

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Амурский государственный университет

Т.Ю. Благова

Основы научных исследований.

Методические указания для самостоятельной работы
студентов-дизайнеров

Благовещенск
Издательство АмГУ
2022

УДК 7.05

ББК 85

Рекомендовано

учебно-методическим советом университета

Рецензент: Гаврилюк Е.А., зав. кафедрой дизайна, доцент, кандидат педагогических наук, доцент.

Благова, Т.Ю. Основы научных исследований. Методические указания для самостоятельной работы студентов-дизайнеров – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2022 – 40 с.: ил.

Указания предназначены для практической и самостоятельной работы студентов дизайнерских специальностей и направлений подготовки.

В данных методических указаниях представлена последовательность проведения научного исследования, пример отчета и написания научной статьи, пример анализа и классификации аналогов дизайн-объектов, пример авторского дизайн-объекта на основе отчета студентки Бутузовой М.С. Также приведены примеры постановки и решения проблемы средствами дизайна других студентов.

© Амурский государственный университет, 2022

© Благова Т.Ю., 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Последовательность выполнения исследовательской работы	4
2. Содержание отчета	5
3. Примерные темы исследования	6
4. Пример выполнения исследования	7
4.1. Аналоги дизайн-объектов	7
4.2. Прототипы	14
4.3. Классификация дизайн-объектов	16
4.4. Авторский дизайн-объект	17
4.5. Качества дизайн-объекта	17
4.6. Дизайн-концепция	18
4.7. Авторская научная статья	19
4.8. Тезисы научной статьи	26
5. Другие примеры	29
Литература для исследований	39

1. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫПОЛНЕНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

2. Определение темы (выбор дизайн-направления).
3. Актуальность темы, выявление и постановка проблемы среды, выдвижение гипотезы при решении проблемы с помощью дизайн-идеи.
4. Постановка цели и задач исследования, описание предполагаемого практического результата.
5. Изучение статей по теме (2-3 научные статьи представить в отчете): сборник «Инновации в дизайн-проектировании», «Вестник АмГУ», cyberleninka.ru, elibrary.ru, также можно изучать журналы, интернет-ресурсы.
6. Поиск аналогов дизайн-объектов (фото современных аналогов).
7. Поиск прототипов (фото самых первых исторических дизайн-объектов).
8. Разработка классификации дизайн-объектов (аналогов).
9. Разработка авторского дизайн-объекта (решение проблемы).
10. Качества авторского дизайн-объекта.
11. Описание дизайн-концепции авторского дизайн-объекта.
12. Составление анкеты-опроса.
13. Тестирование дизайн-объекта в соцсетях, описание результатов тестирования.
14. Корректировка дизайн-объекта или разработка другого варианта.
15. Повторное тестирование, описание результатов тестирования.
16. Описание исследования в авторской научной статье.
17. Составление тезисов с авторской статьи.

2. СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

1. Аналоги дизайн-объектов (фото современных аналогов).
2. Аналоги г. Благовещенска (фото).
3. Прототипы (фото самых первых исторических дизайн-объектов).
4. Классификация дизайн-объектов.
5. Авторский дизайн-объект.
6. Качества авторского дизайн-объекта.
7. Дизайн-концепция авторского дизайн-объекта.
8. Анкета-опрос потребителей.
9. Статьи по теме 2-3 и аннотации к ним: сборник «Инновации в дизайн-проектировании», «Вестник АмГУ», cyberleninka.ru, elibrary.ru, журналы по интерьеру, научно-популярные статьи (краткое содержание и выводы статьи на 1 страницу).
10. Авторская научная статья.
11. Тезисы с авторской статьи.
12. Диск со всеми материалами.

3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Отправной точкой исследования является выявление и формулировка социальной проблемы, а затем решение ее с помощью средств дизайна, разработки дизайн-объекта. Выберете из представленных или придумайте сами тему для исследования

Решение экологических проблем средствами дизайна.

Выявление социальных проблем средствами дизайна плаката.

Актуализация народных мотивов средствами дизайна.

Актуализация национальной культуры средствами дизайна.

Решение проблемы визуального мусора.

Решение проблемы личного пространства для малообеспеченных людей средствами дизайна.

Разработка принта-раскраски для одежды с целью удовлетворения творческих потребностей человека.

Разработка модной и продающей упаковки для полезного питания.

Привлечение внимания людей к физической активности.

Привлечение внимания людей к здоровому образу жизни.

Привлечение внимания людей к библиотекам и книжным магазинам.

Разработка привлекательной вывески для развивающих студий.

Разработка социального принта на одежду.

Актуализация классической музыки средствами дизайна.

Разработка обложки для музыкальных альбомов исцеляющей музыки.

Разработка рекламы (социального плаката или буклета).

Разработка развивающей росписи на стену для детского сада, школы.

Разработка развивающей книжки для детей.

Разработка развивающей игрушки, упражнений для детского творчества.

Разработка развивающего интерьера для детского дома.

Разработка интерьера для инвалида.

