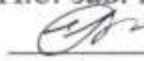


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологии
Кафедра дизайна
Направление подготовки 54.03.01 – Дизайн
Направленность образовательной программы: Графический дизайн

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

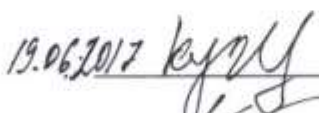
И.о. зав. кафедрой


Е.А. Гаврилюк

« 19 » 06 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Разработка рекламно-информационной среды для мероприятия
«Мусор шоу»

Исполнитель студент группы 387	19.06.2017 	Купцова Д. А.
Руководитель старший преподаватель	19.06.2017 	О. А. Кондакова
Консультанты: по исследовательскому разделу старший преподаватель	18.06.2017 	О. А. Кондакова
по концептуальному разделу старший преподаватель	19.06.2017 	О. А. Кондакова
по технологическому разделу старший преподаватель	19.06.2017 	О. А. Кондакова
Нормоконтроль доцент, кандидат архитектуры	19.06.2017 	Н. А. Васильева

Благовещенск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Дизайн и технологии
Кафедра _____

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой


подпись

Е.А. Тсвирина
И.О.Фамилия

« 24 » 04 2017 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента
Кушкова Дарья Александровна

1. Тема выпускной квалификационной работы: Разработка рекламного - информационного сайта интернет-магазина «Музей шоколада»

(утверждено приказом от 10.04.17 № 430 ч.)

2. Срок сдачи студентом законченной работы 15.06.2017

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: технологическое задание, анкет

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): Исследовательский раздел, концептуальный раздел, технологический раздел

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

Рисунки, схемы верстки, иллюстративный материал

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) Исследовательский раздел, концептуальный раздел, технологический раздел: Кондрашова О.А
Кормокоенко: Васильева Н.А

7. Дата выдачи задания 24.04.2017

Руководитель выпускной квалификационной

работы: Кондрашова Ольга Александровна
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 24.04.17 
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 46 страниц, 30 рисунков, 3 приложения, 16 источников.

МУСОР ШОУ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ПРОЕКТИРОВАНИЕ, РЕКЛАМА, ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

В ходе работы над выпускной квалификационной работой «Разработка рекламно-информационную среду для мероприятия «Мусор шоу» было проведено исследование современных фестивалей, логотипов, в частности изучены аналоги фестивалей, система организации фестивалей. Особое внимание уделялось графическим элементам, используемых в печатной и сувенирной продукции,. На примере существующих методов привлечения внимания необходимо создать концепцию продвижения мероприятия «Мусор шоу». В задачи так же входит брендинг различной сувенирной продукции, брендинга рекламных наружных носителей. Основная задача - предложение своей концепции фирменного стиля мероприятия «Мусор шоу».

Целью данного проекта является, разработка логотипа и фирменного стиля для мероприятия «Мусор шоу».

В пояснительной записке представлен исследовательский раздел, концептуальный раздел, описан технологический раздел. В заключении подведены итоги выпускной квалификационной работы.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Исследовательский раздел	6
1.1 Фестиваль Мусор шоу	6
1.2 Аналоги	8
1.2.1 Изучение аналогичных фестивалей	8
1.2.2 Современные фестивали	11
1.3 Создание фирменного стиля	15
1.4 Организация современных фестивалей	19
2 Концептуальный раздел	22
2.1 Описание фирменного блока	22
2.2 Основные графические выразительные средства	23
2.3 Носители фирменного стиля	25
3 Технологический раздел	35
Заключение	36
Библиографический список	38
Приложение А Фотографии с «Мусор Шоу»	41
Приложение Б Афиши аналогичных фестивалей	43
Приложение В Афиша современного фестиваля	46

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня разработка и использование собственного фирменного стиля становится все более популярным атрибутом стратегии развития возрастающего числа компаний. Кто-то разрабатывает фирменный стиль по принципу «иметь фирменный стиль – модно и современно». Другие действуют по принципу «и я тоже». Кому-то фирменный стиль может понадобиться в предпродажной подготовке. Но настоящая потребность в разработке фирменного стиля возникает лишь тогда, когда осознаются выгоды от его использования. Фирменный стиль нужен для того, чтобы посредством индивидуальности и единства графических и др. констант, выделиться среди конкурентов, стать узнаваемым и хорошо запоминаемым. Целью данного проекта является, создание логотипа и фирменного стиля для мероприятия «Мусор шоу». Задачей проекта, разработать и создать запоминающийся отличный от многих других логотип и фирменный стиль мероприятия «Мусор шоу».

В соответствии с поставленной целью определены следующие задачи: изучить графический образ, выявить особенности организации фестивалей. Собрать информацию и проанализировать существующие фестивали. На основе исследований разработать графическое сопровождение фестиваля, которое удовлетворит потребности целевой аудитории. Разработать рекламно-информационную среду для мероприятия и повышения популярности фестиваля.

В больших городах в течение дня таких отходов скапливается огромное количество. Их своевременный вывоз и последующая утилизация являются залогом поддержания правильного санитарного состояния города.

«Мусор Шоу» в наше время очень актуальное мероприятие, которое направлено на привлечение внимания к проблеме экологии и воспитания культуры, правильному отношению к окружающей среде.

1 ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1 Фестиваль Мусор

В Амурском государственном университете ежегодно проводится мероприятие «Мусор-шоу», в рамках которого факультеты представляют коллекции одежды. Мероприятие направлено на повышение экологической культуры и ответственности за состояние окружающей среды.

Главное условие конкурса – костюмы должны быть сделаны из любого «мусорного материала»: фантики, газеты, мусорные мешки и т.д.

Раньше шоу называлось «Мусорный бал» и включало в себя только дефиле. Но потом мероприятие поменяло и название, и концепцию. Теперь участникам нужно не просто показать свои модели, но также достойно и оригинально их презентовать.

Жюри оценивает коллекции по следующим критериям: оригинальность и творческий подход, композиционная целостность и выразительность работы и презентация.

В качестве «мусорного дизайнера» попробуют себя студенты всех факультетов университета. Коллекция «одежды» должна содержать от 3 до 7 моделей. Участники могут представить на конкурс более одной коллекции. Каждая коллекция должна иметь название. Презентуются коллекции в виде творческого номера.

Такой конкурс университет проводит уже не в первый раз. Как показывают предыдущие годы, одежду мастерят из бутылочных пробок, банок, пластиковых бутылок, полиэтиленовых пакетов и прочего.

