



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение

высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра декоративно-прикладного искусства и реставрации
живописи

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)

Тема: «Разработка фирменного стиля компании по оформлению праздников»

Исполнитель: Лукаш-Кувшинова Софья Владимировна

Руководитель: к. культ. доцент Регинская Наталья Владимировна

«Зачитаю»

авторской кафедрой

к.пед.н., доцент,

Макухина Олена Владимировна

«16» июня 2025г.

Санкт-Петербург

2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИОННЫЕ ПРАЗДНИКИ РОССИИ.	
1.1 Оформление праздников в России.....	5
1.2 Визуальные формы презентации семейных ценностей праздничных торжеств.....	13
ГЛАВА 2. МЕНТАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ И СТИЛЕВЫЕ ИСТОЧНИКИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ БРЕНДА.	
2.1 Фирменный стиль праздника как выражение национальной модели русского торжества.....	18
2.2 Стилиевые традиции народных промыслов в создании бренда компании «Восторг Дизайн»	27
ГЛАВА 3. ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.	
3.1 Анализ конкурентной среды и целевой аудитории.....	30
3.2 Проектирование визуальной идентичности компании.....	35
3.3 Разработка графических элементов и рекламных материалов, сборка брендбука.....	39
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	49
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	51
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	60
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Праздники всегда были неотъемлемой частью жизни любого народа. Через них отражаются традиции, мировоззрение, важные события прошлого и культурные особенности. В России праздники издавна имели особое значение — они объединяли людей, создавали атмосферу единства и веселья. Их истоки уходят в глубокую древность: ещё в языческую эпоху славяне отмечали важные этапы года — смену сезонов, сбор урожая, дни солнцестояния. С приходом христианства праздничный календарь изменился: теперь важнейшие даты стали связаны с религиозными обрядами и церковными праздниками. Позднее, в эпоху царской власти и особенно в советское время, праздничная культура снова трансформировалась, приобретая уже государственное значение.

Формирование российских праздничных традиций происходило под влиянием церкви, власти и народных обычаев. Сегодня в нашей культуре уживаются как старинные праздники, передающиеся из поколения в поколение, так и новые, отражающие современную реальность. Это помогает обществу сохранять историческую память и в то же время быть в ногу со временем.

Что касается фирменного стиля, он сегодня играет огромную роль в том, как компания воспринимается на рынке. Это не просто внешний облик бренда — это способ заявить о себе, выделиться среди конкурентов и завоевать доверие клиентов. Когда человек выбирает товар или услугу, он в первую очередь обращает внимание на то, как всё это представлено: насколько узнаваемо, профессионально, привлекательно. Люди интересуются, чем живёт компания, каковы её ценности и цели — всё это влияет на общее впечатление и готовность стать постоянным клиентом.

Фирменный стиль — это совокупность визуальных средств: логотип, цветовая палитра, шрифты, оформление рекламы и упаковки. Всё это должно чётко отражать индивидуальность компании и быть понятным для аудитории. В этом процессе графический дизайнер играет важную роль: именно он придаёт

идеям форму, делая информацию доступной, визуально привлекательной и своевременной. Цель компании — занять приоритетное место в среде потребителей, выстроив с ними долгосрочные и доверительные отношения.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка фирменного стиля компании по оформлению праздников. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Исследовать основные принципы и элементы фирменного стиля;
2. Проанализировать текущие тенденции в дизайне компаний, занимающихся оформлением праздников;
3. Разработать концепцию фирменного стиля;
4. Создать логотип, цветовую палитру и шрифтовое оформление, соответствующие концепции;
5. Разработать примеры использования фирменного стиля в различных материалах.

Предмет исследования: создание логотипа и фирменного стиля компании по оформлению праздников.

Объект исследования: фирменный стиль и логотип компании по оформлению праздников «Восторг Дизайн».

Методы исследования выпускной квалификационной работы:

культурологический, искусствоведческий, сравнительный, графический, аналитический.

ГЛАВА 1. СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИОННЫЕ ПРАЗДНИКИ РОССИИ

1.1 Оформление праздников в России

Праздник и его оформление – это важная часть культуры народов России, отражающий самобытность и ценности населения. Традиции в нашей стране складывались веками, основываясь на вере, быта и исторических процессов. Именно поэтому, занимаясь профессиональным оформлением торжеств, необходимо опираться именно на такие традиции. Что поможет создавать веселую, приятную и близкую атмосферу.

Праздники содержат символику, которая имеет определенные значения. Например, плоды деревьев, цветы означает пожелание плодородия, гармонии и мира; звезды, солнце и луна - жизненная сила, надежда. В связи с чем эти детали делают оформление не просто красивым, но и наполненным смыслом, который интуитивно понятен многим людям. Как отмечает Калиева, «символика, уходящая корнями в дохристианские времена, составляет основу праздничной культуры русского народа, отражая тесную связь человека с природой и окружающим миром» [28]. Мотивы природы, такие как изображения деревьев и цветов, символизируют благосостояние и плодородие. Например, венки из полевых цветов на Масленицу или Рождество не только служат украшением, но и символизируют связь с природой и загробным миром. «Важными являются также орнаментальные мотивы русской вышивки, резьбы по дереву и росписи являются важнейшими выразительными средствами народного декоративного искусства» [9]. Эти элементы отображают не только эстетическую красоту, но и философию народной жизни, в которой природа и быт тесно переплетены. Так, например, в узорах, характерных для росписи гжель, часто встречаются стилизованные

изображения деревьев, цветов, которые символизируют жизнь, рост и вечное обновление.

