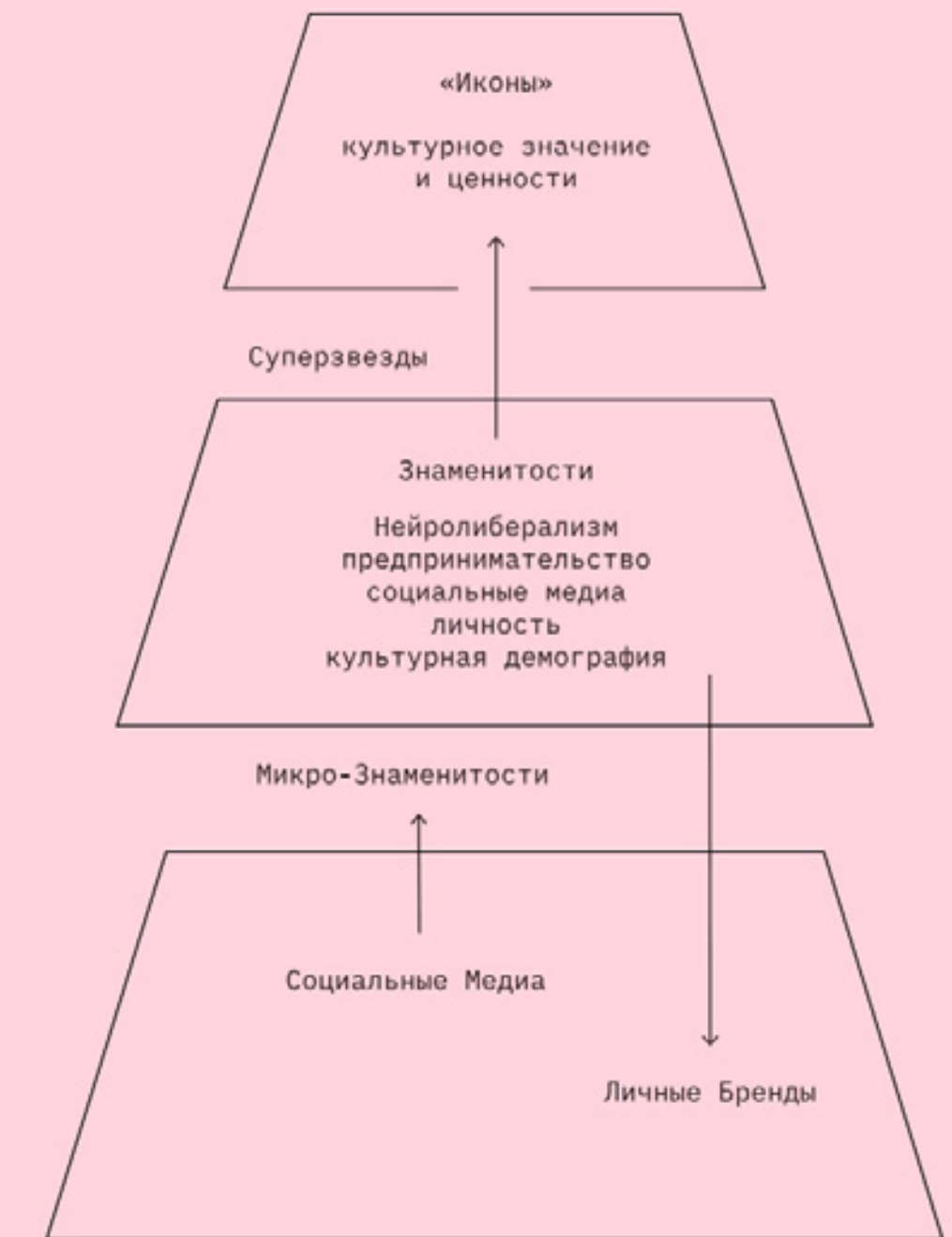
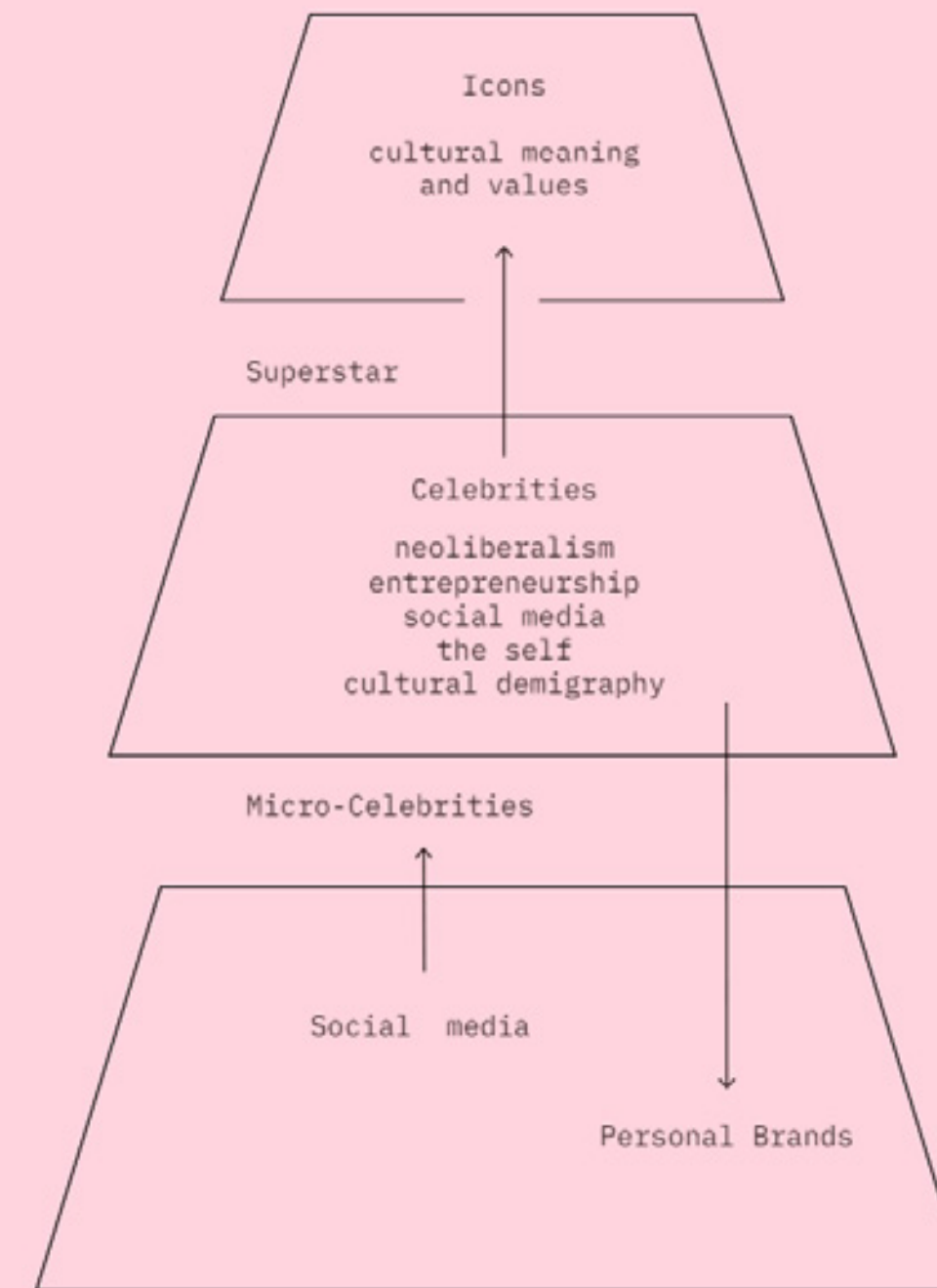
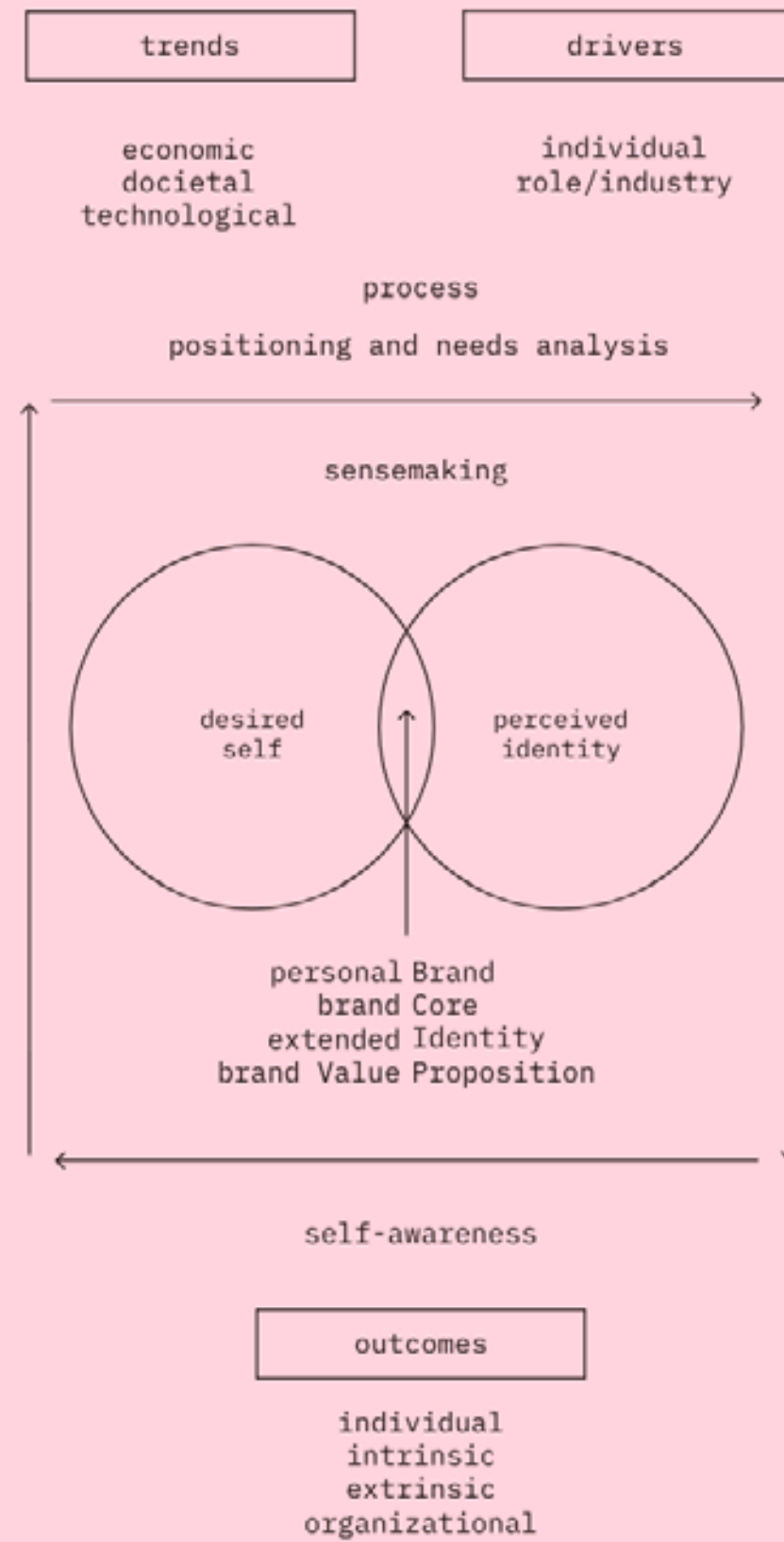
## Личностное позиционирование: междисциплинарный обзор исследований

перевод: Лю Цзыци





# Схема



# Дизайнеры

Case Studies	Примеры
Innes Cox Irma Boom Karel Martens Ludovic Balland Tereza Rullerova Daniel van Der Velden	Инес Кокс Ирма Бом Карел Мартенс Людовик Балланд Тереза Руллерова Д. ван дер Велден