4. ПРИМЕР ВЫПОЛНЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

4.1. Аналоги дизайн-объектов

Тема: Исследование разнообразия вывесок (представлены вывески и их характеристики). Автор: Бутузова М.С.



Рис. 1. Объемные светящиеся буквы из зеленого полупрозрачного пластика



Рис. 2. Вывеска представляет собой тонкие неоновые светящиеся лампы различных цветов



Рис. 3. Глянцевые пластиковые буквы с декоративными вставками в виде расписных валенок (одна из них своей формой заменяет букву Л) на валенках присутствует гжельская и хохломская росписи



Рис. 4. Вывеска представляет собой что-то вроде баннера, на котором размещены буквы с подсветкой и декоративный большой элемент где присутствует название самого заведения, так же имеется подсветка.



Рис. 5. Большие глянцевые пластиковые красные буквы на подложке из трех досок



Рис. 6. Фактурный баннер, на котором размещены крупные белые пластиковые буквы и оранжевый логотип



Рис. 7. Баннер полностью с подсветкой



Рис. 8. Объемный баннер с плоскими буквами. Указатель перпендикулярен самому зданию, для удобства ориентации посетителей и прохожих.



Рис. 9. Крупные буквы с подсветкой на фоне



Рис. 10. Указатель перпендикулярен самому зданию, для удобства ориентации посетителей и прохожих. (возможен полупрозрачный пластик на месте написания букв и лого, что позволяет им светиться в ночное время)



Рис. 11. Печатные буквы поверх которых неоновые светящиеся лампы



Рис. 12. Черный баннер, поверх которого расположены серебристые светоотражающие буквы



Рис. 13. Вывеска почти полностью состоит из неоновых ламп, но так же имеются объемные буквы логотипа, имеющие при себе подсветку



Рис. 14. Объемные светящиеся буквы с контуром

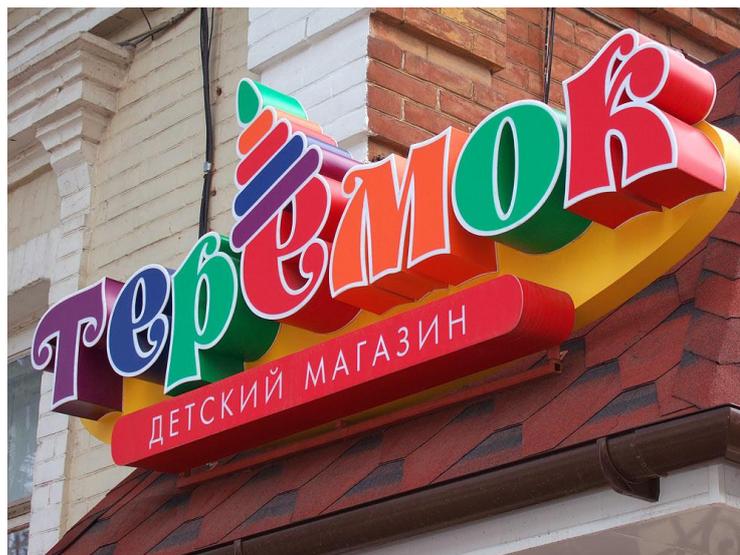


Рис. 15. Большие объемные разноцветные буквы с контуром для привлечения внимания детей



Рис. 16. Светящиеся буквы из полупрозрачного пластика



Рис. 17. Весь фасад здания покрыт разноцветным праздничным баннером под стать самой вывески, объемный логотип представляет собой упакованный подарок с бантом



Рис. 18. Вывеска представляет собой печатный баннер визуально напоминающий заголовок старой советской газеты



Рис. 19. Объемные светящиеся буквы, логотип в виде кокошника с неоновыми светящимися вставками



Рис. 20. Яркие объемные буквы на баннере, контур которого имеет подсветку, надпись украшена вставками в виде глазок у буквы У и крыльями

4.2. Прототипы вывесок

История изготовления вывесок очень интересна и примечательна. С тех пор, как у человечества появились необходимость сбыта своего товара, возникла необходимость выделить свой товар, услугу среди конкурентов, чтобы увеличить продажи. Креативные продавцы выставляли свою продукцию особым образом, украшали ее цветами. Это все послужило поводом к эволюции наружной рекламы.

Материалы, которые использовали при создании наружной рекламы древние римляне разнообразны, но уже тогда внимание к качеству вывесок было пристальным. Часто в их изготовлении использовались камень, глина, мрамор. Для изготовления наружной рекламы приглашались лучшие скульпторы и мастера того времени.



Рис. 21. Древнеримские вывески



Рис. 22. Вывески 19 - нач. 20 веков

4.3. Классификация вывесок

по виду материала: баннерная печать, объемные пластиковые буквы, неоновые светящиеся буквы и элементы, подсвеченный баннер, объемный баннер, светодиодные буквы поверх пластиковых, объемные светящиеся буквы из полупрозрачного пластика;

по объему букв: баннерная печать, плоские, рельефные, объемные;

по виду подсветки: навесные лампы, внутренние фонари (внутри полупрозрачной буквы), неоновые лампы, которые сами могут быть вывеской;

по сферам услуг: сфера обслуживания (магазины, кафе, аптеки, салоны), сфера отдыха (развлекательные ТЦ, бассейны, кино, клубы, спортзалы), сфера труда (офисы, бизнес центры, учебные заведения);

по стилю: относится к какому либо стилю, образу (что связано с самими услугами);

по расположению на здании: над входом, рядом с входом, перпендикулярно зданию – по ходу улицы, на крыше или возле крыши, над окнами.

