

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

Т.А. Путинцева

ДИЗАЙН СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

Оренбург
2018

УДК 747.012(076.5)
ББК 30.18я7
П90

Рецензент – доктор искусствоведения, доцент И.В. Смекалов

П90 Путинцева, Т.А.
Дизайн сувенирной продукции: методические указания / Т.А. Путинцева;
Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2018. – 26 с.

Методические указания содержат описание рекомендуемого индивидуального творческого задания, подкреплённое теоретическим и иллюстративным материалом.

Методические указания предназначены для практических занятий и самостоятельной работы по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн профилю «Графический дизайн».

УДК 747.012(076.5)
ББК 30.18я7

© Путинцева Т.А., 2018
© ОГУ, 2018

Содержание

Введение	4
1 Индивидуальное творческое задание «Дизайн комплекта сувенирной продукции»	4
1.1 Методическая цель, методические задачи.....	4
1.2 Содержание индивидуального творческого задания.....	5
1.3 Общие требования.....	6
1.4 Условия получения результата	7
1.5 Состав оборудования и материалов	7
2 Методические пояснения	7
2.1 Понятие и виды современной сувенирной продукции.....	7
2.2 Технологии изготовления современной сувенирной продукции.....	9
Заключение.....	12
Список рекомендуемых источников	13
Список использованных источников	14
Приложение А.....	15
Приложение Б	22

Введение

Методические указания «Дизайн сувенирной продукции» разработаны для обучения студентов по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» направления подготовки 54.03.01 Дизайн профиля подготовки «Графический дизайн», включают комплекс необходимых теоретических знаний и практических рекомендаций к успешному выполнению практических занятий и индивидуального творческого задания «Дизайн комплекта сувенирной продукции» в составе раздела «Дизайн сувенирной продукции».

Дисциплина «Проектирование в графическом дизайне» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного цикла – Б.1.В.ОД.2; является основной итоговой дисциплиной направления подготовки 54.03.01 Дизайн профиля «Графический дизайн», результатом и практическим выходом других изучаемых дисциплин.

1 Индивидуальное творческое задание «Дизайн комплекта сувенирной продукции»

1.1 Методическая цель, методические задачи

Методическая цель индивидуального творческого задания:

- разработка дизайн-проекта комплекта сувенирной продукции как элемента фирменной айдентики и/или брендинга территорий.

Методические задачи индивидуального творческого задания:

- осуществление комплексного подхода к проектированию комплекта сувенирной продукции;

- освоение понятий: «форма», «функциональность», «технологичность», «морфология формы»; «образность», «метафора» (приём формирования смыслового содержания художественного образа); «система композиционных средств», «масштаб», «пропорции», «цвет», «фактура», «стилизация»;

- приобретение навыков бионического формообразования на основе цвето-пластических, функциональных, конструктивных свойств природного объекта (в зависимости от темы проектирования); применение стилизации для получения наиболее выразительного художественного образа;

- достижение визуальной выразительности и образной содержательности, функциональности, эргономичности, технологичности элементов комплекта и возможности тиражирования;

- достижение единства стиля комплекта, гармоничного сочетания графики и объёмной формы.

1.2 Содержание индивидуального творческого задания

В индивидуальном творческом задании «Дизайн комплекта сувенирной продукции» акцент делается на применение современных технологий изготовления сувенирной продукции, соответствие объёмной формы и графики, возможность выполнения конкурсных заданий и реализуемых проектов.

Элементы комплекта могут различаться по размерам, технологиям изготовления и функциональному назначению, но должны быть объединены принадлежностью к одной теме (брендинг территории, фирма, акция), обладать стилистическим и конструктивным единством, единым формообразующим приёмом.

Состав материалов ИТЗ:

1) графическая часть (1-2 планшета 50x70 см, в зависимости от размеров и количества элементов комплекта), содержащая:

- наглядное изображение комплекта сувенирной продукции (фотографию или др.);

- необходимые виды, чертежи и развёртки элементов комплекта с нанесением размеров;

- название проекта, вспомогательные надписи и обозначения, подпись проекта;

2) *макеты* сувенирной продукции в материале (М 1:1) (Приложение Б, рисунки Б.1 – Б.6; Приложение А, рисунки А.4, А.6);

3) *пояснительная записка* к индивидуальному творческому заданию: «Дизайн комплекта сувенирной продукции _____», имеющая структуру:

(название комплекта)

введение (актуальность темы), исследование аналогов и творческих источников, концепция проекта (смысловая, графическая), назначение и целевая аудитория комплекта сувенирной продукции, конструкция и формообразующие приёмы, материалы и технологии изготовления, заключение, список использованной литературы; иллюстративные приложения: аналоги и творческие источники; концепция проекта (эскизы элементов комплекта, фотография макетов, итоговая компоновка на планшетах); объём пояснительной записки - не менее 5 страниц текста и приложение, оформление - по действующему стандарту ОГУ «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления» [5];

4) *электронный макет* всех выполненных материалов на CD-диске.

