

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ТЕХНИЧЕСКОЙ
ЭСТЕТИКИ, ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ
ОБРАБОТКИ МАТЕРИАЛОВ

МАТЕРИАЛЫ XII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ВУЗОВ РОССИИ

20-25 апреля 2020 г.



Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»

**НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ЭСТЕТИКИ,
ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ОБРАБОТКИ
МАТЕРИАЛОВ**

**МАТЕРИАЛЫ XII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ ВУЗОВ РОССИИ**

Санкт-Петербург
2020

УДК 745/749(063)

ББК 85.12я43

НЗ4

НЗ4 Наука и образование в области технической эстетики, дизайна и технологии художественной обработки материалов: матер. XII междунар. науч.-практ. конф. вузов России/ СПбГУПТД. - ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. – 546 с.
ISBN 978-5-7937-1849-3

Оргкомитет:

А. В. Демидов – д.т.н., профессор, ректор университета, председатель;
Л. Т. Жукова – д.т.н., профессор, зав. кафедрой ТХОМ и ЮИ, зам председателя;
М. М. Черных – д.т.н., профессор кафедры ТП и ХОМ Ижевского государственного технического университета им. М. Т. Калашникова;
Е. Сисфонтеc – директор «Atelje «Au-Ag», Стокгольм (Швеция);
В. В. Кабанов – директор Института физики им. Б. И. Степанова НАН (Беларусь);
С. Н. Смирнов – генеральный директор ООО «СП «Лазертех»;
Д. А. Виноградов – генеральный директор ООО «Инжиниринговый центр» Безар;
М. В. Новикова – председатель правления Санкт-Петербургского отделения общероссийской общественной организации "Союз дизайнеров России"

УДК 745/749(063)

ББК 85.12я43

ISBN 978-5-7937-1849-3

© ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Ювелирный дизайн	10
С.Н. Алексеева, Л.Т. Жукова, С.Е. Петрова, М.А. Федотова Дизайн ювелирного украшения в этническом стиле «Три духа» с использованием кости крупного рогатого скота.....	10
А.А. Анисимова, С.В. Орлова Использование резных элементов из бересты в ювелирном дизайне	16
И.А. Груздева, Е.В. Денисова, О.И. Ильвес Исторические прототипы в современном ювелирном дизайне.....	22
И.А. Груздева, О.И. Ильвес, Е.В. Денисова К вопросу о кастомизации ювелирных украшений.....	28
В.Л. Жуков, М.А. Завьялова, И.А. Коршунова Социальная эстафета метафор архетипов образов визуально-символьной когнитивной информационной динамической системы «фауна - орнитология и флора - род двудольных растений» в создании ювелирного изделия «Лотос в башне Жёлтого журавля»	34
В.Л. Жуков, М.Ю. Малашкевич Роза Тюдоров у подножия мемориала Е. В. Вучетича в создании парюры «Меч Георга VI, династии Винздор»	48
В.Л. Жуков, Ю.И. Понурьева Культурный код эддической мифологии образа девы щита в развитии метафорического символа России - Родины Матери	61
В.Л. Жуков, О.А. Пушкарёва Эволюция символично-знаковой системы draco мирового военного искусства и её влияние на современную семиотическую реальность образов объектов дизайна.....	77
Л.Т. Жукова, Д.Р. Каюмова Анималистика в башкирском ювелирном искусстве	98
С.Е. Петрова, В.В. Народова Система «человек – природа» как инструмент передачи позитивного восприятия человеческого организма в рассмотрении проблемы пагубных привычек через ювелирные изделия	104
Технология и дизайн	109
Е.В. Азиева, А.С. Маханькова Апсайклинг и ресайклинг в дизайне костюма	109