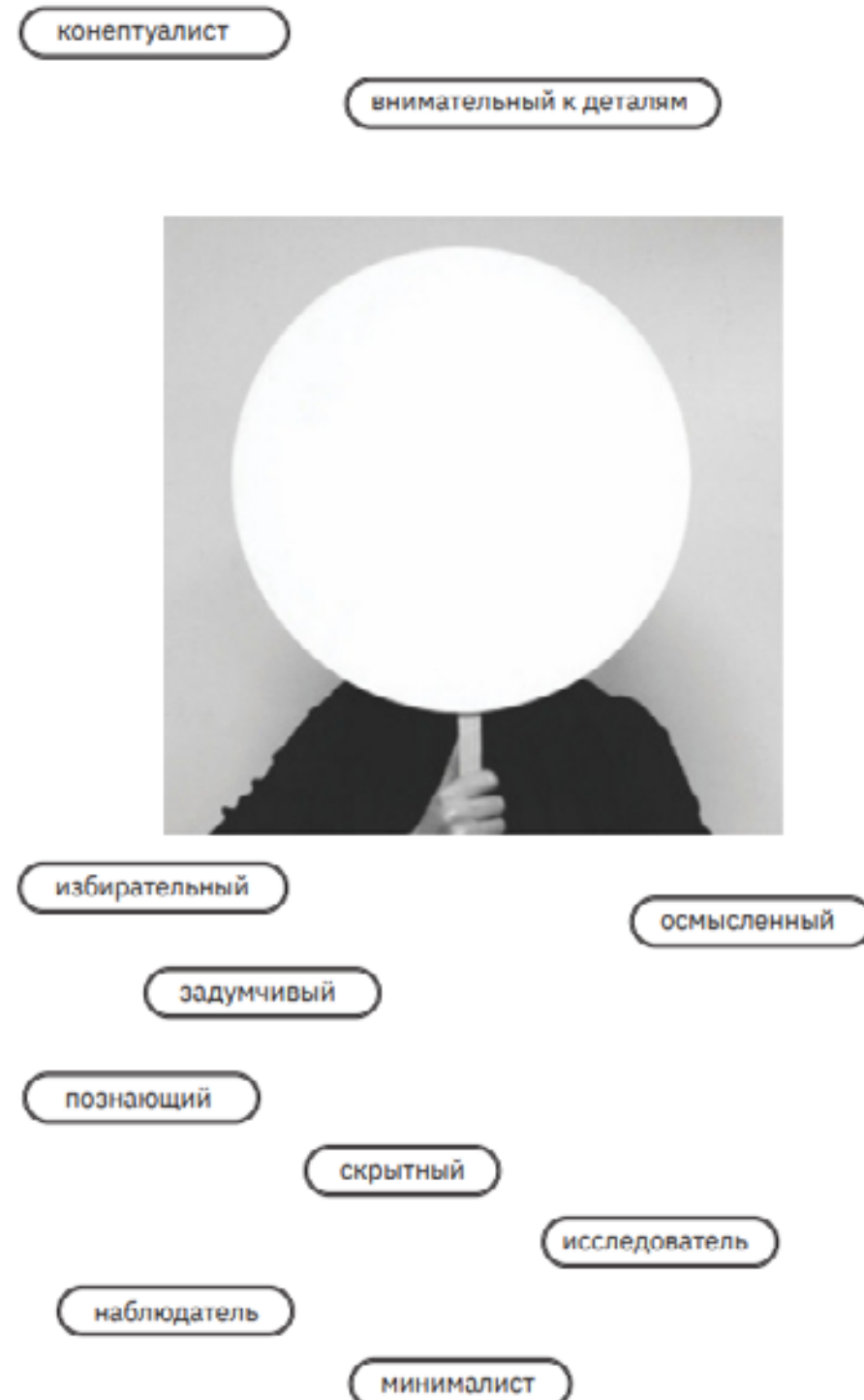
1. bio
2. associations
3. portfolio
4. interview
5. projects

1. биография
2. ассоциации
3. портфолио
4. интервью
5. проекты

# Описание и анализы дизайнеров

Ines Cox is a graphic designer from Belgium, known for her research and innovative use of digital work platforms. Over the past two years, Ines has dedicated herself to documenting her digital creative process, particularly emphasizing how the features of the screen interface shape and impact her design work. Her research and practice have shown that application formats are not just containers for visual content but are active participants in the creative process. Influenced by social media, Ines argues that designers' work has transcended traditional visual aesthetics creation and has become a response to and utilization of platform formats. She explores, investigates, and ultimately uses them as part of her creative expression.

Инес Кокс — выдающийся графический дизайнер из Бельгии, известный своим исследованием и инновационным использованием цифровых рабочих платформ. В последние два года Инес посвятила себя документированию своего процесса цифрового творчества, особенно акцентируя внимание на том, как особенности интерфейса экрана формируют и влияют на ее дизайнерские работы. Ее исследования и практика показали, что интерфейсы приложений — не просто контейнеры для визуального содержания, но и активные участники творческого процесса. Инес утверждает, что работа дизайнеров вышла за рамки традиционного создания визуальной эстетики и стала рефлексией использования цифровых платформ. Она изучает, исследует и использует их как часть своего творческого выражения.

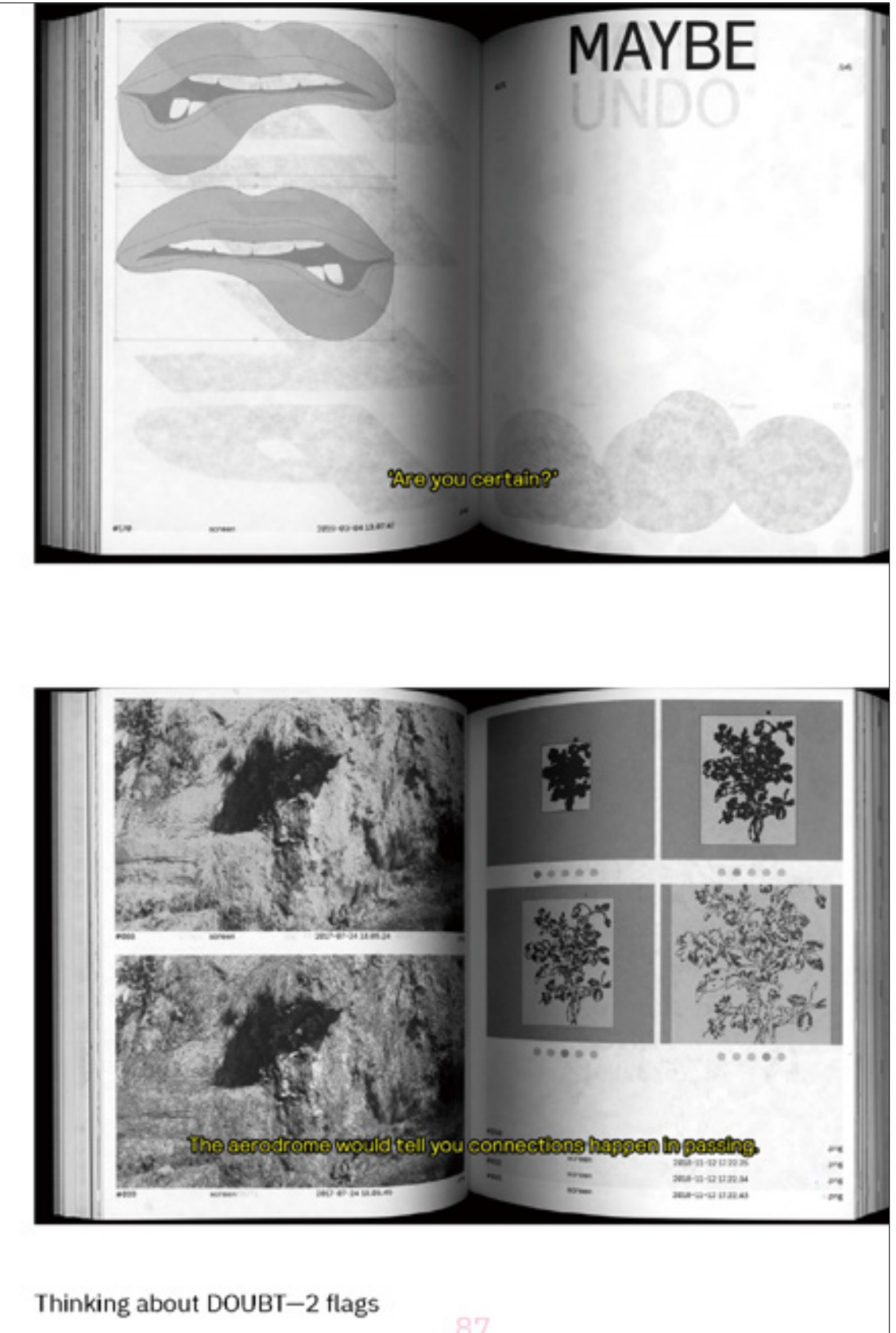
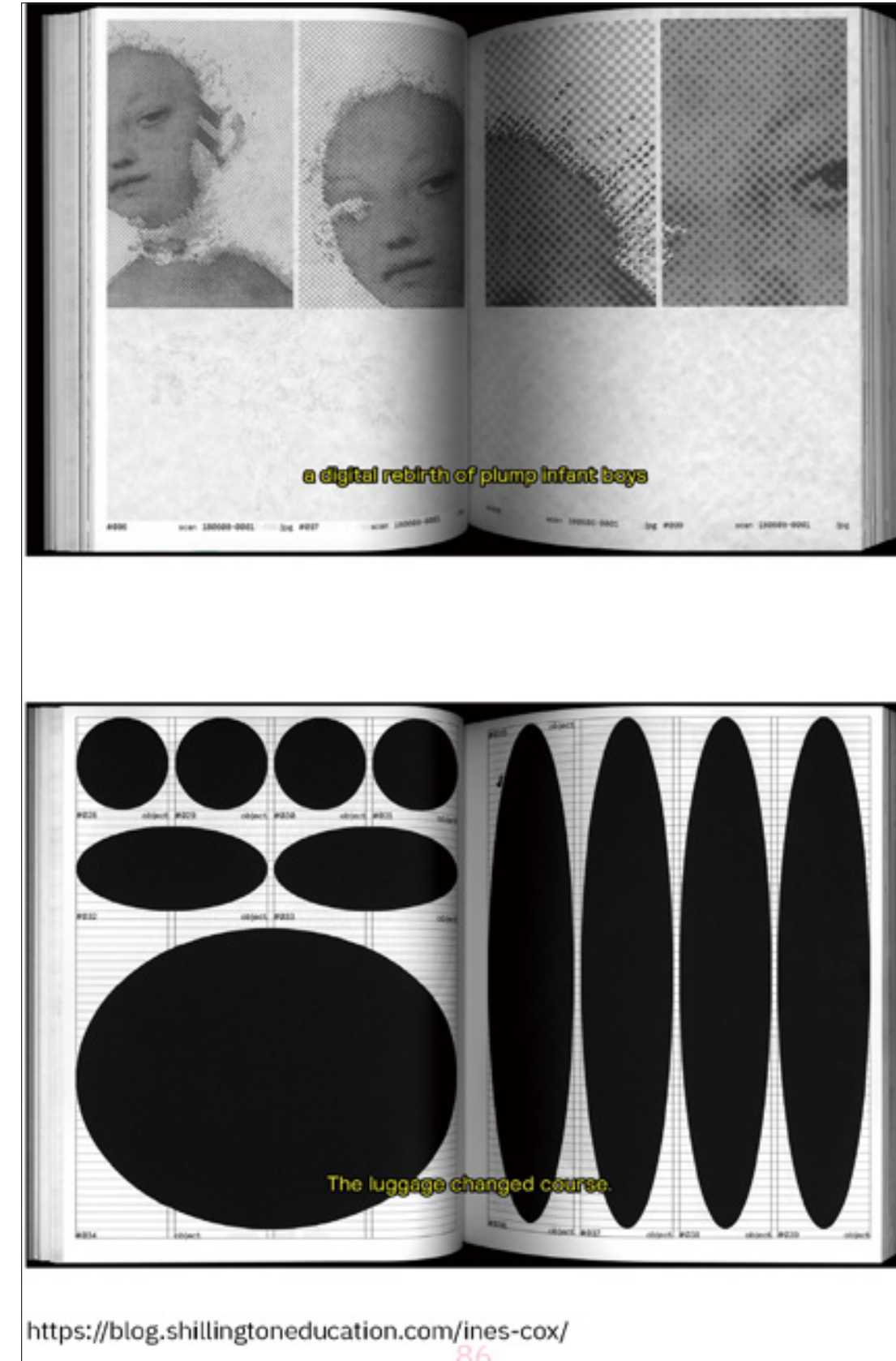
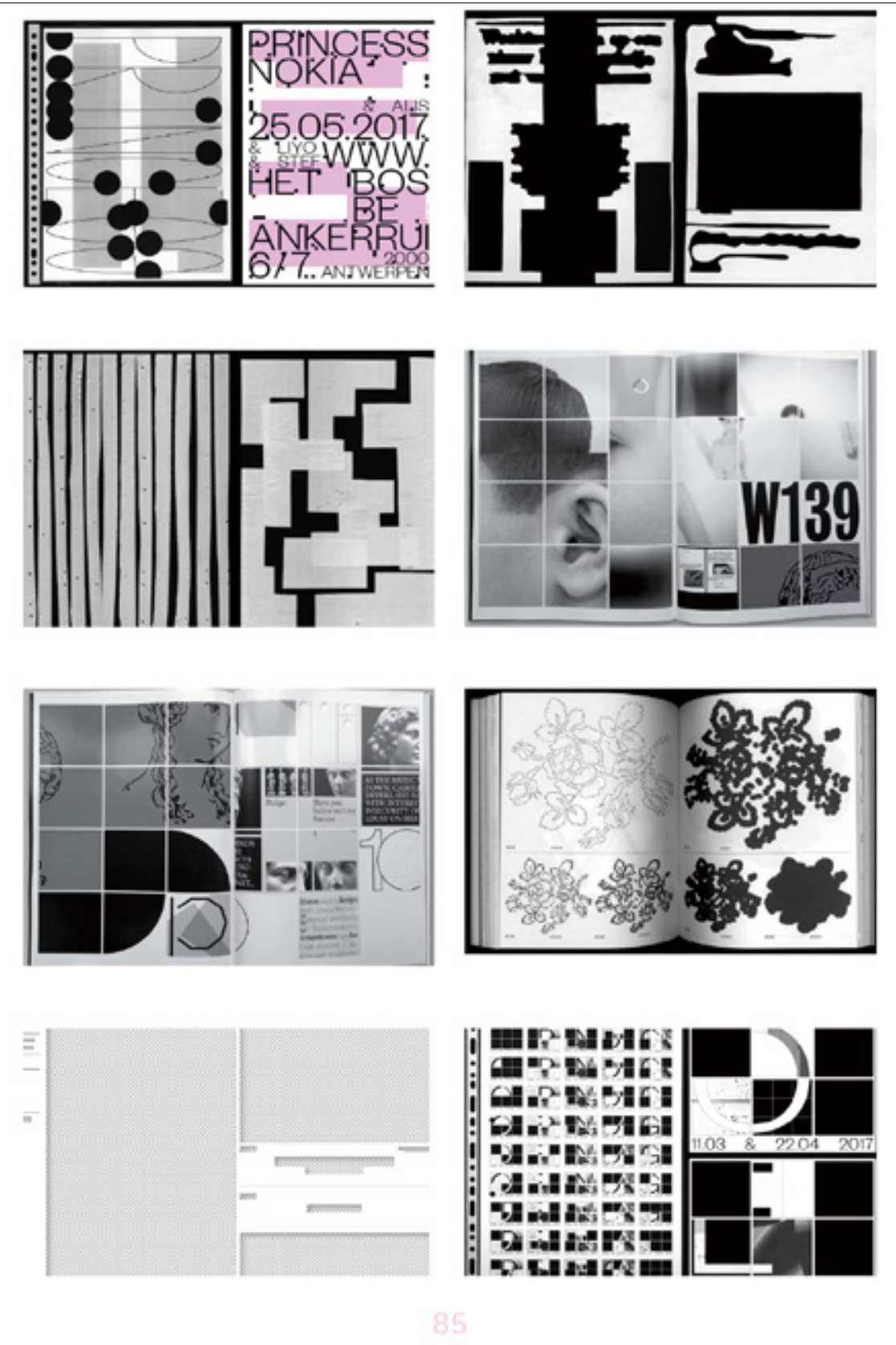
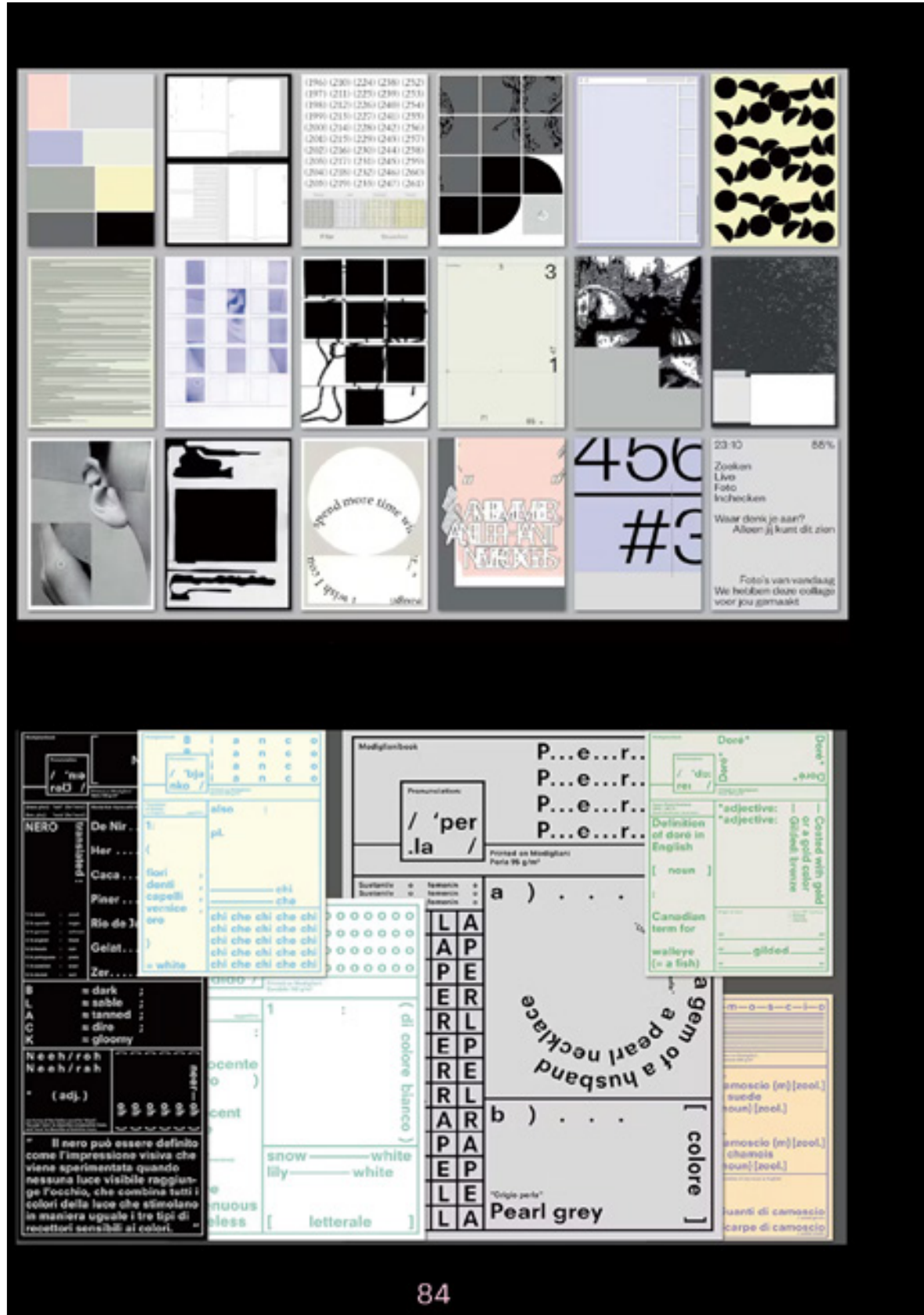