1.3 Общие требования

Индивидуальное творческое задание «Дизайн комплекта сувенирной продукции» включает следующие этапы выполнения:

- выдача задания;
- формирование концепции комплекта сувенирной продукции;
- создание эскизного проекта;
- выполнение необходимых чертежей с размерами (виды, развёртки и др.);
- изготовление макетов сувенирной продукции в материале (М 1:1);
- наглядное изображение комплекта (фотография или др.);
- компоновка на планшете материалов проекта;
- изготовление планшета 50x70 см с итоговой графической подачей проекта;
- выполнение пояснительной записки к ИТЗ;
- создание электронного макета выполненных материалов задания.

Последовательное выполнение этапов работы обеспечивает более успешный результат.

1.4 Условия получения результата

Креативность дизайнерских идей в сочетании с единством стиля, функциональностью и технологичностью элементов комплекта сувенирной продукции, возможность реализации проекта. Высокое графическое мастерство и технологическое качество исполнения макетов.

1.5 Состав оборудования и материалов

Для практических занятий необходимо светлое просторное помещение, оборудованное столами с ровной горизонтальной поверхностью и стульями (каждый студент за отдельным столом), компьютерный класс, программное обеспечение: пакет программ CorelDRAW, графический пакет программ Adobe, пакет программ MicrosoftOffice.

Материалы и инструменты, необходимые в работе над индивидуальным творческим заданием: бумага для эскизов, материалы для изготовления планшетов, ксероксная бумага А4 и папка для пояснительной записки; CD-диск; графические материалы и инструменты для эскизирования, чертёжные инструменты; материалы для изготовления макетов.

2 Методические пояснения

2.1 Понятие и виды современной сувенирной продукции

Основным производителем и потребителем сувенирной продукции в мире были и остаются США. Там и возникла индустрия рекламных сувениров в 1845 г., когда неизвестный коммивояжер страховой компании снабдил свои рекламные карточки календарным блоком. С тех пор использование сувенирной продукции является неотъемлемой частью корпоративной этики.

Современная сувенирная продукция традиционно является элементом

фирменной айдентики. Вместе с тем, это незаменимый коммуникатор брендинга территорий, развивающийся в русле культурно-экологического направления в дизайне.

Суть культурно-экологического направления в дизайне заключается в сохранении культурной идентичности стран, народов, регионов, выраженной в особенностях объектов дизайна [1]. Стратегия российского брендинга представляет собой утверждение культурной идентичности России в международном коммуникативном пространстве [4].

Таким образом, *культурно-экологический подход в дизайне сувенирной продукции* подразумевает выражение в их художественном образе национальных (региональных) символических и стилистических признаков.

Исходя из назначения и стоимости, различают следующие *основные виды сувенирной продукции* (Приложение А, рисунки А.1 – А.7).

Промо-сувениры имеют невысокую стоимость, их дарят на выставках, презентациях, при поздравлении партнеров или собственных сотрудников.

Преимущественно промо-сувениры относятся к так называемым «серийным сувенирным изделиям с надпечаткой» (с наклейками, гравировкой и др.). Это канцелярские принадлежности (блокноты, ручки, ежедневники, пресс-папье, линейки и др.), зажигалки, брелки для ключей и т.д. с нанесённой простейшей фирменной символикой. Их ассортимент за рубежом включает в себя свыше 10 тысяч наименований, в России - едва достигает 200 наименований.

Корпоративные *бизнес-сувениры* - адресные сувениры большей стоимости (300-1500 руб.), предназначенные для деловых партнеров и постоянных клиентов. Бизнес-сувениры вручают в процессе презентации продукции, в том числе на выставках; на семинарах, конференциях, деловых встречах с российскими и зарубежными партнёрами и клиентами. Бизнес-сувениры содержат информацию о компании-дарителе, ее логотип, подробные реквизиты, ссылку на сайт в Интернете.

