

Кокунова А.В.

*Научный руководитель: доцент каф. ПМК О.А Мекка.*

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: anvoir@mail.ru*

### **Анализ современных тенденций в производстве рекламных буклетов вузов**

Буклет - вид печатной продукции, характерный для рекламной полиграфии, имеющей внешнюю схожесть с брошюрой, но обычно более сложной конструкции и проработанного дизайна.[1]

Понятие «современные тенденции» близко по смыслу понятиям «мода», «стиль», «нововведения». В наше время эти тенденции быстро меняются, но что-то все равно остается неизменным. По оценкам специалистов креативной студии дизайна «Остров свободы», в 2017 г. существовала тенденция использования шрифта «от руки» – Written by hand. Также в тренде были декоративная иллюстрация, геометрия, силуэты и трафареты. А в 2018 г. появилась тенденция использования ярких цветов, металлики, градиентов, авторских шрифтов, разноцветных шрифтов. Согласно анализу типографии «Акварель-Принт» в 2019 г. типографика характеризовалась модой на использование кругов, «гибких» логотипов, иллюстраций 1930-х гг., пышных шрифтов с заческами, баухауса, «уход» полей. В 2020 г. цвет года от Pantone - классический синий (19-4052 TCX Classic Blue #0F4C81). Он символизирует надежность и спокойствие. Цвета года от Shutterstock - огненный красно-оранжевый, Lash Lava (#FF4500), Aqua Menthe (#7FFFD4) и Phantom Blue (#191970), синий с примесью фиолетового. Как можно заметить, синий остается одним из главных и трендовых цветов, которые используются в печати, изменяется только его оттенок.

Проанализировав 10 сайтов, которые связаны с типографикой, полиграфией, дизайном, брендингом, маркетингом, таких как: Picabu – русскоязычное информационно-развлекательное сообщество 11.863 отзыва; «Canva» - Кроссплатформенный сервис для графического дизайна, основанный в 2012 году; Типография «Flyer-online»; «Rusability»- интернет-маркетинг, контент-маркетинг, юзабилити и SMM; «Merehead» - компания по разработке программного обеспечения со специализацией на fintech (отрасль, состоящая из компаний, использующих технологии и инновации, чтобы конкурировать с традиционными финансовыми организациями в лице банков и посредников на рынке финансовых услуг) и blockchain (выстроенная по определенным правилам непрерывная последовательная цепочка блоков (связный список), содержащих информацию).

Можно выделить основные тенденции 2020 года в типографике:

1. Изометрия (это ракурс, в котором видны 3 стороны фигуры, все линии находятся под углом параллельным 30° и нет перспективных сокращений [2]), геометрия и асимметричность;
2. Упрощенные иллюстрации, узоры, шаблоны, текстуры, коллажи;
3. Ретровейв (Для ретровейв стилистики характерно использовать черно-сине-фиолетовую палитру, часто изображение имитирует или старые VHS кассеты, или простую компьютерную графику в неоновых оттенках с шармом игровых автоматов [3]);
4. Внимание к деталям;
5. Объемность, жирность, 3D;

Что касается цвета, то здесь все неоднозначно. Можно использовать: яркие цвета; монохромность; градиент; металлик; землистые цвета (бежевые, коричневые, зеленые, серые)

Тенденции шрифта в типографике, также обширные:

1. Креативные засечки (В 2020 веб-дизайнеры будут применять засечки в шрифтах, подходя индивидуально к каждому клиенту, в зависимости от того, чем занимается его компания. Например, для организаций, занимающихся реализацией сырных продуктов, будет моделирование сырных дырочек, а для медовых магнатов – потеки медового вещества.) [4]
2. Объемность и жирность;

3. Интересный шрифт (индивидуальные авторские шрифты, шрифт, который редко используется в печатной продукции, шрифты, которые не похожи на Times New Roman, Ariel, Calibri)

Что касается логотипа, то его советуют делать черно-белым, а фон оставляют цветным, например: фирменный цвет организации + черно-белый логотип.