Irma Boom, born in 1960 in the Netherlands, is a globally recognized graphic designer known for her innovative approaches in book design. Having created over 300 books, her works are distinguished by unique typographic features and the use of special finishing techniques, such as embossing and die-cutting. Boom's philosophy emphasizes the importance of sensory perception and aims to inspire discovery and interaction through design. Throughout her career, she has received numerous awards, and her works are included in the permanent collection of the Museum of Modern Art (MoMA) in New York. Her work process is characterized by persistence and a deep exploration of concepts, aimed at elevating book design to a new level of art.

Ирма Бум, родившаяся в 1960 году в Нидерландах, является признанным мировым графическим дизайнером, известным своими новаторскими подходами в дизайне книг. Создав более 300 книг, её работы отличаются уникальными типографическими особенностями и использованием специальных отделочных технологий, таких как тиснение и вырубка. Философия Бум подчеркивает важность сенсорного восприятия и стремление вдохновлять на открытия и взаимодействие через дизайн. За свою карьеру она получила множество наград, а её работы включены в постоянную коллекцию Музея современного искусства (MoMA) в Нью-Йорке. Процесс её работы характеризуется упорством и глубоким исследованием концепций, направленным на поднятие дизайна книг на новый уровень искусства.



# Работы дизайнера



#Personal Branding #Personal Identity #Human Brand #Precariat #Nomads  
 #Impression management #Self-promotion #Image #Reputation #Fame #Employee Branding

# Интервью и главные цитаты дизайнеров



The most exciting projects are the ones that challenge traditional design norms and allow me to explore new visual languages.



Самые захватывающие проекты — это те, которые бросают вызов традиционным нормам дизайна и позволяют мне исследовать новые визуальные языки.

<https://www.youtube.com/live/5BnuQL1Y7fk?si=3WqCovGqAzRxS55g>

14.06.2019



A book is basically turning the pages, so you have to make a model. And that's how I make a book.

Книга по сути представляет собой перелистывание страниц, поэтому нужно создать макет. Вот как я делаю книгу.

Each book is an object in its own right, a unique entity.

Каждая книга сама по себе является объектом, уникальной сущностью.

09.06.2019 <https://youtu.be/1Rth2gvdhyE?si=jEiriCWdixIUaHcL>



I make books that are readable and tactile, so the reader has a real experience.

Я создаю книги, которые легко читаются и приятны на ощупь, чтобы читатель получил настоящий опыт

Christian Lund, Eye on Design, interview  
Creative Review, interview



# Интервью и главные цитаты дизайнеров

I like to make things clear but not too clear.

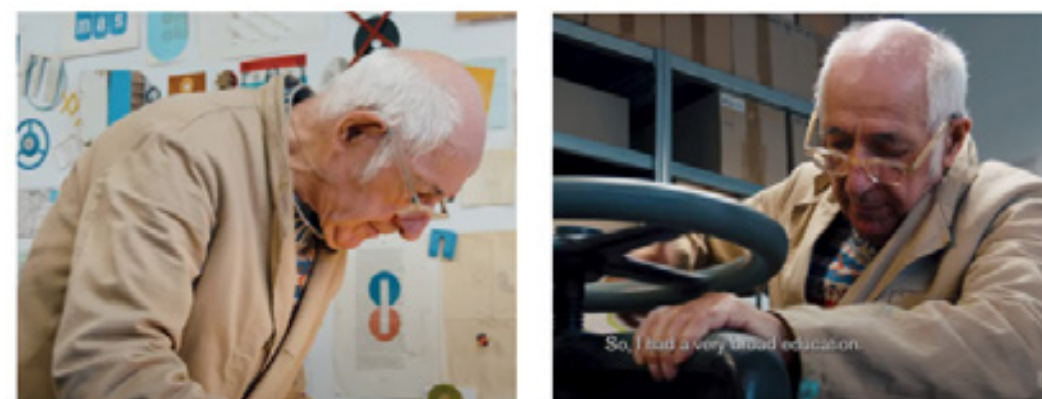
Мне нравится делать вещи понятными, но не слишком очевидными.

You always have to be careful with too much clarity, sometimes it is good to keep things a little ambiguous.

Всегда нужно быть осторожным с чрезмерной ясностью, иногда хорошо оставить что-то немного двусмысленным.

I always try to translate ideas into a visual form, while keeping the essential message intact

Я всегда стараюсь перевести идеи в визуальную форму, сохраняя при этом основное послание.



<https://youtu.be/v0hQuXFQ0E0?si=cldAAW0QGeQHJEB> 21.02.2024



My main focus is on how we can communicate ideas effectively through design.

Моя главная цель — найти способ эффективно передавать идеи с помощью дизайна.



It's Nice That, interview 200

10.04.2014 <https://vimeo.com/91610969>

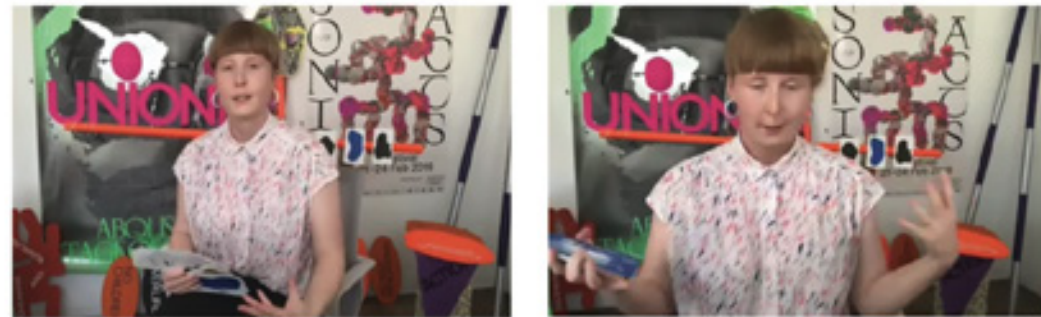


For me, typography is not just about letters but about creating meaning.

Для меня типографика — это не только про буквы, но и про создание смысла.

