

Система графического сопровождения и стратегия
информационной поддержки социальных проектов
на примере социально-благотворительного проекта
«БУДЬ С ГОРОДОМ»

СПбГУ. Факультет искусств. Кафедра дизайна
Автор проекта: Щелконогова Дарья

15.06.2020

Руководитель практической части:
старший преподаватель,
член Союза Дизайнеров России
и СПб Союза дизайнеров,
Витковская С.В.

Научный руководитель теоретической части:
Кандидат наук, доцент Санкт-Петербургского
государственного университета,
член Союза художников России,
член международной ассоциации
искусствоведов (AICA, UNESCO),
Васильева Е.В.

Проект «Будь с городом»

Графическое сопровождение

Фестиваль

Коммуникативная стратегия

Видеоролик

О ПРОЕКТЕ «БУДЬ С ГОРОДОМ»

Год основания: 2016

Организаторы: Александра Печникова, Мария Антонова,
Прасковья Шишкоедова, Кристина Станкевич.

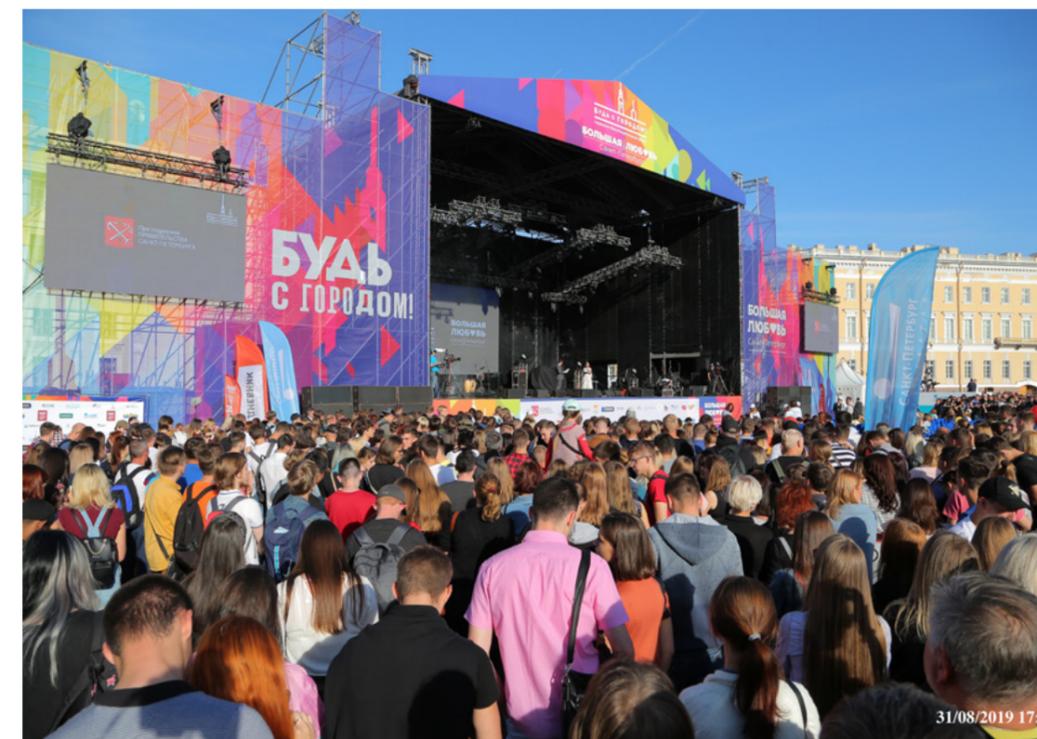
Проект проходит при поддержке правительства Санкт-Петербурга.

Главное мероприятие: **фестиваль на Дворцовой площади.**

ЦЕЛЬ проекта «Будь с городом»: Привлечь внимание горожан к социальным и благотворительным инициативам в Санкт-Петербурге.

ЗАДАЧИ проекта «Будь с городом»:

1. РАССКАЗАТЬ о детях и взрослых города, нуждающихся в нашей поддержке.
2. СПОСОБСТВОВАТЬ развитию социальных и благотворительных инициатив.
3. ПОКАЗАТЬ возможность участия в благотворительной деятельности.



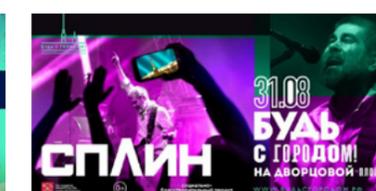
2016



2017



2018



2019

Цели и задачи	О проекте	Графическое сопровождение	Фестиваль	Коммуникативная стратегия	Видеоролик
	Состав проекта				

ЦЕЛЬ: Разработка графического сопровождения и коммуникативной стратегии проекта «Будь с городом».

ЗАДАЧИ:

- Изучение традиции дизайн-графики 20 и 21 века. Поиск концептуальных и визуальных аналогов;
- анализ деятельности социально-благотворительного проекта «Будь с городом»;
- создание графического сопровождения для проекта «Будь с городом»;
- разработка стратегии информирования о работе благотворительных фондов.

Цели и задачи	О проекте
	Состав проекта
	Графическое сопровождение
	Фестиваль
	Коммуникативная стратегия
	Видеоролик

СОСТАВ ПРОЕКТА

1. Основные элементы айдентики:

- шрифт
- цвет
- графика
- стиль фотографий

ОСНОВНЫЕ НОСИТЕЛИ:

- сцена
- флаги
- афиша
- пресс волл
- плакаты
- баннер
- сувениры
- тенты организаций
- информационный буклет

2. Коммуникативная стратегия проекта:

- концепция позиционирования проекта
- стратегия ведения социальных сетей
- система формирования публикаций
- макет публикаций для социальных сетей

Цели и задачи	О проекте
	Состав проекта
Графическое сопровождение	
Фестиваль	
Коммуникативная стратегия	
Видеоролик	

Графическое сопровождение проекта «Будь с городом»

Проект «Будь с городом»			
Графическое сопровождение	Аналоги	Концепт	Шрифт
	Цвет	Графика	Фотографии
	Фестиваль		
Коммуникативная стратегия			
Видеоролик			

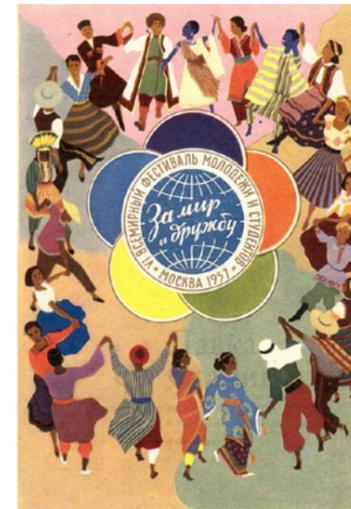
ВИЗУАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИЕ АНАЛОГИ

На основе собранных аналогов выделены принципы, наиболее точно иллюстрирующие образ городского праздника, единения людей, социального проекта:

- использование ярких цветов;
- схематичные портреты людей;
- пересечение цветов;
- рукописный текст;
- коллаж.