4.4. Авторский дизайн-объект



Рис. 23. Редизайн вывесок и фасада торгового центра «От и до»

4.5. Качества дизайн-объекта

Креативность. Неоновые вывески очень актуальны в настоящее время, они способны выразить самые невероятные идеи, рекламные фантазии. Неоновые трубки способны передавать самые тонкие оттенки цветов и создавать оригинальные световые формы, а так же привлекать внимание. Особенно эффектно неоновые вывески смотрятся в сумерки и темное время суток. Вывески для ТЦ «От и до» разработаны в стиле минимализма. Поскольку большое количество простых по оформлению вывесок будет смотреться однообразно, то необходимо применить разнообразие по цвету. В данном дизайн-объекте реализуется идея избавления от рекламного мусора, современное решение вывесок в едином стиле минимализма.

Эстетичность. Неон всегда привлекал глаз своей необычностью и свечением, а так же способностью передавать разнообразные оттенки. Неоновые вывески отлично подчеркивают городскую эстетику особенно в ночное время суток.

Экономичность. Неон имеет преимущества перед другими видами светового оформления по экономности и равномерности освещения. Неоновые трубки позволяют получить практически идеально равномерное освещение конструкции, без световых пятен или затемненных мест, поскольку газ равно-

мерно распределяется по всей трубке. Это так же позволяет создавать светодинамические изображения. Так же можно отметить еще одно преимущество неоновых ламп – это бесшумная работа.

Экологичность. В данном виде освещения спроектировано сравнительно небольшое количество затрачиваемой электроэнергии. Так же неоновые конструкции пожаробезопасны и не нагреваются. Данные конструкции способны служить от 10 до 15 лет, на что не способны известные всем лампы накаливания и люминисцентные лампы.

Работоспособность (высокий КПД). Конструкции долговечны и пожаробезопасны. Неоновые лампы долговечнее обычных ламп из-за отсутствия в них нитей накаливания.

4.6. Дизайн концепция

Целевая аудитория – жители и гости города Благовещенска.

Объект проектирования – серия неоновых вывесок в стиле минимализма, для улучшения внешнего вида здания «От и до»

Цель - Разработка оригинальных вывесок в едином стиле.

Ценности для потребителя – избавление от рекламного мусора, улучшение внешнего вида здания, единая стилизация рекламных вывесок.

Идея проекта – создание современного оформления вывесок для торгового центра «От и до» в едином стиле, с целью избавления от хаотичности и визуального замусоривания.

Образ проектируемого объекта - вывеска представляет собой неоновые светящиеся лампы различных цветов в едином лаконичном стиле. Также предлагается новый цвет фасада.

4.7. Авторская научная статья

УДК 7.05

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКЛАМНОГО МУСОРА НА ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЯХ ГОРОДА БЛАГОВЕЩЕНСКА

Бутузова Марина Сергеевна,

студент

Благова Татьяна Юрьевна,

к.п.н., доцент

ФГБОУ ВО Амурский государственный университет,

г. Благовещенск

Аннотация: в статье исследуется современная проблема рекламного мусора на общественных зданиях города. Изучаются аналоги современных вывесок, а также прототипы, составляется авторская классификация. Предлагается авторское решение – создание единого стиля вывесок с современной светодиодной подсветкой.

Ключевые слова: вывеска, наружная реклама, общественные здания города, авторское решение, единый стиль.

SOLVING THE PROBLEM OF ADVERTISING GARBAGE ON PUBLIC BUILDINGS OF THE CITY OF BLAGOVESHCHENSK

Butuzova Marina Sergeevna

Blagova Tatyana Yuryevna

Abstract: the article examines the modern problem of advertising garbage on public buildings of the city. Analogs of modern signage are studied, as well as proto-

types, and the author's classification is compiled. The author's solution is proposed – the creation of a single style of signage with modern LED lighting.

Keywords: signage, outdoor advertising, public buildings of the city, author's solution, uniform style.

Дизайнерское осмысление пространства городской среды стремится к созданию красоты и порядка, поэтому дизайнерский взгляд неприятно привлекает **проблема** рекламного мусора на общественных зданиях, захламленность городской среды рекламой.

Цель статьи: исследование воздействия на людей наружной рекламы; разработка гармоничной организации вывесок, авторского решения.

Задачи:

1. Составить анкету и провести исследование ситуации.
2. Проанализировать мнение опрашиваемых и систематизировать.
3. Разработать предложение по решению проблемы разрозненности наружной рекламы

В современном мире существует большая потребность в наружной рекламе, в вывесках. Возникает проблема захламленности общественных зданий разрозненными разностилевыми вывесками. Данная реклама воспринимается как визуальный мусор на зданиях и торговых центрах. Для решения этой проблемы необходимо сначала выявить воздействие такой рекламы на людей.