Цель: повышение экологической культуры и степени вовлеченности населения в вопросы обращения с отходами потребления, развитие инициативы у студентов, снижение негативной экологической нагрузки бытовых отходов на окружающую среду.

Задачи: привлечь внимание студентов к проблеме - актуализировать личностный подход в решении проблемы отходов в быту; - создать условия для развития активной жизненной позиции через реализацию творческих способностей.

Идей было множество: костюмы Покемонов, традиционная одежда из разных стран, герои сказок. После долгих дискуссий активисты ФМО пришли к единому мнению и решили создать коллекцию русской народной одежды.

Руководила процессом Анастасия Лапина (004 гр.). Спустя несколько утомительных вечеров и бессонных ночей фантазийная коллекция была готова.

В показе коллекции участвовали Анастасия Лапина (004 гр.), Дарья Нефедьева (004 гр.), Юлия Щерба (131 об гр.), Анастасия Стрельникова (131 об гр.), Фаина Новикова (132 об гр.). Естественно, что перед выходом на сцену девушки сильно волновались, ведь представление творчества на суд зрителей и жюри требует смелости. После длительного ожидания и мимолётного выступления пришла пора подведения результатов. Факультет международных отношений не занял призового места. Однако разочарования и уныния тоже не наблюдалось. Все начинающие дизайнеры из числа активистов ФМО участвовали в этом шоу впервые и получили массу приятных впечатлений и положительных эмоций (см. рис. А.1-А.4 Приложения А)¹.

Озабоченность общества экологическими проблемами все чаще находит отклик в творчестве дизайнеров одежды. В последнее время выделяется направление «мусорный дизайн», призванное привлечь более пристальное внимание к проблеме загрязнения окружающей среды. «Мусорный дизайн» использует для создания коллекций одежды промышленные отходы и бытовой мусор. Так, известны коллекции «Гринпис», включающие одежду из бу-

¹ «Выступление студентов ФМО на «Мусор-шоу» автор статьи: Татьяна Олеговна Кулишова [Электронный ресурс]. URL: www.amursu.ru (дата обращения: 10.02.2017).

тылочных пробок, банок из-под пива, пластиковых бутылок, полиэтиленовых пакетов и т.п. Однако появляющиеся все чаще в моделях профессиональных модельеров такие нетрадиционные материалы, как старые газеты, коробки из-под стирального порошка, пакеты или текстильный лоскут, свидетельствуют об интересе к возможностям «мусорного дизайна». Применение любых нетрадиционных материалов способствует поиску новых возможностей, новых форм и образов.

Гран-при конкурса - Попова Марина, ЮФ, коллекция «Эффект бабочки».

1 место и специальный приз руководителя творческого коллектива «Семейка Рулез» - Кофтун Юлия, ИФФ, коллекция «Эх, молодость».

2 место - Силина Любовь, ФМИИ, коллекция «Убийственные дебаты» и Жуковец Светлана, Климкина Екатерина, ЭкФ, коллекция «Candy man».

3 место - Ткач Любовь, Таран Анна, ФДиТ, коллекция «Алиса в стране чудес» и группа 041, ЭФ, коллекция «Танабата».

Специальный приз компании МТС - Пацулина Олеся, ФДиТ, коллекция «Топ модель по-русски».

1.2 Аналогии

1.2.1 Изучение аналогичных фестивалей.

Фестиваль «Кислород» в Петербурге - это уникальное в своем роде просветительское мероприятие для всей семьи, посвященное проблемам экологии. На всем пространстве фестиваля расположатся «зеленые» арт-объекты, экспозиция работ современных фотографов и художников на тему экологии. Организаторы представят гостям новинки эко-техники, а также расскажут о городских проектах по защите окружающей среды. Здесь можно будет принять участие в нескольких мастер-классах на эко-тематику, заняться аэробикой под чутким руководством опытных тренеров, а также отведать

и приобрести экологически чистые продукты фермерского производства (см. рис. Б.1 Приложения Б).²

На западе Индии открылся крупнейший в мире фестиваль мусорного искусства. В Мумбаи обитатели трущоб представили на суд публики все, что можно считать «обломками индустриального арта».

На улицах квартала бедняков открылась гигантская композиция, организованная по принципу «шедевры вместо вторсырья». Здесь и некондиционная глиняная посуда, которую гончары изготавливают не для кухни, а ради искусства, инсталляции из сломанной пластиковой мебели, строительный и прочий мусор.

«В проекте два важных аспекта. Во-первых, помогают людям творить руками, вдохновляя любого желающего раскрыть свое видение мира и создать композицию из, что называется, всего, что лежит на улице. Во-вторых, используется только утиль. Никаких качественных материалов, которые могут пригодиться в производстве, только хлам», - рассказывают организаторы «мусорного» фестиваля³.

Экологический арт-проект «Мусорный шик» – это фестиваль, направленный на привлечение внимания к проблеме экологии.

Идея проекта «Мусорный шик» родилась именно с создания арт-объекта из привычного всем мусора, дабы показать, как можно подарить вторую жизнь старым и неактуальным уже вещам. В октябре 2015 года и мае 2016 года собрали друзей и единомышленников. Всех, кто неравнодушен к окружающей природе и хочет внести свой вклад в ее сохранение. Совместно с движением «ЭкоСтупино», творческой мастерской «Изюм», детским центром «Академик», «July handmade», «Freedom» организовали экологический арт-проект «Мусорный шик». Было много детей, много взрослых, много улыбок и смеха. Было много мастер-классов для детей и взрослых (бегемото-

² Экологический фестиваль «Кислород» [Электронный ресурс]. URL: [https:// kudago.com/spb/event/ekologicheskij-festival-kislorod/](https://kudago.com/spb/event/ekologicheskij-festival-kislorod/) (дата обращения: 15.04.2017).

³ В Индии проходит «Мусорный фестиваль» [Электронный ресурс]. URL: <https://otr-online.ru/news/v-indii-prohodit-41440.html> (дата обращения 18.03.2017)

пись, создание шерстяных птичек, плетение корзин из газетных трубочек, декор для дома, богемные украшения и т.д. и т.п.), фото-зоны, самовары с горячим чаем и баранками, «мусорная» мода, вечерний концерт Московских артистов. Было здорово и полезно. Многие узнали и рассказали о возможностях использования мусора, получили массу благодарных отзывов (см. рис. Б.2 Приложения Б)⁴.