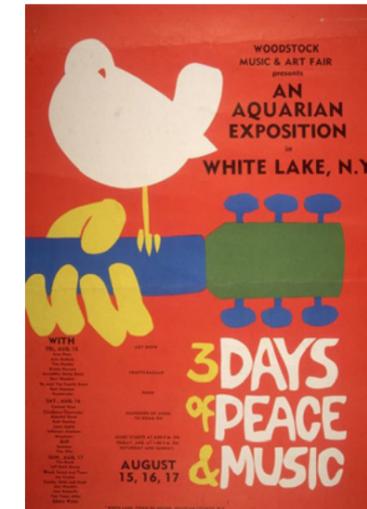
F. Schleifer
Bauhaus Ausstellung
1923



Международный фестиваль молодежи и студентов
1957



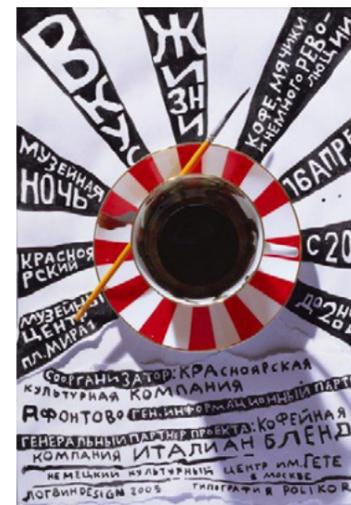
Й. Мюллер-Брокман
Musica viva
1958



А. Скольник
Woodstock Music and Art Fair
1969



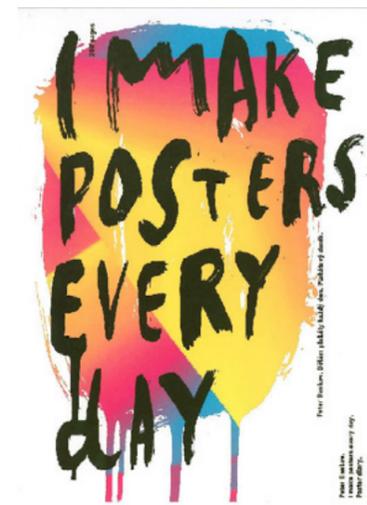
И. Чермасев
Posters: American Style
1998



А. Логвин
Вкус жизни
2005



Ю. Гулитов
Люди как люди только с синдромом дауна, 2007



П. Банков
Я делаю постеры каждый день, 2013

Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Цвет	Графика	Концент	Шрифт
Фестиваль		Коммуникативная стратегия	
Видеоролик			

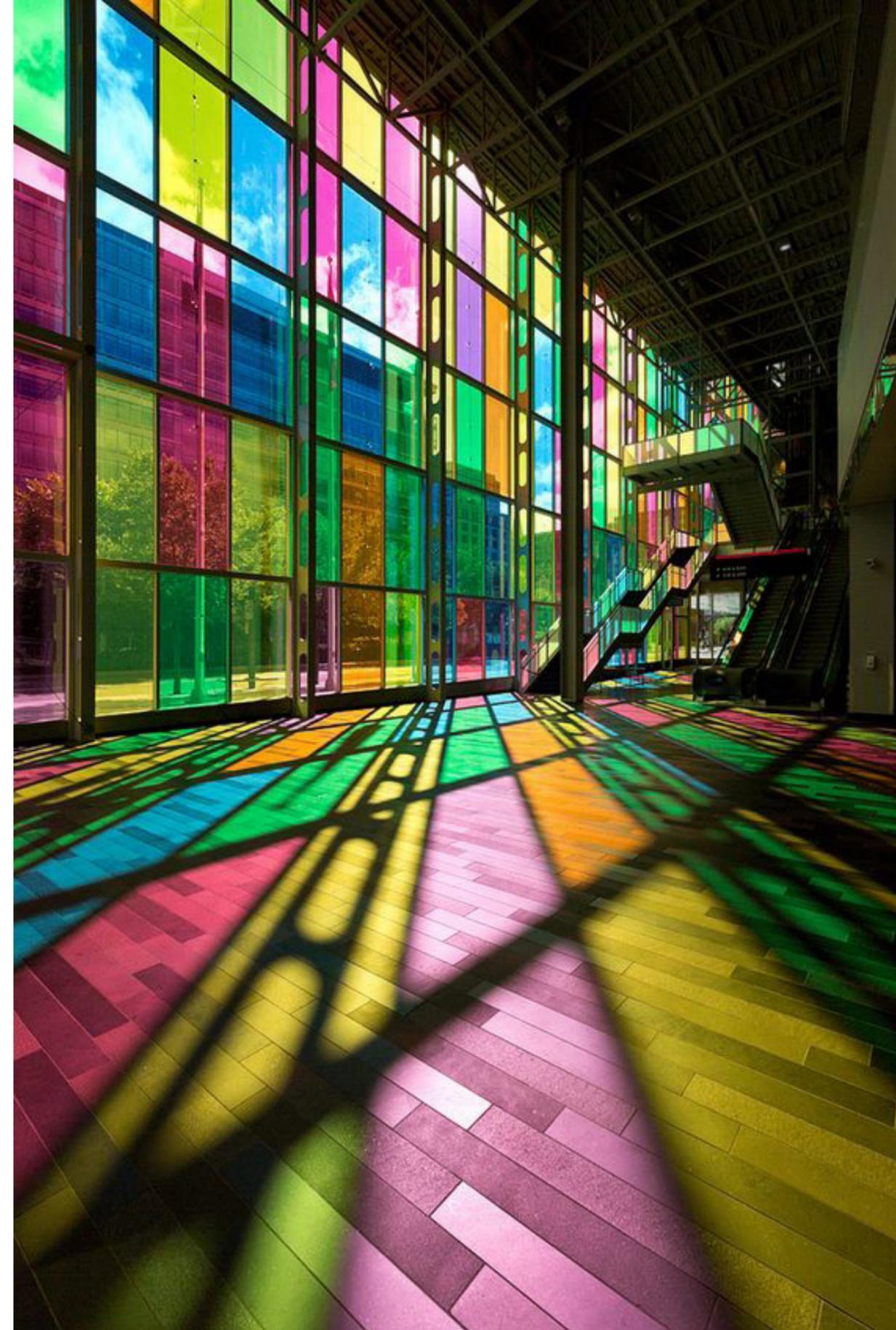
КОНЦЕПЦИЯ

город + люди + праздник

Метафора: **ВИТРАЖ**

Коннотации:

- Город раскрашенный добрыми делами.
- Яркие фрагменты, которые собираются в единое целое.
- Город в цвете.



Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение		
Цвет	Графика	Концепт	Шрифт	
		Фотографии		
Фестиваль		Коммуникативная стратегия		
Видеоролик				

ШРИФТ

город

люди

bold, bold italic, italic, regular, light

HELVETICA

НАБОРНЫЙ ШРИФТ

Для оформления больших текстов на афишах, буклетах и презентациях. Строгий гротеск оттеняет и подчеркивает оригинальность рукописного шрифта.

социально-
благотворительный
ПРОЕКТ

3.09.
2020

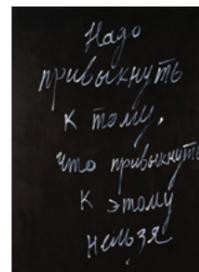
НА ДВОРЦОВОЙ
ПЛОЩАДИ

Будь с
Городом

ШРИФТ СЛОГАНА

Для фестиваля 2020 года разработано оригинальное написание названия проекта и дополнительные информационные тексты для оформления плакатов. Использование рукописного текста продолжает традицию «городской каллиграфии».

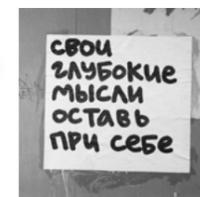
ПРИМЕРЫ «ГОРОДСКОЙ КАЛЛИГРАФИИ»