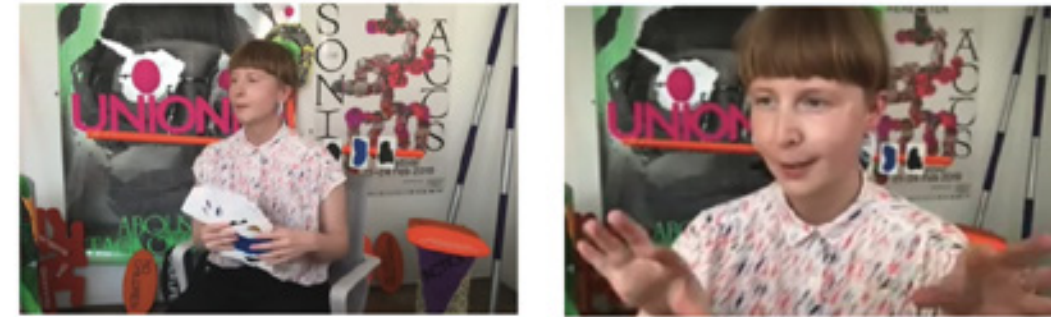


# Интервью и главные цитаты дизайнеров



The idea of playfulness is crucial for our studio, because that's what we want to encourage in people: to be open-minded and open to creativity.

Идея игривости имеет решающее значение для нашей студии, потому что это то, что мы хотим поощрять у людей: быть открытыми и восприимчивыми к творчеству.



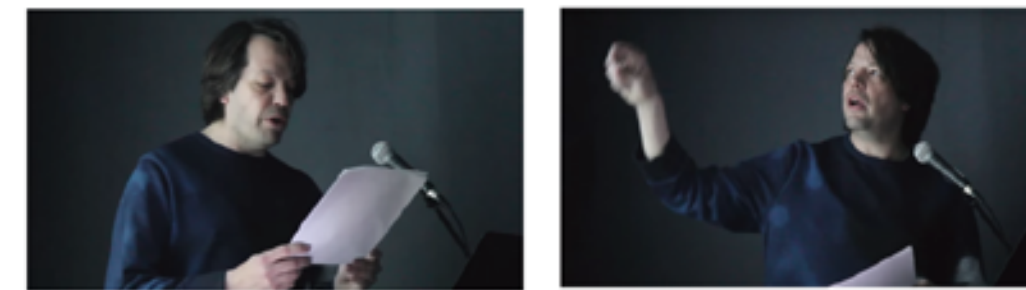
We love to explore how design can challenge or change the way people think.

Мы любим исследовать, как дизайн может бросить вызов или изменить способ мышления людей.



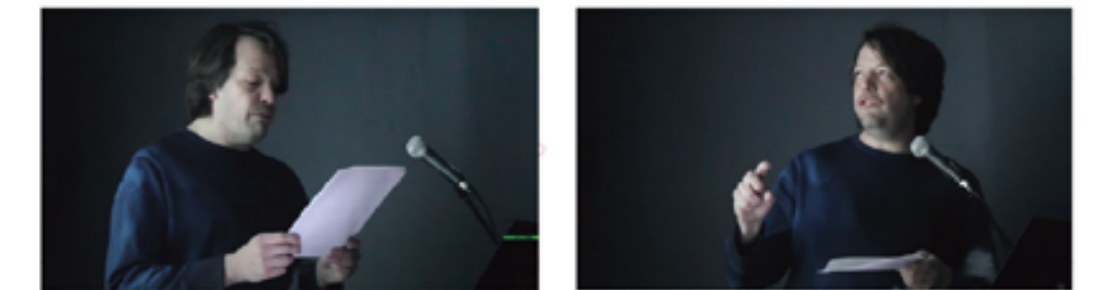
05.11.2021 <https://www.youtube.com/live/yNv7lWMLrE?si=hk7famrBbS0LCJhA>

138



Our practice aims to challenge and critique the established norms of design.

Наш подход направлен на то, чтобы бросить вызов и подвергнуть критике установленные нормы дизайна.



We are interested in how design can adapt to the shifting paradigms of digital and political landscapes.

Нас интересует, как дизайн может адаптироваться к меняющимся парадигмам цифрового и политического ландшафтов.



10. 07. 2015 [https://youtu.be/zcEK56Lm8?si=Mcp3\\_uu3M4Oa-j](https://youtu.be/zcEK56Lm8?si=Mcp3_uu3M4Oa-j)

# Вывод каждого дизайнера

## Ines cox

1. bio
2. associations
3. portfolio
4. interview
5. projects
6. conclusion

Инес Кокс

биография  
ассоциации  
портфолио  
интервью  
проекты  
выводы

Ines Cox is a graphic designer who effectively combines traditional graphic elements with digital interfaces. Her interviews showcase a forward-thinking perspective, which is clearly reflected in her innovative style. Cox advocates for the integration of new technologies in graphic design to seamlessly connect digital and physical experiences. This approach mirrors her dynamic, adaptive personality that embraces new challenges and explores design possibilities. Her portfolio showcases a harmonious blend of digital and traditional media, emphasizing functional, visually appealing, and strategic interactive elements. Cox presents herself in a contemporary, approachable manner, embodying the essence of modern graphic design. Her conviction in the transformative power of technology drives her to push boundaries in the field, advocating for progressive and integrated design solutions.

Инес Кокс — графический дизайнер, который умело сочетает традиционные графические элементы с цифровыми интерфейсами. Её интервью отражают прогрессивный взгляд, что ясно видно в её инновационном стиле. Инес Кокс выступает за интеграцию новых технологий в графический дизайн, чтобы бесшовно соединить цифровую и физический опыт. Этот подход отражает её динамичную, адаптивную личность, которая стремится к новым вызовам и исследует возможности дизайна. Её портфолио демонстрирует гармоничное сочетание цифровых и традиционных медиа, подчеркивая функциональность, визуальную привлекательность и стратегические интерактивные элементы. Кокс представляет себя в современной, доступной манере, воплощая суть современного графического дизайна. Её убеждение в трансформационной силе технологий побуждает её преодолевать границы в этой области, выступая за прогрессивные и интегрированные дизайнерские решения.

## Irma Boom

1. bio
2. associations
3. portfolio
4. interview
5. projects
6. conclusion

Ирма Бум

биография  
ассоциации  
портфолио  
интервью  
проекты  
выводы

Irma Boom is celebrated for her innovative approach to book design, which reflects her deep intellectual engagement and meticulous personality. In interviews, she articulates a philosophy that views books not merely as containers of information but as meticulously crafted, sensory experiences. This philosophy echoes her personal traits—innovative, reflective, and precise. Boom's design style is marked by her bold curiosity and the push against traditional book design boundaries through innovative use of materials and formats. Her notable projects, like the SHV Think Book, showcase minimalist yet complex designs that challenge conventional layouts and engage readers on multiple sensory levels. Her personal style, simple yet assertive, mirrors the precision and passion she applies to her designs, making her a distinctive voice in the design world. Irma Boom advocates for a more thoughtful engagement with the tactile and visual aspects of book design, consistently influencing the field with her unique blend of personal authenticity and professional innovation.

Ирма Бум известна своим инновационным подходом к оформлению книг, который отражает её глубокую интеллектуальную вовлечённость и скрупулезность. В своих интервью она излагает философию, согласно которой книги рассматриваются не просто как емкости информации, а как тщательно продуманный сенсорный опыт. Эта философия перекликается с её личными качествами — инновационностью, рефлексией и точностью. Стиль дизайна Бум отличается смелым любопытством и стремлением преодолеть границы традиционного книжного дизайна за счет инновационного использования материалов и форматов. Её выдающиеся проекты, такие как SHV Think Book, демонстрируют минималистичный, но сложный дизайн, который бросает вызов традиционным макетам и вовлекает читателей на нескольких сенсорных уровнях. Её личный стиль, простой и в то же время напористый, отражает точность и страсть, с которыми она работает над своими проектами, что делает её заметным голосом в мире дизайна. Бум выступает за более осознанное отношение к тактильным и визуальным аспектам книжного дизайна, неизменно оказывая влияние на эту сферу благодаря уникальному сочетанию личной аутентичности и профессиональных инноваций.