Фестиваль «Море внутри». Этот фестиваль ежегодно проходит в Парке Сокольники (г. Москва) при поддержке Мосгорпарка. Экомарафон проводится под девизом «Оставим Планету нашим детям живой».

Цель фестиваля - объединить знания и людей, стремящихся к гармонии, рассказать жителям мегаполиса, как бережно взаимодействовать с окружающей средой, правильно питаться, поддерживать здоровье без лекарств, воспитывать детей без принуждения, получать удовольствие от жизни без вредных привычек.

В рамках марафона проводится переделка старых вещей, игра на музыкальных инструментах, техники работы с внутренними резервами и энергией человека, а также читаются лекции на экологических тематических встречах и арт-мероприятиях на тему экологического образования, проблем окружающей среды, экологии питания, безвредного строительства и т.д. (см. рис. Б.3 Приложения Б)

II паблик-арт фестиваль «Пространство множественности» проходит в Омске «Фестиваль создан для того, чтобы человек задумался, в каких смыслах он существует. Паблик-арт всегда разрывает архитектурную монотонность города и вносит жизнь в городскую среду», - рассказал - куратор фестиваля художник Мельниченко⁵.

Одним из объектов фестиваля стала статуя Иисуса, которую создали из мусора художницы Мария Шинкевич и Алёна Пожиленко.

⁴ Арт-проект «Мусорный шик» [Электронный ресурс]. URL : https://vk.com/garbage_chic (дата обращения 03.05.2017)

⁵ Фестиваль «Пространство» [Электронный ресурс]. URL: <http://omsk.zaotdih.ru/news/prostranstvo-mnozhestvennosti/> (дата обращения 05.05.2017)

Цель проекта - привлечь внимание людей к актуальным проблемам нашего времени. Одна из таких проблем - разрушение исторического и культурного наследия прошлого. Культурная память формируется веками, является носителем важных смыслов и значений. Разрушение памятников искусства «удаляет» часть памяти... мирное время сотрясается нападками на культуры, на те носители культурной памяти, которые должны оставаться на века. Придёт время, когда статуя Иисуса Искупителя, признанная одним из новых чудес света, будет разрушена. Мировое наследие приравнивают к мусору. Алмаз приравнивают к пеплу...» - говорится в описании скульптуры на официальной странице мероприятия «ВКонтакте».

1.2.2 Современные фестивали.

Одной из важнейших характеристик фестиваля является его статус в культурной жизни (международный, национальный, региональный). Различия между фестивалями по этой характеристике, на первый взгляд, могут носить достаточно условный характер, поскольку в любом из фестивалей может принимать участие интернациональный состав исполнителей. Различия будут наблюдаться в уровне престижа фестиваля в сознании публики, профессиональных исполнителей и их менеджеров, его значении в системе приоритетов международного театрального и концертного рынка, источниках субсидирования его деятельности и финансовых возможностях оплачивать участие известных исполнителей. Подавляющее большинство фестивалей в европейских странах существует на постоянной основе.

Художественную концепцию имеет каждый фестиваль. Она представляет собой модель устойчивой, систематически направленной практической репертуарной политики и ориентации на определенные категории зрителей и слушателей, которые определяют статус данного фестиваля в ряду других.

Художественная концепция формируется с учетом всех многообразных пространственно-временных характеристик фестиваля, традиций и уже существующих форм и направлений художественной жизни.

Художественная концепция реализуется в видовой, жанровой и тематической направленности каждого фестиваля. По видовой направленности в области исполнительских искусств различают музыкальные, театральные и многопрофильные фестивали. Первые две группы включают все историческое многообразие музыкальных и театральных жанров и форм, хотя внутри группы возможна более узкая специализация.

В качестве примеров моножанровых фестивалей можно привести ежегодную серию квартетных концертов в немецком городе Эрлангене и многочисленные оперные фестивали, среди которых есть такие всемирно известные, как Байрейтский, Венский и Афинский.

Существует большое число моно жанровых театральных фестивалей. Так фестиваль один раз в четыре года проводит Международная ассоциация театров марионеток. В апреле 1997 года в Санкт-Петербурге был проведен международный фестиваль моноспектаклей «Монокль» с участием исполнителей из России, стран Балтии, Германии и Скандинавских стран (см. рис. Б.4 Приложения Б).

Тематическая направленность является гибким инструментом репертуарной политики каждого фестиваля. Она может сохраняться как стратегическая ориентация его деятельности. Так, небольшое число известных детских фестивалей сохраняет свою жанровую направленность на протяжении многих лет.

К категории тематических можно отнести и Шекспировский театральный фестиваль, в рамках которого ведущие драматические театры мира представляют на родине великого драматурга свою интерпретацию его произведений. Шекспировский фестиваль еще в 1947 году открыл такого выдающегося режиссера, как Питер Брук, который в последствие в течение двенадцати лет был его художественным руководителем.

Тематическая направленность фестиваля позволяет дополнять каждый из фестивалей различными выставочными мероприятиями, семинарами, конференциями, творческими лабораториями, круглыми столами, мастер-

классами и т.п., что способствует расширению и укреплению культурных связей между странами, регионами, городами. В этот процесс вовлечены не только люди творческих профессий, но и местные политики и представители широкой общественности.

Фестиваль красок «Холи» чаще всего проходит под открытым небом, корни праздника уходят в далекую Индию, олицетворяет собой приход весны. Также в Индии считается, что этот праздник пришел из мифов о Кришне, а название пришло из мифа о противнике Вишну – «демонице Холики», чье тучело сжигают на костре. Чаще всего этот красочный фестиваль проводится с использованием различного цвета красок (см. рис. Б.5 Приложения Б).

Международный фестиваль исторической реконструкции и славянской культуры «Гнёздово» один из фестивалей реконструкции раннего средневековья (IX-XI вв.) В нем принимают участие клубы исторической реконструкции из многих регионов РФ, а также представители Республики Беларусь и Украины, специализирующиеся на аутентичной реконструкции быта, ремесел и воинского мастерства раннего средневековья. Фестивальные мероприятия ежегодно посещают тысячи смолян и гостей региона.

Фестиваль «Гнёздово» направлен на рекламу Гнёздовского археологического комплекса - всемирного известного памятника и привлечение общественности к проблеме сохранения исторически значимых объектов культурного наследия.

Фестиваль проводится непосредственно на территории Гнёздовского археологического комплекса, таким образом, создавая для участников и зрителей неповторимую атмосферу, как будто чувствуешь себя участником исторических событий далекого прошлого.