Для начала рассмотрим, что такое вывеска.

Вывеска – доска, щит, различного вида с надписью, с изображением предметов продажи у мастеров, ремесленников, производителей. В настоящее время – конструкция в объемном или плоском исполнении, расположенная, где-либо, как правило, на фасаде здания, рядом со входом, которая информирует (рекламирует) о чём-либо, об организации или предприятии, услугах, находящихся внутри здания [1].

В ходе исследования были изучены современные аналоги и разработана **классификация вывесок:**

по виду материала: баннерная печать, объемные пластиковые буквы, неоновые светящиеся буквы и элементы, подсвеченный баннер, объемный баннер, светодиодные буквы поверх пластиковых, объемные светящиеся буквы из полупрозрачного пластика;

по объему букв: баннерная печать, плоские, рельефные, объемные;

по виду подсветки: навесные лампы, внутренние фонари (внутри полупрозрачной буквы), неоновые лампы, которые сами могут быть вывеской;

по сферам услуг: сфера обслуживания (магазины, кафе, аптеки, салоны), сфера отдыха (развлекательные ТЦ, бассейны, кино, клубы, спортзалы), сфера труда (офисы, бизнес центры, учебные заведения);

по стилю: относится к какому либо стилю, образу (что связано с самими услугами);

по расположению на здании: над входом, рядом с входом, перпендикулярно зданию – по ходу улицы, на крыше или возле крыши, над окнами.

Изучены прототипы – древнеримская реклама, выгравированная на камне, реклама конца 19 в. – начала 20 в., советского времени.

История изготовления вывесок очень интересна и примечательна. С тех пор, как у человечества появились необходимость сбыта своего товара, возникла необходимость выделить свой товар, услугу среди конкурентов, чтобы увеличить продажи. Креативные продавцы выставляли свою продукцию особым образом, украшали ее цветами. Это все послужило поводом к эволюции наружной рекламы.

Материалы, которые использовали при создании наружной рекламы древние римляне, разнообразны, но уже тогда внимание к качеству вывесок было пристальным. Часто в их изготовлении использовались камень, глина, мрамор. Для изготовления наружной рекламы приглашались лучшие скульпторы и мастера того времени.

Интересно стилевое решение и композиция вывесок конца 19 в. – начала 20 в., а также рекламные разработки советского времени, в которых участвовали известные художники и литераторы.

Изучение аналогов позволило выявить современные приемы оформления вывесок, изучение прототипов – функциональность и необходимость информирования общества об услугах, кампаниях.

Нами разработана анкета по выявлению мнения респондентов относительно наружной рекламы. Она показала следующие результаты:

51% людей равнодушны к наружной рекламе на общественных зданиях, 30% опрошенных относятся к ней положительно, а 19% – отрицательно.

51% опрошенных равнодушны к разрозненной рекламе на общественных зданиях, 38% относятся к этому отрицательно, а 11% положительно.

Больше половины опрошенных (54%) считают разностилевою рекламу рекламным мусором, остальные 46% напротив, так не считают. Больше половины опрошенных отдают предпочтение светящимся, сверкающим, неоновым вывескам, 25% предпочтут простые, лаконичные, хорошо читаемые вывески, а 20% – сложные, необычные.

Большая часть опрошенных (80%) отрицательно относятся к большому количеству разнообразных вывесок на одном здании.

Обратимся к исследованиям, решающим проблему рекламного мусора.

В своей статье «Языковой портрет города в его названиях» Яковлева Т. В., Демичева В. В., Еременко О. И. [2] говорят о том, что городские вывески, наглядно отражают произошедшие социальные изменения. Они приходят к выводу, что наличие старых и новых вывесок в городской среде выглядит неаккуратно.

В статье «Стратегия оптимизации объектов информационного оформления фасадов зданий в городе Иркутске» О.В. Гетманченко, Т.П. Данилова, А.С. Аманова, К.О. Хафизова [3] проблему видят в том, что все фасады зданий (многочисленных коммерческих фирм и компаний, жилых и административных зданий) увешаны диссонирующей с окружающей средой рекламой, которая портит облик города. Решением этой проблемы стало проектное предложение по размещению вывесок и наружной рекламы на объектах культурного наследия, при условии соблюдения стилистики и колористики данных объектов.

В статье «Обзор основных стилей и направлений в современной наружной рекламе» А.Н. Зубань [4] представлен анализ современной наружной рекламы, определяющей характер художественного облика окружающего пространства. В современном дизайне наружной рекламы популярны такие стили как минимализм, поп арт, классический стиль, ампир, ретро стиль (винтаж), модерн, арт-деко.

Во всех исследованиях говорится о необходимости единообразия вывесок различных услуг на одном здании.

Ниже приведены примеры решения вывесок на общественном здании в едином стиле (рис. 1.).



Рис.1. Примеры преобразования вывесок в единый стиль

Данные примеры, по нашему мнению, слишком однообразны и монотонны.