Издавна у славянских народов принято использовать яркие, выразительные цвета — красный, зелёный, жёлтый и синий. Эти оттенки выражают красоту, надежду и народную жизнь (в которой быт с природой тесно переплетены). В узорах, особенно в такой росписи как гжель, встречаются имитации деревьев и цветов, что символизирует вечное обновление, жизнь и рост.

В разные цвета и их оттенки вкладывают символизм:

Красный зачастую ассоциируется с огнём, любовью и радостью;

Зеленый - цвет весны, плодородия и роста, обновления природы;

Желтый – жизненная сила, тепло, солнце и богатство;

Синий - душевную гармонию, небо и спокойствие;

Как подчёркивает исследователь Голубева, «выбор цветовой палитры играет большую роль, ведь именно через цвет передаётся настроение торжества и создаётся нужный эмоциональный фон для гостей» [15]. В традиционной культуре каждый цвет нёс чёткий смысл и часто был связан с определёнными обрядами. Например, в праздновании Масленицы или Пасхи особенно часто можно увидеть яркие и насыщенные краски, которые усиливают атмосферу радости, веселья и праздника.

Особое значение в оформлении имеют и традиционные художественные формы — народная роспись (гжель, хохлома, палех) и вышивка. Эти декоративные элементы встречаются не только в убранстве интерьеров, но и в праздничной одежде, посуде, предметах быта. Они придают событиям самобытность, подчёркивают культурные корни и создают ощущение подлинного народного праздника. Как пишет Семерицкая, «использование народной росписи в оформлении праздников помогает сохранить и передать культурное наследие» [73]. В традиционных росписях нередко встречаются мотивы, вдохновлённые природой: цветы, деревья, птицы. Эти образы несут в себе положительную

символику — жизненную силу, радость, гармонию с окружающим миром. Каждое направление народного искусства имеет свои особенности и цветовую палитру. Так, в гжели преобладают бело-синие оттенки, передающие ощущение чистоты, лёгкости и невинности. Хохлома напротив, славится красными и золотыми красками. Они ассоциируются с богатством и солнечной энергией. Вышивка имеет более личный характер и несет обережный смысл. Самый известный символ — дерево жизни. Оно представляет защиту дома, семейное благополучие и продолжение рода. Элементы чаще всего украшают не только одежду, но и элементы праздника — скатерти, салфетки и полотенца. Использование народного искусства в оформлении праздников помогает сделать композицию выразительной, усиливает смысловую глубину.

В русской культуре праздники всегда ассоциируются с домашним темпом и близостью к природе. В праздниках по такой тематике используются натуральные материалы — лён, воск, дерево, засушенную пшеницу. Также могут добавлять атрибуты сельской жизни — плетенные корзины, глиняные горшки и деревянные игрушки. Как отмечает исследователь Кузнецова, именно «атмосфера тепла и уюта, созданная с помощью натуральных материалов, является важной частью оформления традиционных русских праздников» [35]. Особое место в культуре занимает освещение, особенно в зимнее время года. Свечи, тёплые оттенки в оформлении всегда создают уют в холодные вечера. Использование природных материалов, таких как солома или лён, не только визуально усиливает деревенскую атмосферу, но и вызывает внутреннее чувство гармонии, погружая в атмосферу прошлого, где всё было просто, честно и по-домашнему тепло.

Во многих семейных торжествах, особенно связанных с календарными и религиозными праздниками — такими как Рождество, Масленица или Пасха, — важную роль играет обрядовая составляющая. Оформление таких мероприятий обычно включает особые символические элементы: свечи, иконы, хлеб, фрукты и злаки. Эти предметы не только украшают пространство, но и помогают создать

особую атмосферу, наполненную смыслом и связью с духовным и культурным наследием. Исследователь Лазарева подчёркивает, что «такие обрядовые детали всегда играли важную роль в укреплении духовных и семейных связей, становясь мостом между поколениями» [39]. Например, во время Пасхи принято украшать куличи и красить яйца — эти образы символизируют воскресение и обновление жизни. А в Масленицу на столе обязательно появляются блины — они ассоциируются с солнцем, пробуждением природы и приходом весны. Свечи — ещё один важный атрибут, особенно в рождественские и пасхальные дни. Их тёплое пламя символизирует свет, очищение и надежду. Они становятся не просто частью декора, а настоящим духовным акцентом, создающим особое настроение в доме. Такие детали оформления делают праздник не только красивым, но и наполненным внутренним содержанием, передающим уважение к традициям и культурной памяти.

В русской культуре празднование неотделимо от идеи гостеприимства и щедрости. Одним из главных символов этого является праздничный стол — богато украшенный, наполненный угощениями и заботой хозяев. Здесь всё продумано до мелочей: от скатерти с вышивкой до подачи любимых народных блюд. Хлеб, мёд, ягоды, пряники, пироги — всё это не просто еда, а знаки уважения к гостям и стремления создать тёплую, дружелюбную атмосферу. Как отмечает Рябцев, «изобилие угощений всегда было характерной чертой русского застолья, именно оно создавало ощущение настоящего праздника, радости и близости» [70]. Стол в русском доме — это не просто место приёма пищи, это пространство общения, объединения и душевного тепла. Немаловажно и то, как оформлен стол — традиционная посуда, хрусталь, резные деревянные блюда. Такой подход к оформлению и организации праздников не только радует глаз, но и помогает передать атмосферу душевности, которая всегда была важной частью славянской культуры.