Также на этом фестивале есть возможность познакомиться с историей, культурой, бытом населения Древней Руси и ее соседей – скандинавов, балтов, степняков и др. эпохи раннего средневековья IX-X вв. на основании археологических находок, изобразительных и нормативных источников

Этот фестиваль - один из самых масштабных фестивалей по реконструкции раннего средневековья (IX-XI вв.)⁶.

Во время фестиваля в Гнёздово съезжаются «ремесленники», «купцы», исторические реконструкторы и фолк-коллективы из городов России и стран ближнего зарубежья (см. рис. Б.6 Приложения Б).

Международный фестиваль уличного искусства «Фонари».

Известен тем, что там целый набор развлечений: «место желаний», «спальня», зона продажи hand-made, твистер, фотобудка и т. д. Также во время фестиваля «Фонари» проводится мастер-классы. В качестве развлечения организованы различные настольные игры,

Посетителей этого необычного фестиваля ждет много интересного : выступления уличных музыкантов, уличные танцы, цирковые выступления, жонглеры, исторические реконструкторы, фаершоу, настенная живопись и инсталляции.

«Фонари» - это первый фестиваль, не имеющий границ между участниками и гостями. Все вокруг вновь наполнится яркими красками, громкими звуками, веселыми и творческими людьми. Украина, Белоруссия, Йошкар-Ола, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Орел – вот далеко неполный список городов-участников. Ярмарки с уникальными товарами ручной работы, мастер-классы по рисованию, гончарному искусству, оригами и жонглированию. Также есть возможность поиграть в пин-понг под открытым небом, сделать татуировку хной, послушать там-тамы, покататься на лошадях (см. рис. В.1 Приложения В).

Международный аниме-фестиваль WASABI-FEST. Этот фестиваль проходит в Смоленске, каждый год в августе.

Начало аниме-фестиваля было положено в 2007 году. Инициативные люди собирались по интересам как любители фильмов, игр и аниме.

⁶ Фестиваль «Гнёздово» [Электронный ресурс]. URL: <http://gnezdovo-museum.ru/social-life/festival-gnezdovo/> (дата обращения 12. 02.2017)

Сейчас это крупный международный фестиваль, на который съезжаются любители аниме и азиатской культуры из разных стран мира.

Члены клуба «Artlab WASABI» не раз удостоивались высоких профессиональных наград и выиграла в Японии на WorldCosplaySummit.

В программе WASABI-FEST выступления различных творческих коллективов танцевального, театрального, вокального направлений, дефиле костюмов персонажей киноиндустрии, индустрии видеоигр, мультипликации, комиксов и графических новелл вне зависимости от страны-производителя.

В рамках фестиваля проходит региональный отборочный тур на World Cosplay Summit (WCS). Также во время фестиваля проходит так называемые «костплей-шоу», суть которых заключается в передаче внешнего вида, характера и поведения выбранного персонажа, чаще всего выбирают персонажей из аниме, манги или компьютерных игр, также частью фестиваля являются концерты и различные конкурсы. Участники фестиваля сами создают образы так, чтобы персонажи, которыми они становятся, были похожи на персонажей из фильмов, аниме и игр.

Также существует ежегодный фестиваль, проводимый в Магнитогорске, который называется «Половодье» - это фестиваль современной моды и музыки. Целью является обмен ценностями культуры и общества между Россией и Нидерландами. Этот фестиваль является своеобразной площадкой для молодых и начинающих дизайнеров одежды. Там существует возможность участия в различных мастер классах успешных молодых отечественных дизайнеров.

Участником может стать любой, вне зависимости от возраста и образования.

Яркое шоу, призванное сплотить творческие коллективы города, дизайнеров, стилистов, моделей, визажистов, парикмахеров, художников, фотографов, открыть новые таланты, привить молодёжи любовь к искусству, развить творческое мышление и стремление к развитию и личному росту. Тра-

диционно фестиваль проводится в г. Магнитогорск в середине лета и длится, в зависимости от задумки организаторов от одного до нескольких дней.

1.3 Создание фирменного стиля

Принято выделять следующие основные элементы фирменного стиля, которые используются в рекламном коллаже:

- товарный знак (логотип);
- набор шрифтов;
- фирменные цвета;
- графические символы - сигнатуры и пиктограммы.

Вообще же понятие фирменного стиля – более широкое и содержит, кроме перечисленных компонентов, корпоративную легенду, фирменную атрибутику в виде флага, гимна, корпоративной одежды, единой корпоративной культуры.

Важнейшая составляющая фирменного блока - товарный знак. С одной стороны, это объект графического дизайна, с другой - юридическое понятие. Кроме того, товарный знак несет смысловую нагрузку. При достаточной известности - это еще и экономическая составляющая. Часто самое простое решение оказывается одновременно самым эффективным. Простота логотипа помогает соответствовать остальным требованиям к дизайну фирменных знаков. Простота позволяет дизайну быть более многосторонним. Минималистский подход дает возможность использовать логотип практически везде - на визитках, рекламных щитах, бейджах и даже значках веб-страниц (favicon). Кроме того, простота облегчает узнавание вашего логотипа, тем самым повышая его шансы на долговечность, независимость от веяний времени. Логотип Национальной службы здравоохранения (NHS) - один из наиболее часто встречающихся в Великобритании, его использование в качестве эмблемы британского здравоохранения даже было объявлено в 2000 году государственной политикой.

Национальная служба здравоохранения (NHS) (см. рис. В.2 Приложения В). Изначально созданный в 1990 году студией Moon Brand, этот логотип

включает простую чистую цветовую палитру и такой же шрифт. Тот факт, что дизайн не изменился за двадцать лет, свидетельствует о его успехе.

«Мы сознательно сделали дизайн простым по трем причинам: чтобы его было легко выполнить, чтобы он продержался, как можно дольше и при этом не был бы замечен британскими средствами массовой информации, которые часто рассматривают такие программы по продвижению брендов как расточительное использование денег налогоплательщиков, - сказал директор агентства Ричард Мун. - По подсчетам самой NHS, программа брендинга позволила сэкономить десятки миллионов фунтов посредством применения этой легко используемой, обладающей индивидуальностью символики»⁷.

Логотипы окружают нас со всех сторон. Для широкой публики логотипы являют собой мгновенное напоминание о компании или продукте; предпринимателям логотип служит визуальным образом, точкой узнавания, на которой основан брендинг. Поэтому не удивительно, что дизайн логотипа занимает столь важное место в нашей жизни. В эпоху, когда каждый бизнес, будь то крупная компания или небольшой интернет магазин, должен иметь свой стиль, бренд, спрос на логотип как никогда большой.