Для решения проблемы разрозненности и захламленности наружной рекламы в городе Благовещенске мы решили разработать серию вывесок в едином стиле, но использованием некоторого разнообразия в цвете и с опорой на современные тенденции дизайна. Для разработки серии вывесок взято максимально захламленное наружной рекламой здание в Благовещенске – Торговый центр «От и до» (рис. 2.).



Рис. 2. Торговый центр «От и до»

В ходе анализа нашего опроса, отталкиваясь от мнения большинства была создана серия разноцветных неоновых и в то же время простых и легко читаемых вывесок в едином стиле. Вывески представляют собой неоновые светящиеся лампы-буквы с лампой-рамой вокруг названия компании. Разноцветные названия представлены на натуральном бежевом фоне в цвет оформления среды близлежащего сквера.

Так же было выявлено наиболее подходящее расположение вывесок. Вывески расположены в ряд между оконными рядами, не перекрывая окна (рис. 3).



Рис. 3. Авторское дизайнерское решение (вариант 1)



Рис. 4. Авторское дизайнерское решение (вариант 2 после апробации на студенческой научной конференции)

По завершении проекта был проведен повторный опрос в сети инстаграмм, где мы узнали мнение людей по поводу нашего дизайнерского предложения. Результат показал, что 84% проголосовавших положительно отнеслись к такому дизайну вывесок.

Проблема рекламного мусора решена путем стилизации всех вывесок в единый стиль с простым читаемым шрифтом. Для небольшого разнообразия использована разноцветная неоновая подсветка. Неон всегда привлекал глаз своей необычностью и свечением, а так же, способностью передавать оттенки. Неоновые вывески отлично подчеркивают городскую эстетику особенно в ночное время суток. А так же они экологичны и долговечны.

Список литературы

1. Вывеска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%8B%D0%B2%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0> Текст: электронный
2. Яковлева, Т.В. Языковой портрет города в его названиях / Т. В. Яковлева, В. В. Демичева, О. И. Еременко [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovoy-portret-goroda-v-ego-nazvaniyah/viewer>

3. Гетманченко, О.В. Стратегия оптимизации объектов информационного оформления фасадов зданий в городе Иркутске / О.В. Гетманченко, Т.П. Данилова, А.С. Аманова, К.О. Хафизова [Электронный ресурс]. – Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. № (17) 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-optimizatsii-obektov-informatsionnogo-oformleniya-fasadov-zdaniy-v-gorode-irkutske/viewer>

4. Зубань, А.Н. Обзор основных стилей и направлений в современной наружной рекламе / А.Н. Зубань [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-osnovnyh-stiley-i-napravleniy-v-sovremennoy-naruzhnoy-reklame/viewer>

4.8. Тезисы научной статьи

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКЛАМНОГО МУСОРА НА ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЯХ ГОРОДА БЛАГОВЕЩЕНСКА

М.С. Бутузова

Амурский государственный университет, г. Благовещенск

Проблема данного исследования: рекламный мусор. Захламленность городской среды рекламой.

Цель: исследование воздействия на людей наружной рекламы. Разработка оригинального стиля вывесок.

Задачи:

1. Составить анкету для исследования ситуации,
2. Проанализировать мнение опрашиваемых и систематизировать,
3. Составить предложения по решению проблемы с наружной рекламой

В современном мире существует большая потребность в наружной рекламе. Возникает проблема ее разрозненности и захламленности, реклама воспринимается как визуальный мусор на зданиях и торговых центрах. Необходимо выявить воздействие такой рекламы на людей.

Нами была разработана анкета по выявлению мнений. Она показала, что 70% людей равнодушна к рекламе на тц., а 30% нет. 65% людей против рекламы на жилых домах, а 35% равнодушны. 55% людей предпочли неоновые вывески, 25% - простые лаконичные, 20% - сложные, необычные. 80% людей отрицательно отнеслись к захломленности зданий вывесками.

Вывеска - конструкция в объемном или плоском исполнении, расположенная, где-либо, как правило, на фасаде здания, рядом со входом, которая информирует (рекламирует) о чём-либо, об организации или предприятии, находящемся внутри здания.

В своей статье «Языковой портрет города в его названиях» Яковлева Т. В., Демичева В. В., Еременко О. И. [1] говорят о том, что в городских вывесках наглядно отражаются социальные изменения.

В статье «Стратегия оптимизации объектов информационного оформления фасадов зданий в городе Иркутске» О.В. Гетманченко, Т.П. Данилова, А.С. Аманова, К.О. Хафизова [2] проблему видят в том, что все фасады зданий (многочисленных коммерческих фирм и компаний, жилых и административных зданий) увешаны диссонирующей с окружающей средой рекламой.

В статье «Обзор основных стилей и направлений в современной наружной рекламе» А.Н. Зубань [3] представлен анализ основных стилей и направлений в современной наружной рекламе.

В результате анализа анкетного опроса, отталкиваясь от мнения большинства была создана серия неоновых лаконичных и легко читаемых вывесок, см. (рис.1) По завершении реализации этой идеи был проведен опрос в сети инстаграмм. Результат показал, что 84% проголосовавших отнеслись положительно к такому варианту вывесок.