Музыка и танцы всегда играли важную роль на праздниках, создавая веселую и радостную атмосферу, с песнями и плясками, игрой на инструментах и хороводами; оживляя событие и помогая поднять настроение. Как пишет Лазарева, «именно музыка и танцы создают ту самую атмосферу общего веселья и единения, особенно в такие дни, когда люди вместе поют, водят хороводы и просто радуются жизни» [39].

Танцы также имеют очень важное значение в русской культуре. Хоровод, например символизирует коллективную силу и круг жизни. Подобные элементы до сих пор вызывают отклик в душах людей, даже если праздник проходит в современной обстановке.

Сегодня, оформляя семейные торжества, можно смело использовать отсылки к этим традициям. Это может быть фоновая народная музыка, декоративные элементы в виде музыкальных инструментов, или приглашение фольклорного ансамбля. Всё это помогает создать тёплую атмосферу и наполнить праздник особым смыслом. «Такие детали становятся своеобразным мостом между прошлым и настоящим, соединяя поколения через общую культурную память» [59].

В русской праздничной культуре еда — это не просто угощение, а важный символ, наполненный глубоким смыслом. Почти каждое традиционное блюдо несёт в себе пожелание достатка, здоровья, счастья и семейного благополучия. Пироги с разнообразными начинками, блины, калачи, куличи и медовуха — всё это не просто угощения на столе, а часть ритуала, через который передаются добрые намерения и уважение к гостям.

«Пироги – символ домашнего уюта, а блины ассоциируются с солнцем и началом весны» [50]. Такие блюда являются частью праздничного настроения. Оформление играет не менее важную роль, чем вкус. Узоры на куличах на Пасху символизируют воскресенье господне.

В русской традиции праздничный стол это самый главный элемент торжества. Его оформление может быть простым, но и изысканным, подчеркивающие важность события. «Такой подход к оформлению стола не просто радует глаз, но и усиливает ощущение связи с культурным наследием. Он делает праздник не только вкусным, но и душевным, придавая каждому событию особую глубину и смысл» [45].

Привлечение детей к праздничному оформлению — это давняя традиция у славян. Через такие простые и радостные занятия, как украшение дома, создание поделок или наряжание ёлки, дети не только веселятся, но и учатся понимать, ценить и передавать семейные и народные традиции. Особенно заметно это на таких праздниках, как Рождество или Масленица. Такое участие не только развивает у ребёнка чувство вкуса и воображение, но и даёт ему возможность почувствовать себя частью чего-то важного и общего. Через совместные приготовления родители и дети лучше начинают понимать друг друга. Что может сделать праздник тёплым и душевным, а воспоминания — особенно дорогими. Бурдыко утверждает, «что вовлечение детей в процесс оформления праздника способствует не только сохранению традиций, но и развитию творческих способностей у детей, их способности работать в коллективе, а также укрепляет семейные связи» [8].

Применение традиционных декоративных элементов, таких как бумажные снежинки, игрушки ручной работы, изготавливаемые детьми, или создание новогодних венков, становится частью образовательного и развивающего процесса. Зацепина отмечает, «что участие детей в процессе подготовки праздников является важным моментом в воспитании патриотизма и уважения к истории своего народа» [21]. Таким образом, участие детей в процессе оформления, подготовке угощений, поздравлениях и традиционных играх, помогает сохранять и развивать культурные и семейные обычаи.

Эволюция оформления праздников: от традиции к современности развивается в историческом времени. Современные семейные праздники все чаще становятся слиянием традиционных элементов с современными тенденциями в дизайне и оформлении. Современные технологии и дизайнерские решения позволяют создавать уникальные декоративные элементы, которые сохраняют связь с русскими символами, но в то же время соответствуют современным стандартам красоты и удобства. Например, световые инсталляции, использующие изображения традиционных русских узоров и символов, таких как солнце или дерево жизни, создают новые визуальные акценты, при этом сохраняют связь с народным стилем [22]. В последние годы также стало популярным использование экологичных материалов, что перекликается с традициями использования натуральных материалов в оформлении, таких как дерево, лен, солома и глина. «Сегодняшние дизайнеры и декораторы всё чаще обращаются к традиционным материалам и мотивам, сочетая их с актуальными тенденциями» [32]. Такой подход позволяет не только сохранить связь с культурным наследием, но и сделать оформление праздников по-настоящему уникальным. Это не означает, что от старых традиций отказываются — напротив, они получают новое звучание в современных интерпретациях. К примеру, «элементы народного искусства — вышивка, роспись, резные деревянные фигурки — отлично смотрятся в тандеме с минималистичными украшениями, необычным освещением и стильной подачей декора» [56]. В результате получается особая атмосфера, в которой традиции живут и развиваются, органично вплетаясь в сегодняшнюю эстетику. Такое сочетание делает праздник не только красивым, но и наполненным смыслом — он становится мостом между прошлым и настоящим.

Украшая семейные праздники, мы не просто создаём красивую атмосферу — а сохраняем живую связь с историей и культурой нашего народа. Такие оформления помогают передавать важные ценности из поколения в поколение, делая каждый праздник особенным и наполненным смыслом. Важно, чтобы при

создании фирменного стиля для мероприятий, как в рамках частных праздников, так и массовых мероприятий, учитывались нюансы национальной символики, оформления, обрядов и семейных традиций.