VIP-сувениры преподносятся только по особым случаям, стоимость их высокая. Это штучные подарки, которые заказываются в единственном экземпляре и для

конкретного человека. Часто это самые интересные необычные предметы: кожаные папки и портфели, дорогие настольные принадлежности, которые используются в работе или просто служат украшением офиса, часы, портсигары, картины и многое другое. Перед вручением такие изделия, как правило, снабжают гравировкой или специальными дарственными табличками с фирменной символикой.

Брендовые сувениры могут эффективно использоваться для внешнеторговой рекламы или в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций. Это различные изделия брендовых народных промыслов: матрешки, костяные и янтарные изделия, жостовские подносы, гжель и др. В ситуации корпоративного подарка на них размещают фирменные наклейки, гравировки или др. с товарным знаком организации-дарителя, иногда с дарственной надписью.

Но брендовые сувениры могут не участвовать в корпоративных отношениях, а быть самостоятельной коммуникативной единицей, транслятором культурной идентичности территории, одним из важнейших участников территориального брендинга. В таком случае они могут и дариться, и свободно продаваться в магазинах сувениров, туристических центрах и др.

В процессе проектирования брендовой сувенирной продукции необходимо учитывать семантические признаки, характерные для страны (региона) - дарителя или объекта туризма: исторические (наследие древней культуры, памятники истории и архитектуры), социальные (характер населения), природные (географическое положение, природные ресурсы, особенности ландшафта и климата, элементы флоры и фауны), экономические (промышленность, образование, наука, искусство) [2].

2.2 Технологии изготовления современной сувенирной продукции

Изображение может наноситься на поверхность сувенирного изделия различными способами. Выбор того или иного способа зависит в первую очередь от самого предмета, его функционального назначения, а также тиража.

Шелкография - это разновидность трафаретной печати, в которой в качестве формного материала используются специальные нейлоновые или металлические

сетки. Пробельные элементы формируют на сетке фотохимическим способом. Нанесение специальных красок может проводиться практически на все материалы - бумагу, пластик, ПВХ, стекло, керамику, металл, ткани, кожу и др.; изготавливаются таблички, указатели, пиктограммы, бейджи, дипломы, плоские сувениры и др. Возможна печать деколей (переводных картинок) с последующим обжигом или без него.

Шелкография обеспечивает идентичность изделий в одном тираже, низкую себестоимость при больших тиражах. Но имеет длительный подготовительный процесс до печати, подходят только гладкие поверхности, при малых тиражах себестоимость высокая.

Тампонная печать (тампопечать) - разновидность офсетной печати. Эластичный промежуточный элемент, переносящий изображение (называемый «тампоном» или «роллером»), позволяет переносить изображение с печатных форм глубокой, плоской, высокой и трафаретной печати на поверхности практически любой формы. Изготавливаются бейджи, ручки, посуда, инструменты, таблички, сувениры. В отличие от шелкографии, возможна печать по криволинейным поверхностям.

Технология *металлфото* - это процесс получения текстовых, фотографических и многоцветных изображений на анодированном алюминии. В поры алюминия внедрены фоточувствительные соли серебра, благодаря этому возможно получать чёрно-белые изображения, экспонируя пластины металлфото через фотонегативы. В результате получается фотографическое качество и высочайшее разрешение любого двумерного изображения; высокая стойкость к агрессивным средам, полная идентичность всех изделий в тираже, низкая стоимость при больших тиражах; но набор цветов для технологии ограничен (чёрный, синий, красный, зелёный). Изготавливаются таблички, приборные панели, значки, визитки и др.

В основе технологии *гравертон (gawerton)* лежит термоперенос изображения на специально подготовленные пластины из анодированного алюминия через промежуточный носитель (обычная бумага, на которой печатается изображение с помощью лазерного принтера).

Возможно изготовление единичных экземпляров (бейджи, адресные папки,

сувениры) и небольших тиражей при их относительно низкой стоимости и высокой скорости изготовления.

Но изделия не рекомендуется использовать на улице из-за их невысокой устойчивости к воздействию ультрафиолетового излучения (при прямом попадании солнечных лучей на изделие изображение исчезает за 3 месяца).

Химическое травление используется для нанесения изображения на медные сплавы (латунь, медь и т. д.), а также дюралюминий и нержавеющую сталь. Размер нанесения ограничен размером металлической пластины.

В результате получается презентабельный вид готового предмета, пригодность для наружного применения. Но стоимость изготовления высокая, время изготовления длительное.