В своей простейшей форме цель логотипа - идентифицировать, но для этого он должен следовать основным принципам дизайна логотипа:

Логотип должен быть простым. Простой логотип легко распознать, это позволяет логотипу быть универсальным и запоминающимся. Эффективные логотипы имеют что-то неожиданное или уникальное, но при этом они не перегружены деталями. Чем проще логотип, тем он более запоминающийся.

Логотип должен быть эффективным, запоминающимся, узнаваемым, и это достигается за счет простоты и уместности.

А также логотип должен быть долговечным, так как эффективный логотип должен выдержать испытание временем, быть «вне времени», а это означает, что он должен быть эффективным через 10, 20, 50 + лет.

⁷Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Д. Эйри. - СПб.: Питер, 2011. С. 39

Логотип должен быть универсальным. Отлично смотреться в различной среде и на разных поверхностях - на сайте, визитке, одежде работников и т.д. Он должен быть соответствующим. То, как вы позиционируете логотип, должно соответствовать своему назначению.

Логотип должен быть безупречно отрисован, Также должен быть реализован в хорошем качестве вот например, если печатать рекламные материалы на плохой бумаге, то эффект рекламы и даже самого хорошего логотипа можно свести «на нет». Хороший, современный, созданный профессионалом логотип может стимулировать развитие вашего бизнеса, помочь в рекламе. Если это и не залог, то необходимое для успеха условие. Развитие любого предприятия в начале двадцать первого века определяется «принципом Тимирязева»: если растению не хватает хотя бы одного микроэлемента почвы, то даже при избытке других оно не будет нормально расти. Сравнительно небольшие вложения в хороший логотип на этапе становления или реорганизации компании впоследствии станут важным условием беспрепятственного и быстрого развития.

Фирменный стиль - это сумма приемов, обеспечивающих единый образ всем изделиям фирмы и мероприятиям; улучшающих восприятие и запоминаемость.

Любое творческое дело, будь то написание картины, сочинение стихов или, разработка фирменного стиля для шоу, начинается с идеи. Идея должна цеплять, быть уникальной и вызывать положительные эмоции и ассоциации. Поэтому первый этап – это создание яркого и запоминающегося концепта.

После того, как идея оформлена и отточена, наступает следующий важный этап, который включает в себя создание фирменного стиля – разработка визуального представления. В первую очередь это создание логотипа компании. Разработка товарного знака и фирменного стиля тесно связаны между собой, поскольку именно логотип является основой всего визуального представления. Логотип – краткое и лаконичное отображение всего внешнего

вида, поэтому в нем используются фирменные шрифты и корпоративные цвета.

Фирменный цвет является важнейшим элементом фирменного стиля. Цвет делает элементы фирменного стиля более привлекательными, лучше запоминающимися, позволяет оказать сильное эмоциональное воздействие. За некоторыми типами продукции и услуг конкретные цвета закрепились достаточно прочно. В качестве наиболее известного примера использования фирменных цветов можно назвать сеть ресторанов McDonalds - красный и желтый; (см. рис. В.3 Приложения В)⁸.

Фирменный цвет может также иметь правовую защиту в случае соответствующей регистрации товарного знака в этом цвете. Однако необходимо учесть, что, если товарный знак в цветовом исполнении, то только в этом цвете он будет защищен. При регистрации же товарного знака в черно-белом варианте он имеет защиту при воспроизведении в любом цвете.

Фирменный комплект шрифтов может подчеркивать различные особенности образа марки, вносить свой вклад в формирование фирменного стиля. Задача разработчиков фирменного стиля найти «свой» шрифт, который вписывался бы в образ марки. Существует множество типов шрифтов, которые условно делятся на большие группы: латинские, рубленые, наклонные, орнаментированные и другие. Группы шрифтов включают большое количество гарнитур, отличающихся начертанием, шириной, насыщенностью и т. д.⁹.

1.4 Организация современных фестивалей

Толковый словарь русского языка Ушакова определяет фестиваль как периодическое культурное празднество, показ, смотр искусства (театрального, музыкального и т. д.).

Более полное определение фестивалю дает Словарь по общественным наукам Glossary.ru:

⁸Виноградов, Я.П. Опыт и перспективы изучения цвета в МАРХИ / Я.П. Виноградов // Цвет в дизайне и колористическое образование. - М.: Академия, 1990. - С. 38-41

⁹ Пономарева, С. Цвет в интерьере / С. Пономарева. - М.: Гелла-Принт, 1984. – С. 54

«Фестиваль - музыкальный, театральный или другой смотр лучших достижений искусства. Обычно фестиваль является соревнованием, участники которого выделяются специальными жюри в результате предварительных отборочных просмотров».

Функционально - результативное определение этого термина дает словарь русского языка С. И. Ожегова:

«Фестиваль - широкая общественная, праздничная встреча, сопровождаемая смотром достижений каких-нибудь видов искусств».

Фестиваль как явление художественной жизни отличается особой атмосферой праздника, ориентацией на показ лучших художественных коллективов и исполнителей, оригинальностью репертуарного предложения, отличного от репертуара стационарных коллективов.

В настоящее время, фестивальное движение во всем мире и в нашей стране, развивается с каждым годом. Фестиваль становится частью жизни не только столиц, но и маленьких городов.

В настоящее время стало очень модным сочетать фестивали с отдыхом в условиях живописной природы вдали города. Такая концепция привлекает огромное количество участников фестиваля.

Фестивали организуются государственными и местными властями, филармониями и музыкальными обществами, а также фирмами и частными лицами. Музыкальные фестивали проводятся регулярно (ежегодно, раз в 2—4 года) или в связи с какими-либо торжественными событиями.

Организация фестиваля - очень сложное и ответственное явление, так как его проведение нередко связано с участием представителей иностранных государств, большим количеством гостей и участников, значительными затратами времени и денежных средств.

При подготовке фестиваля в первую очередь формируется организационный комитет. В оргкомитет входят работники администрации, комитета по культуре и другие.

Для оценки качества представленных номеров, программ, работ создаётся компетентное жюри. Его заключения по просмотренным номерам берутся в основу решения оргкомитета о распределении призовых мест и награждении победителей, составление данных об участниках, составление сметы мероприятия, поиск дополнительных средств финансирования мероприятия.