«Такой подход позволяет не только создать атмосферу праздника, но и сохранить связь с культурным наследием, что особенно важно в условиях глобализации и влияния зарубежных культур» [75].

1.2 Визуальные формы презентации семейных ценностей праздничных торжеств

Тема семейных ценностей и визуальной культуры опирается на идеи Кудрявцева: «Символические формы служат способом выражения глубинных структур культуры и идентичности» [34]. Визуальные формы передачи информации занимают центральное место в культуре и коммуникации. В контексте семейных ценностей бытовые торжества играют важную роль в укреплении внутрисемейных связей, социальной идентификации и сохранении культурного наследия. Через визуальные образы, традиционные элементы декора, фотографию и видео можно проследить, как семейные ценности интерпретируются и трансформируются в современной культуре.

История визуального выражения семейных ценностей восходит к эпохе зарождения обрядов и ритуалов. Издавна в традиционных обществах декорации и символы были наполнены глубоким смыслом. Например, вышивка на свадебных нарядах у славян могла содержать обереги, передающие пожелания благополучия и плодородия. Со временем развитие технологий и изменением образа жизни – менялись и эстетические предпочтения визуального оформления семейных торжеств. В XIX веке центром внимания была фотография как новое средство сохранения памяти. В XXI веке цифровые технологии позволяют создавать сложные мультимедийные презентации, подчёркивающие уникальность каждого мероприятия.

На сегодняшний день презентацию можно составить из:

Фотографии. Она занимает ключевую роль в фиксации семейных торжеств. Её визуальные элементы, такие как композиция, свет и цвет, могут передавать глубокие эмоциональные связи между членами семьи. Например, групповые фото с родителями, друзьями, бабушками и дедушками, племянниками на свадьбах символизируют единство и преемственность поколений). (Современные тенденции включают использование дронов для создания уникальных

перспектив, а также моментальные снимки, которые сразу распечатываются и становятся частью декора праздника.

Подчёркивая роль фотографии Иванова утверждает: «Фотографические образы становятся средством не только фиксации памяти, но и создания семейного мифа» [26].

Декор и интерьеры. Оформление пространства является важным аспектом визуальной презентации на семейных праздниках. Использование традиционных узоров, цвета и материалов может отражать культурные и этнические особенности семьи. Например, в восточных культурах (Китай, Япония и др.) «красный цвет часто ассоциируется с счастьем и процветанием». В последние годы становится популярным сочетание традиционных элементов с современным минимализмом, что позволяет создавать уникальные и креативные решения для оформления).

Видео. Видеозаписи семейных мероприятий, такие как свадьбы, юбилеи или дни рождения, предоставляют возможность не просто зафиксировать события как фотография, а передать динамику торжества. Монтаж видео с добавлением музыки и текстовых вставок может дать акцент ярким моментам и поделить праздник на определенные этапы.

Цифровые презентации и соцсети. С развитием интернета люди делятся проведением праздничных мероприятий через различные соцсети. Чаще делятся архивами с праздников – где каждый участник может найти себя на фотографиях и сохранить на долгую память.

Любая деталь в оформлении имеет определённый смысл:

Цветы: Олицетворяют жизненную силу, гармонию и красоту. Розы воспринимаются как знак привязанности и любви, а белые лилии как символ чистоты.

Семейные реликвии: Передача через поколения предметов, таких как украшения или посуда, усиливает чувство принадлежности. Например, семейные

обручальные кольца могут стать символом преемственности и уважения к предкам.

Традиционные блюда: Их оформление и подача также являются частью визуальной культуры семейных праздников. Например, праздничные столы в разных культурах могут включать как символические блюда, так и элементы декора, отражающие тематику торжества.

Традиционные формы праздников имеют национальные и культурные различия. Визуальные формы презентации семейных ценностей различаются в зависимости от культуры. Говоря о культурных различиях, Савицкий отмечает, что «в каждой культуре визуальные коды передают уникальные ценности, будь то минимализм Японии или барокко индийских свадеб» [71]. В западной культуре популярны фотозоны с тематическими декорациями, которые подчёркивают индивидуальность каждого мероприятия. Это показывает, что визуальная сторона оформления очень важна для передачи культурных кодов.

Сегодня технологии всё больше влияют на то, как мы переживаем и оформляем семейные праздники. Они помогают объединить традиции и современные идеи, давая по-новому выразить семейные ценности. С помощью 3Д-печати можно сделать сувениры, которые будут отражать элементы праздника, а дополненная реальность позволит «оживить» фотокниги. Достаточно будет навести камеру телефона, чтобы фотографии начали двигаться. Иногда используют голограммы, они помогают сделать праздник еще ярче и запоминающимся.

Визуальное оформление – это не только декор, но и способ выразить важные вещи:

Принадлежность: Через оформление человек чувствует себя частью семьи и общества. Создание коллажей, украшение дома семьёй сближает родных и усиливает ощущение единства.

Передача традиций: Образы и символы помогают сохранять память о прошлом. Многие русские семьи собирают цифровые архивы с фотографиями, историями и видео. Это не просто воспоминания, а настоящая летопись семьи.

Эмоциональная поддержка: Старые фото и видео вызывают тёплые воспоминания и чувства, помогают справиться с болью и вдохновляют на создание новых семейных традиций.

С годами подходы к оформлению праздников менялись. Раньше для украшения праздников использовали самодельные предметы – гирлянды, плакаты, шары. Сегодня же в ход идут современные технологии. Это могут быть как интерактивные альбомы, так и дополненные реальности. Это не только отражает технический прогресс, но и отражает связь с прошлым. Новые технологии объединяют поколения и делают это быстрее и доступнее, чем это было раньше.