Механическая гравировка и фрезеровка производится с помощью механического устройства. Фреза или бор, повторяя определенный контур, оставляют в металле борозду. Размер обрабатываемого изделия ограничен размером рабочего поля станка. Возможна обработка практически любых видов материалов. Обрабатывается множество разнообразных изделий - таблички и шильды, объемные буквы, полиграфия, трехмерные формы.

Возможно изготовление единичных и многотиражных изделий, нанесенное изображение не подвержено истиранию.

Для *лазерной гравировки* рекламной сувенирной продукции в основном используются СО₂-лазеры, которые позволяют наносить изображение практически на любой материал: дерево, пластики, кожа, стекло органическое и оптическое, крашенные и никелированные металлы. С помощью специального устройства возможно нанесение изображения на цилиндрические поверхности по всей окружности (бокалы, кружки, ручки и пр.). Технологичность обработки материалов высокая, возможно изготовление единичных и серийных изделий.

Тиснение - полиграфический процесс, производящийся на прессах для тиснения, представляет собой послепечатную отделку продукции. Выполняется путём припрессовки горячим или холодным способом металлизированной или пигментной фольги или полимерной пленки с напылением нужного вещества. Наносится на упа-

ковку, этикетки и другую рекламно-полиграфическую продукцию.

Виды тиснения:

- *тиснение фольгой* для эффекта серебрения или позолоты; может использоваться фольга другого цвета - красного, зеленого, синего, желтого; для тиснения фольгой изготавливают штампы;

- *конгревное тиснение* для получения рельефного изображения; путём локального сжатия между нагретым штампом и контрштампом (пуансоном и матрицей);

- *блинтовое (слепое) тиснение* с помощью клише с целью получить оттиск с гладкой поверхностью, возможно – глянцевой.

Технология *деколирования* предназначена для нанесения изображения на изделия из керамики, стекла, фарфора (кружки, бокалы, тарелки, бутылки, пепельницы и т.д.). Деколь - это своего рода переводная картинка, отпечатанная методом шелкографии на специальной бумаге с применением особых красок и лака.

Технология *заливки смолой* позволяет получать сувениры и объемные наклейки презентабельного внешнего вида. Сначала изображение печатается на пленке цифровым или офсетным способом, затем надрезается по нужному контуру на плоттере, затем происходит заливка полимерной смолой. Застывший полимер образует своеобразную линзу, которая зрительно увеличивает изображение, делая его более ярким, глубоким, блестящим, объёмным. Используется при изготовлении объемных наклеек, значков с заливкой смолой, брелоков, магнитов и др.

Особая роль среди сувениров принадлежит *полиграфической продукции*, быстро впитывающей в себя последние достижения научно-технического прогресса. Так, около трети рекламных сувениров приходится на календари. Полиграфическая сувенирная продукция изготавливается по полиграфическим технологиям.

Заключение

Методические указания содержат комплекс последовательных и четко сформулированных предложений и указаний по выполнению индивидуального творческого задания «Дизайн комплекта сувенирной продукции».

Овладение приёмами проектирования сувенирной продукции необходимо для дизайнера, создающего гармоничную предметно-пространственную среду. Это развивает объёмно-пространственное воображение, изобретательность дизайнера; расширяет спектр его художественных средств и знания современных материалов и технологий, позволяет выполнять композиционные задачи разной сложности.

Список рекомендуемых источников

1. Макашина, Л. П. Русская реклама. Отечественная практика [Текст]: 1703-1918: учеб. пособие для вузов / Л. П. Макашина. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1995. - 96 с. гф-15 экз.

2. Васютинский, Н. Золотая пропорция [Текст] / Н. А. Васютинский. - М. : Мол. гвардия, 1990. - 240 с. - (Эврика) - ISBN 5-235-00806-5. дф – 2 экз.

3. Мазурина, Т. А. Бионическое формообразование в графическом дизайне [Текст]: учеб. пособие / Т. А. Мазурина; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2009. - 134 с.: ил. - Библиогр.: с. 27-28. - Прил.: с. 29-133. - ISBN 978-5-7410-0898-0. дф – 24 экз.

4. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01525-5.