В рекламную кампанию фестиваля входит:

- а) обеспечение рекламы в СМИ;
- б) обеспечение работы прессы на период проведения фестиваля;
- в) проведение благотворительных мероприятий накануне фестиваля;
- г) изготовление и распространение афиш и буклетов фестиваля;
- д) изготовление буклетов, программы фестиваля, пригласительных билетов, аккредитационных карточек, бейджей, дипломов, грамот.

Обеспечение безопасности на мероприятии, проведение фестиваля, подведение итогов фестиваля.

После проведения фестиваля проводится анализ и обсуждение, чтобы избежать повторения ошибок и закрепить наиболее удавшиеся моменты.

С точки зрения режиссуры праздника открытие фестиваля является его прологом. Одной из наиболее трудных задач в подготовке и проведении церемонии открытия явилась необходимость создать комфортную ситуацию общения, т.к. это первая очная встреча всех участников дискуссии. Если это достигнуто, то именно в открытии наиболее полно (с использованием документального и художественного материала) перед всеми вовлеченными в дискуссию сторонами раскрывается суть, смысл и содержание всего фестиваля. Конкурсные дни призваны дать всем участникам культурной дискуссии возможность высказаться в доступной для них форме по поводу поставленного вопроса. Закрытие и Гала-концерт - итог, финал праздника.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

Шоу – это концерт, где много софитов, конкурс, у которого обязательно должен быть ведущий. Ведущий шоу яркий, целеустремлённый, позитивный и желателен в очках, так как в шоу много света. А в «Мусор шоу» кто может быть ведущим в очках? Консервная банка - слишком острая, бутылка длинная, хребет рыбы костлявый. Пришел замысел о логотипе ведущего шоу - огрызке яблока.

Чаще всего в мусоре встречаются огрызки яблок и, если представить черенок и верхнюю часть в виде шляпки, а нижнюю часть огрызка в виде усов, и при этом надеть очки, то получится очень забавный и необычный персонаж, который можно использовать символом «Мусор Шоу». И если его сделать ярким, как солнечный свет или свет софитов, жизнерадостным, позитивным то все эти качества привлекут внимание к фестивалю.

При разработке логотипа были созданы различные варианты логотипа яблока с руками, которые показывали знак победы, с непонятными усами; в итоге был выбран яблоко в солнцезащитных очках (см. рис. Б1 Приложения Б).

При создании основных графических элементов фирменного стиля были выбраны такие элементы, как мятая бумага, мусорный орнамент и неровная полоса, олицетворяющая кучи мусора. Мятая бумага была взята за основу, так как часто используется в «Мусор Шоу» как основной материал при создании костюмов. Если присмотреться, на текстуре мятой бумаги есть естественный рисунок в виде заломов, изломов в разных направлениях, который подходит к ассоциации с «Мусор Шоу». Так как фестиваль называется «Мусор Шоу», один из элементов фирменного стиля - узор из предметов мусора.

2.1 Описание фирменного блока

Знак представлен в виде огрызка яблока в очках. Огрызок не является вещью, которой можно дать вторую жизнь, но является своеобразным напоминанием о том, какое великое множество полезных вещей человек выбрасывает, не думая, где ещё могут пригодиться те или иные выброшенные вещи. Если хорошо подумать, то одной вещи можно придумать массу вариантов, где оно может быть использовано.

На сердцевине огрызка черные очки, которые показывают, что у персонажа новая роль. Роль - возглавить «Мусор шоу» и показать, что шоу может быть модным и продвинутым. Верхняя часть яблока выглядит как своеобразная шляпка с черенком. Очки добавляют загадочности и интриги (см. рис. 1).



Рисунок 1 - Графическое изображение знака «Мусор шоу»

Расположено яблоко по центру, над названием «Мусор Шоу». Само название разделено на две части, слово «шоу» находится по центру, под словом «мусор» (см. рис. 2).



Рисунок 2 - Знак с шрифтовой надписью

При разработке шрифтовой части логотипа за основу был взят шрифт «MouthBreatem», из латинских букв которого были нарисованы кириллические буквы для названия.

2.2 Основные графические выразительные средства

В основе фирменного стиля используется текстура мятой бумаги как ассоциация с вторичным использованием мусора.

Текстура мятой бумаги как нельзя кстати подходит для ассоциации с «Мусор шоу», так как основной направленностью шоу является привлечение участников к проблеме переработки мусора и показа других приемов использования ненужных бесполезных предметов в сфере моды.

Бумага - наиболее часто используемый предмет в шоу. Использование текстуры мятой бумаги в фирменном стиле показывает пример использования вторичного мусора (см. рис. 3).



Рисунок 3 - Текстура мятой бумаги

Также в фирменном стиле используется линейный узор, который состоит из графических изображений из мятых банок, бумажек из-под конфет, огрызков яблок, рыбных костей. Узор олицетворяет собой мусор, которого так много, что заполняет весь мир (см. рис. 4).

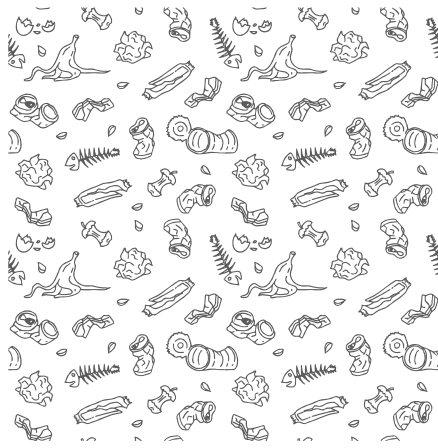


Рисунок 4 - Узор мусора

Чаще всего узор в фирменном стиле используется на неровной, бугристой полосе темного цвета, в которой используются силуэты мусора: бутылок, банок и так далее, и как бы говорит о проблеме перенасыщенности мусора в мире.

В качестве наборного шрифта использован «MuseoSansCyr1» во всех блоках основной информации, которая представлена на атрибутах фирменного стиля.

Использованы цвета: ярко-желтый и оранжевый-желтый цвета - яркие, жизнерадостные, обращают на себя внимание, что необходимо для привлечения внимания и рекламы «Мусор Шоу», черный и оттенок серого использованы в качестве контраста и выразительности логотипа.

2.3 Носители фирменного стиля

Были разработаны такая полиграфия как: афиша, билеты, приглашения, листовки и бейджи. Также разработана сувенирная продукция: значки, флешки, большие наушники, кружка, ручка, компьютерная мышь и коврик для неё, магнитики футболки и кепка. Кроме этого разработана наружная реклама: билборд и сити формат.