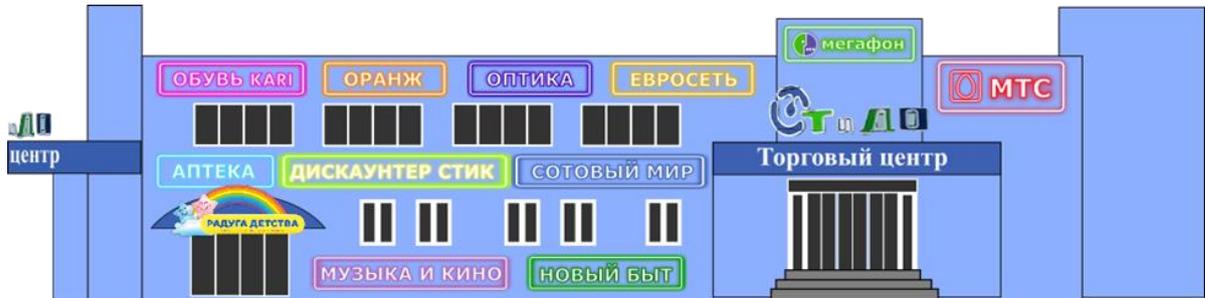


Рис.1 Реальное здание и проектная разработка фасада и вывесок.

Вывод: Во время создания проекта мы ориентировались на эстетические потребности людей. Разработанный вариант вывесок устраивает большинство опрошенных людей. Проблема рекламного мусора была решена путем создания всех вывесок в едином стиле.

5. ДРУГИЕ ПРИМЕРЫ

РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА ОБЛОЖКИ АЛЬБОМА КЛАССИЧЕСКОЙ МУЗЫКИ / Филиппова Е. С.

Проблема. Современное поколение мало увлечено классической музыкой, порой даже не будучи знакомы с ней – это является проблемой, так как молодежь упускает огромный потенциал данного жанра для развития своей культуры. Ограниченность только лишь популярными жанрами музыки отрицательно сказывается на эстетическом развитии человека.

Цель данной статьи – популяризировать жанр классической музыки среди молодого поколения и разработать решение, которое могло бы способствовать этому. К данной проблеме можно подойти и со стороны дизайна, так как музыкальные альбомы и даже отдельные композиции зачастую имеют уникальную обложку, через которую можно подступиться к определенной аудитории.

Для достижения данной цели формируются следующие **задачи**, каждая из которых будет являться шагом на пути к решению проблемы: создать опрос, который поможет составить мнение разных групп относительно музыкальных предпочтений и обложек музыкальных альбомов; классифицировать музыкальные обложки; выявить на основе полученных данных предпочтения молодежи относительно визуальной части; разработать дизайн-объект, который будет удовлетворять запросы аудитории.

Решение проблемы. Авторский дизайн-объект



Обложки для музыкального альбома классической музыки (вариант 1)



Обложки для музыкального альбома классической музыки (вариант 2.)

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ ШОКОЛАДА В Г. БЛАГОВЕЩЕНСКЕ / Щербакова С. Е.

Цель исследования – провести анализ потребительского поведения и предпочтений шоколадной продукции на рынке г. Благовещенска.

Задачи исследования:

- Проанализировать виды упаковок шоколадной продукции.
- Провести опрос среди жителей Благовещенска по предпочтениям в выборе шоколада.
- Исследовать вкусовые и визуальные характеристики, влияющие на выбор продукции.
- Выявить тенденции, которым нужно уделить большее внимание при создании упаковки шоколада.
- Создать упаковку, основываясь на предпочтениях опрошенных жителей.

Решение проблемы. Авторский дизайн-объект



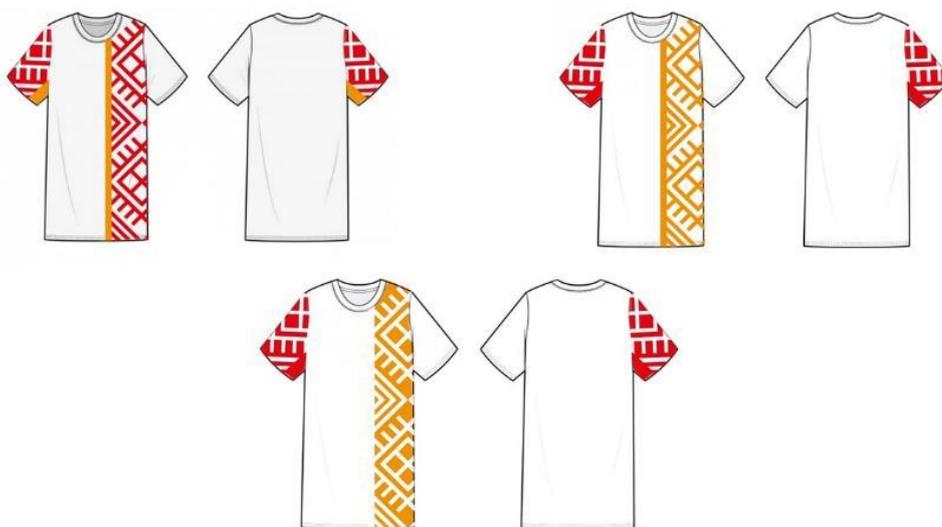
Дизайн упаковки шоколада (вариант 1)



Дизайн упаковки шоколада (вариант 2)

ОРНАМЕНТ РУССКОЙ НАРОДНОЙ ВЫШИВКИ В СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ / Рубан Е.А.