5. Бесчастнов Н.П. Цветная графика. [Электронный ресурс]: Учебное пособие Н.П. Бесчастнов. - М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2014. – 176 с. – Режим доступа: <http://avidreaders.ru/book/cvetnaya-grafika-uchebnoe-posobie-dlya-vuzov.html>

6. <https://lutchsport.ru>

7. <http://sekretoria.com>

Список использованных источников

1. Кондратьева, К.А. Дизайн и экология культуры / К.А. Кондратьева. – М.: МГХПУ им. Строганова, 2000. – 106 с.
2. Мазурина, Т.А. Дизайн визуального стиля бренда: теория и методология / Т.А. Мазурина // Мир науки, культуры, образования №5 / октябрь 2014. - Горно-Алтайск, 2014. – С. 190-194.
3. Мазурина, Т.А. Знаковая символика – основа коммуникативности бренда территории (результаты научного эксперимента со студентами направления подготовки «Графический дизайн» / Т.А. Мазурина // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всероссийской научно-методической конференции; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2014. – С. 701-704.
4. Мазурина, Т.А. Стратегия российского брендинга / Т.А. Мазурина, Е.В. Жердев // «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» / Московская государственная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, 2013. - № 1. - С. 28-38.
5. СТО 02069024.101–2015 РАБОТЫ СТУДЕНЧЕСКИЕ. Общие требования и правила оформления. – Режим доступа: http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015_.pdf

Приложение А

(справочное)

Виды современной сувенирной продукции



Рисунок А.1 – Промо-сувениры



Рисунок А.2 – Бизнес-сувениры



Рисунок А.3 – Бизнес-сувениры

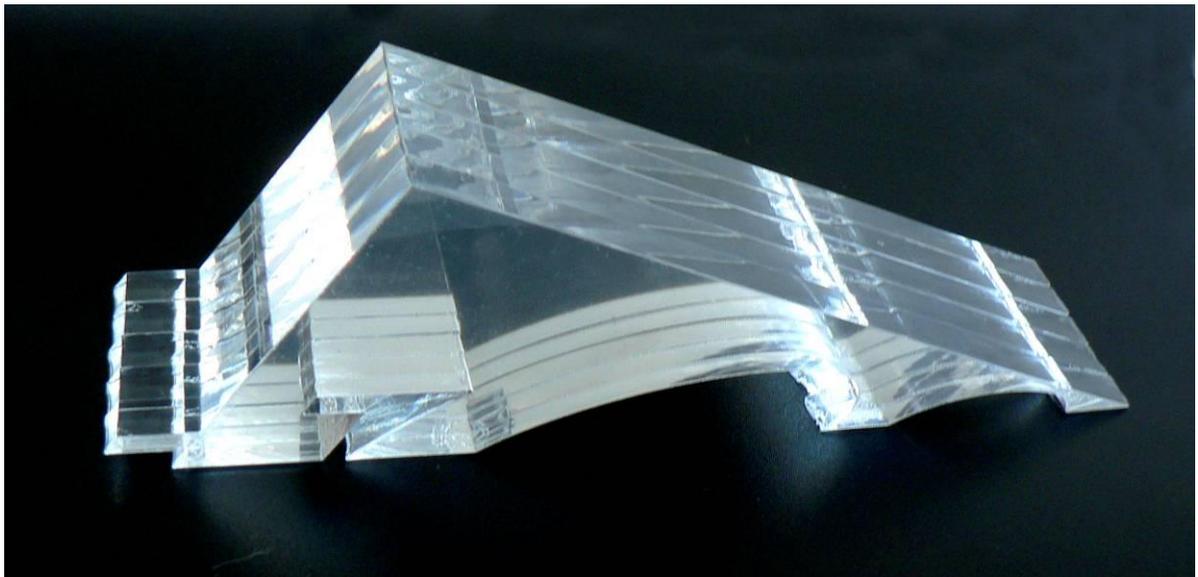


Рисунок А.4 – Бизнес-сувениры: объёмные товарные знаки байкерского клуба и фирмы грузоперевозок (работы студентов кафедры дизайна ОГУ гр. 12Д(ба)ГД: Новицкой М., Новиковой Ю., оргстекло; руководитель Путинцева Т.А.)