На разработанной афише использована текстура мятой бумаги.

В нижней части афиши - темная полоса с узором из мусора, которая олицетворяет кучу мусора. На этой полосе расположены контакты. Выше по центру дата, время и место проведения шоу.

Основную часть афиши занимает логотип мероприятия (см. рис. 5).



Рисунок 5 - Афиша

Разработано два варианта билетов. Все билеты вертикальные. У одного билета темная полоса расположена в верхней части, на которой написано белым шрифтом «контроль». Контроль является отрывным. Ниже, под темной рваной полосой, расположен логотип «Мусор шоу». Ниже в блоке на фактуре мятой бумаги, дата, место проведения и время. В нижней части билета находятся ряд и место (см. рис. 6).



Рисунок 6 - Билет

На втором билете в нижней его части расположена полоса желто-оранжевого цвета. На фоне этой полосы написаны «Ряд и место». В верхней

части отрывной «контроль». В основной части на фоне мятой бумаги расположен логотип «Мусор шоу». В центральной части билета находится основная информация: дата, место и время (см. рис.7).



Рисунок 7- Билет 2

Приглашения были разработаны в соответствии со стилем афиши и билетов, на фоне мятой бумаги, в центральной части расположен логотип «Мусор шоу», ниже рваная темная полоса, на которой белыми буквами написано «Приглашение». Размер приглашения - в сложенном виде А5 (105 x148мм) (см. рис. 8).



Рисунок 8 - Приглашение

На обратной стороне у приглашения большую часть сверху занимает текстура мятой бумаги, а темная рваная полоса находится в нижней части, на которой размещен сайт университета. Блок с основной информацией расположен по центру приглашения (см. рис. 9).



Рисунок 9 - Вторая сторона приглашения

В качестве рекламы также были разработаны листовки. Больше половины листовки занимает логотип «Мусор шоу». Дата мероприятия изображена так же, как и на афише. Такая же темная рваная полоса с узором из мусора. На этой полосе расположены контакты, которые написаны белым шрифтом. Выше по центру дата, время и место проведения шоу (см. рис. 10).



Рисунок 10 - Листовка

В пару к ней разработана вторая листовка – такая же, только нижняя часть желто-оранжевого цвета (см. рис. 11).



Рисунок 11 - Листовка 2

Также был разработан бейдж. В центральной части - имя и отчество, на фоне текстуры мятой бумаги. В нижней части, которая представляет собой черные завалы мусора, написано «Участник» (см. рис. 12).



Рисунок 12 - Бейдж

Для сувенирной продукции были брендированы значки, наушники и кружка, пакеты, мышь компьютерная и коврик для мыши, магниты, футболки.

На значках использован узор один из элементов фирменного стиля для «Мусор шоу» Также на одном значке изображен графический отгрызок яблока. (см. рис. 13).



Рисунок 13 - Значки сувенир

Для ди-джея были брендированы наушники. На наушники нанесена графическая часть логотипа (см. рис. 14)



Рисунок 14 - Наушники

Также была брендирована кружка для «Мусор шоу», желтая. В качестве графического элемента использован знак. Знак расположен по центру кружки (см. рис. 15)



Рисунок 15 - Кружка сувенирная для «Мусор шоу»

Магниты были разработаны двух вариантов: желтый с изображением огрызка яблока и белый с полным логотипом «Мусор Шоу» на фоне текстуры мятой бумаги (см. рис. 16)



Рисунок 16 - Магниты

Мышь компьютерная и коврик были брендированы. Мышь и коврик - серого цвета. Изобразительная часть логотипа имеет только черный контур (см. рис. 17).



Рисунок 17 - Мышь и коврик

Также были брендированы полиэтиленовые пакеты. На одном из пакетов желтого цвета логотип «Мусор Шоу» расположен по центру. А второй пакет белый. Графический знак изображен частично, занимает большую часть всего пакета (см. рис. 18).



Рисунок 18 - Пакеты

Кроме дизайна полиэтиленовых пакетов был разработан дизайн и для бумажных. На одном из пакетов логотип бал расположен в срез боковая сторона черная с узором из мусора, вторая желтая (см. рис. 19).



Рисунок 19 - Пакеты

Футболки брендируются логотипом. На желтой футболке в верхней части с правой стороны написано «Мусор Шоу», а графическое изображение логотипа находится в нижнем левом углу (см. рис. 20)

На белой футболке логотип расположен по центру, но в нижней части находится желто-оранжевая полоса с мусорным орнаментом (см. рис. 21)



Рисунок 20 - Футболка



Рисунок 21 - Футболка

Для брендинга была выбрана флешка, в виде пластиковой карты. На одной стороне расположена только графическая часть логотипа, на второй на фоне узора из мусора расположен логотип «Мусор Шоу» (см. рис. 22)



Рисунок – 22 Флеш-карта

В качестве наружной рекламы были разработаны билборд и сити формат.

Сити формат: в нижней части - темная полоса с орнаментом из мусора. На этой полосе расположены контакты. Выше по центру - дата, время и место проведения шоу. Логотип находится на большей части сити формата, на текстуре мятой бумаги (см. рис. 23).



Рисунок 23 - Сити формат

Билборд горизонтальный, на текстуре мятой бумаги расположен логотип. С правой стороны - темная рваная полоса с узором из мусора. На этой полосе расположены контакты, дата, время и место проведения шоу (см. рис. 24).



Рисунок 24 - Билборд

3 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Размер афиши А2 (420x594 мм.) Материал афиши = односторонняя мелованная бумага. Её плотность 100- 150 г/м². Печать полноцветная односторонняя, офсет. Размер каждой листовки 210x100 мм.

Бумага используется мелованная, матовая, плотностью 90 г/м². Цифровая печать односторонняя.

Билеты размером 210x75 мм. Материал – бумага, плотностью 150 г/м². Цифровая односторонняя печать.

Приглашение размером А6 в сложенном виде, а в развернутом - А5. Материал - фотобумага плотностью 190 г/м². Печать цифровая, двухсторонняя.

Бейдж размером 90x50 мм, материал - бумага плотностью 90 г/м². Печать цифровая, односторонняя.

Размер блокнота: 210x148 мм. Материал обложки – картон мелованный, листы из мелованной бумаги плотностью 80 г/м².

Кружка стандартная, цветная керамическая. Изображение наносится методом сублимации.

На футболки логотип и орнамент наносится методом термопечатью.