Ю.А. Бойко, О.А. Казачкова, М.В. Корнеева, И.С. Рябушкина Оригинальный способ многослойного глазурования рельефной керамической поверхности	112
Ю.А. Бойко, Г.А. Зуйкова Возможность использования биоразлагаемого материала для имитации работы с фарфором	119
А.А. Бызова, Д.В. Адмакина Разработка дизайна мультифункционального кулона, предназначенного для персональной защиты от вируса	125
А.А. Бызова, Я.Е. Арбузова Разработка дизайн проекта серии гребней «цветы» в японском стиле	131
А.А. Бызова, А. Голясный Разработка проекта бионического протеза верхней конечности «Рука Прометея» из композитных материалов	136
А.А. Бызова, М.Ю. Малышева Принцип юзабилити в разработке функционального изделия – кольцо-ключ для домофона «Мраморный Страж»	144
А.А. Бызова, О.В. Пижова Совмещение технологии и дизайна. Разработка дизайна наручных часов с голограммой ...	151
А.А. Бызова, А.Д. Поляков Совмещение технологии и дизайна. Разработка дизайна очков-пенсне со встроенным радиомаячком	158
А.А. Бызова, Т.Н. Яковлева Разработка образа и технологии изготовления книжной закладки в стиле ампир	166
С.А. Гаврицков, Н.С. Бронников Использование традиционных технологий в изготовлении художественных изделий из древесины	172
Ю.А. Гордин, М.Г. Дудник Пatina на декоративных медных покрытиях, нанесенных методом холодного газодинамического напыления	180
Д.В. Гринёв Внеурочная деятельность по технологии как средство патриотического воспитания обучающихся	184
Л.А. Джикия, Е.С. Прозорова Цифровая трансформация в дизайне	190
Л.П. Ивлева, А.Д. Битюцкий Разработка рекомендаций по подбору аддитивной технологии и материала модели для литья художественных и ювелирных изделий	198

Е.А. Кантарюк, Ю.А. Бордюгова Эволюция формы часов в дизайне	205
И.Ю. Мамедова, Ю.А. Бойко, Л.В. Мочалова Сравнение декоративных эффектов техники «Петри» в эпоксидных компаундах.....	210
М.М. Черных, Э.И. Ахметгараева, П.А. Останина Технологии формования декоративной фактуры на изделиях из металлов и сплавов.....	219
О.Ю. Юрьева, К.В. Жданова Значение фарфора и полуфарфора XVI-XX века в дизайне декоративно-прикладного мирового искусства, на примере создания изделия из полуфарфора заварочного чайника «Шамбала».....	226
О.Ю. Юрьева, П.А. Журавлева Бисер и его применение в декоративно - прикладном мировом искусстве на примере изготовления комплекта ободков для волос в растительном стиле «Времена года».....	232
О.Ю. Юрьева, Е.А. Краснухина Традиции и новации в монументальном искусстве витража на примере разработки и изготовления авторской витражной композиции в стиле модерн «Сирень».....	237
О.Ю. Юрьева, С.М. Лордкипанидзе Виды и способы обработки полимерных глин на примере скульптуры малых форм «Дамы и господа» и серии авторских украшений в стиле арт-нуво «Забытые легенды»	242
О.Ю. Юрьева, А.Д. Пелевкина, Н.Д. Пелевкина Стили и техники росписи русского фарфора, на примере авторской надглазурной росписи в восточном стиле и стиле модерн	248
О.Ю. Юрьева, Е.С. Рубцова Применение серебра в дизайне ювелирных и художественных изделий на примере выбора технологии и разработки эскиза серёг «Древняя легенда».....	253
Проектирование и дизайн	260
Ю.А. Бойко, М.С. Неронова Применение латунных тонкостенных трубок в качестве основы для объёмных изделий в технике Тиффани	260
Ю.А. Бойко, Н.Б. Невзоров Использование образа Змея Горыныча из русских сказок для создания интерьерного светильника	265
Ю.А. Бойко, Г.Р. Фатехова Разработка геометрического многофункционального флорариума с использованием техники Тиффани.....	275
Н.В. Бойцов, Т.В. Сазанова, Е.А. Ленивцева, Н.В. Филатова Разработка коллекции декоративных тарелок, посвящённых Великой Отечественной Войне	283