«Technology is best when it brings people together». [1]

ГЛАВА 2. СТИЛЕВЫЕ ИСТОЧНИКИ И МЕНТАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ БРЕНДА

2.1 Фирменный стиль праздника как отражение национальных особенностей русского рождества

Фирменный стиль праздника в России – это не просто оформление, а способ передать настроение, атмосферу и смысл самого события. Он помогает сделать праздник запоминающимся и особенным, подчеркнуть его идею и характер.

За последние десятилетия подход к оформлению праздников значительно изменился. Если раньше акцент делался на народные традиции, то сейчас всё чаще встречаются элементы западной культуры. Эти влияния постепенно переплетаются, образуя уникальный стиль, где старинные символы и современные решения существуют рядом.

Оформление праздника зависит от его темы, объёма, задач и бюджета. При этом стиль и формат торжества всегда стараются подстроить под желания заказчика.

В этой главе будут рассматриваться два типа основных праздников:

Национально-культурные, основанные на традиционной жизни, включенные в праздничный календарь;

Семейно-бытовые, в которых особое значение придаётся частные традиции, ценности и близкие отношения.

Эти два типа праздников имеют разные цели и задачи, следовательно разные стили оформления.

Оформление государственных праздников отличается символизмом, основываясь на истории страны и культурном коде. «Традиционная символика праздников служит инструментом для сохранения исторической памяти и национальной идентичности» [62].

Новогодние каникулы (1–6, 8 января) наполняют улицы и дома яркими огнями, гирляндами и наряженными ёлками. Главными цветами оформления становятся красный, зелёный, золотой и серебристый, символизируя тепло, богатство и волшебство. В интерьерах используются свечи, искусственный снег, мишура и фигурки Деда Мороза и Снегурочки. Основной символикой праздника является ёлка, которая олицетворяет жизнь, а также встреча нового года как символа обновления и надежды. Пространство преобразуется в настоящую зимнюю сказку, а новогодняя иллюминация создаёт атмосферу праздника и радости. По словам историка Радченко, «современные новогодние традиции во многом наследуют дореволюционные обычаи, адаптированные к новым культурным реалиям» [64].

Рождество Христово (7 января) оформляется в более сдержанных и благородных тонах: белом, золотом и пастельных оттенках. Основные элементы включают рождественские венки, свечи, иконы, изображения ангелов и звезды Вифлеема. Главным символом праздника является Вифлеемская звезда, олицетворяющая рождение Христа и путь к свету и истине. Столы украшают традиционные блюда, такие как кутья и узвар, а в домах создаются уютные и тёплые композиции с еловыми ветвями, символизирующими вечную жизнь. «Рождественские традиции продолжают играть важную роль в культурном самосознании русского народа, связывая прошлое и настоящее» [33].

День защитника Отечества (23 февраля) оформляется в оттенках зелёного, хаки, синего и красного цветов. Символами праздника становятся звёзды, ордена, флаги и георгиевские ленточки, подчёркивающие военную тематику. В этот день особое значение имеет красная звезда – символ смелости, отваги и воинской славы. Часто можно увидеть праздничные плакаты и открытки с патриотическими надписями, картинки военной техники. «Дизайн и символика 23 февраля эволюционируют, однако остаётся неизменной идея уважения к защитникам Родины» [44].

Международный женский день (8 марта) традиционно украшается в нежных оттенках розового, сиреневого, жёлтого и зелёного цветов. В этот праздник всё украшают цветами, воздушными шарами и открытками. Поскольку он связан с весной и женской красотой, декор обычно лёгкий и нежный. Особенно популярна мимоза — она символизирует тепло, заботу и внимание к женскому полу. Как подчеркивает Лазарева, «современное оформление 8 марта балансирует между традицией и новыми тенденциями, отражая изменяющуюся роль женщины в обществе» [40].

День Победы (9 мая) оформляется в торжественных чёрно-оранжевых (цвета георгиевской ленты), красных и золотых тонах. Важными элементами декора являются георгиевские ленточки, красные гвоздики, плакаты с историческими фотографиями, изображения Вечного огня и военной техники. Одним из главных символов праздника является Вечный огонь, олицетворяющий память, героизм и бессмертие подвига советских солдат. В городах развешивают праздничные баннеры, а вечером проводятся салюты в честь победителей. Историк Михайлова подчёркивает: «Визуальный язык Дня Победы основан на коллективной памяти и исторической преемственности» [46].

Корпоративные мероприятия требуют особого подхода к оформлению. Здесь стиль всегда связан с имиджем компании и зачастую включает в себя элементы корпоративной символики — логотипы, фирменные цвета и шрифты. При этом оформление не должно нарушать корпоративной идентичности, сохраняя вектор на строгую элегантность или креативность в зависимости от цели мероприятия. Для корпоративных торжеств, таких как юбилеи компании или праздники для сотрудников, также важную роль играет выбор темы. Например, оформление корпоративного мероприятия в стиле ретро будет включать элементы прошлого века — винтажную мебель, старинные украшения и декор.

Наряду с национальными праздниками, неотъемлемую часть праздников составляют бытовые торжества.