Проблема отсутствия декорированной русским орнаментом одежды массового производства, а также несоответствия выполняемых индивидуально осовремененных стилизованных костюмов с народными мотивами ожиданиям людей. **Целью** данного исследования является изучение орнаментов русской народной вышивки и их адаптация для создания привлекательного образа современной одежды для молодых людей. **Задача** – разработать такой дизайн одежды с использованием мотивов народной вышивки, чтобы популяризировать его среди молодёжи. **Гипотеза** заключается в том, что грамотно разработанный дизайн способен поднять интерес молодежи к русскому народному костюму. **Решение проблемы. Авторский дизайн-объект.**



Стилизованный русский орнамент на современной молодежной одежде

РАЗРАБОТКА ПРИНТА ДЛЯ ОДЕЖДЫ С ЦЕЛЬЮ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ТВОРЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА / Гармаш Е.В.

Удовлетворение потребности выражения творческих порывов человека а также профилактикой стресса является раскрашивание. На данный момент модным является увлечение раскрашиванием мандал. Мы предлагаем раскрашивать мандалы и другие рисунки на футболках.

На сегодняшний день придумано и сделано множество различных рисунков на одежде с различными модификациями. Существуют даже футболки-раскраски для детей и взрослых, однако они не отличаются сложностью и оригинальностью исполнения. Именно поэтому **цель проекта** и состоит в создании уникального принта раскраски антистресс.

За основу взяты всем известные изображение мандал авторского исполнения. Мандала – это заключенный в окружность сакральный символ гармонии, единства, целостности вселенной, мира человека в этом мире. Особенно завораживает в мандалах то, что каждый рисунок и его орнаменты расположены симметрично. Раскраски антистресс – это один из видов арт-терапии, а раскрашивание – приятное и полезное занятие. Вместе эти вещи создают прекрасное сочетание, направленное на расслабление человека и отвлечение от внешних проблем, на творческое создание цветовых ритмов.

Решение проблемы. Авторский дизайн-объект



Принт-раскраска для творчества

ДЕКОРАТИВНОЕ КОМБИНИРОВАНИЕ В ОДЕЖДЕ И ИНТЕРЬЕРЕ КАК МЕТОД ЭКОЛОГИЗАЦИИ СРЕДЫ / Сухина А. Д.

В данной статье рассматривается актуальное на сегодняшний день применение метода комбинирования в текстиле одежды и интерьера для экологизации среды. Декоративное комбинирование – это лоскутная техника или пэчворк с дизайнерским подходом, с применением правил композиции и колористики. В статье показаны приемы дизайнерского комбинирования и пути использования морально и физически устаревшей одежды в целях экономии и экологизации жилого пространства человека и окружающей его среды. Разработаны эскизы женского и детского платья.

В настоящее время стали появляться такие понятия как медленная мода, сознательное потребление – они указывают на экономное потребление, отказ от излишнего оборота одежды, от замусоривания ею окружающей среды. В этой связи актуально вторичное использование текстиля в одежде и интерьере. Изношенные части одежды отрезаются, используются целые неизношенные куски. Возникает необходимость грамотного гармоничного комбинирования кусков текстиля для создания новых вещей. В данной статье описаны правила гармоничного комбинирования.

Решение проблемы. Авторский дизайн-объект



Эскизы изделий, комбинированных из лоскутов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОИЗВОДСТВЕ ОДЕЖДЫ ИЗ КОЖЗАМЕНИТЕЛЕЙ / Рослик П.С.

Цель задачи исследования: исследовать применение новых технологий в производстве одежды из кожзаменителей

Проблема исследования: нехватка натуральных и экологически чистых материалов для населения.

Задачи:

- 1) исследовать новые материалы кожзаменителей с новыми свойствами
- 2) определить пути экологизации в производстве кожзаменителей.
- 3) изучить предметы с использованием новых кожаных материалов
- 4) определить экологические направления в развитии кожзаменителей

Новые виды кож:

Микрофибра – это синтетический заменитель натуральной кожи, созданный на основе микроволокон. По многим качественным показателям микрофибра превосходит натуральную кожу, а именно: стойкости к водопоглощению, способности «дышать», стойкости к истиранию.

«Кожа», сделанная из пальмовых листьев используется для ковров, циновок.

Материал Pinatex – это кожа из ананасовых листьев весит и стоит значительно меньше, чем сопоставимый отрез кожи.

Материал Flex Wood. Тонкие срезы древесины с лазерной обработкой заменяют кожаные ремешки.

