

РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ КАФЕДРЫ ИНЖЕНЕРНОЙ ГРАФИКИ И ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА

Неудахина А.И., Даыдова Е.М., Хмелевский Ю.П.

Томский политехнический университет
aineudakhina@mail.ru

Введение

Фирменный стиль является одной из ключевых составляющих бренда. Именно он позволяет компании выделиться из ряда фирм, которые предоставляют похожие услуги. К тому же фирменный стиль компании создает ее имидж и формирует то или иное отношение к ней со стороны потребителей [1].

Появление новых каналов коммуникации изменяет специфику и форму подачи визуальных материалов. Интернет становится наиболее перспективным направлением для рекламодателей. Это влияет на формирование новых тенденций в фирменном стиле. Визуальная система идентификации стала более гибкой, независимой от фирменного знака или названия в логотипе, а элементы фирменного стиля дополняют образ, делают его узнаваемым, используют логотип как опору. И тем не менее остаются важными все принципы создания логотипа: его читаемость, уникальность, универсальность, простота и функциональность [2].

Фирменный стиль – система визуально-коммуникативных средств, предметов и объектов, объединённая общностью элементов формы и созданная методами дизайна для данной фирмы или организации [3].

Целью проекта была разработка фирменного промышленного дизайна. Требовалось разработать:

- Логотип;
- Оргдокументация (папка, бланк, визитки, конверт);
- Сувенирная продукция с элементами фирменного стиля (футболка, флешка, CD-диск).

Дополнительными требованиями были:

- Предпочтительные цветовые отношения в зелёно-голубой и бирюзовой гамме, согласно фирменным стилям Томского Политехнического Университета и Института Кибернетики;
- Удобочитаемость и узнаваемость в разных масштабах.

Этапы разработки

Первым этапом стало создание логотипа.

Логотип - это графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме [4].

Логотип может представлять собой как чисто графический знак, так и сочетание с названием сущности, которую он идентифицирует, в виде стилизованных букв и/или идеограммы. Логотипы широко применяются для изображения товарных знаков, в качестве эмблем юридических лиц [5].

Хороший логотип часто, но не всегда является основой единого оформления рекламы. Форма логотипа должна быть проста и самобытна, он должен легко запоминаться, то есть быть узнаваемым и заметным. Конечно, далеко не всякий логотип обладает этими свойствами, что свидетельствует о том, как трудно создать по-настоящему хороший товарный или фирменный знак [5].

Разработка логотипа началась с поиска шрифтовой группы. Были разработаны авторское написание аббревиатуры кафедры с учётом существующих шрифтовых образцов. Кафедра сочетает в себе два направления: инженерная графика и промышленный дизайн. Поэтому варианты логотипов разрабатывались в лаконичной и геометричной эстетике. Упор был сделан на создание текстового вида логотипа. Было разработано 4 варианта эскиза логотипа.

У первого варианта шрифтовой группы каждая буква построена на основе квадрата. Первая и последняя буквы имеют наклонные линии под углом 45°. Также буквы имеют объём.



Рис.1. Первый вариант шрифтовой группы

Второй вариант состоит из линий с округлыми концами. Буква «И» имеет засечки под углом 30°. Буквы имеют кажущийся незаконченный вид и сетку построения на заднем плане, что подразумевает собой процесс построения.



Рис.2. Второй вариант шрифтовой группы

Третий вариант состоит из частей окружностей. Каждая буква построена на основе базовой сетки, состоящей из окружностей и квадратов.



Рис.3. Третий вариант шрифтовой группы

Далее следовало выбрать одну из разработанных шрифтовых групп для дальнейшей проработки. Первый вариант был отклонён, так как он слишком грубый и геометричный. Второй вариант оказался слишком простым и плохо читаемым. В итоге выбор был сделан в пользу третьего варианта. Так как в отличие от остальных он имеет мягкие округлые формы, но при этом остаётся геометричным, что отражает сочетание начертательной геометрии и дизайна.

Следующим шагом стало преобразование шрифтовой группы в логотип.

Буквы были немного преобразованы: увеличилась высота базовой сетки, добавились прямые вертикальные линии и увеличилась толщина линий, но принцип построения остался похожим. Таким образом получился вариант, представленный на рисунке 5.



Рис.5. Проработка выбранного варианта логотипа

Основным цветом логотипа и фирменного стиля был выбран голубой цвет. Он близок к цвету логотипа Института кибернетики, это позволяет сразу определить, что кафедра относится к этому институту. Цветовое решение было применено к логотипу. Внутреннее пространство букв заполнено квадратами (что делает отсылку к логотипу университета), цвета которых создают градиент от белого к голубому из левого верхнего угла к правому нижнему. Также добавлены элементы, напоминающие выносные размерные линии, что ассоциируется с начертательной геометрией. А также линии формообразования букв, так как формообразование — это важная часть процесса дизайн-проектирования. Под логотипом помещено название кафедры, для которого был выбран шрифт Multima Strong. Этот шрифт оказался наиболее подходящим, так как форма его букв перекликается с формой букв логотипа. В итоге получился следующий вариант:



Рис.6. Цветной вариант логотипа

Также разработан вариант логотипа на тёмном фоне. Цвет букв остался прежним, а линии и надпись стали немного светлее.



Рис.7. Цветной вариант логотипа на чёрном фоне

Цветной вариант логотипа на чёрном фоне был помещён в центральный нижний квадрат логотипа ТПУ.



Рис.8. Логотип ИГПД в логотипе ТПУ

Вторым этапом разработки фирменного стиля стала разработка оргдокументации и сувенирной продукции с элементами фирменного стиля. Для их оформления был разработан декоративный элемент в виде уголка, состоящего из квадратов, у которых цвет формируется по тому же принципу что и у логотипа. (рис.9).



Рис.9. Декоративный элемент

В итоге были разработаны все необходимые элементы фирменного стиля.



Рис.10. Оргдокументация и сувенирная продукция с элементами фирменного стиля

При создании логотипа использовалась векторная графика.

Заключение

В результате проделанной работы был создан вариант логотипа и фирменного стиля для кафедры ИГПД, в соответствии с поставленными требованиями. Цветовая палитра составлена с учётом предпочтительных цветов, графическое исполнение букв имеет смысловую связь с областью преподаваемых дисциплин на кафедре.

Список использованных источников

1. Блог сайтостроителя [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://sitetroyblog.ru/zachem-nuzhen-firmennyj-stil/>, свободный.
2. BRICOLAGE, URL: 1. <http://bricolage.agency/firmstyle>, свободный.
3. Википедия [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>, свободный.
4. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера/Ян Чихольд: [пер. с нем. Л. Якубсона].-М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. – 244 с.: 130ил.
5. Фирменный стиль : методическое пособие и задание к курсовой работе / Сост.: Ю.М. Косов, В.Н. Смирнов; Новосиб. гос. архит.-худ. акад. – Новосибирск, 2012. – 32с