Такой праздник как рождение ребенка всегда ассоциируется с атмосферой тепла, нежности и семейного счастья. Чаще всего в украшении этого праздника используют пастельную цветовую гамму: молочный, персиковый, мятный, лавандовый, а также акцентные золотой и серебряный. Графические элементы включают облака, звёзды, аистов, воздушные шары и акварельные текстуры. В оформлении преобладают лёгкие рукописные и округлые шрифты. Логотип может содержать инициалы ребёнка, дату рождения или символику аиста. Полиграфия включает пригласительные в виде открыток или свитков, карточки гостей и фотозону с баннером. Сувениры — мешочки с конфетами, деревянные брелоки или ароматные свечи. Декор создают воздушные шары, цветочные композиции, лёгкие ткани и гирлянды с лампочками, создавая нежную, праздничную атмосферу.

Крестины — это особенный праздник, наполненный светом, чистотой и духовной значимостью. Основная идея фирменного стиля заключается в создании атмосферы благодати, мира и торжественности. Символизм праздника связан с крещением, обновлением души, защитой ангела-хранителя и семейным единством. Цветовая палитра включает базовые оттенки белого, кремового, молочного и слоновой кости, которые символизируют чистоту и обновление, а дополнительные небесно-голубой, светло-серый, пудрово-розовый и лаванда добавляют мягкости и утончённости. Акцентные цвета — золото, серебро и жемчужный — придают оформлению благородство и торжественность. Графические элементы включают ангельские крылья, голубей, звёзды, кресты различных форм, свечи, капли воды и тонкие растительные узоры, такие как оливковые ветви и лавр, которые используются в декоре, полиграфии и сувенирах. В оформлении применяются элегантные рукописные и классические тонкие шрифты, создающие утончённый стиль. Логотип может включать инициалы ребёнка, дату крещения, монограмму имени или символ креста, обрамлённый растительным орнаментом. Полиграфия праздника включает изысканные

пригласительные в виде открыток, свитков или карточек с золотым тиснением, персонализированные карточки гостей, благодарственные открытки с молитвенными пожеланиями и фотозону с баннером, украшенным именем ребёнка и символикой праздника. В качестве сувениров можно использовать церковные свечи с гравировкой, мини-иконы, крестики, ароматные мешочки с лавандой или благовониями, а также флакончики с освящённой водой, оформленные лентами. Декор мероприятия создаётся с помощью воздушных тканей, таких как шифон, органза и тюль, композиций из белых цветов, среди которых лилии, розы и гипсофила, свечей, фонариков и гирлянд из лампочек или бумажных голубей. Также можно использовать деревянные и позолоченные элементы, подчёркивающие торжественность события.

День рождения – будь то для ребенка или взрослого, всегда хочется сделать особенным. Для детского праздника обычно выбирают яркие цвета, украшения с героями мультиков, много шаров, гирлянд и других деталей. Чтобы было по-настоящему празднично и волшебным.

А вот взрослые дни рождения, особенно юбилеи, чаще оформляют в более спокойном и элегантном стиле. Например, с нотками ретро, винтажными акцентами или минимализме – так праздник выглядит стильно и уютно.

Свадьба в России — это всегда яркий и душевный праздник. В оформлении чаще всего используют белый цвет – он означает чистоту и начало новой жизни. А золотые и серебряные детали добавляют торжественности и как бы «приманивают» в семейную жизнь благополучие. В то же время всё чаще молодожёны отходят от классики в пользу необычных решений — например, выбирают тематические свадьбы с определённой цветовой гаммой и стилистикой, что позволяет сделать праздник по-настоящему личным и запоминающимся. Одним из последних трендов является использование экологических материалов, таких как натуральное дерево и органические ткани, что позволяет создавать

стиль «рустик», который особенно популярен на свадебных торжествах, ориентированных на природную тематику.

Концепция праздника юбилей связана с важной вехой в жизни человека, подчёркивая его достижения, характер и стиль. Цветовая палитра подбирается в зависимости от возраста и предпочтений именинника: классические оттенки белого, кремового, золотого, серебряного, глубокого синего, бордового и изумрудного создают ощущение роскоши, современные тона пудрового розового, серого, пастельного голубого, графитового и шампань добавляют свежести, а тематические цвета подбираются в зависимости от концепции (ретро, винтаж, арт-деко, минимализм и другие). Графические элементы включают благородные узоры, монограммы, винтажные орнаменты, цветочные композиции, листья эвкалипта, символику времени в виде часов или песочных часов, римские цифры, геометрические узоры, а также акварельные текстуры, металлические эффекты и мраморные фоны. В оформлении используются элегантные каллиграфические шрифты с изящными завитками в сочетании со строгими, лаконичными шрифтами без засечек для визуального баланса. Логотип юбилея может содержать инициалы именинника, дату рождения, возраст или уникальный символ, отражающий его личность, а также монограмму или герб в классическом стиле. Полиграфия праздника включает стильные пригласительные, оформленные в виде свитков, открыток с золотым тиснением или декоративных карт, персонализированные карточки рассадки гостей, меню в едином стиле и фотозону с баннером, украшенным именем юбиляра, его возрастом и декоративными элементами. В качестве подарков и сувениров для гостей можно использовать персонализированные шоколадки в фирменной обёртке, свечи, памятные медали или брелоки, бутылки вина или шампанского с индивидуальной этикеткой, мини-книжки с фотографиями и пожеланиями гостей, коробочки с десертами или чаем, оформленные в тематике юбилея. Декор мероприятия включает благородные ткани, такие как велюр, бархат и сатин, для оформления пространства, роскошные

цветочные композиции, свечи, подсвечники, гирлянды из лампочек, неоновые надписи, металлические и стеклянные элементы, добавляющие утончённости, а также фотозону с воздушными шарами, цветами или винтажными рамами. Вся концепция фирменного стиля юбилея направлена на создание атмосферы праздника, подчёркивающей значимость события, индивидуальность именинника и его жизненные достижения, делая этот день незабываемым как для юбиляра, так и для его гостей.