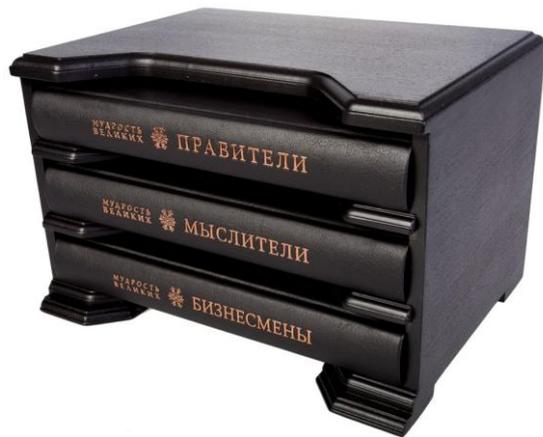


Рисунок А.5 – VIP-сувениры

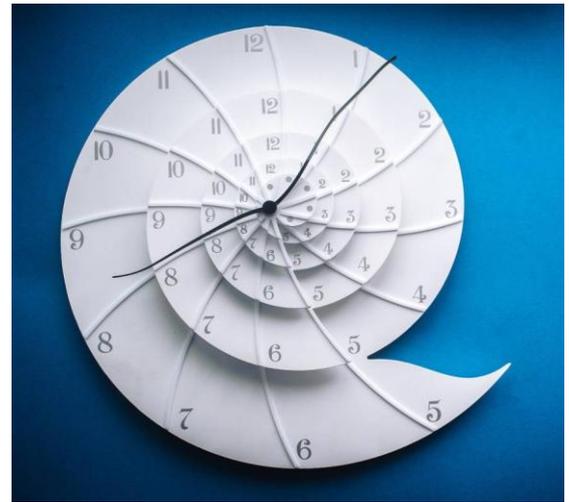


Рисунок А.6 – Часы эксклюзивной природной формы в качестве VIP-сувениров (работы студентов гр.11(б)ДС и гр.12(б)ДС каф. дизайна ОГУ: Ганьшевой К., Печёркиной Е., Кузьминой Ю., Маслак А., Деловой Э.; руководитель Т.А Путинцева)

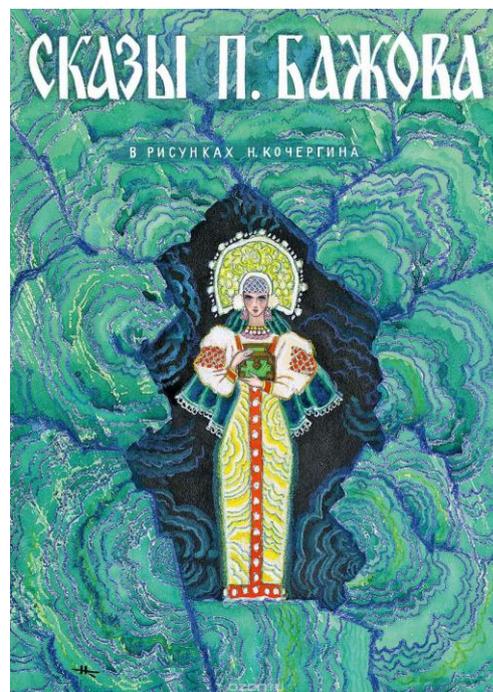


Рисунок А.7 – Брендные сувениры

Приложение Б

(справочное)

Комплект сувенирной продукции

(примеры работ студентов кафедры дизайна ОГУ, руководитель Т.А Путинцева)



Рисунок Б.1 – Комплект сувенирной продукции Оренбуржья «Культурный комплекс «Национальная деревня»»: блокнот, календарь, меню, карандаш (Маряшина А., гр. 11Д(б)ГД)[3]



Рисунок Б.2 – Элемент комплекта сувенирной продукции Оренбуржья «Бузулукский бор»: серия открыток (Полищук Н., гр. 11Д(б)ГД)



Рисунок Б.3 – Комплект сувенирной продукции «Оренбургский пуховый платок» мастерицы Боженко: открытки, часы, подарочная упаковка для платка (Боженко А., гр. 11Д(б)ГД)



Рисунок Б.4 – Комплект сувенирной продукции Оренбуржья «Илецкосо́ль»: брелок, декоративная бутылка с солью, солонки, соль в подарочной упаковке, «соляные» часы, серия открыток (Смирнова А., гр. ПД(б)ГД)



Рисунок Б.5 – Комплект сувенирной продукции Оренбуржья «Золото сарматов»: настольный сувенир «Сарматский олень», настольный перекидной календарь, карандашница, украшение-часы, грелка (Фабричнова К., гр. 11Д(б)ГД)



*Рисунок Б.6 – Комплект сувенирной продукции, посвященной Ю.А. Гагарину:
кепка, майки, декоративная тарелка, магниты, брелки, открытки
(Трубицына В., гр.15Д(ба)ГД)*