Д. Гутов

Рисунки А. Флоренского к произведениям СЕРГЕЯ ДОВЛАТОВА

А. Флоренский



agon_noga

ПСИХО-
ЛОГИЯ
БЫТО-
ВОГО
ШРИФТА

О. Флоренская



И. Васильева

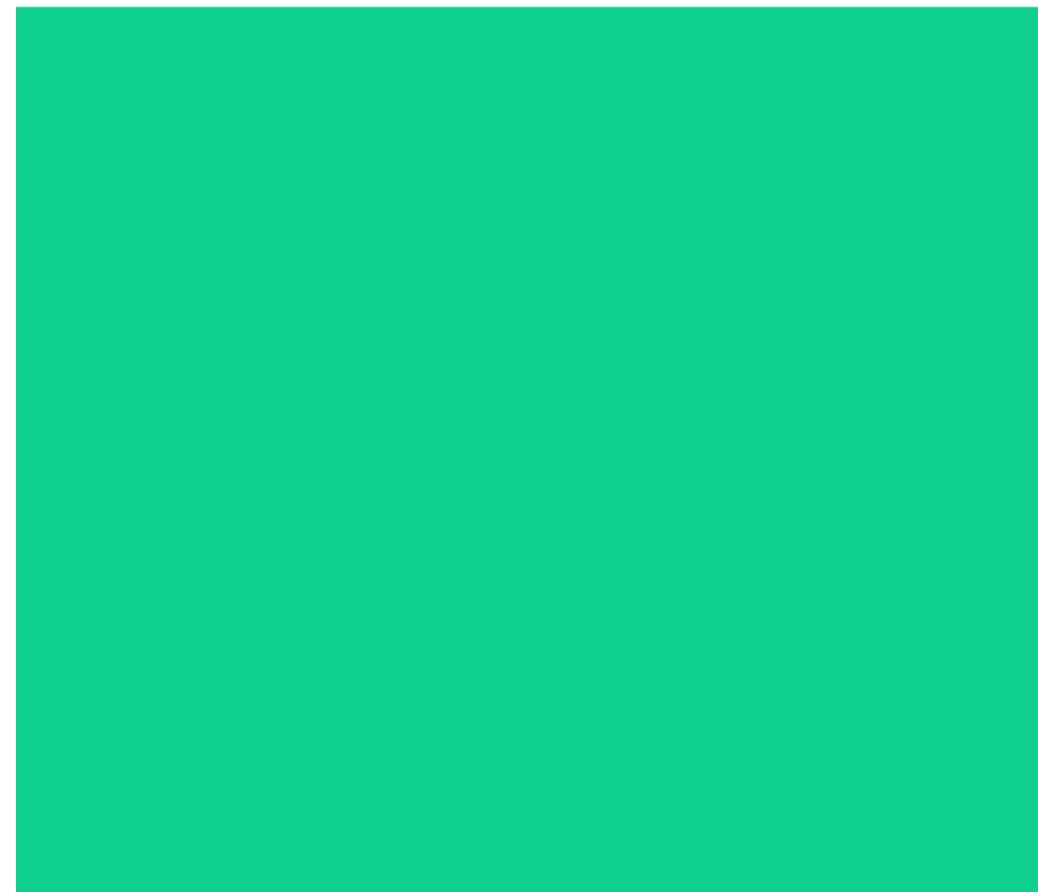
Я хочу
иметь
Текст
с тобой.

А. Логвин

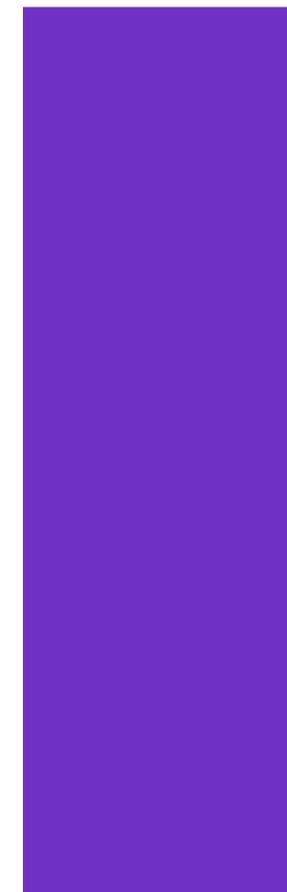
Проект «Будь с городом»	
Цвет	Графическое сопровождение
Графика	Концепт
Фотографии	Шрифт
Фестиваль	
Коммуникативная стратегия	
Видеоролик	

ЦВЕТ

- Выбор цвета поддерживает метафору «витраж».
- Данные цвета обладают хорошей контрастностью и способны дополнять палитру цветов за счёт эффектов наложения.
- Сохранён фирменный зелёный цвет социально-благотворительного проекта «Будь с городом».



#0ecf8d
RGB: 14; 207; 141
CMYK: 70; 0; 60; 0



#6f31c5
RGB: 111; 49; 197
CMYK: 80; 80; 0; 0



#da00b3
RGB: 218; 0; 179
CMYK: 35; 85; 0; 0



#8d0ecf
RGB: 141; 14; 207
CMYK: 70; 85; 0; 0



#8b8cff
RGB: 139; 140; 255
CMYK: 55; 50; 0; 0



#cf8d0e
RGB: 207; 141; 14
CMYK: 20; 45; 100; 5

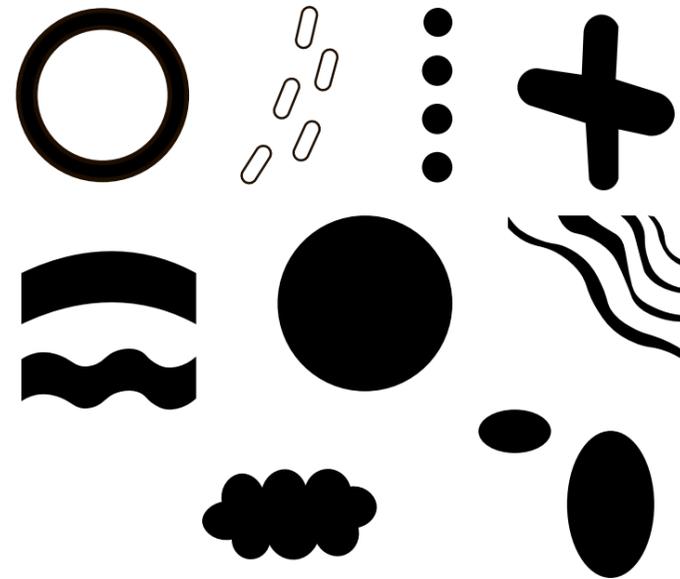


#fce600
RGB: 252; 230; 0
CMYK: 5; 5; 90; 0

Проект «Будь с городом»			
Цвет	Аналоги	Графическое сопровождение	
	Графика	Концепт	Шрифт
	Фотографии		
Фестиваль			
Коммуникативная стратегия			
Видеоролик			

ГРАФИКА

Фирменная графика используется для оформления крупных носителей: сцена, флаги, плакаты. Фигуры представляют собой **ЯРКИЕ ПЯТНА**, которые создают атмосферу праздника.



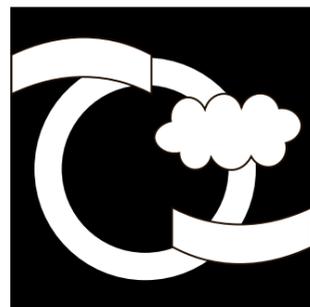
город

люди

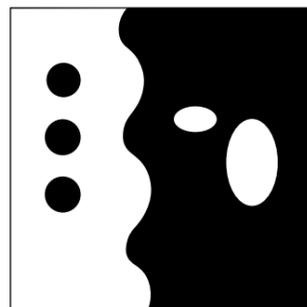
Для оформления небольших носителей и акцентов используются рисунки стилизованные под **ГОРОДСКУЮ «СПОНТАННУЮ» ГРАФИКУ**.



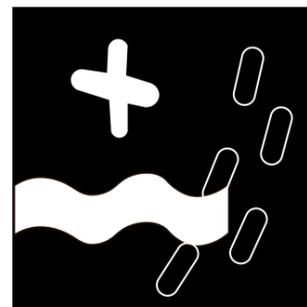
МАСТЕР-КЛАСС



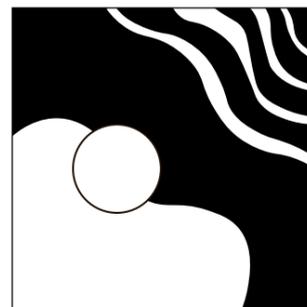
ЛЕКЦИЯ



КВЕСТ



КОНЦЕРТ



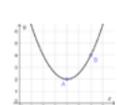
своими руками



ножницы



бумага



внимание



спикер



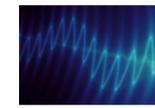
путешествие



звук



артист



интерес

Проект «Будь с городом»			
Цвет	Графика	Концепт	Графическое сопровождение
		Фотографии	Шрифт
Фестиваль			
Коммуникативная стратегия			
Видеоролик			

ФОТОГРАФИИ

- Используются на всех носителях.
- Фотографии добавляют «образ города» в оформление.
- На фотографиях изображены фрагменты города.
- Все изображения переведены в чёрно-белую гамму, а поверх накладываются цветные пятна - как цветной витраж, через который мы смотрим на город.



Фотографии Д. Щелконоговой

- Используются для оформления социальных сетей.
- Фотографии переведены в чёрно-белую гамму.
- Присутствуют яркие фрагменты.