Такой праздник как похороны, чаще всего передаёт атмосферу умиротворения, сдержанной элегантности и глубокой скорби, помогая создать достойное прощание с усопшим. Концепция оформления базируется на минимализме, строгости и благородстве, исключая излишнюю пышность, но уделяя внимание деталям, которые подчёркивают уважение к памяти человека. Цветовая палитра формируется исходя из традиций, предпочтений семьи и культурных особенностей, включая классические оттенки чёрного, графитового, антрацитового и угольного, а также дополнительные тона белого, кремового, глубокого бордового, тёмно-синего и коричневого, с возможными акцентами в виде серебра, золота в умеренных количествах и приглушённого зелёного, символизирующего вечность. Белый и кремовый передают светлый переход души, чёрный и серый подчёркивают строгость момента, а бордовый и тёмно-синий придают нотки аристократичности и благородства. Графические элементы включают символику памяти, такую как ангелы, свечи, кресты (в зависимости от религии), стилизованные цветочные мотивы (роза, лилия, хризантема), а также природные элементы в виде силуэтов деревьев, тонких ветвей и облаков, дополненные классическими орнаментами, строгими линиями, гравированными узорами и старинными мотивами. В оформлении могут использоваться каллиграфические инициалы усопшего, даты жизни, акварельные текстуры или тонкие линии, создающие атмосферу легкости и покоя. Шрифтовое оформление включает элегантные антиквы с засечками или рукописные каллиграфические

стили в качестве основного шрифта, а также строгие и лаконичные дополнительные шрифты без засечек, обеспечивающие читаемость и эстетичность. Логотип, если таковой предполагается, может включать инициалы усопшего, даты его жизни, тонкие орнаменты или изображения свечи, клена, ангела в минималистичном исполнении. Полиграфия мероприятия включает пригласительные на церемонию прощания в строгом стиле с простым дизайном, программы церемонии в виде небольших буклетов с указанием порядка проведения, памятные карточки с молитвой, стихотворением или словами благодарности от семьи, а также мемориальный уголок или фотозону с фотографией усопшего, датами жизни и памятной надписью. В качестве памятных сувениров и подарков для гостей можно использовать свечи памяти с гравировкой или элегантной упаковкой, иконы или молитвенные книги, если похороны проходят в религиозной традиции, небольшие букеты сухоцветов или лаванды, символизирующие вечную память, а также карточки с цитатами, стихами или словами благодарности. Декор мероприятия включает цветочные композиции из роз, лилий, хризантем, лавра и эвкалипта, свечи в минималистичных подсвечниках, создающих атмосферу покоя, текстиль в сдержанных тонах, таких как тёмные или нейтральные атласные драпировки, деревянные и металлические элементы для благородного оформления, а также символические детали в виде лент, памятных фотографий и книги воспоминаний. Оформление похорон – это про то, чтобы с теплотой и уважением проводить человека в последний путь. Здесь важны тишина, спокойствие и светлая память – всё, что помогает близким почувствовать поддержку и вспомнить лучшие моменты жизни усопшего.

При создании праздничного оформления в России важно помнить: у всех людей разные вкусы. Многие выбирают классику – она всегда выглядит благородно и стильно. Здесь используют дорогие ткани вроде бархата и шелка, добавляют изящные золотые и серебряные детали. Особенно красиво это

смотрится на свадьбах: нежные белые и кремовые оттенки создают ощущение чистоты, а золотые акценты делают праздник по-настоящему роскошным и важным.

Рустик – это когда праздник выглядит так, будто придумала его сама природа. Главные герои здесь – грубоватое дерево, льняные ткани, свежие цветы и зелень. Получается очень душевно и по-домашнему уютно. Именно поэтому рустик так популярен при оформлении свадеб и семейных торжеств на свежем воздухе. Он словно создан для дач, загородных клубов и лесных полян: деревянные столы, плетёные корзины, свечи в банках и гирлянды из полевых цветов помогают создать тёплую, душевную атмосферу, в которой каждый гость чувствует себя как дома.

Современные стили, такие как модерн и минимализм, всё чаще выбирают для оформления свадеб и деловых мероприятий. Они подходят тем, кто ценит сдержанную эстетику и хочет создать торжество без излишней помпезности. Простые формы, чёткие линии, спокойные цвета — всё это помогает оформить пространство элегантно и со вкусом. Такой стиль создаёт ощущение лёгкости и порядка, не перегружая внимание деталями. В корпоративной среде он особенно уместен, ведь помогает подчеркнуть деловую атмосферу, при этом сохраняя ощущение уюта и продуманности.

Оформление праздников в русском стиле занимает особое место в культурной традиции России. В нём находят отражение элементы народного творчества — от резных деревянных украшений до росписи в стиле гжель и хохлома. Такие детали особенно часто используются во время праздников с национальным колоритом, например на Масленицу или Новый год. Также этот стиль популярен при проведении свадеб, где оформление с отсылками к русскому народному искусству подчёркивает атмосферу тепла, изобилия и искреннего гостеприимства.