После мною было проанализировано 25 буклетов разных вузов России, например, таких, как: Псковский государственный университет, Ульяновский государственный университет, Петрозаводский государственный институт, Московский автомобильно-дорожный институт, Ивановский государственный химико-технологический университет и другие. Исходя из полученных данных можно выделить следующие тенденции, которые вузы используют в своих буклетах:

1. Популярный цвет фона – белый, далее синий и голубой;
2. Наиболее используемый цвет для текста – черный, далее белый и синий;
3. Цвет логотипа чаще всего белый, синий;
4. Используемый шрифт в буклетах беззасечный, закругленный;
5. Чаще всего используются фотографии студентов, реже института и преподавателей. Еще реже работы студентов, ректоров, лицензий института.
6. Главным трендом является использование QR-кода. Для автоматического перехода на сайт вуза.

У МИ ВлГУ существует 3 вида печатной рекламно-информационной продукции, это:

1. Многостраничный буклет.

В многостраничном буклете МИВлГУ основной цвет обложки – красный. На обложке для графических элементов и цвета букв используется белый цвет. Для логотипа также используется белый цвет. Шрифт – без засечный. На обложке присутствуют фотографии студентов. Внутри буклета используются фирменные цвета факультетов: голубой, фиолетовый, синий, зеленый, оранжевый. На протяжении всех страниц используются фото студентов и преподавателей, а также администрации института.

2. Бумажная двухсторонняя линейка.

Является новинкой в печатной рекламно-информационной продукции института. Линейка зеленоватого цвета. Для текста используется белый, черный и красный цвета. Шрифт – без засечный. В качестве иллюстрации используются стикеры. Упоминается название института, адрес и контакты.

3. Памятка абитуриента.

Обложка памятки абитуриента по стилю такая же, как и многостраничный буклет. Цвет обложки красный. Для цвета букв используется белый цвет. Шрифт – с засечками. Также данный цвет используется для очертания института и логотипа. Внутри памятки используются нейтральные цвета: бледно-голубой и бледно-желтый. Для заголовка выбран яркий красный цвет, также, как и для выделения важной информации. В памятке информируются абитуриенты по количеству мест на специальность.

Таким образом, можно заметить, что с каждым годом тренды меняются. Если раньше было модно использовать шрифт «от руки», то сейчас модно объемный и жирный шрифт. Также ежегодно меняется трендовый цвет года от Pantone. В 2017 – это был зеленый цвет, в 2018 фиолетовый, в 2019 - коралловый, а в 2020 – синий. Что-то остается неизменным – это использование геометрии, авторских шрифтов, использование ярких цветов, металлики и градиентов. Подводя итоги, можно выделить основные тренды, которые используются в буклетах вузов это – использование фотографии студентов, основные цвета: синий, белый, черный, голубой и шрифт без засечек. Печатная рекламная продукция МИ ВлГУ выделяется тем, что фирменный ее цвет – красный. Именно от этого я в дальнейшем буду отталкиваться, создавая евро-буклет для вуза.

### Литература

1. Буклет [Электронный ресурс]: Википедия. Свободная энциклопедия. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Буклет>
2. Как работать с изометрией [Электронный ресурс]: Сборник статей на блог-платформе Медиум. Дизайн-кабак. – URL: <https://designpub.ru/как-работать-с-изометрией-d7f01e5c5f5b>

3. Ретровейв и ностальгия в искусстве (большая статья и видео) [Электронный ресурс]: Pikabu. URL:

[https://pikabu.ru/story/retroveyv\\_i\\_nostalgija\\_v\\_iskusstve\\_bolshaya\\_statya\\_i\\_video\\_5955435](https://pikabu.ru/story/retroveyv_i_nostalgija_v_iskusstve_bolshaya_statya_i_video_5955435)

4. Тренды веб-дизайна 2020 – главные достоинства и методы применения [Электронный ресурс]: IdeasGarden. – URL: <https://ideas-garden.com/blog/trendy-veb-dizajna-2020-glavnye-dostoinstva-i-metody-primeneniya/>