Кожа из коры пробкового дуба по тактильным ощущениям напоминает настоящую кожу, по практичности - превосходит, поэтому среди продукции Grow From Nature можно найти и головные уборы, и сумки и даже обувь, которые не боятся воды, грязи и ежедневного использования.

Компания Vegea нашла способ превращения в кожаное волокно продукты винодельческой промышленности (стебли, семена, шкурки винограда).

Компания Mусо Works использует грибной мицелий для производства экологически чистой альтернативы кожи, которая является крепкой, водостойкой и полностью биodeградируемой.

Авторский дизайн-объект



Серия модных корсетов-поясов из кожзаменителя

Современная мода предполагает множество смелых и стильных решений, которые ранее использовались иначе. Корсет давно стал фаворитом в модных кругах. С его помощью можно легко преподнести фигуру, эффектно выделяя достоинства. Именно корсет позволяет подчеркнуть стройную фигуру. Конечно, носить данную деталь гардероба не стоит на постоянной основе. Это не очень полезно для здоровья, особенно если затягивать их очень сильно. Пояс-корсет не только выглядит очень стильно, но и не вредит здоровью.

ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВ ЦВЕТОВЕДЕНИЯ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА / Гурина К.А.

Предмет исследования: формирование основ цветоведения у детей дошкольного возраста

Проблема исследования: Основной проблемой является использование маленькой палитры цветов, отсутствии передачи пространственной цветохолдности, передачи цветом объема и формы предметов и распределения света и тени в обучении рисованию детей дошкольного возраста.

Цель исследования: Раскрытие творческих способностей детей дошкольного возраста с помощью разработанных упражнений, а также улучшение качества их работ.

Задачи:

1. Анализ исследовательских работ по обучению детей рисованию
2. Определить задачи по развитию цветовосприятия у детей
3. Разработать упражнения по развитию художественного восприятия и вкуса у детей.

.....

Исследование показало, что при использовании большой палитры цветов, передачи цветом объема и формы предметов и распределения света и тени в обучении рисованию детей дошкольного возраста, наблюдается не только эстетическое улучшение качества работ, но и раскрытие их творческих способностей. Результаты данной работы расширяют знания о методике обучения детей рисованию в дошкольном возрасте.



Упражнение-раскраска для усвоения дошкольниками цветохолдности в изображении объекта

РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА ДЛЯ ДЕТСКОГО КАФЕ – МОРОЖЕННОГО /

Ковыршина Е. И.

Проблема: повсеместно неграмотная разработка и реализация логотипов.

Цель исследования: на примере авторского, разработанного логотипа показать основные, грамотные этапы разработки.

Задачи:

- анализ некорректных логотипов
- анализ этапов разработки логотипа и выявление ошибок
- разработка этапов и их формулировка для правильного проектирования логотипа.

.....

Исходя из проведенной работы можно составить основные правила, этапы по созданию логотипа:

1. На начальном этапе разработки необходимо заняться сбором информации о предприятии: какую деятельность ведет, как себя позиционирует. На подготовительном этапе стоит определить, что именно будет включено в логотип. Может быть, это какие-то особенности компании, а может, особенности целевой аудитории. Исходя из этого нужно тщательно изучить целевую аудиторию и рынок конкурентов.

2. Анализ собранной информации и продумывание дизайн концепции.

На данном этапе стоит учесть название компании, решить должен ли это быть просто шрифтовой логотип, либо стоит добавить какое-то изображение. Важно помнить, что изображение лучше делать максимально простое, стилизованное, так как они легко читаются, отличаются большей узнаваемостью, хорошо смотрятся в среднем и мелком масштабе (на документах, сувенирной продукции). Также, при создании логотипа необходимо помнить, что графический знак должен одинаково хорошо (разборчиво, узнаваемо) смотреться в цветном и черно-белом варианте.

3. Внесение корректировок в концепцию. Доработать выбранный вариант логотипа и откорректировать его.

4. Внедрение. Нанесение логотипа на сопутствующую продукцию. Следует заблаговременно обдумать, где конкретно будет помещен логотип.

Авторский дизайн-объект



Логотип для кафе

Литература для исследований

<https://cyberleninka.ru> Кибер Ленинка предоставляет возможность читать тексты научных статей бесплатно

<https://elibrary.ru> eLIBRARY.RU – Научная электронная библиотека предоставляет возможность читать тексты научных статей бесплатно

<http://www.architektonika.ru> Портал о современной архитектуре и дизайну

<https://awdee.ru/> Оди – Сайт для графических дизайнеров на русском языке свободного доступа с обучающими текстовыми, аудио, видеоматериалами, инструментами и т.п.

Сборник научных статей издательства АмГУ «Инновации в дизайн-проектировании»

Сборник научных статей издательства АмГУ «Вестник АмГУ»



Татьяна Юрьевна Благова,

*доцент кафедры дизайна АмГУ, кандидат педагогических наук, доцент
ВАК, член Союза дизайнеров России*

Основы научных исследований. Методические указания для самостоятельной работы студентов-дизайнеров