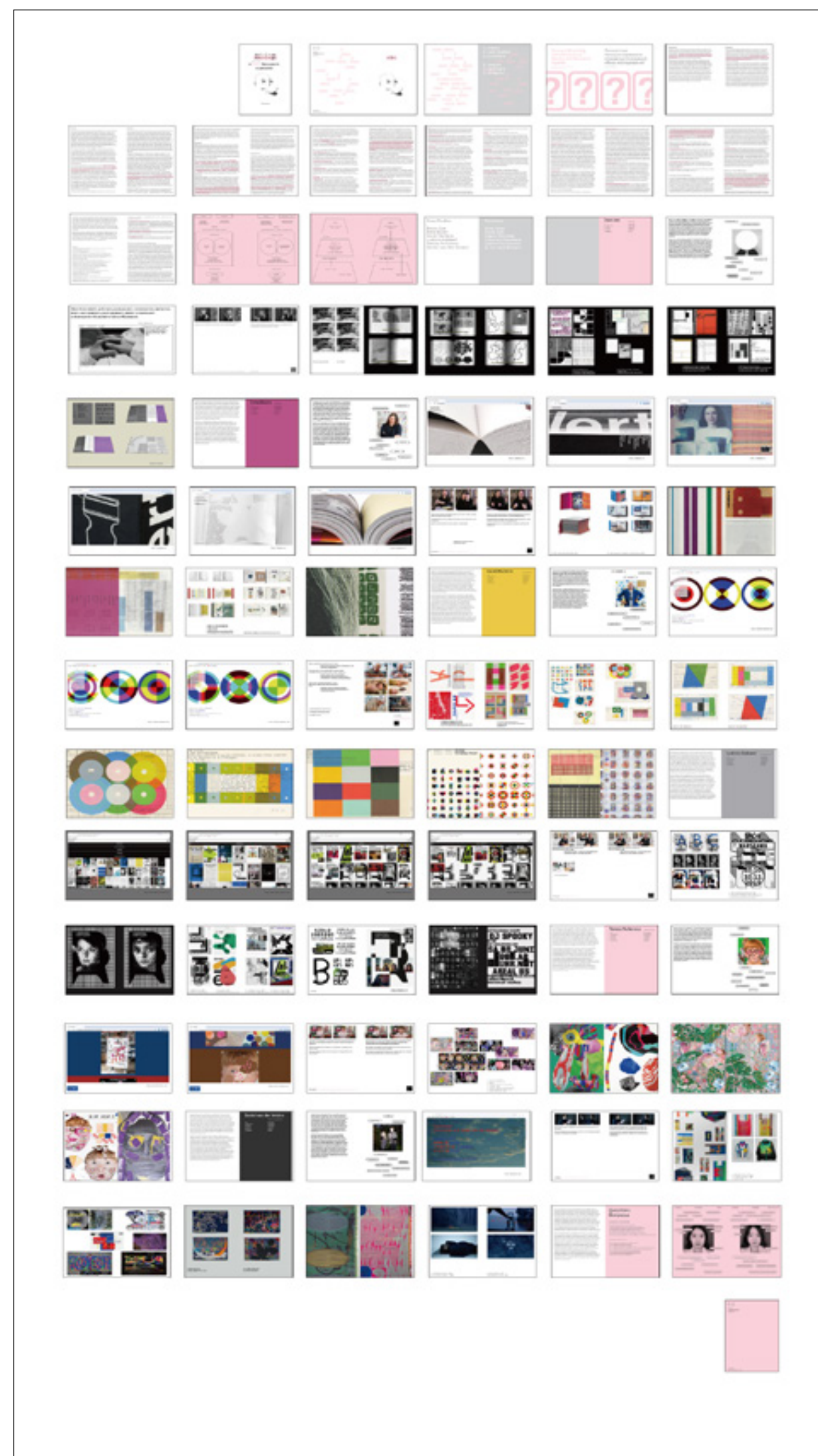
## Karel Martens

1. bio
2. associations
3. portfolio
4. interview
5. projects
6. conclusion

Карел Мартенс

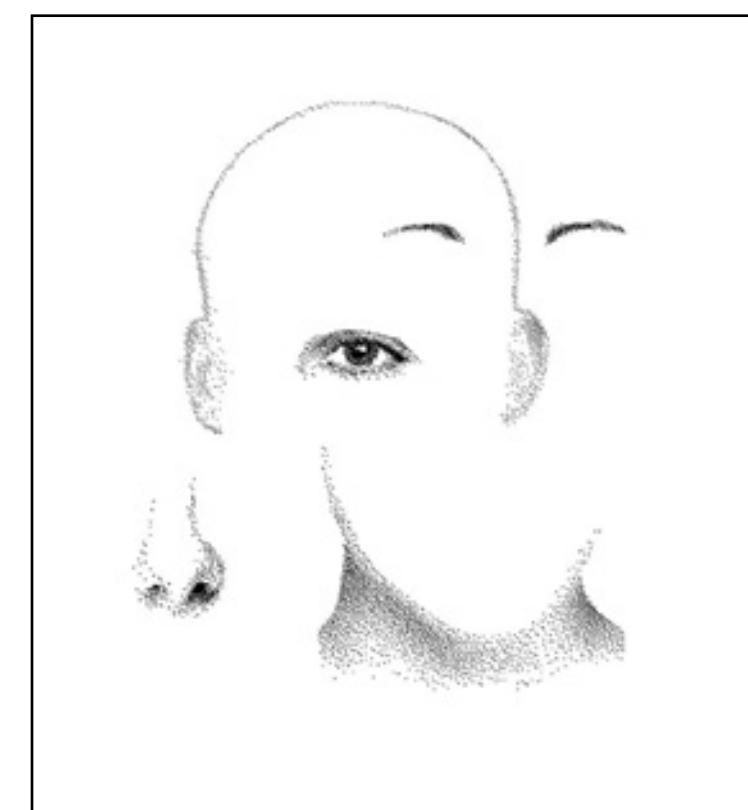
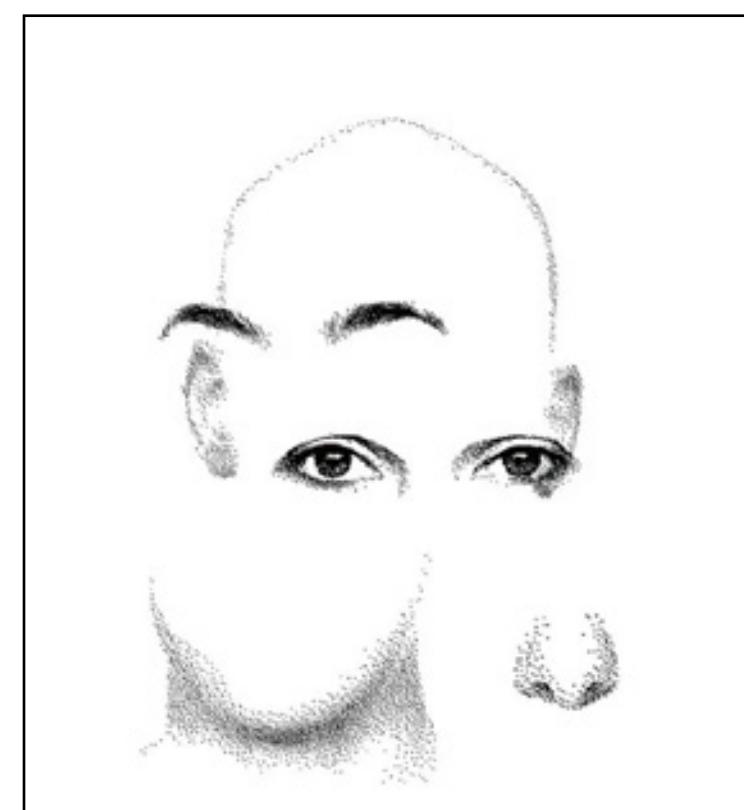
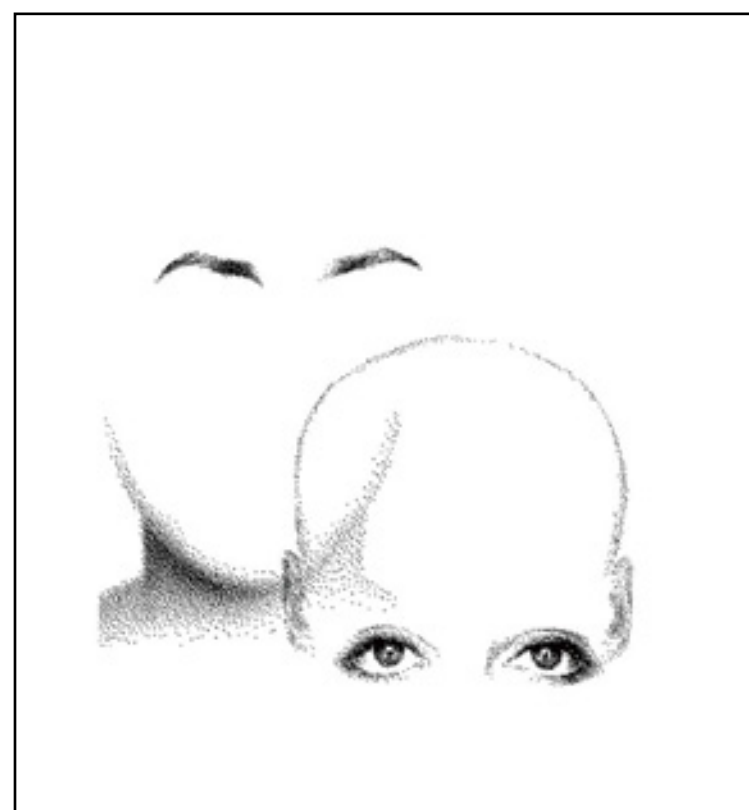
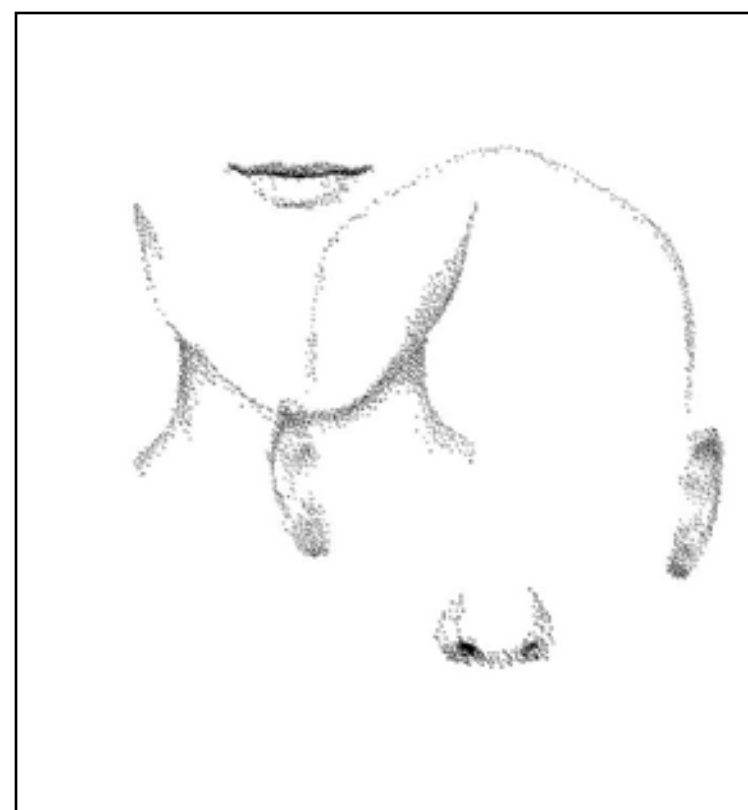
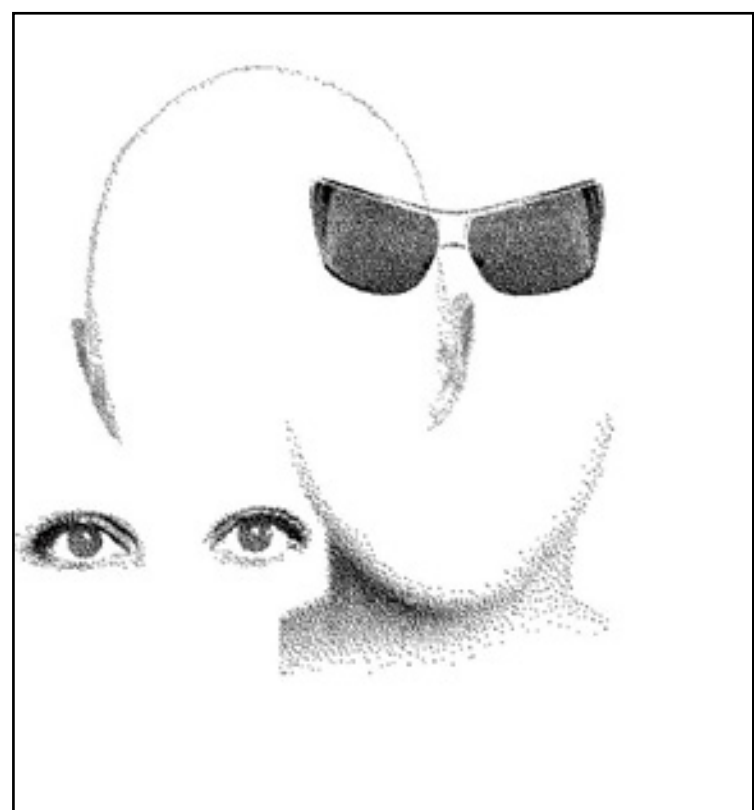
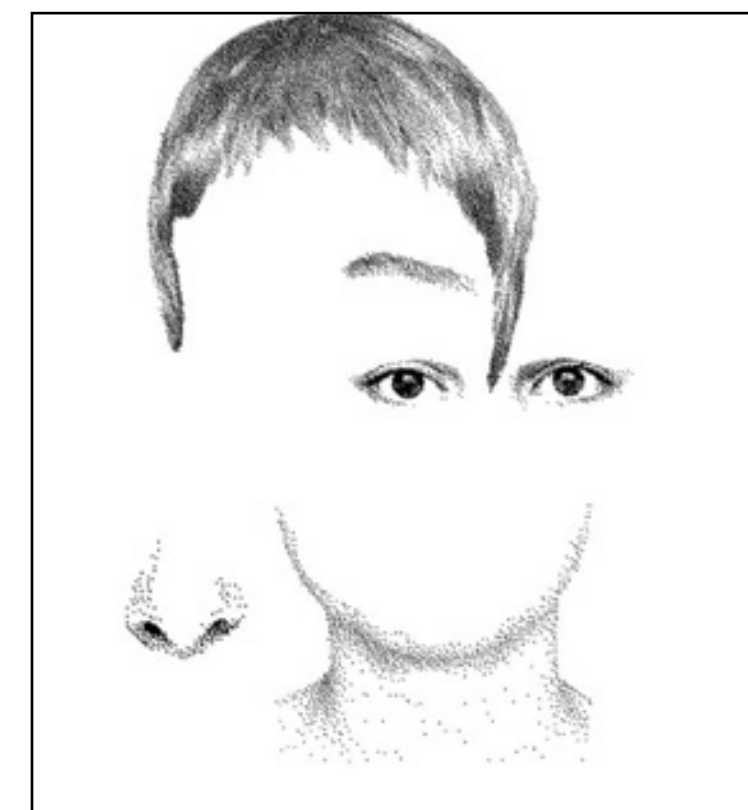
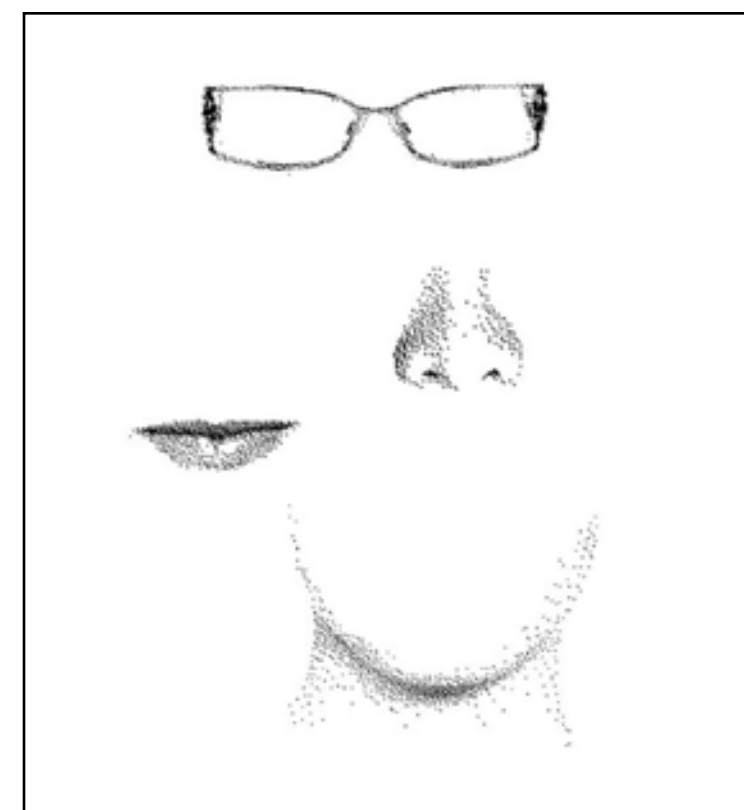
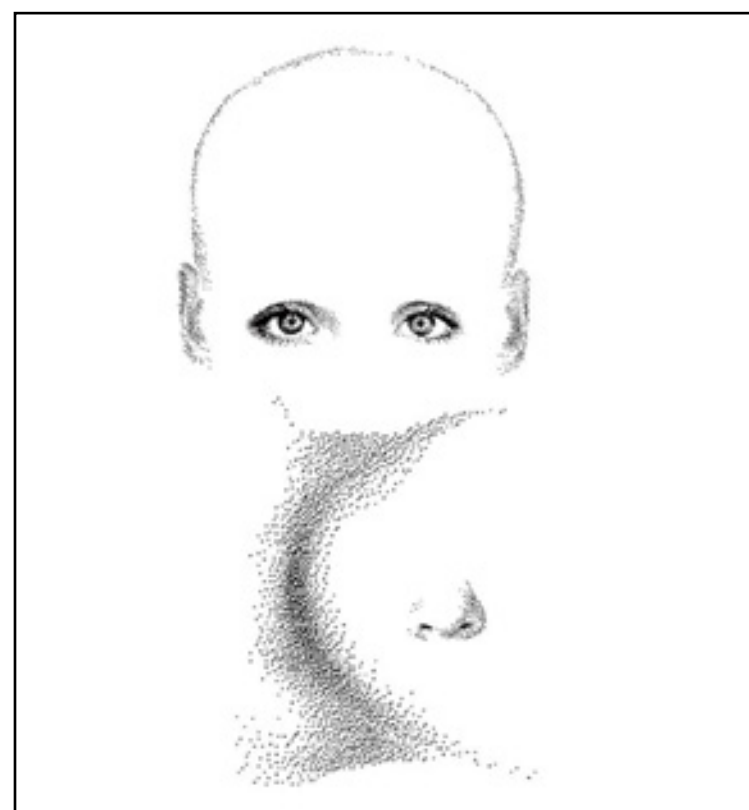
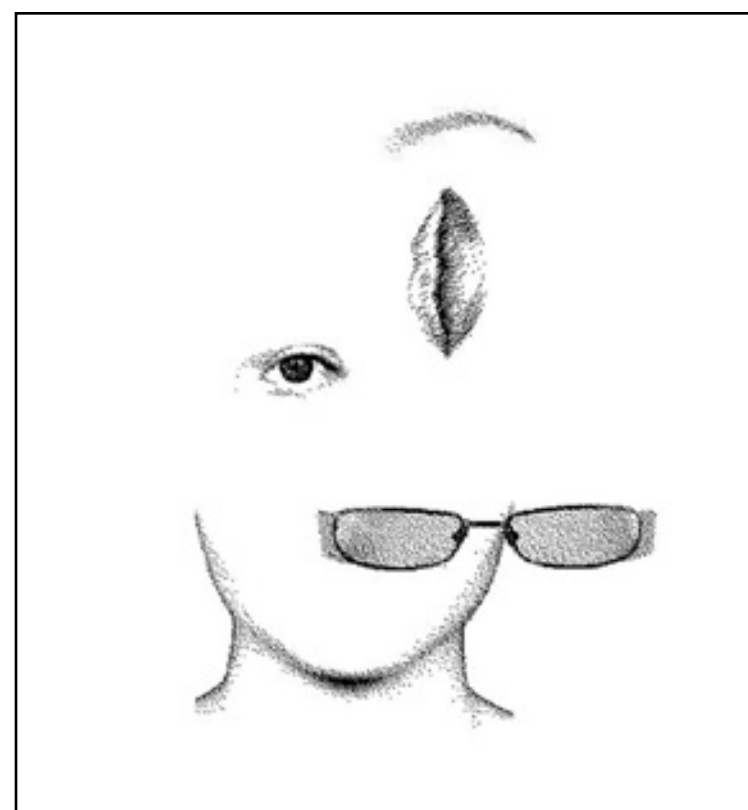
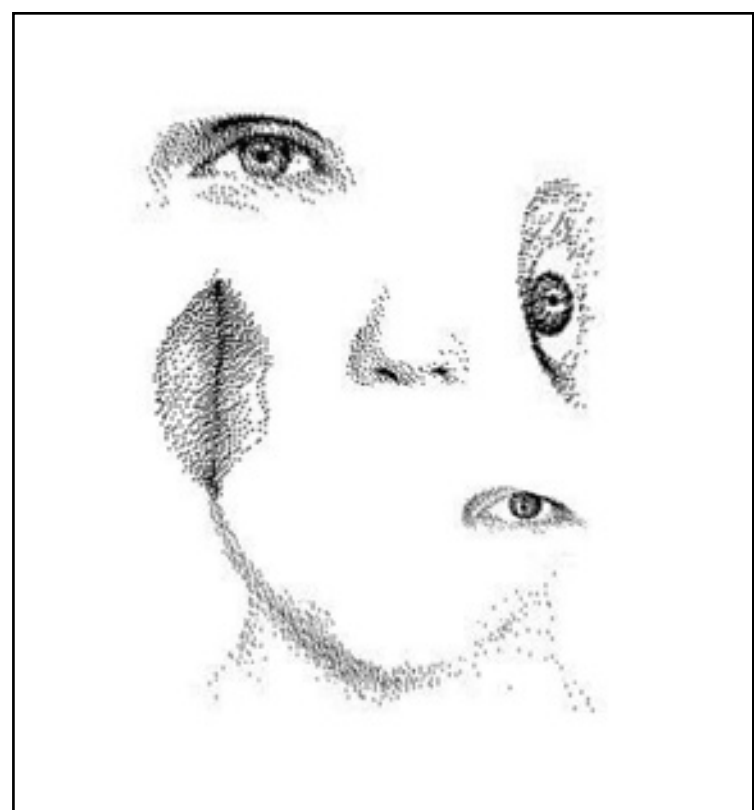
биография  
ассоциации  
портфолио  
интервью  
проекты  
выводы