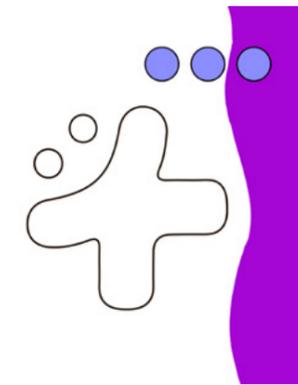
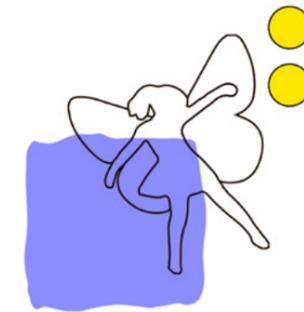
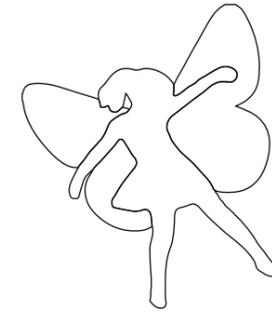
Фотографии с официальных страниц и сайтов благотворительных организаций

Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Цвет	Графика	Концепт	Шрифт
Фестиваль		Коммуникативная стратегия	
Видеоролик			

ФОНДЫ

Для оформления некоторых носителей необходимо использование логотипов организаций-участников фестиваля. С целью сохранения визуального единства логотипы необходимо привести к определённому стилю и цвету. В проекте предусмотрено два способа работы с логотипами организаций:

1. Использование монохромной версии логотипа.
2. Использование контурного изображения знака.



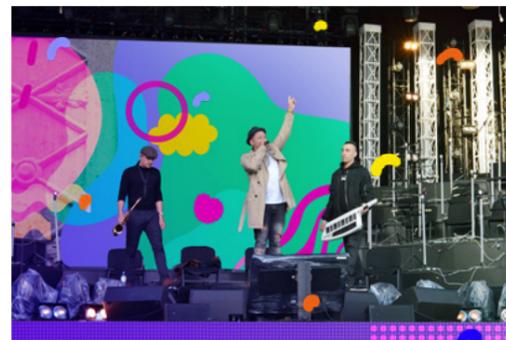
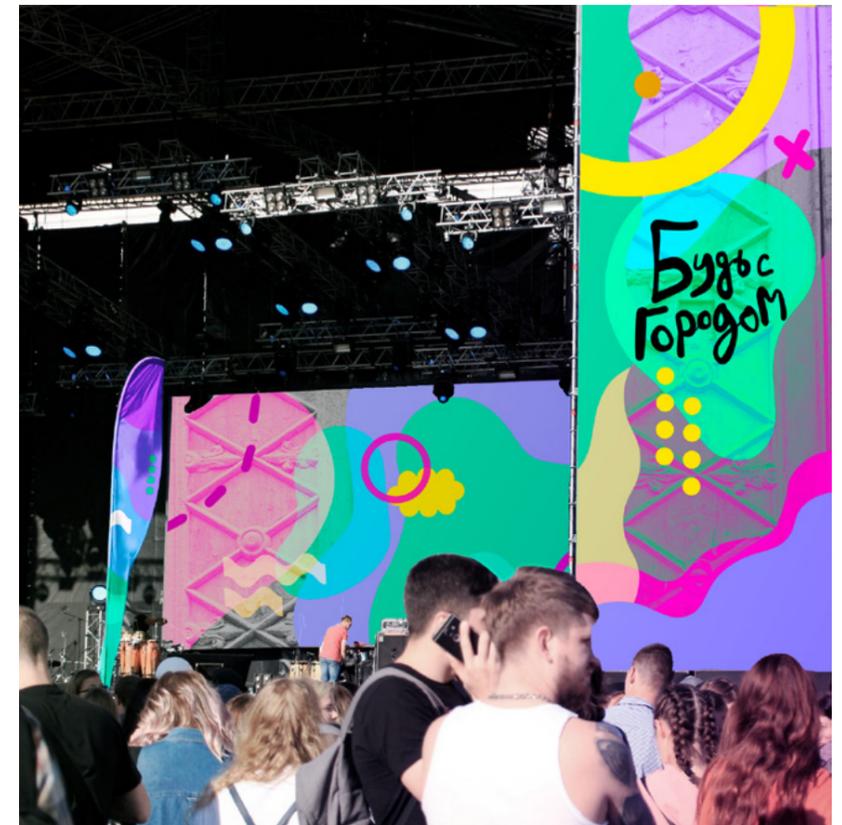
Проект «Будь с городом»			Графическое сопровождение		
Цвет	Графика	Концепт	Шрифт	Фонды	
Фестиваль			Коммуникативная стратегия		
Видеоролик					

ФЕСТИВАЛЬ

Основные носители

Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Сцена	Флаги	Фестиваль	
Плакаты	Баннер	Площадь	Сувениры
Коммуникативная стратегия			
Видеоролик			

СЦЕНА



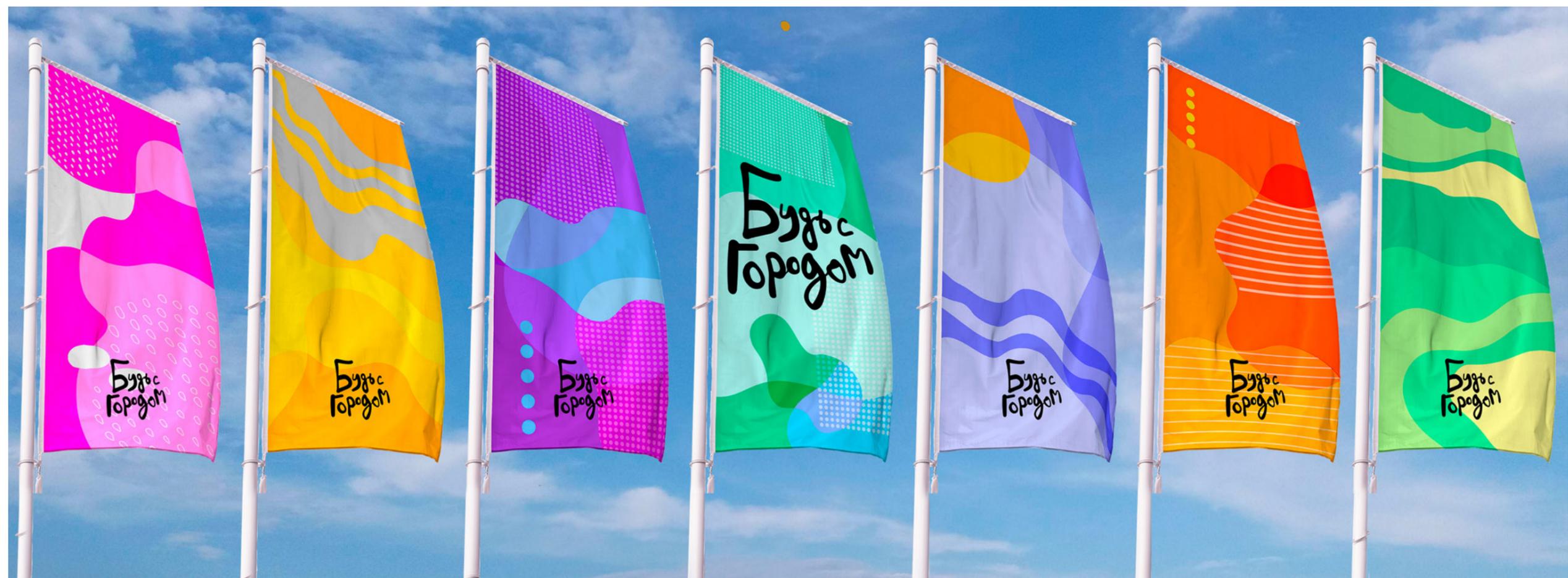
Система графического сопровождения и стратегия информационной поддержки социальных проектов на примере социально-благотворительного проекта «Будь с городом»

СПбГУ. Кафедра дизайна / Магистратура / 2020

Щелконогова Д.

Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Плакаты	Сцена	Фестиваль	
Баннер	Флаги	Площадь	
Сувениры			
Коммуникативная стратегия			
Видеоролик			

ФЛАГИ



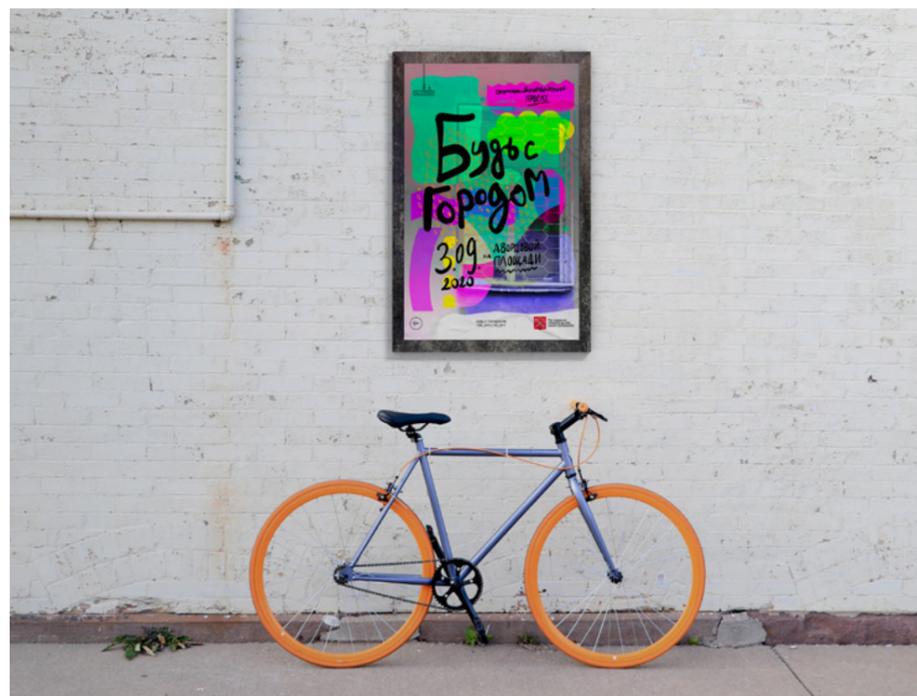
Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Плакаты	Сцена	Флаги	Площадь
	Баннер	Сувениры	
Фестиваль			
Коммуникативная стратегия		Видеоролик	

ПЛОЩАДЬ



Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Плакаты	Сцена	Флаги	Фестиваль
Баннер	Баннер	Площадь	
Сувениры	Сувениры	Сувениры	Сувениры
Коммуникативная стратегия			
Видеоролик			

ПЛАКАТЫ



Система графического сопровождения и стратегия информационной поддержки социальных проектов на примере социально-благотворительного проекта «Будь с городом»

СПбГУ. Кафедра дизайна / Магистратура / 2020

Щелконогова Д.

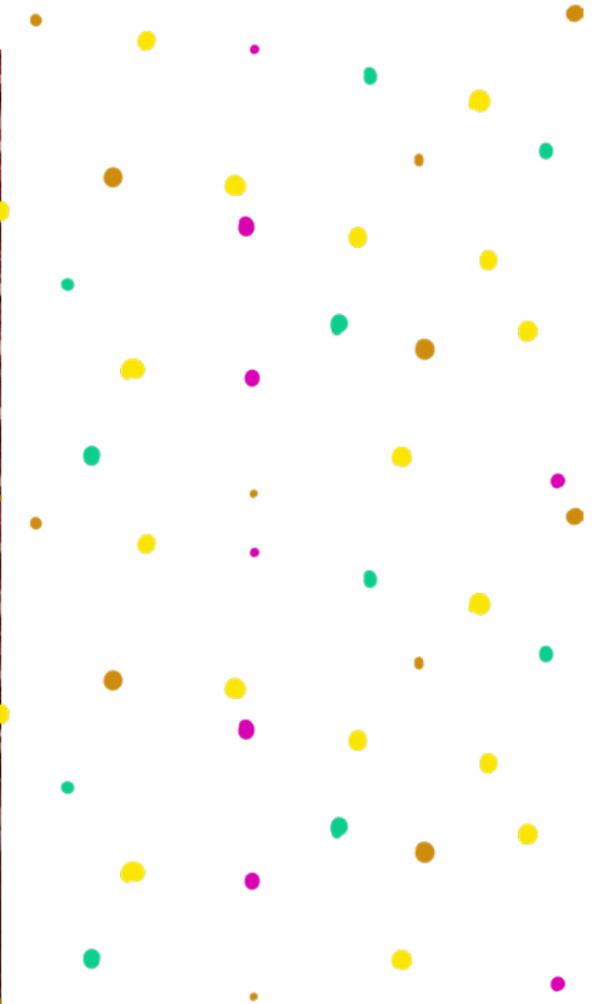
Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Плакаты	Сцена	Фестиваль	
	Баннер		
	Сувениры		
Коммуникативная стратегия		Площадь	Видеоролик

БАННЕР



Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение	
Плакаты	Сцена	Фестиваль	Площадь
	Баннер		Сувениры
	Флаги		Коммуникативная стратегия
			Видеоролик

СУВЕНИРЫ



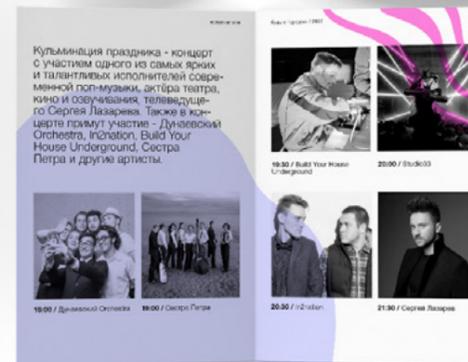
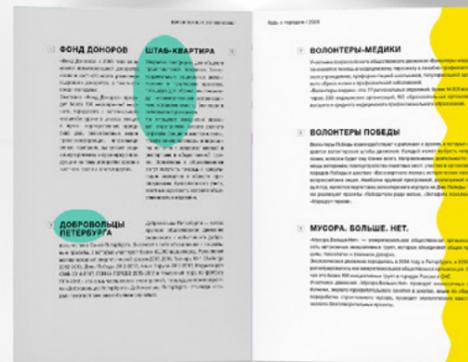
Система графического сопровождения и стратегия информационной поддержки социальных проектов на примере социально-благотворительного проекта «Будь с городом»

СПбГУ. Кафедра дизайна / Магистратура / 2020

Щелконогова Д.

Проект «Будь с городом»		Графическое сопровождение		
Плакаты	Сцена	Фестиваль		Площадь
	Баннер	Флаги	Сувениры	
Коммуникативная стратегия				
Видеоролик				

БУКЛЕТ



Система графического сопровождения и стратегия информационной поддержки социальных проектов на примере социально-благотворительного проекта «Будь с городом»

Проект «Будь с городом»	Графическое сопровождение	Фестиваль			Коммуникативная стратегия	Видеоролик
		Плакаты	Сцена	Флаги		
		Баннер				
		Сувениры				

Коммуникативная стратегия проекта «Будь с городом»

Проект «Будь с городом»

