

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет искусств

Направление 54.04.01 «Дизайн»

Магистерская программа «Графический дизайн»

Дмитриев Алексей Павлович

КОМПЛЕКСНОЕ ГРАФИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ 20-ЛЕТИЯ
ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА СПбГУ

Автореферат

Научный руководитель:

член Союза художников России,

член Союза дизайнеров России,

старший преподаватель кафедры дизайна

факультета искусств СПбГУ

К. Г. Старцев

Научный руководитель теоретической части:

член Союза дизайнеров России

доктор философских наук,

профессор кафедры дизайна

факультета искусств СПбГУ

Г. Н. Лола

Санкт-Петербург

2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ	10
§.1.1. История и традиция проектирования визуальной идентичности на примере знаковых работ XX века	10
§.1.2. Исследование и классификация основных направлений современной визуальной идентичности	25
Глава 2. КОНЦЕПЦИИ И ПОДХОДЫ В ОБЛАСТИ ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СОБЫТИЙ	40
§.2.1. Визуальная идентичность событий в области культуры и креативных индустрий	40
§.2.2. Особенности визуального восприятия в цифровой культуре	43
§.2.3. Тенденции в проектировании визуальной идентичности событий	46
Глава 3. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СОБЫТИЯ 20-ти ЛЕТИЯ КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА СПбГУ	53
§.3.1. Проектирование визуальной идентичности события Дизайн СПбГУ 20	56
§.3.2. Использованные методы и инструменты. Определение носителей графического сопровождения	60
§.3.3. Перспективы применения разработанной модели визуальной идентичности в пространстве события и цифровой среде	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 67

**Приложение 1. Обзор этапов развития визуальной идентичности
XX века 73**

**Приложение 2. Обзор основных направлений визуальной
идентичности новой эпохи 80**

**Приложение 3. Современные примеры графического сопровождения
событий в области культуры и образования 87**

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая дипломная работа посвящена исследованию визуальной идентичности и применению на практике результатов исследования в виде комплексного графического сопровождения 20-ти летия программы «Дизайн» в СПбГУ.

В рамках исследования ставится задача ознакомиться с визуальными аналогами относящимися к визуальной идентичности, комплексному графическому сопровождению событий, изучить графические принципы и направления визуальной идентичности XX и XXI веков, обнаружить пути их реализации и развития.

Главная идея работы заключается в разработке концепции, имеющей потенциал применения к последующим событиям направления Дизайн. Визуальная идентичность ориентирована на структуризацию подготовки к графическому проектированию события и формированию направления визуального кода событий программы Дизайн.

Исследование является актуальным, поскольку до настоящего времени у бренда Дизайн СПбГУ не было сформированного публичного языка визуальной коммуникации. Формирование языка коммуникации в формате графического сопровождения события решает задачу формирования образа бренда.

В процессе поиска концепции события бренда и придания ей формы, сопутствующим действием является сбор и анализ большого количества информации об окружающей среде бренда Дизайн СПбГУ. Это информация и об аудитории, и о графическом сопровождении событий в целом, и о современном визуальном контексте. Помимо применения в разработке концепции, информация ляжет в основу дальнейшего взаимодействия бренда с аудиторией. Понимание ценностей аудитории позволит бренду дизайн-школы общаться с ней на одном языке. Понимание мотивации и

целей, а также потребностей индустрии и общества позволит корректировать темы исследований.

Целью проекта является:

Формирование концепции идентичности и принципов визуальной коммуникации направления Дизайн СПбГУ. Для реализации цели проекта было решено применить различные концепции создания коммуникации – визуальная идентичность и графическое сопровождение события.

Для обеспечения выполнения поставленной цели, был выявлен ряд задач:

- 1) Исследование истории визуальной идентичности XX века;
- 2) Определение и типизация визуальной идентичности;
- 3) Выявление особенностей визуальной идентичности в контексте современности;
- 4) Исследование визуальной идентичности событий в области культуры и креативных индустрий;
- 5) Изучение трендов в создании современной визуальной идентичности;
- 6) Изучение инструментов и методов формирования визуальной идентичности;
- 7) Исследование особенностей образовательной программы Дизайн СПбГУ;
- 8) Исследование аудитории как часть проектирования визуальной идентичности;
- 9) Формирование концепции визуальной идентичности события Дизайн СПбГУ 20.