# Весь макет книги

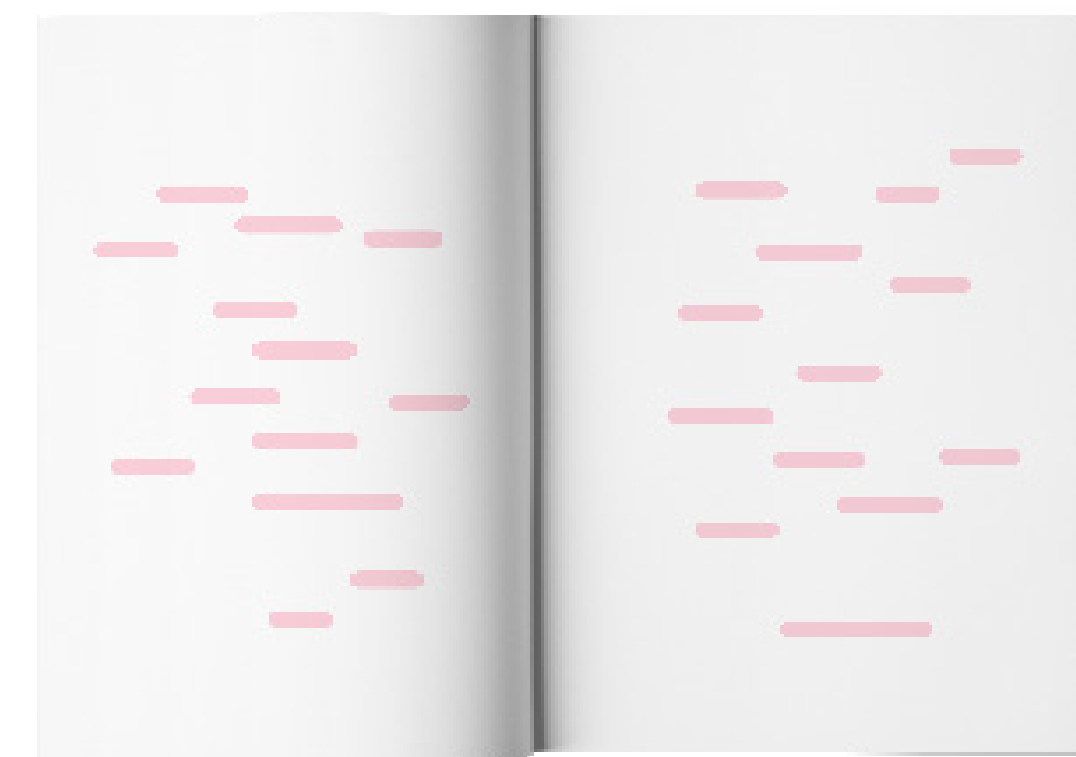
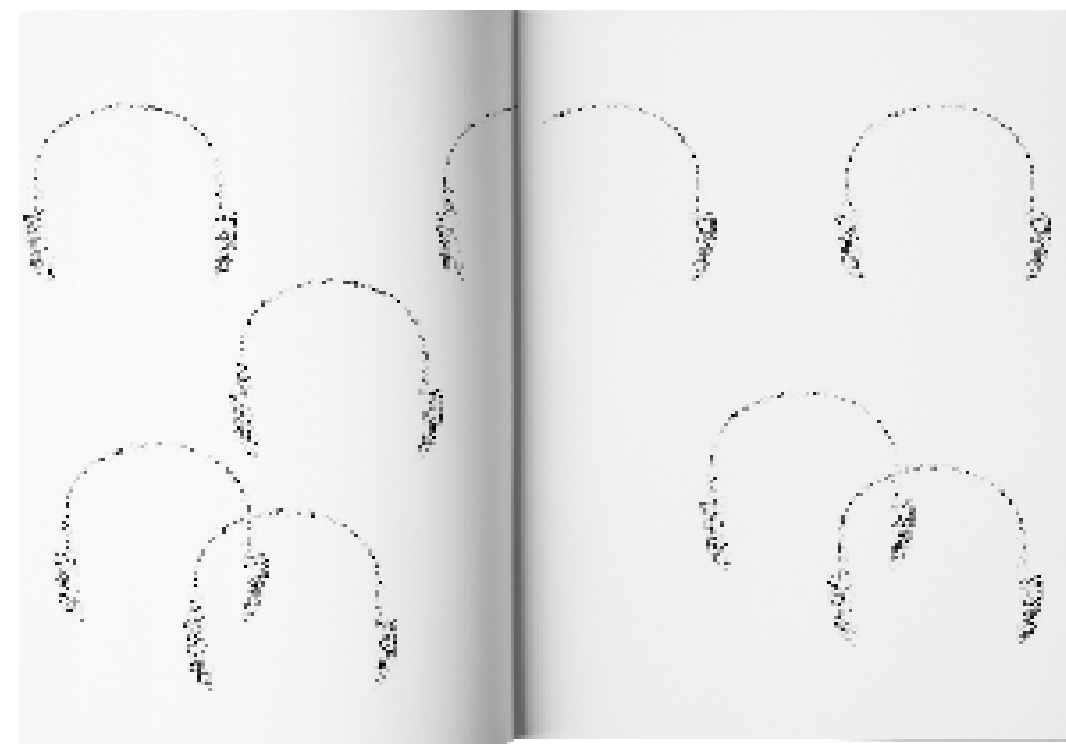
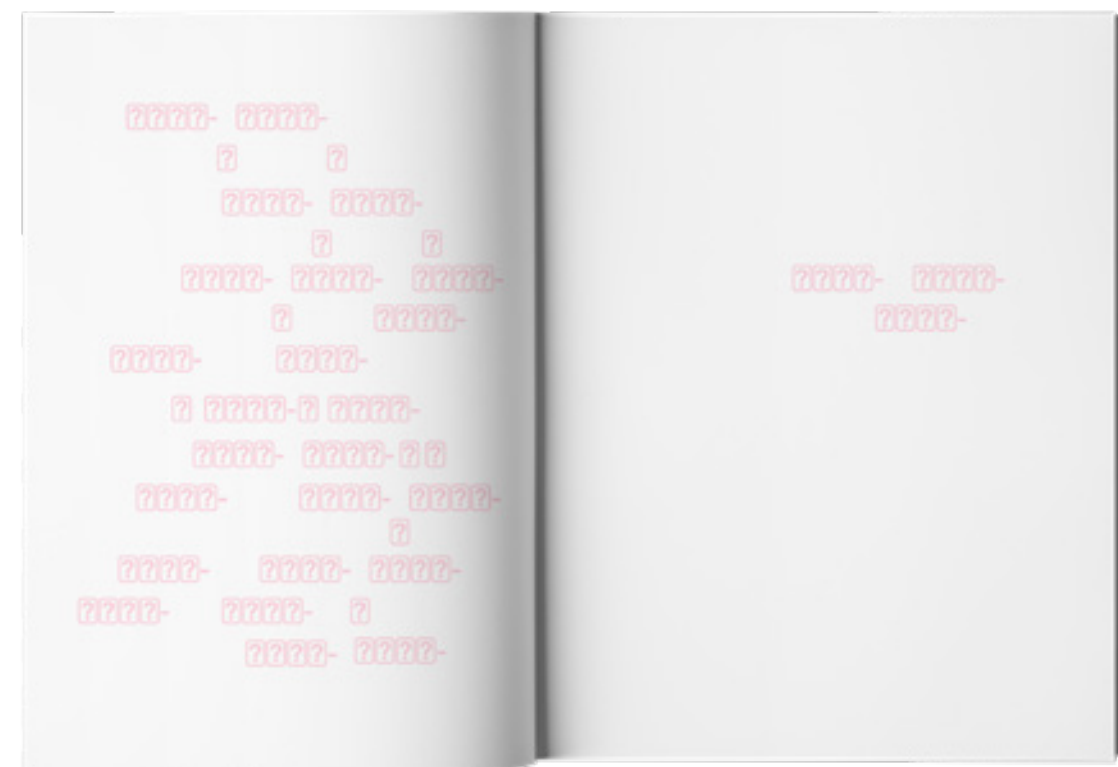
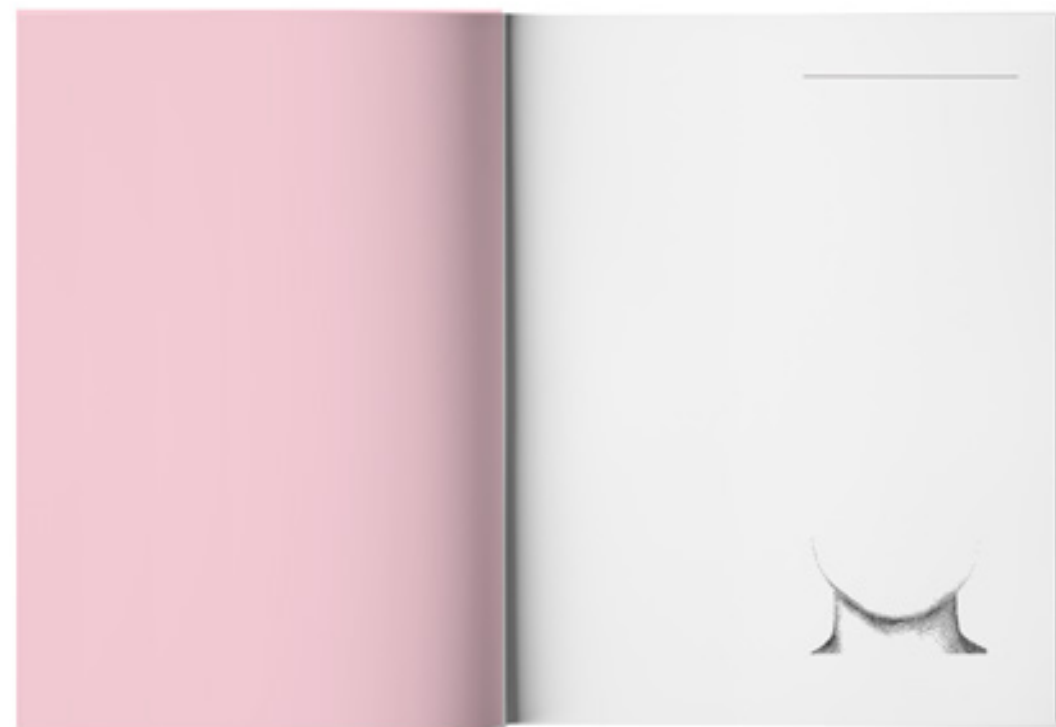