Графическое сопровождение

Фестиваль

Коммуникативная стратегия
Концепт
Стратегия Каталог Сетка

Видеоролик

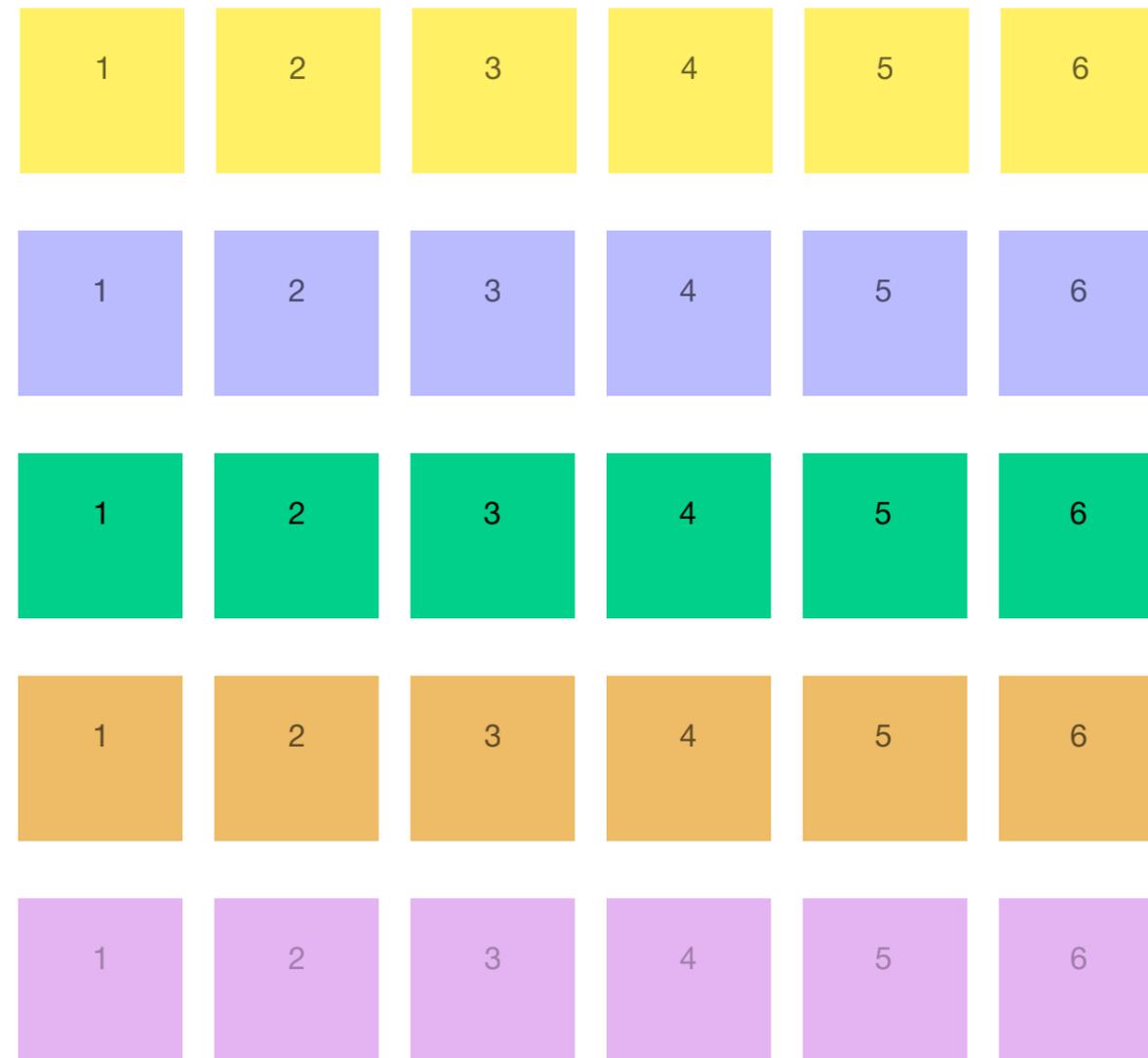
КОНЦЕПЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ

город + люди + информация

«Объединённое городское сообщество».

Образ: КАТАЛОГ

- Один фонд = одна неделя = 6 публикаций;
- информационные блоки выделены одним цветом;
- сквозная структура повествования.



Проект «Будь с городом»	Графическое сопровождение	Фестиваль	Концепт	Стратегия	Сетка	Коммуникативная стратегия	Видеоролик
-------------------------	---------------------------	-----------	---------	-----------	-------	---------------------------	------------

СТРАТЕГИЯ

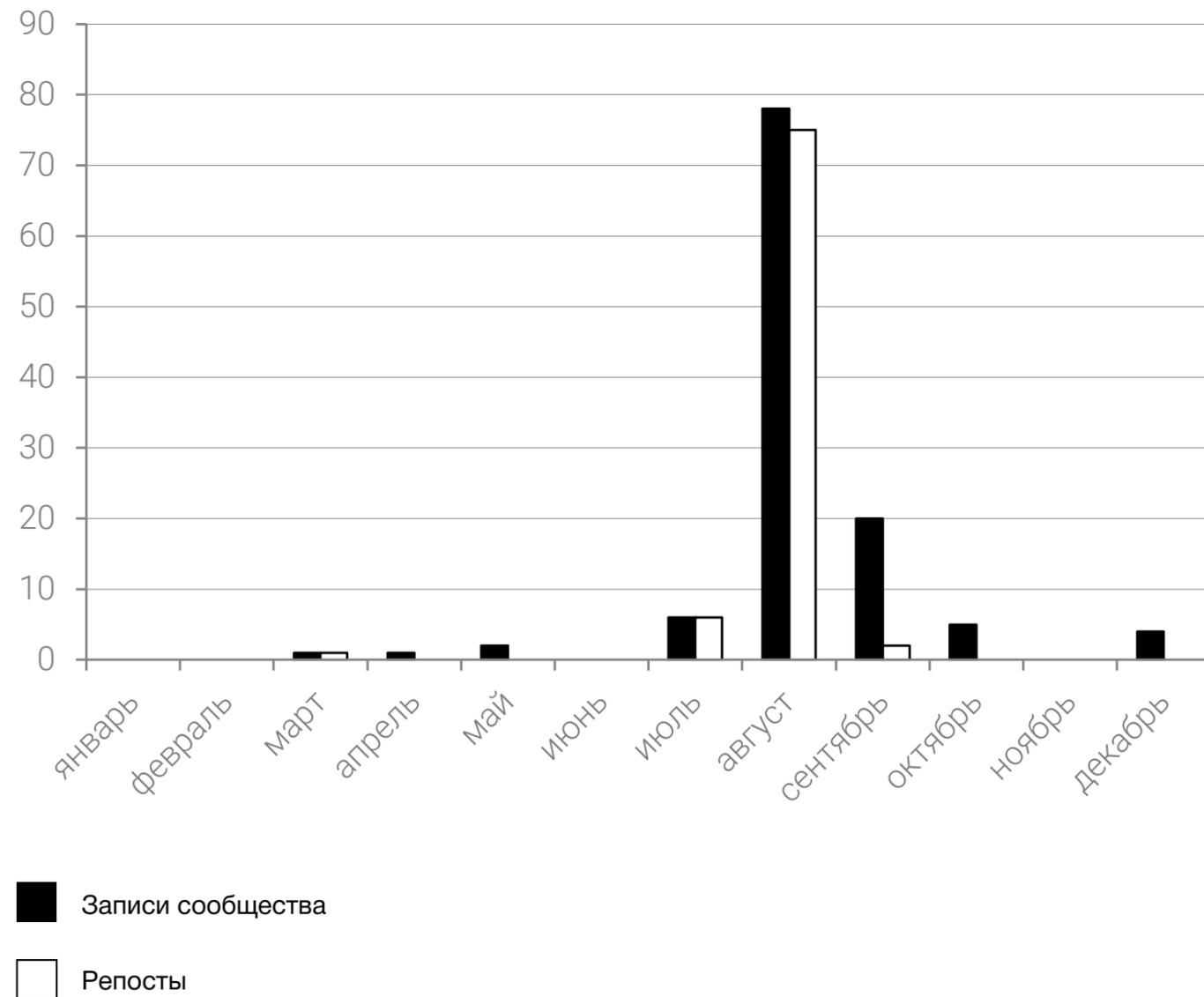
Реализация коммуникативной части проекта в социальных сетях: Instagram, Facebook, Вконтакте.

Это наиболее оптимально по следующим причинам:

- возможность диалога с аудиторией;
- отлаженная система оповещения пользователей;
- публикация контента в разном формате.

1. Информационное присутствие проекта «Будь с городом» в социальных сетях.
2. Сквозной контент в ФБ, ВК и инстаграм
3. Принцип «каталог».
4. Формирование социальных связей у горожан вокруг проекта.

Прежде всего была проанализирована активность проекта «Будь с городом» в социальных сетях. Анализ в социальной сети Вконтакте за 2019 год показал, что в настоящее время у проекта нет чёткой системы ведения социальных сетей.