А.А. Бызова, И.В. Гузенко Совмещение современной функциональности с антуражем прошлого. Создание ретро-клавиатуры для ноутбука и компьютера в стиле пишущих машинок эпохи модерна.....	289
А.А. Бызова, А.Б. Кириллова Разработка модульного принципа для декоративной шторы детской комнаты.....	295
А.А. Бызова, И.А. Коршунова Разработка дизайн проекта серии брошей «Пустынные странники», изготовленных методом лазерной резки.....	303
А.А. Бызова, Е.С. Рубцова Разработка дизайн-проекта кольца со сменными камнями с применением аддитивных технологий.....	309
А.А. Бызова, Е.А. Соловьёва Проектирование художественного образа детской развлекательной игрушки по мотивам сказки о добром драконе	314
К.С. Ившин, Е.В. Дубовцева Медиакоммуникации в контексте комфортной городской среды	319
К.С. Ившин, О.И. Петрова Дизайн мультимедийного картографирования для городских и общественных пространств (на примере Летнего сада им. М. Горького города Ижевска)	325
К.С. Ившин, Е.С. Торхова Ребрендинг социально-культурных учреждений в сельской местности (на примере Удмуртской Республики)	330
К.С. Ившин, М.И. Фаррахова Формирование коммуникативной модели визуального языка поликлиник Удмуртской Республики	335
А.Н. Фешин, Е.О. Бабкина Концепция реставрации и приспособления особняка и заводоуправления Механического завода "Людвига Нобель" с зимним садом.....	340
О.Ю. Юрьева, А.В. Джурук Роль русской филигрании в мировом декоративно-прикладном искусстве, на примере разработки образа авторского кулона «Сказания Древней Руси»	346
О.Ю. Юрьева, Е.С. Козлова Серебро в русской культуре XVII – XXI вв. с применением техники чернения на примере разработки и создания авторского ювелирного изделия «Серебряные вихри»	352
О.Ю. Юрьева, Д.Н. Соловкина Значение цветка лотоса в мировом декоративно прикладном искусстве и культуре на примере разработки дизайна авторского ювелирного кольца «Золотой лотос»	357

Информационные технологии в дизайне	363
Т.О. Габриелян Семиотическая деконструкция графической композиции цифровой презентации	363
Ю.И. Карпова, Я.Е. Козушка Современные способы представления музейных коллекций	372
А.М. Смирнова Программные комплексы для проектирования ювелирных изделий	377
Искусствоведение, мода и дизайн	384
Н.А. Архипова Рекламные фотосессии и видеоклипы в индустрии моды с изображением обнажённой фигуры модели	385
М.Э. Вильчинская-Бутенко Публичное искусство в «обществе спектакля»: чем прирастает культурное наследие Санкт- Петербурга	395
К.С. Пономарева, К.А. Косякова Изготовление глазурей для керамики	400
И.М. Смирнова, А.А. Адельман, П.П. Гамаюнов «Нейлоновый век» на коньках, как путь к открытию новейшей аэродинамичной спортивной одежды	409
С.Н. Траутвейн, П.В. Мельнова Школы резьбы по кости	414
С.Н. Траутвейн, А.Е. Расторгуева Связь композиции, идеи и стиля в монументально-декоративной скульптуре «Дети – жертвы пороков взрослых» М.М. Шемякина	420
С.Н. Траутвейн, А.С. Токарева Творческий путь Э. М. Фальконе: на примере сравнения скульптурной группы «Милон Кротонский» с одноименной работой Пьера Пюже	425
С.Н. Траутвейн, Е.О. Цоколова Исследование стилистики, композиционных особенностей и технологии конструирования и строительства скульптуры «Клауд Гейт»	430
Т.Ю. Чужанова, И.О. Шмидт Петроградская сторона Санкт-Петербурга: от основания Петром I до строительства доходных домов в стиле северный модерн	436
О.Ю. Юрьева Роль высокого русского иконостаса и храмовой христианской символики XIV века в мировом искусстве и культуре	444