#Personal Branding #Personal Identity #Human Brand #Precariat #Nomads  
#Impression management #Self-promotion #Image #Reputation #Fame #Employee Branding

# Бандероль книги

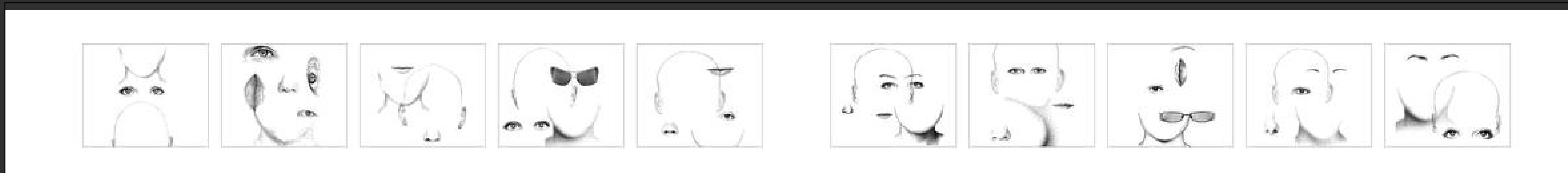
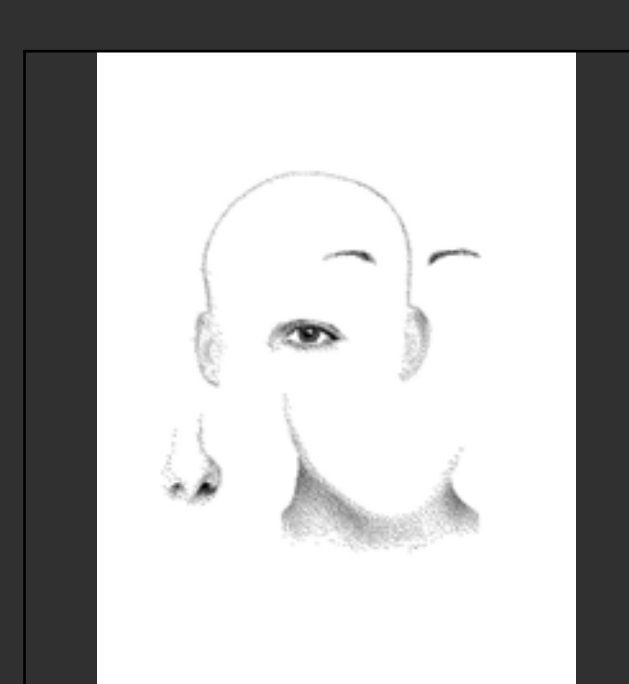
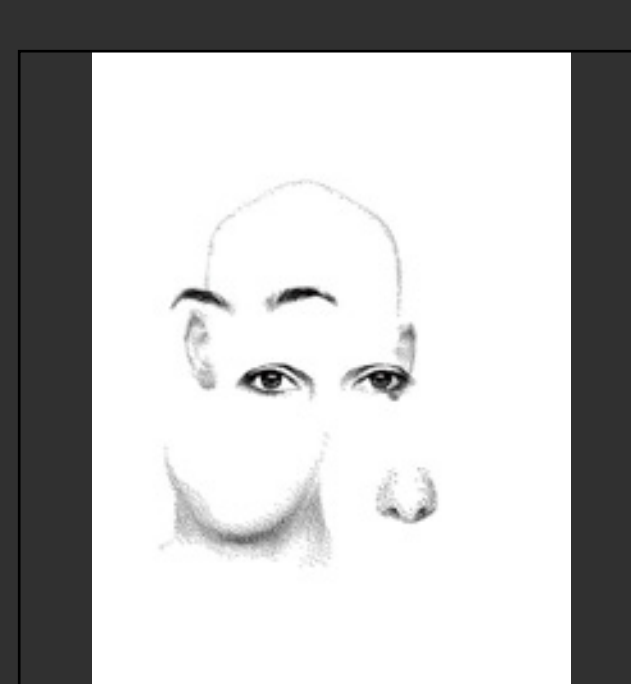
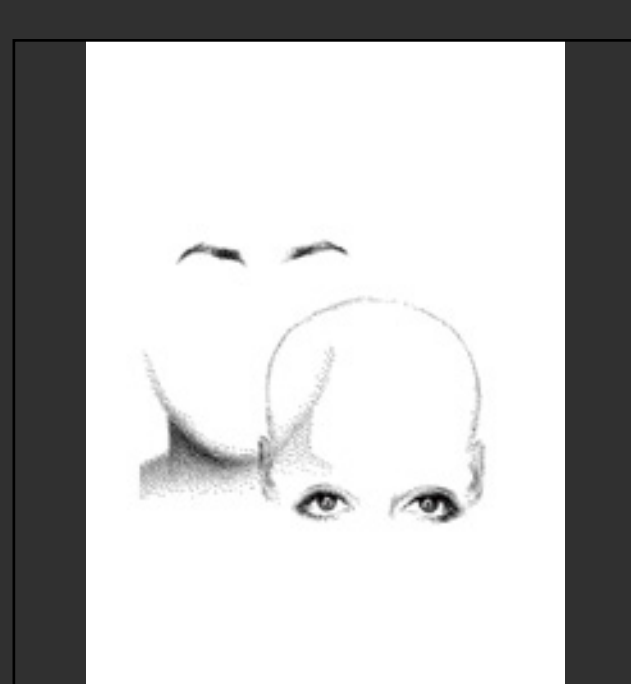
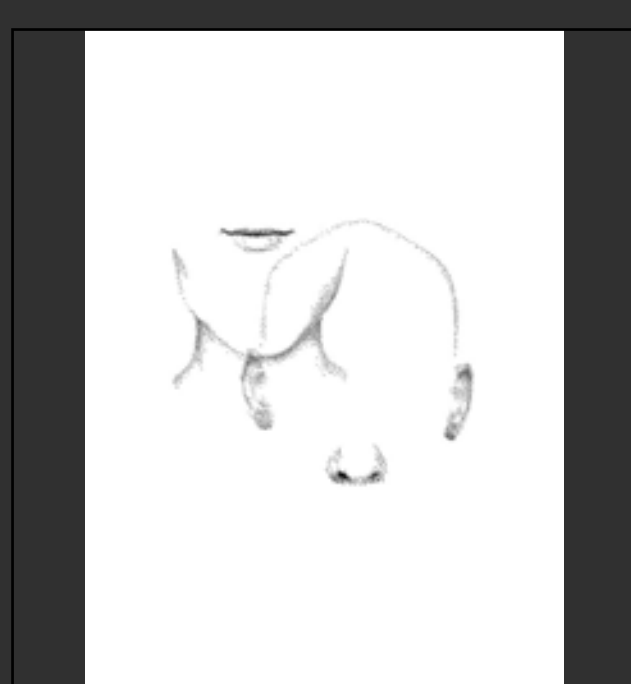
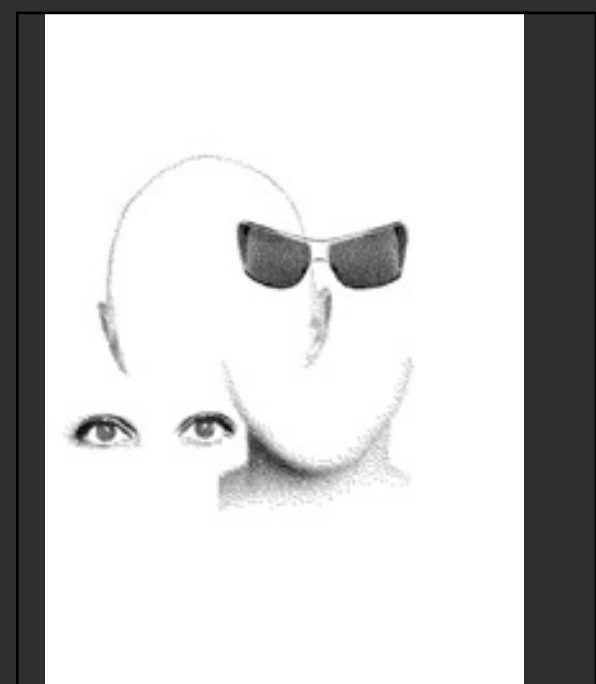
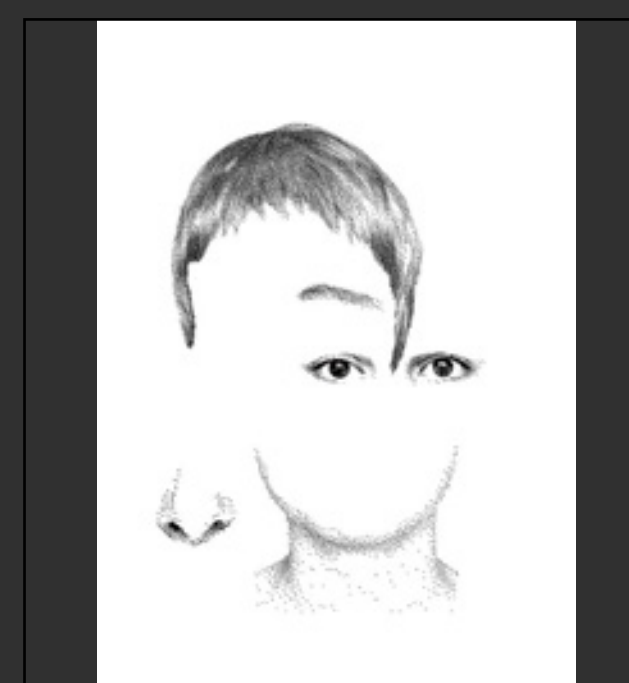
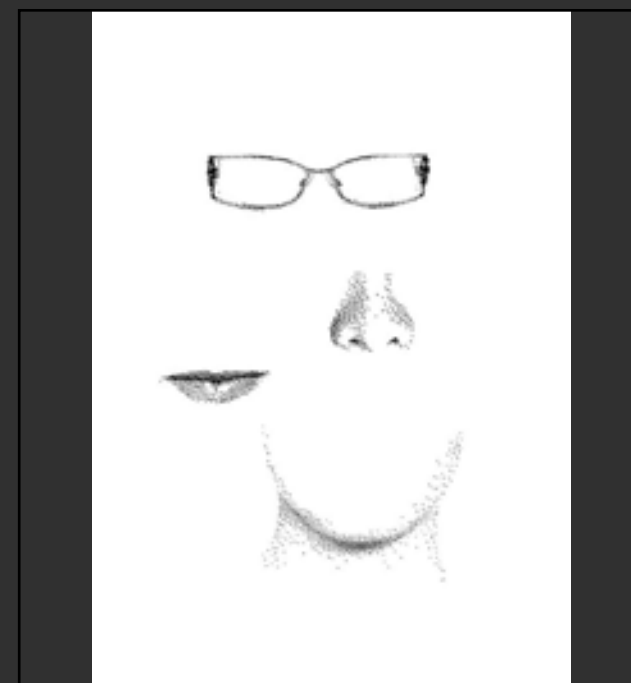
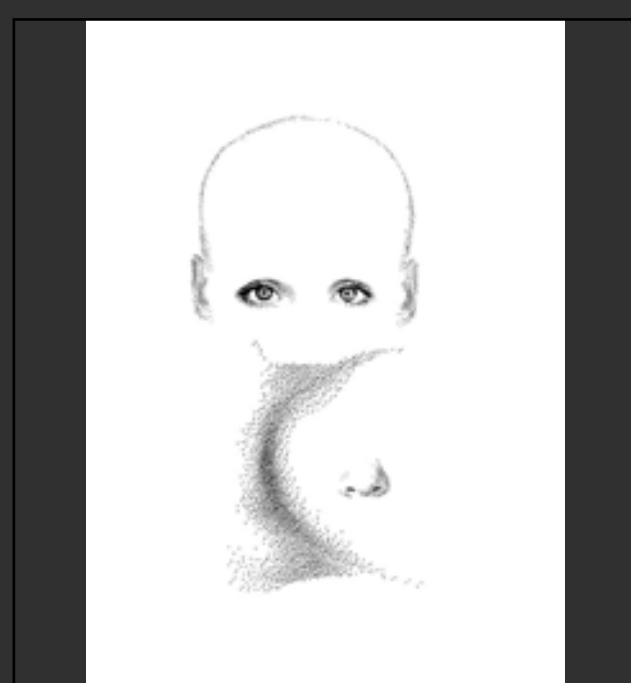
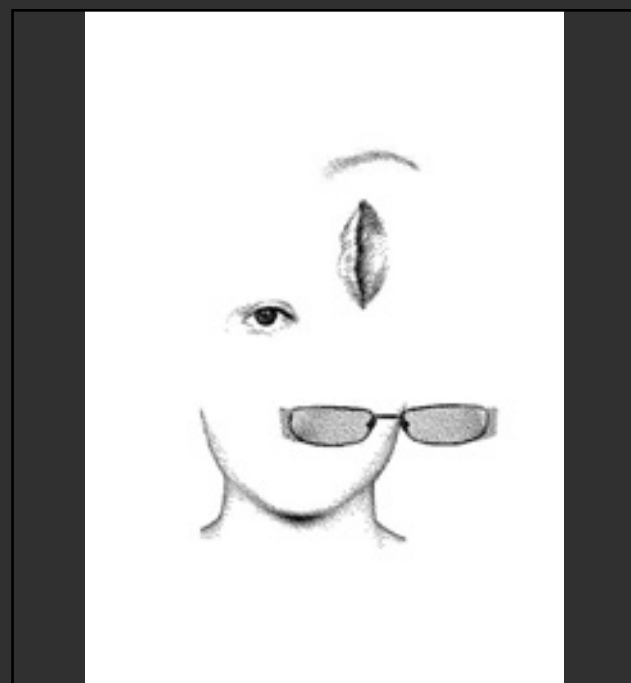
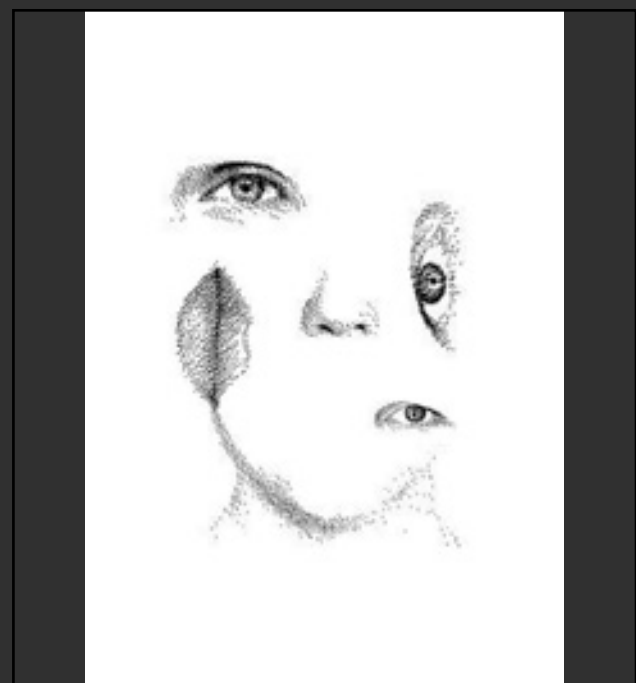


