

УДК 74.01/.09

**М. В. Кудренко,**

факультет искусств,

Омский государственный педагогический университет

Научный руководитель: канд. пед. наук, доц. Т. Ю. Позднякова

## Специфика разработки юбилейной айдентики

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению специфических особенностей создания юбилейной айдентики. Дается анализ некоторых разработок в сфере юбилейной айдентики высших учебных заведений и городских мероприятий. Выявлены закономерности проектирования юбилейных событий.

**Ключевые слова:** юбилейная айдентика, фирменный стиль, юбилей, графический дизайн, логотип.

**А**йдентика представляет собой систему элементов, которые формируют образ организации, делают ее узнаваемой и конкурентоспособной. Минимум составляющих элементов: логотип, шрифт и цвет, — и все они должны работать как единое целое. Торжественные и юбилейные даты играют важную роль в деятельности организации. Чтобы подчеркнуть значимость юбилея, создать атмосферу праздника, при этом сохранить уникальность и узнаваемость, разрабатывается концепция юбилейной айдентики.

Стоит отметить, что вопросам создания айдентики посвящены научные исследования, творческие проекты практикующих дизайнеров и рекламистов, тем не менее на данный момент не выделены особенности и специфика разработки именно юбилейной айдентики, не определены как таковые методы ее проектирования, а различия с уже существующей визуальной идентификацией не описаны. Исходя из этого, был сформулирован термин, позволяющий наиболее полно раскрыть данное понятие.

*Юбилейная айдентика* — специально разработанный комплекс элементов, посвященный какой-либо праздничной дате. Он применяется при оформлении различных мероприятий и корпоративных материалов (графических и информационных). Юбилейный стиль рассчитан на определенный временной промежуток, так как чаще всего используется в течение юбилейного года, далее информационные смыслы становятся неактуальными.

*Логотип* — основной графический элемент, который по случаю юбилея требует визуальных преобразований — редизайна. Главная задача знака — создать ощущение праздника. В большинстве случаев юбилейный логотип содержит некото-

рые решения из имеющегося фирменного стиля. При этом он дополняется образами, указывающими на юбилейный характер [1, с. 143]. Не обходится и без обозначения юбилейной даты, из которой составляется шрифтовая композиция с использованием действующего логотипа.

Многое из современной праздничной айдентики имеет консервативный вид и содержит односторонние решения. Большинство решений относительно юбилейного знака выглядят однотипно. В соответствии с традиционным подходом юбилейная дата чаще всего приписывается к существующему логотипу. Дополнительная символика используется редко.

Ниже рассмотрим примеры создания юбилейной айдентики.

При знакомстве с любым университетом зритель встречается с его визуальными коммуникациями, с элементами визуальной айдентики. Проанализируем особенности нестандартного подхода к разработке логотипа 125-летия Санкт-Петербургского политехнического университета (СПбПУ), представленного на рисунке 1. Юбилейное число образует динамичную композицию в сочетании с имитацией ступеней. Восходящая диагональ организует движение вверх, тем самым говоря о непрерывном развитии учебного заведения, о его стремлении достигать новых высот [2, с. 4]. Образ лестницы можно трактовать и как метафору связи поколений, отсылку к богатому историческому прошлому. Цифры органично сочетаются с существующим логотипом, дополняют друг друга. Это решение отличается от большинства, так как в юбилейный логотип заложен определенный смысл. Концепция юбилейной айдентики всегда сопровождается слоганом, в представленном примере он звучит как «Мыслить будущим».



Рис. 1. Варианты логотипов 125-летия СПбПУ

Юбилейная айдентика в современном мире всё чаще способствует развитию экономики крупных городов [3, с. 48]. Юбилеи, международные форумы, дни города всегда сопровождаются рекламной информационной продукцией. К символам настоящего и будущего в городской среде обратилась брендинговая компания «Март» [3, с. 49], разработавшая юбилейную айдентикау к 125-летию Новосибирска в 2018 г. (рис. 2).



Рис. 2. Айдентика к 125-летию Новосибирска

В данной концепции слоган «Это ново» является символом фирменного стиля и применяется на каждом из плакатов, вдохновленных графикой авангардизма начала XX в. Точки символизируют настоящее, линии — это путь, связывающий прошлое и будущее. Несмотря на то, что юбилейная айдентика актуальна ограниченный период времени,

1. Крутов В. К., Тарабуко Н. И. Информационный проект к 50-летию УО «ВГТУ» // Тезисы докладов 46 Республиканской научно-технической конференции преподавателей и студентов : сб. тез. — Витебск : Витеб. гос. технолог. ун-т, 2013. — С. 143–144.

2. Руководство по использованию логотипа 125-летия СПбПУ // Санкт-Петербургский университета Петра Великого : [сайт]. — URL: [https://www.spbstu.ru/upload/branding/guide\\_logo-125.pdf?ysclid=lo8p3f7dr0991211240](https://www.spbstu.ru/upload/branding/guide_logo-125.pdf?ysclid=lo8p3f7dr0991211240) (дата обращения: 14.11.2023).

3. Теряева А. Д., Тихов В. Г. Системный подход в брендировании среды-события (на примере Новосибирска) // Творчество и современность. — 2023. — № 2 (20). — С. 48–52.

разработанный визуальный ряд для Новосибирска в 2018 г. стал базой, на основе которого разрабатывалась праздничная символика последующих городских событий.

В дипломном проекте автора, посвященном разработке юбилейного стиля к 65-летию факультета искусств Омского государственного педагогического университета (ОмГПУ), отраженного на рисунке 3, основой логотипа послужили образы, связанные с его спецификой. Фирменный знак сочетает в себе символ карандаша (рисунок), мозаику (монументально-декоративное искусство), пиксели (дизайн и компьютерная графика).



Рис. 3. Этап разработки айдентики к 65-летию факультета искусств ОмГПУ

Данный логотип является примером, в котором акцент сделан на формах и их смыслах, а цифры юбилейной даты скрыты. Поскольку к ним нет отсылок, то подобный вариант, разработанный к юбилею, может использоваться и после праздничного года.

Таким образом, юбилейная айдентика рассчитана на определенный временной промежуток, может содержать в себе элементы существующего фирменного стиля и дополняться образами, имеющими юбилейную направленность. В составляющие графической символики закладываются формы-смыслы, используется разработанный слоган.