О.Ю. Юрьева, А.А. Репина Русский символизм в произведениях К. С. Петрова-Водкина	450
Геммология и дизайн	456
К.С. Пономарева, В.В. Яснова Обработка каменных метеоритов в условиях характерных для камнерезного сырья.....	456
Дизайн экстерьера, интерьера и городской инфраструктуры.....	463
Ю.Н. Ветрова, Е.А. Анненкова Выставочные пространства.....	463
О.В. Ефремова, Р.Р. Галиакбаров Хюгге как отражение феноменологических концепций в дизайне среды	469
О.В. Ефремова, С.А. Янко Архитектурно-художественные аспекты оптимизации облика городов-спутников на примере Муринского городского поселения.....	476
В.Л. Жуков, А.Е. Гавина Сувенирно-памятная функция феномена морфологии образов объектов дизайна пространственных решений для эстетического хранения и эксплуатации парфюмерных продуктов	484
В.Л. Жуков, А.О. Кирсанова Интерьер «Храбрые карпы» кают-компании для субмарин ВМФ России	501
В.Л. Жуков, А.Е. Савосина Морфология и композиция шахматных партий о образах великих сражений 20 столетия – Берлинская военная операция мая 1945 г.	519
Е.А. Кантарюк, М.В. Кантарюк Принципы организации храмового интерьера	533
С.Н. Траутвейн, Е.А. Хитрова Федор Шехтель. Особняк Рябушинского	537
С.Н. Траутвейн, Е.В. Якушева Эклектика в архитектурных объектах на примере смещения бионики и экспрессионизма ..	542

посетителей. Мультимедийная карта Летнего сада им. М. Горького г. Ижевска предназначена для размещения на сайте парка «Парки Ижевска», она облегчает поиск и ориентацию по парку.

Заключение. Моделирование мультимедийной карты на базе картографических и компьютерных технологий опирается на принципы традиционной и мультимедийной картографии. В процессе дизайн-проектирования рассмотрены этапы планирования работ при создании карты, а также разработка элементов интерфейса и систем визуализации. Разработанная методика реализована при создании мультимедийной карты Летнего сада им. М. Горького г. Ижевска.

Данная методика и этапы создания мультимедийной карты являются новым этапом в развитии комфортной городской среды с использованием цифровых технологий. Создание цифровых объектов городской инфраструктуры является необходимым для развития городских и общественных пространств. Такие карты повышают качество и комфорт городской среды и создают предпосылки развития культурного наследия городов.

Библиографический список

1. *Гаврилов Ю.В.* Картографический дизайн: монография. Новосибирск: СГГА, 2013. С. 20-21.
2. *Востокова А.В., Кошель С.М., Ушакова Л.А.* Оформление карт. Компьютерный дизайн. Москва: Аспект Пресс, 2002. С. 40-45
3. *Комиссарова Е.В.* Технологическая схема создания географических мультимедийных атласов. Москва: Геодезия и Картография, 2003. С. 50-52.

References

1. *Gavrilov Yu. V.* Cartographic Design: Monograph. Novosibirsk: SSGA, 2013. 20-21 pp. (in Rus.).
2. *Vostokova A. B., Koshel S. M., Ushakova L. A.* Design of cards. Computer design. Moscow: Aspect Press, 2002. 40-45 pp. (in Rus.).
3. *Komissarova E. V.* Technological scheme of creation of multimedia geographical atlases. Moscow: Geodesy and Cartography, 2003. 50-52 pp. (in Rus.).

УДК 658.512

К.С. Ившин, Е.С. Торхова

Удмуртский государственный университет
426034, г. Ижевск, ул. Университетская, 1

Ребрендинг социально-культурных учреждений в сельской местности (на примере Удмуртской Республики)

© К.С. Ившин, Е.С. Торхова, 2020

Статья посвящена анализу ребрендинга социокультурных институтов. Рассмотрены проблемы сельских учреждений и пути их решения путем ребрендинга. В статье анализируется технология ребрендинга, цели, которые она преследует, и пути их реализации. Показаны этапы ребрендинга этнопарка в селе Малая Пурга Удмуртской Республики.

