

УДК 377.12

А. И. Зацарина, научный руководитель: И. В. Сликишина

A. I. Zatsarinina, scientific supervisor: I. V. Slikishina

Зацарина Алена Игоревна, студент 4 курса, КГПИ КемГУ, г. Новокузнецк, Россия.

Научный руководитель: Сликишина Ирина Викентьевна, к. п. н., доцент, зав. кафедрой ИОТД, КГПИ КемГУ, г. Новокузнецк, Россия.

Zatsarinina Alena Igorevna, student 4th year, Kuzbass Humanitarian Pedagogical Institute of Kemerovo State University, Novokuznetsk, Russia.

Scientific supervisor: Slikishina Irina Vikentievna, PhD, Associate Professor, Head of the Department of IGTD, Kuzbass Humanitarian Pedagogical Institute of Kemerovo State University, Novokuznetsk, Russia.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ САЙТА СТУДЕНЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ СПО

CORPORATE IDENTITY OF A WEBSITE OF A STUDENT ORGANIZATION FOR ORGANIZATIONS OF SVE

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы разработки фирменного стиля сайта студенческой организации для организации СПО и его основные элементы.

Annotation. *Design issues of corporate identity of a website of a student organization for organizations of SVE and its main elements are examined in this article.*

Ключевые слова: фирменный стиль, студенческая организация, СПО.

Keywords: *corporate identity, student organization, SVE.*

В любых организациях СПО существуют студенческие организации. Они представляют собой добровольное объединение обучающихся для повышения качества студенческой жизни. В них занимаются различными деятельностью, связанными с учебой, социальной жизнью, спортом, культурой и досугом студентов внутри СПО. С помощью такой формы самоуправления студенты могут развиваться, реализовывать свои возможности, что идет на пользу, как им, так и самому учебному заведению.

По направлениям деятельности О. В. Голубева [2] выделяет следующие виды студенческих организаций:

- 1) творческие;
- 2) научно-исследовательские;
- 3) волонтерские;
- 4) информационные;
- 5) профессиональные и другие.

У многих студенческих организаций есть свои сайты. Проанализировав их можно вывести следующую общую структуру сайта студенческой организации:

- 1) главная страница с информацией об организации, новостным блоком, контактами, и партнерами, если они есть;
- 2) раздел с документами;
- 3) раздел со структурой организации;

4) раздел с формой для вступления в организацию.

Кроме данных основных разделов могут присутствовать дополнительные, если это необходимо. Например, с достижениями организации, проектами, фото- и видеоматериалами.

Фирменный стиль – довольно популярное понятие в наше время. С ним человек сталкивается ежедневно.

Сам по себе «фирменный стиль – это набор цветовых, графических, словесных, типографских, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления» [4, с. 6]. Он позволяет выделять организации, их продукцию среди конкурентов.

М. С. Кузьмина [5] в своей работе указывает, что фирменный стиль основывается на общепринятых тенденциях. Поэтому при его разработке важно знать все актуальные тренды в мире дизайна.

Как пишет И. В. Ахматова [1], у фирменного стиля выделяют следующие функции:

1. Идентификация – узнавание бренда потребителями по внешнему виду продукции.
2. Доверие – грамотно выполненный фирменный стиль повышает качество продукции в глазах аудитории. Также это влияет на авторитет и указывает окружающим на серьезность и стабильность организации.
3. Реклама – сам по себе фирменный стиль является рекламой и указывает на отличительные особенности организации, ее продукции.

Помимо этого, фирменный стиль создает чувство единства и приобщенности к одному делу у участников компании, что положительно влияет на их деятельность.

Основными элементами фирменного стиля являются:

- 1) логотип;
- 2) товарный знак;
- 3) фирменные цвета;
- 4) фирменные шрифты;
- 5) слоган.

При разработке сайта, как правило, используются все элементы фирменного стиля. При разработке фирменного стиля сайта студенческой организации СПО может отсутствовать товарный знак, поскольку он используется обычно в рамках бизнес-деятельности.

Особенностью проектирования имиджа студенческой организации заключается в том, что «<...> целевой аудиторией студенческих организаций являются администрации вуза и города, молодежные движения, компании со студенческой целевой аудиторией» [6, с. 2]. Они могут получать информацию об организации из всех возможных источников. В связи с этим, фирменный стиль должен работать и привлекать внимание людей различных возрастов, а также эффектно выглядеть и быть легко воспринимаемым на всех носителях и в любом формате.

Также особенностью является то, что фирменный стиль должен отражать цели и задачи студенческой организации, показывать ее философию.

Как правило, для разработки фирменного стиля используют графические редакторы. Они бывают двух видов – растровые и векторные.

Отличительная черта векторных графических редакторов в том, что «<...> изображения строятся с помощью математических описаний объектов» [3, с. 78]. Иначе говоря, изображения состоят из фигур, в основе которых лежат векторы.