Объектом исследования является визуальные коммуникации в образовательной среде.

Предметом исследования является графическое сопровождение как инструмент коммуникации.

Целевая аудитория:

- 1) Преподаватели, выпускники, студенты, сотрудники СПбГУ;
- 2) Студенты других вузов, абитуриенты, профессиональное сообщество, люди интересующиеся событиями в области дизайна, СМИ.

Концепция проекта:

Разработка динамической визуальной идентичности события, отражающей различные графические практики дизайн-школы.

Практическая значимость проекта:

В разработанном графическом сопровождении отражается не только прошлое направления в виде накопленного опыта и графических экспериментов, но и его настоящее и, самое главное — будущее за счёт формирования свежего образа направления и его коммуникации с участниками события. Транслирование образа в социальных сетях нацелено повысить интерес к событию у людей, знакомых с жизнью кафедры, а также привлечь внимание новой аудитории. Сувенирная продукция представляет собой артефакты события, продляющие коммуникацию бренда с участниками.

Среди актуальных аспектов, затрагиваемых данным исследованием, оказались такие как:

- 1) Визуальная идентичность;
- 2) Особенности коммуникации через событие;
- 3) Графическое сопровождение события как часть стратегии коммуникации;
- 4) Аудитория и её особенности;
- 5) Ценности и интересы нового поколения.

Предварительным этапом проектирования графического

сопровождения является исследование теоретических работ в области дизайна XX и XXI веков. В ходе написания дипломной магистерской работы были использованы научная литература, статьи в электронных периодических изданиях, а также материалы онлайн-курсов и видео-лекций.

В ходе работы по подготовке к проектированию графического сопровождения, особое внимание было уделено трудам в области проектирования визуальной идентичности, брендинга, модульных сеток и типографики.

Для работы над аналитической и концептуальной частью проекта было проведено исследование работ по дизайн-методологии, философии, а также изучен ряд трудов, посвященных актуальным проблемам и возможностям развития дизайна.

Структура работы:

В первой главе – «Основные принципы и направления визуальной идентичности» рассматриваются история и традиция графического сопровождения в дизайне XX века. Детально исследуются и классифицируются основные направления графического сопровождения. Особое внимание уделяется таким направлениям как «югендстиль», интернациональный стиль и постмодернизм. Рассматриваются такие аспекты графического сопровождения, как динамическая визуальная идентичность, традиционная визуальная идентичность и отсутствие идентичности в привычном понимании этого термина. Исследование основывается на анализе специфических визуальных решений в выбранных направлениях.

Во второй главе – «Концепции и подходы в области визуальной идентичности событий» рассматриваются особенности графического сопровождения событий в современном контексте. Также подробно исследуются главные направления графического сопровождения событий в

области культуры и креативных индустрий. Поскольку средствами визуальной идентификации были выбраны в том числе и социальные сети, в главе рассматриваются аспекты визуального сопровождения и поддержки событий в пространстве социальных сетей.

В третьей главе – «Проектирование визуальной идентичности события 20-летия кафедры дизайна СПбГУ» подробно отображены этапы разработки проекта. Показаны концепция проекта и дано описание его технических особенностей. В главе исследуются особенности разработки образа в контексте визуальной идентичности события: разработка логотипа, создание сетки для носителей, поиск основных цветов и шрифта, а также основные принципы формирования идентичности.

Заключение:

Процесс коммуникации заключается в производстве смыслов, которые будут важны и для участников, и для создателей события. Создание визуальной идентичности является одним из важных шагов в выстраивании взаимодействия с аудиторией и имеет потенциал для дальнейшего развития.

Найденный образ визуальной идентичности праздничного события может послужить основой для графического сопровождения других знаковых дат в жизни кафедры и освежить в целом общий тон визуальной коммуникации.