Ключевые слова. дизайн, графическое сопровождение, концепт, технологии, учреждения, культура

K.S. Ivshin, E.S. Torkhova

Udmurt State University
426034, Izhevsk, st.Universitetskaya, 1

Rebranding of socio-cultural institutions in rural areas (on the example of the Udmurt Republic)

The article discusses the technology of rebranding from scratch, namely, when it is necessary to rethink the brand from all sides, or rather to analyze the rebranding of socio-cultural institutions in rural areas. A review of the types of institutions in rural areas was conducted, and the problems of rebranding such institutions were identified. In addition, the stages of rebranding are considered on a clear example of the developed project of the Ethnopark in Malaya-Purga.

Keywords. rebredding, institutions, countryside, population, culture

Введение. Не смотря на относительно небольшое процентное соотношение (около 30%) по отношению к городскому населению, в сельской местности проживает все-таки значительное количество человек. Сельское общество является сложным механизмом с различными, развившимися в нем условиями, влияющими на его социальное и культурное развитие. В современных условиях социокультурная ситуация в деревнях характеризуется большинством негативных процессов, что давно уже наметились в сфере духовной жизни: утрата духовно-нравственных ориентиров; отчуждение от культуры и искусства детей, молодых и стариков; значительное снижение финансовой обеспеченности учреждений культуры, в том числе и деятельности современных центров культуры и досуга.

Цель: анализ ребрендинга социально-культурных учреждений сельской местности. Для решения цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть виды учреждений в сельской местности;
2. Проанализировать современное состояние социально-культурных учреждений сельской местности в России;
3. Рассмотреть виды ребрендинга учреждений в сельской местности.

Материалы и методы исследования. Теоретические – анализ научной, социологической, культурологической, педагогической и психологической литературы; эмпирические – наблюдение, сравнение, контент-анализ. Информационные технологии – российский и зарубежный опыт ребрендинга, а также собственный опыт автора. Основу компьютерного обеспечения составляют программы: Adobe Photoshop и Adobe Illustrator.

В России имеется невероятное количество объектов культурного наследия, духовно-нравственных идеалов, художественно-эстетических символов, которые по праву могут выступать как культурные бренды, имея при этом федеральное, региональное и муниципальное значение [1].

Говоря о ребрендинге социально культурных учреждений, мы вновь встречаемся с термином «культурный бренд». Так как ребрендинг в предоставленном случае хоть и считается переменной вида учреждения, но предполагает как раз создание культурного бренда. Первопричина в том, собственно, что до этого не было такового мнения, значит инстинктивно возникает вопрос, имеют ли отечественные учреждения собственные бренды.

Ребрендинг культурных учреждений является по сути некоторой эволюцией самого бренда, собственно, тем, что переводит его на совершенно новый этап развития. В провинции ребрендинг даст колоссальный скачок в становлении муниципалитетов. Преображение уже имеющихся брендов дополнительно даст вероятность получения экономической помощи из новых источников. Возможность получения гранта вдохновляет на попытку проведения ребрендинга [2].

На текущий момент в сельской местности имеется несколько типов учреждений социокультурной направленности: 1 тип – Клубные учреждения (клубы, дома культуры, дворцы культуры); 2 тип – Театрально-зрелищные учреждения (театры, кинотеатры, концертные площадки); 3 тип – Музеи (краеведческие музеи, музеи-заповедники, музеи-усады); 4 тип – Библиотечные учреждения (сельские и школьные библиотеки); 5 тип – Парки культуры и отдыха (парки, скверы) [3].

В последние годы на селе быстро сократилась сеть учреждений культуры, но с иной стороны работники социокультурных организаций и само население постараются раскрыть новые облики культурной жизни и по возможности еще больше заинтересовать общественность. К тому же проблемой стал возросший материальный износ и моральное устаревание отраслевых ресурсов, усугубилась конструкция организации досуга населения. Закрылись маленькие периферийные клубы. Частым явлением для многих населенных пунктов стала потеря каких-либо очагов культуры, а материально-техническая основа большинства уцелевших учреждений ощутимо отстает от необходимого уровня.