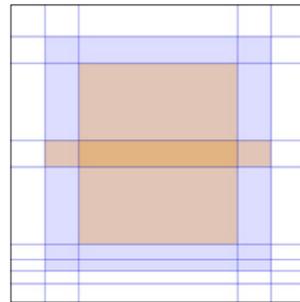
Проект «Будь с городом»	Графическое сопровождение	Фестиваль	Концепт	Коммуникативная стратегия	Видеоролик
			Стратегия		
			Сетка		

СЕТКА INSTAGRAM

1 Знакомство

Первая публикация, в которой рассказывается общая информация об организации недели.

Сетка:



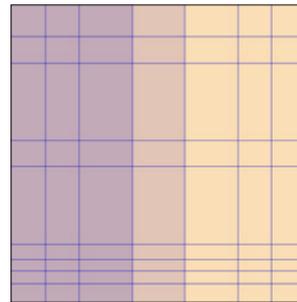
Примеры публикаций:



2 О человеке

История или интервью с участником или организатором данного фонда.

Сетка:



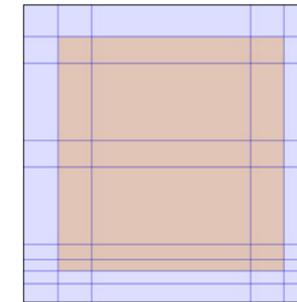
Примеры публикаций:



3 Глобальная проблема

Рассказ о социальной проблеме, которая связана с деятельностью фонда недели; мировой опыт борьбы с этой проблемой.

Сетка:



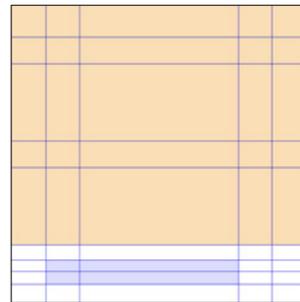
Примеры публикаций:



4 Факты

Более подробный рассказ о деятельности фонда, история возникновения, количество участников, география.

Сетка:



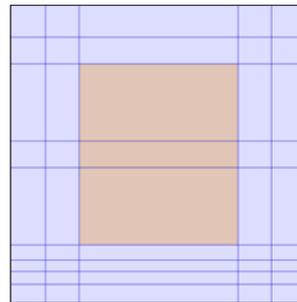
Примеры публикаций:



5 О «Будь с городом»

Напоминание о проекте, когда и где он будет проходить, рассказ об истории проекта и его деятельности.

Сетка:



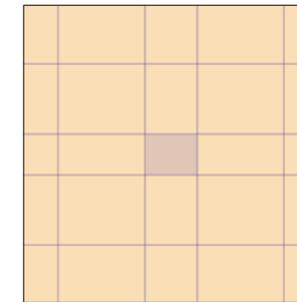
Примеры публикаций:



6 Как помочь?

Публикация о предстоящей акции, о том какие есть способы участия и помощи фонду.

Сетка:



Примеры публикаций:



СЕТКА FACEBOOK

1. «Знакомство»

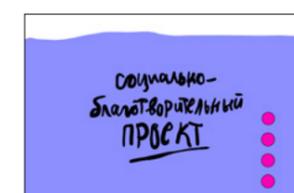
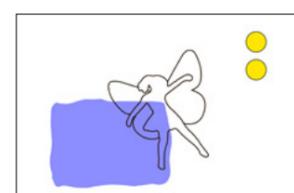
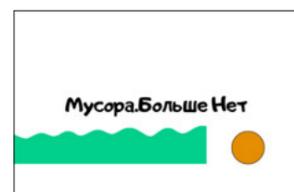
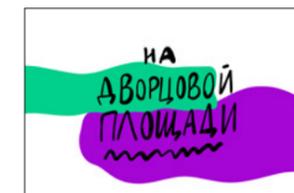
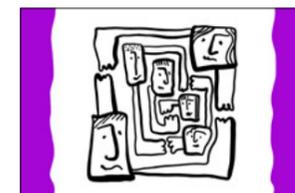
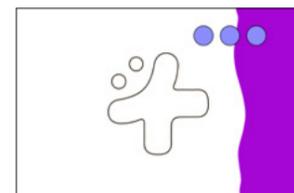
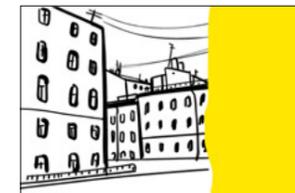
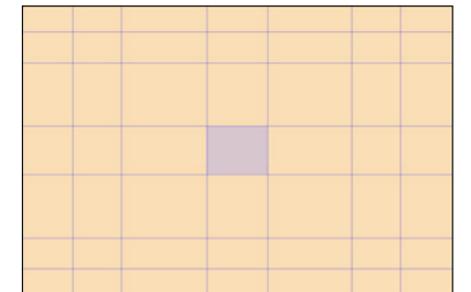
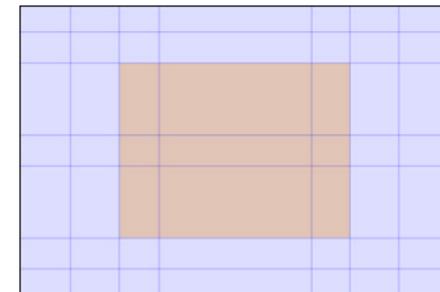
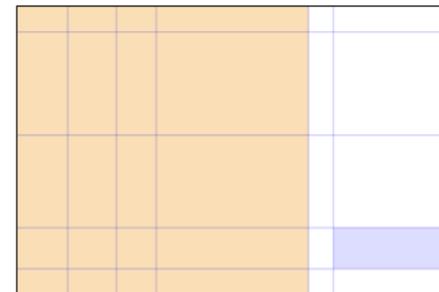
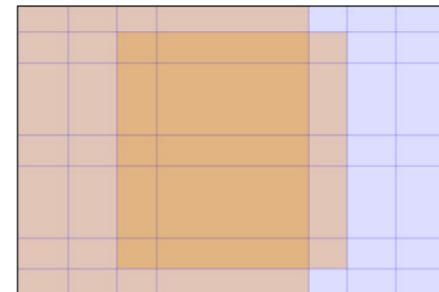
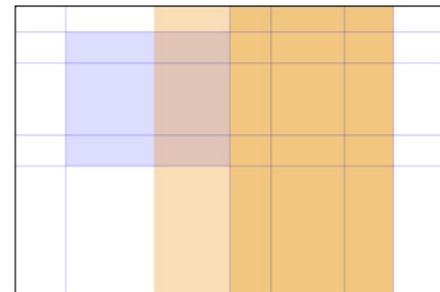
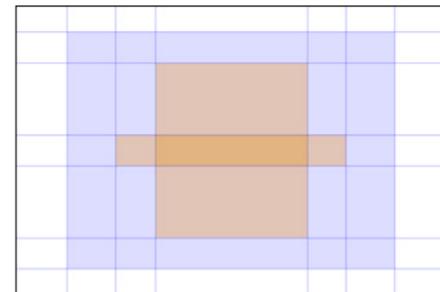
2. «О человеке»

3. «Глобальная проблема»

4. «Факт»

3. «О Будь с городом»

4. «Как помочь»



Проект «Будь с городом»