# БЛОКНОТ

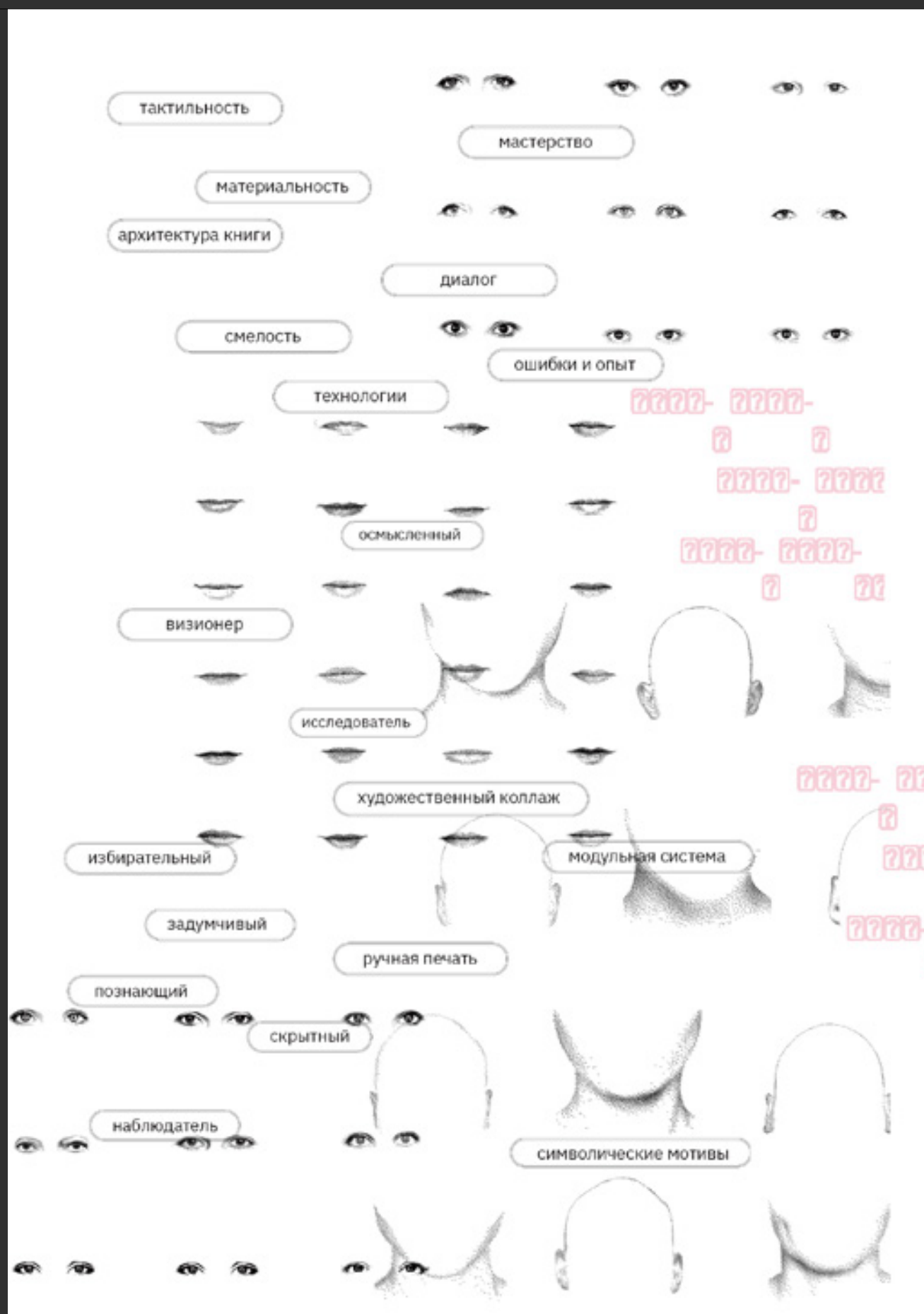
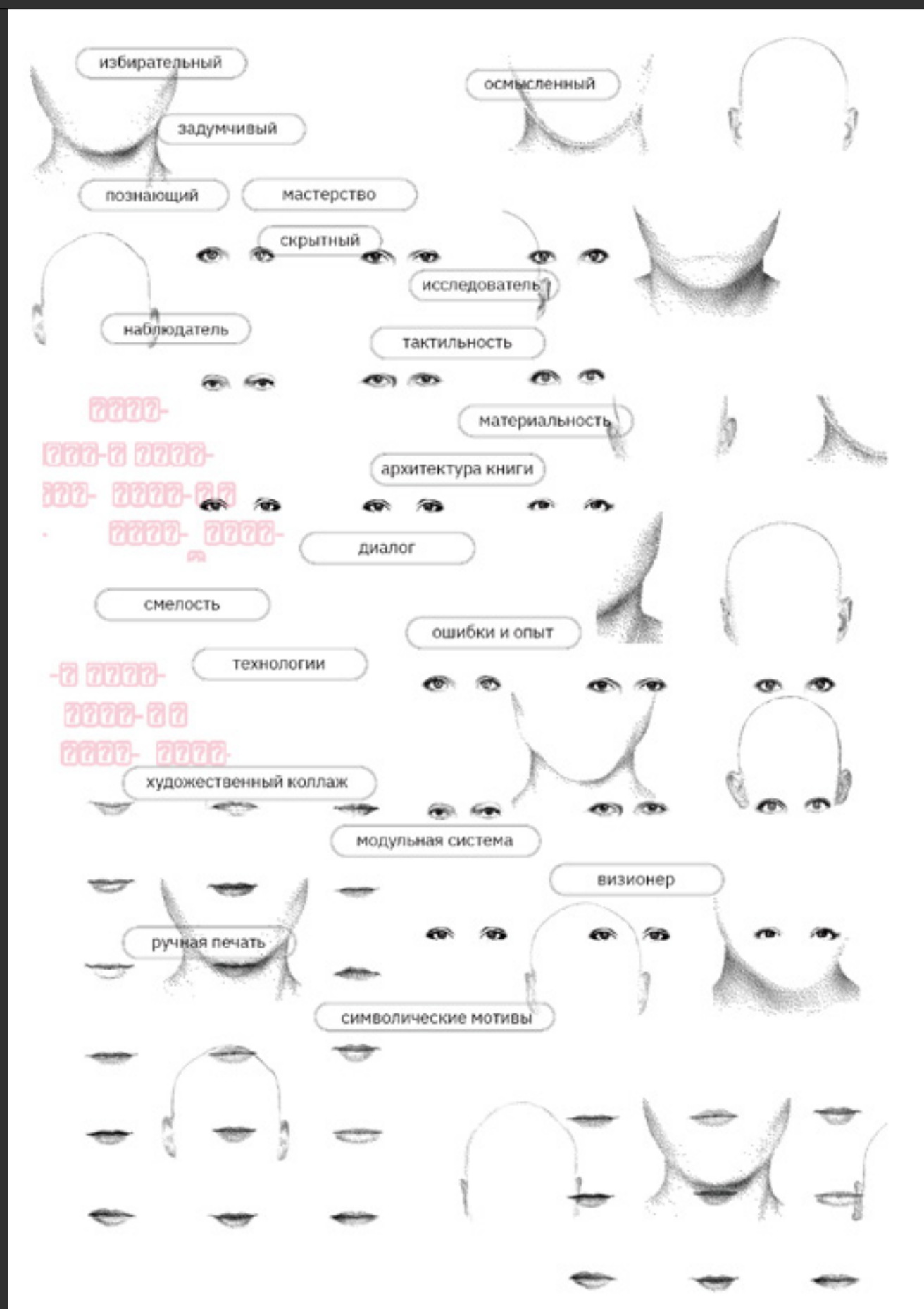


#Personal Branding #Personal Identity #Human Brand #Precariat #Nomads  
#Impression management #Self-promotion #Image #Reputation #Fame #Employee Branding

# Бандероль книги



# Плакат



#Personal Branding #Personal Identity #Human Brand #Precariat #Nomads  
#Impression management #Self-promotion #Image #Reputation #Fame #Employee Branding

# Наклейки