Результаты и их анализ. Рассмотрим на примере разработки ребрендинга Этно-Парка в Малой Пурге. Главная цель: создание узнаваемого бренда федерального уровня. Что бы перестать быть «местечковым» брендом, известным лишь малопургинцам, должны были выработать коммуникационную стратегию и визуальный стиль «большого бренда». Самое главное на данном этапе изначально грамотно рассчитать бюджет и искать исполнителей в рамках этого бюджета. Обычно в ходе ребрендинга поток первичных клиентов увеличивается примерно на 5%, это происходит за счет четкого позиционирования и яркого фирменного стиля (данные исследовательского агентства AC Nielsen).

С началом проекта Малой Пургой была договоренность о создании двух концепций, которые не должны быть похожи друг на друга. В последующем администрация поселка выбирала понравившуюся. Но пришли к выводу, что нужно объединять две концепции в одну. Следующим этапом была необходимость в предоставлении этих концепции жителям села на обсуждение.

Разработка проектной стратегии: 1) исследования: необходимо понять, кто является целевой аудиторией, узнать ее предпочтения и запросы. Так как в сельской местности происходит отток населения в города или районные центры, возникает проблема нехватки молодого и креативного населения. В основном в деревнях преобладает население до 16-18 лет, после молодежь уезжает в более крупные населенные пункты, но уже после 30 лет зачастую люди возвращаются обратно. Население категории 60+ делятся на два типа: тех, кто продолжает работать, не смотря на пенсионный возраст; либо же тех, кто уделяет свое время воспитанию внуков, или поддержанию домашнего хозяйства (огороды, дачи и т.п.) [6]. На начальном этапе создания Этно-Парка узнали интересы населения, что именно они хотят увидеть по результату работы. Какие именно традиции и исторические моменты они видят в будущем проекте. 2) позиционирование: смысловой основой проекта Этно-Парка является взаимосвязь сохранения истории и природы. В фирменных элементах должен прослеживаться дух истории местности. 3) создание нейминга и слогана: название для парка было выбрано совместно с Малой Пургой. Это название на наш взгляд наиболее полно раскрывает идею места и историю Малопургинского района. Слово «Воршуд» многозначно, но основная его идея относится к роду, к истории рода, символу рода, памяти рода, а также отражает быт и традиции удмуртского этноса, актуального и на сегодняшний день. 4) легенда: хорошая история привлекает внимание и запоминается среди сельского населения. 5) создание брифа: создан и согласован бриф для администрации села, после чего у нас четко сложилась картина будущего визуального проекта.

Разработка концепции: на этом этапе утверждается сама концепция проекта, отвечающая за реализацию позиционирования. Исходя из выше указанного в проекте Этно-Парка разрабатывали две концепции. Первая концепция называлась «Воршуд», основанная на истории удмуртских родов и удмуртского этноса. Вторая концепция отражала дух леса, и центовым символом служила Ель (Крезь). В первую очередь разрабатывается логотип (знак),

затем идет нейминг, дальше разрабатывается графическое оформление с учетом всех результатов проведенных обзоров. Также создаются носители с отображением фирменного стиля, сувенирная продукция. Продумываются рекламные носители, веб-контент и социальные сети. И по итогу разрабатывается брендбук, где прописываются все рекомендации по использованию элементов стиля. После утверждения фирменного стиля обязательно идет презентация проекта. Помимо эмоционального впечатления, важно донести основные идеи и правила до тех, кто будет с этим работать. Объяснить, чего категорически нельзя делать, а что необходимо. Поэтому на завершающем этапе проекта парка прошла защита проекта перед администрацией Малой-Пурги. В настоящее время продолжается сотрудничество с администрацией поселка.