На кепку логотип наносится методом шелкографии.

Значки диаметром 3 см. Печать наносится методом сублимации.

Магнит - размер 5x5 см. Цифровая печать на магнитном полотне.

Пакеты – бумажные и полиэтиленовые изображение наносится методом шелкографии. Ручка, наушники, флешка: логотип и узор наносится методом шелкографии.

Сити-формат (1200x1800 мм), широкоформатная печать. Материал - баннерная ткань.

Билборд (6000x3000мм), широкоформатная печать. Материал - баннерная ткань.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью исследования состояла в выявлении особенностей фирменного стиля фестиваля «Мусор шоу» и его разработке. Проведенное исследование позволило сделать ряд значимых выводов.

Во-первых, было выявлено, что с целью повышения экологической культуры молодежи в АмГУ проводится фестиваль «Мусор шоу». В качестве «мусорного дизайнера» попробуют себя студенты всех факультетов университета. У жюри фестиваля разработаны четкие критерии оценивания творческих коллекций и есть система награждения.

Проведенный анализ аналогичных мероприятий показал, что как в России, так и за рубежом существуют подобные по тематике и содержанию фестивали (фестиваль «Кислород», арт-проект «Мусорный шик», фестиваль «Море внутри» и т.д.).

Важнейшими характеристиками современных фестивалей являются статус фестиваля (международный, региональный, национальный) и его художественная концепция. Художественная концепция реализуется в видовой, жанровой и тематической направленности каждого фестиваля. Именно художественная концепция позволяет реализовать замысел фестиваля, его содержание, привлечь целевую аудиторию.

К основным элементам фирменного стиля относятся товарный знак (логотип), набор шрифтов, фирменные цвета, графические символы - сигнатуры и пиктограммы. Также к элементам фирменного стиля в широком смысле можно отнести корпоративную легенду, фирменную атрибутику в виде флага, гимна, корпоративной одежды, единой корпоративной культуры.

Проведенное исследование показало, что у фестиваля «Мусор шоу» отсутствуют элементы фирменного стиля. В качестве логотипа было выбрано изображение яблока в солнцезащитных очках. При создании основных графических элементов фирменного стиля были выбраны такие элементы, как

мятая бумага, мусорный орнамент и неровная полоса, олицетворяющая кучи мусора.

Также в рамках исследования была разработана такая полиграфия как: афиша, билеты, приглашения, листовки и бейджи. Также разработана сувенирная продукция: значки, флешки, большие наушники, кружка, ручка, компьютерная мышь и коврик для неё, магнитики футболки и кепка. Кроме этого разработана наружная реклама: билборд и сити формат.

Подводя итог проведенной работе, следует отметить, что фирменный стиль фестиваля «Мусор шоу» позволит привлечь к нему гораздо более широкую аудиторию, а, следовательно, привлечь внимание молодежи к проблемам экологии и борьбе с загрязнениями окружающей среды. Преимуществами разработанного фирменного стиля является его простота и понятность, яркость и минимализм, что способствует запоминанию и появлению характерных ассоциаций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Бабков, В. Фестивальный менеджмент / В. Бабков. – М.: ART - менеджер, 2007. - 426 с.
- 2 Виноградов, Я.П. Опыт и перспективы изучения цвета в МАрхИ / Я.П. Виноградов // Цвет в дизайне и колористическое образование. - М.: Академия, 1990. - С. 38-41
- 3 Глан, Б.Н. Театрализованные праздники и зрелища 1965-1972 / Б.Н. Глан. - М.: СоюзПечать, 1976. – 129 с.
- 4 Добробабенко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки. — М: Инфра-М., 2009.
- 5 Пономарева, С. Цвет в интерьере / С. Пономарева. - М.: Гелла-Принт, 1984. – 200 с.
- 6 Арт-проект «Мусорный шик» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/garbage_chic (дата обращения 03.05.2017)
- 7 В Индии проходит «Мусорный фестиваль» [Электронный ресурс]. URL: <https://otr-online.ru/news/v-indii-prohodit-41440.html> (дата обращения 18.03.2017)
- 8 Вторичная переработка мусора [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Переработка_отходов
- 9 Информация о фестивале «Фонари» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.visitsmolensk.ru>
- 10 Информация о фирменном стиле [Электронный ресурс]. URL: <http://pandia.ru/text/78/247/74647.php>
- 11 Экологический фестиваль «Кислород» [Электронный ресурс]. URL: <https://kudago.com/spb/event/ekologicheskij-festival-kislород/> (дата обращения: 15.04.2017)

12 План урока «Художники по костюмам» [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://pedportal.net/attachments/000/340/488/340488.docx?1426860779&a=v> (дата обращения: 20.03.2017)

13 Фестиваль «Гнездово» [Электронный ресурс]. URL: <http://gnezdovo-museum.ru/social-life/festival-gnezdovo/> (дата обращения 12.02.2017)

14 Фестиваль «Пространство» [Электронный ресурс]. URL: <http://omsk.zaotdih.ru/news/prostranstvo-mnozhestvennosti/> (дата обращения: 05.05.2017)

15 «Выступление студентов фмо на «мусор-шоу» автор статьи: Татьяна Олеговна Кулишова[Электронный ресурс]. URL: www.amursu.ru (дата обращения: 10.02.2017).

16 Эйри, Д, Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера /Д. Эйри – СПб.: Питер, 2011. – 208с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А
Фотографии с «Мусор Шоу»



Рисунок А.1 – Дифеле



Рисунок А.2 –Участники «Мусор Шоу» в костюмах

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.3 – участники «Мусор Шоу» момент выступления



Рисунок А.4 – участники «Мусор Шоу»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Афиши аналогичных фестивалей



Рисунок Б.1 – Афиши к фестивалю «Кислород»



Рисунок Б.2 – Афиша фестиваля «Мусорный шик»

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б



Рисунок Б.3 – Афиша экофестиваля «Море внутри»



Рисунок Б.4 - Афиша фестиваля «Монокль»

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б



Рисунок Б.5 - Афиша фестиваля «Холли»



Рисунок Б.6 - Афиша фестиваля «Гнездово»

ПРИЛОЖЕНИЕ В
Афиша современного фестиваля



Рисунок В.1 - Афиша фестиваля «Фонари»



Рисунок В.2 - Логотип NHS (Автор: Moon Brand .Дизайнер: Ричард Мун,
Год: 1990)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



Рисунок В.3 – Логотип Макдональдс