Особенность таких изображений заключается в том, что их можно бесконечно масштабировать, выполнять любые трансформации, и они все равно будут в исходном качестве, в отличие от растровых изображений. Поэтому для печати лучше всего использовать векторные изображения, потому что они в любом формате будут отлично выглядеть.

Суть растровых графических редакторов заключается в том, что «все изображения <...> представлены в виде массива цифр» [7, с. 52]. То есть любое изображение, представленное в растровом графическом редакторе, состоит из отдельных единиц – пикселей. Каждый пиксель – это как часть мозаики, которые в итоге складывают итоговую картинку.

Из распространенных векторных графических редакторов выделяют Adobe Illustrator, CorelDraw, Inkscape. С помощью них можно создавать элементы, которые при любых трансформациях сохраняют исходное качество. Обычно в векторном виде разрабатывают логотипы, шрифты.

Самыми популярными растровыми графическими редакторами являются Adobe Photoshop, GIMP, Paint. С помощью Adobe Photoshop можно создать все элементы фирменного стиля. Хотя это и растровый редактор, но в нем присутствуют и элементы векторного редактора. Например, с помощью кривых в нем можно создать логотип, который далее можно будет масштабировать без потери качества.

Что касается технологий создания фирменного стиля, то проанализировав работы М. С. Кузьминой [5] и И. В. Ахматовой [1] можно выделить следующий алгоритм.

- 1) ознакомиться с деятельностью организации, определить целевую аудиторию;
- 2) изучить существующие организации в данной нише, ознакомиться с их фирменным стилем;
- 3) определиться с цветовой палитрой;
- 4) выбрать шрифты;

- 5) разработать слоган;
- 6) разработать логотип;
- 7) разработать товарный знак при необходимости;
- 8) определение стилистики изображений.

Таким образом, студенческие организации играют важную роль в жизни студентов, обеспечивая им возможности для развития, общения и активного участия в различных мероприятиях. В этом контексте, создание эффективного и привлекательного сайта становится неотъемлемой частью успешной работы студенческой организации. И именно качественно разработанный фирменный стиль играет ключевую роль в создании единого и узнаваемого облика студенческой организации.

Список литературы

1. Ахматова, И. В. Брэнд-бук и фирменный стиль : учебное пособие. / И. В. Ахматова, Е. В. Шокова. – Самара : Самарский университет, 2020. – 68 с. – ISBN 978-5-7883-1568-3. // Лань : эл.-библ. система. – URL : <https://e.lanbook.com/book/188883> (дата обращения : 25.04.2023). – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2. Голубева, О. В. Студенческие объединения: место и роль во внеучебной деятельности вуза / О. В. Голубева, А. В. Хижная, А. А. Бушуева. – Текст : электронный. // Мир науки. Педагогика и психология, 2017. – № 6. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/studencheskie-obedineniya-mesto-i-rol-vo-vneuchebnoy-deyatelnosti-vuza> (дата обращения : 25.04.2023).
3. Кордонская, И. Б. Инженерная и компьютерная графика : учебное пособие / И. Б. Кордонская. – Самара : ПГУТИ, 2017. – 90 с. // Лань : эл.-библ. система. – URL : <https://e.lanbook.com/book/182210> (дата обращения : 25.04.2023). – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4. Костина, Н. Г. Фирменный стиль и дизайн : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. – Кемерово :

- КемГУ, 2014. – 97 с. – ISBN 978-5-89289-847-8. // Лань : эл.-библ. система. – URL : <https://e.lanbook.com/book/93556> (дата обращения : 25.04.2023). – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5. Кузьмина, М. С. Фирменный стиль как инструмент продвижения продукта : учебно-методическое пособие / М. С. Кузьмина. – Тольятти : ТГУ, 2021. – 64 с. – ISBN 978-5-8259-1581-4. // Лань : эл.-библ. система. – URL : <https://e.lanbook.com/book/243212> (дата обращения : 25.04.2023). – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6. Пластун, К. Е. Фирменный стиль как маркетинговый инструмент формирования имиджа студенческой организации / К. Е. Пластун. – Текст : электронный // Вестник науки и образования, 2018. – № 5 (41). – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/firmennyy-stil-kak-marketingovyy-instrument-formirovaniya-imidzha-studencheskoy-organizatsii> (дата обращения : 25.04.2023).
7. Шафрай, А. В. Графические редакторы дизайнера : учебное пособие / А. В. Шафрай. – Кемерово : КемГУ, 2019. – 102 с. – ISBN 978-5-8383-2423-1. // Лань : эл.-библ. система. – URL : <https://e.lanbook.com/book/135223> (дата обращения : 25.04.2023). – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

© Зацарина А. И., научный руководитель: Сликишина И. В., 2023