По итогу проведенной работы над концепцией «Воршуд» Этно-Парка можно сделать вывод, что будущий реализуемый бренд будет узнаваем. Теперь это не просто созданный фирменный стиль парка, а целая история, имеющая свою легенду и персонажей. Которая в обязательном порядке будет взаимодействовать с жителями села.

Обсуждение результатов. Фирменные элементы, которые разработали для парка были созданы на основе удмуртских орнаментов и традиционных цветов текстиля и удмуртского костюма. В графику концепции были заложены элементы орнаментов дерева, трав, солнца, звезд. Для фирменного стиля были также разработаны бланки для мероприятий, бейджи, таблички для описания деревьев и удмуртских родов, карта парка, входная группа и один из фасадов музея (рисунки 1).

Местный фольклор стал решающим звеном при разработке проекта. Который отвечает всем вкусам и требованиям жителей поселка. Главным требованием к разработке было как раз сохранение истории и традиций.



Рисунок 1. Элементы брендбука Этно-парка в Малой Пурге
Figure 1. Elements of the Ethno-Park brand book in Malaya Purga

Заключение. Социально-культурным учреждениям в сельской местности необходим ребрендинг. Он в свою очередь должен привести к увеличению туристического потока и инвестиций, а также к созданию новых рабочих мест. Брендирование сельских учреждений несет своей целью не только повышение конкурентной среды данного района, но и обеспечение всестороннего развития. В целях собственной идентификации многие учреждения начинают разработку фирменного стиля, но многие проекты не доживают до своего завершения, оканчиваясь еще на этапе разработки. Причина этому – нехватка финансирования проектов. Исходя из этого многие учреждения начинают работу с быстро реализуемых и несильно затратных проектов, таких как: создание логотипа, социальных сетей, мелкой полиграфии.

Библиографический список

1. Аакер Д. Создание сильных брендов /Д. Аакер. – М.: Аспект – Пресс, 2003. – 219 с.;
2. Акулич И.Л. Маркетинг. — Мн.: Высшая школа, 2011.-447 с.;
3. Браун Т. Дизайн-мышление: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. – М.: ЛитРес, 2012. – 276 с.;
4. Горбунов А. Типография и верстка – М: Бюро Горбунова. 2015. – 332 с.;
5. Мартин Б., Ханнингтон Б. Универсальные методы дизайна – М: Издательский дом «Питер», 2014. – 200 с.;
6. Папанек В. Дизайн для реального мира – М: Издатель Дмитрий Аронов, 2008. – 370 с.;
7. Рунге, В.Ф. Основы теории и методологии дизайна: Учеб. пос. / В.Ф. Рунге, В.В. Сеньковский. – 3-е изд., перераб., и доп. – М.: М3 Пресс, 2005. – 456 с.;
8. Хембри Р. Графический дизайн. – М.: Издательский дом «Lingua», 2008. – 192 с.;
9. Элис Т. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. – М: Издательский дом «Астрель», 2014. – 256 с.

References

1. Aaker D. Creating strong brands / D. Aaker. - M.: Aspect - Press, 2003 – 219 p.;
2. Akulich I.L. Marketing. - Mn.: Higher school, 2011. – 447 p.;
3. Brown T. Design thinking: from developing new products to designing business models. - M.: LitRes, 2012. – 276 p.;
4. Gorbunov A. Printing house and layout - M: Bureau of Gorbunov. 2015. – 332 p.;
5. Martin B., Hanington B. Universal Design Methods - M: Publishing House "Peter", 2014. – 200 p.;
6. Papanek V. Design for the real world - M: Publisher Dmitry Aronov, 2008. – 370 p.;
7. Runge, V.F. Fundamentals of design theory and methodology: Textbook. pos. / V.F. Runge, V.V. Senkovsky. - 3rd ed., Revised., And add. - M.: M3 Press, 2005. – 456 p.;
8. Hembry R. Graphic Design. - M.: Lingua Publishing House, 2008. – 192 p.;
9. Alice T. Graphic Design. Corporate identity, the latest technology and creative ideas. – M: Astrel Publishing House, 2014. – 256 p.