Графическое сопровождение

Фестиваль

Концепт

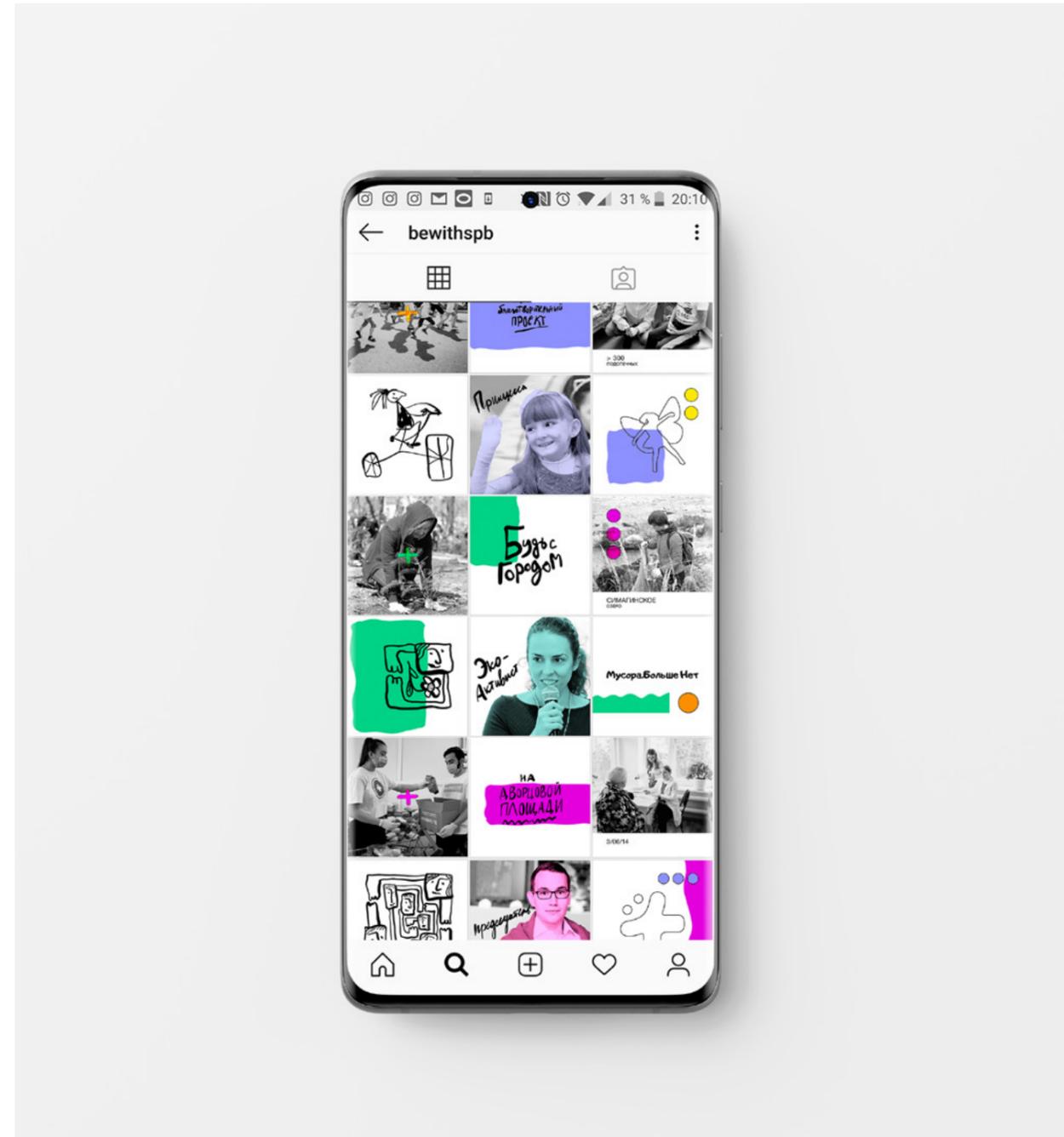
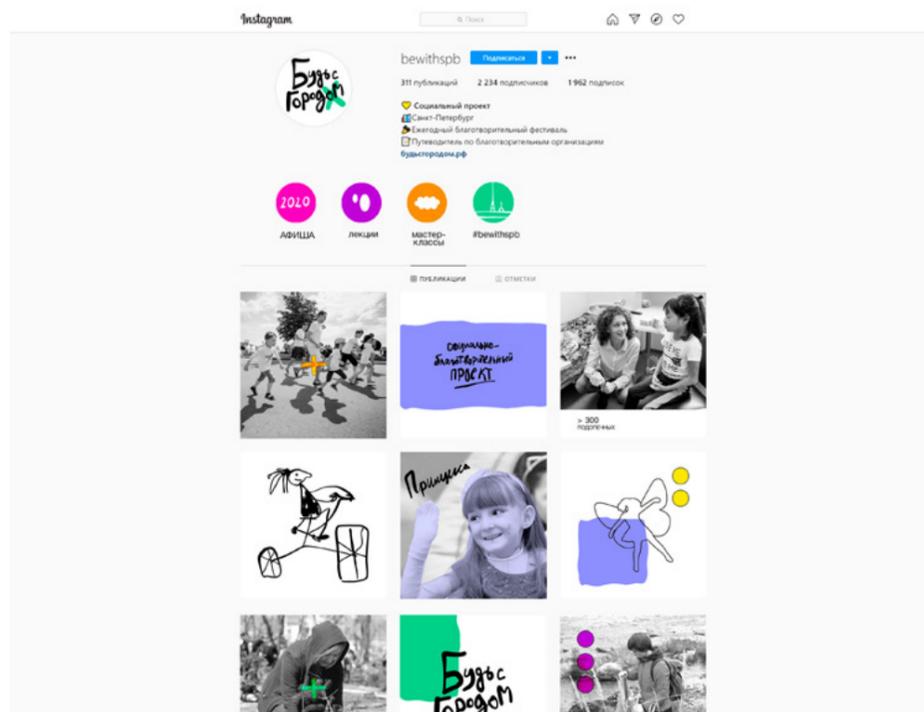
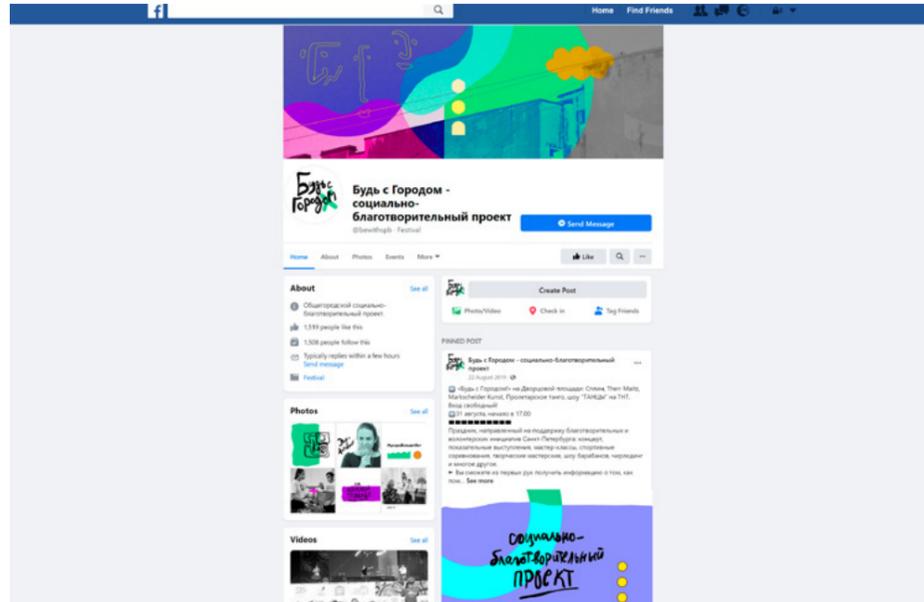
Стратегия

Сетка

Коммуникативная стратегия

Видеоролик

ОФОРМЛЕНИЕ INSAGRAM И FACEBOOK



Проект «Будь с городом»	Графическое сопровождение	Фестиваль	Коммуникативная стратегия
	Концепт	Стратегия	Видеоролик
		Сетка	

Имиджевый видеоролик для проекта «Будь с городом»

ВИДЕОРОЛИК

Для рекламы социально-благотворительного проекта «Будь с городом» в веб-среде был разработан имиджевый ролик. Сценарий ролика иллюстрирует концепцию графического сопровождения: «город раскрашенный добрыми делами». Фестиваль «Будь с городом» - городской праздник, который освещает улицы Санкт-Петербурга в яркие краски.

В видео используются элементы имиджевой графики и видео-фрагменты из официального имиджевого ролика фестиваля за 2016 год.



Проект «Будь с городом»

Графическое сопровождение

Фестиваль

Коммуникативная стратегия

Видеоролик

ВЫВОДЫ

город + люди + праздник + информация

раз в год

круглый год

Графическое сопровождение и коммуникативная стратегия проекта «Будь с городом»:

- ПОВЫШАЕТ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ аудитории в социальных инициативах;
- СИСТЕМАТИЗИРУЕТ благотворительные инициативы;
- УПРОЩАЕТ ведение социальных сетей;
- ПРИВЛЕКАЕТ новую аудиторию.

Спасибо за внимание!