Ретро-стиль остаётся востребованным при оформлении различных торжеств — особенно свадеб, юбилеев и тематических вечеринок. Часто выбирается определённая эпоха, например, изысканные 1920-е с их характерным арт-деко, или атмосфера советского времени с винтажной мебелью, граммофонами и другими узнаваемыми деталями прошлого. Такой подход помогает создать особое настроение и перенести гостей в другую эпоху.

2.2 Стилиевые традиции народных промыслов в создании бренда компании «Восторг Дизайн».

Народные художественные промыслы представляют собой неотъемлемую часть российского культурного наследия. Их образно-символические системы формировались в течение веков и воспринимаются в мире зарубежных ценностей идеологии, эстетики выразительных средств и символики традиционного здания. В современных условиях стилистические признаки народных художественных промыслов могут рассматриваться как источник визуального источника дизайн и брендинг.

Народные художественные промыслы играют важную роль в формировании культурной идентичности России и воплощают достижения многовекового стиля жизни. Как правильно заметил Островский, «народный промысел не только декоративный, но и содержательный, символический слой орнамента» [52].

Тем не менее, при создании визуальной идентичности современного бренда необходимо учитывать изменения в визуальных кодах восприятия, происходящие в контексте цифровой культуры. Современный графический язык ориентирован на универсальность, лаконичность, адаптивность и функциональность. В этой связи использование стилистики народных промыслов возможно, в основном, в адаптированном виде. Как справедливо отмечает Смирнова, «традиционные формы и элементы в дизайне актуализируются не через прямое воспроизведение, а через их смысловую трансформацию и стилизацию, соответствующую духу времени» [77].

В процессе разработки бренда компании «Восторг Дизайн» особенности народных промыслов рассматриваются не как точная основа визуальной системы, а как источник культурного вдохновения, который позволяет создать аутентичную, но в то же время современную графическую идентичность. Такой

подход позволяет сохранить преемственность с национальной традицией, при этом соответствуя задачам и требованиям актуальной визуальной коммуникации.

Гжельская роспись славится своей уникальной сине-белой палитрой, плавными линиями и стилизованными мотивами цветов и птиц. В современном дизайне эти черты могут быть адаптированы следующим образом: использование ограниченной цветовой гаммы с акцентом на контраст синего и белого; создание абстрактных мазков, которые подойдут для логотипов, узоров или навигационных графиков; минималистичная стилизация цветочных форм. По мнению Тащёва, «элементы традиционной росписи могут быть трансформированы в современную графику через ритм и пластическую стилизацию, сохраняя культурный код» [79].

Хохломская роспись выделяется своими динамичными криволинейными орнаментами, а также ягодными и растительными узорами, и характерной цветовой схемой, в которой преобладают красный, черный и золотой цвета. Возможные способы ее интеграции в дизайн включают: стилизацию орнаментов в абстрактные графические элементы; использование цветовой схемы как эмоционального символа для бренда; создание упрощенных узоров, которые могут быть использованы в фирменной айдентике или упаковке. «Хохлома — не только декоративная традиция, но и источник визуальной экспрессии, которую можно адаптировать под новые носители» [68].

Палехская лаковая миниатюра обычно вызывает образы чёрного фона, вытянутых фигур, детальной проработки и насыщенных сюжетов. В современном дизайне её элементы могут быть представлены в таких формах, как: силуэтные композиции на контрастном фоне, декоративные сюжеты для цифровых платформ и использование золотых акцентов или их стилизованных вариантов. «Палех задаёт примеры композиционной изысканности, которую можно переосмыслить в векторной графике и цифровых медиа» [55].

Как отмечает Ндиви, «традиционные формы и элементы в дизайне становятся актуальными не благодаря простому копированию, а через их

смысловую адаптацию и стилизацию, что соответствует современным тенденциям» [48]. В этом аспекте элементы народного искусства служат вторичным, но значимым слоем визуальной идентичности — они не представляют собой основополагающий элемент, а выступают в роли культурной отсылки, которая помогает создать аутентичную и в то же время современную коммуникацию для бренда.

Такой подход даёт возможность сохранить национальное визуальное наследие бренда, при этом не утрачивая своей актуальности и универсальности для широкой аудитории.

ГЛАВА 3. ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.

3.1. Анализ конкурентной среды и целевой аудитории.

Дизайн праздника как направление становится всё более востребованным в индустрии услуг. Компании стремятся выделиться за счёт уникальной визуальной айдентики, подхода к клиенту и стиля подачи услуг. В условиях высокой конкуренции важную роль играет логотип как отражение философии бренда. Как подчёркивает Иванова, «визуальный брендинг выступает не только средством идентификации, но и способом передачи ценностей и характера компании» [23].

Event Pro (см. приложение А.1). Специализация — организация и оформление праздников, выездных мероприятий; особенности — комплексный подход, логистика, техническое сопровождение; целевая аудитория — корпоративные клиенты, организаторы деловых и официальных мероприятий, молодожёны. Логотип выполнен в сдержанной и современной стилистике, с акцентом на читаемость. Цветовая палитра в холодных оттенках подчёркивает надёжность и уверенность. По мнению Петровой, «минимализм в логотипах способствует восприятию бренда как интеллектуального и уравновешенного» [57].

Мир Праздников (см. приложение А.2). Специализация — организация семейных праздников, аренда залов, оформление; особенности — разнообразные сценарии, шоу-программы; целевая аудитория — семьи с детьми, молодые родители, компании, желающие провести неформальные вечеринки. Логотип яркий, насыщенный, с элементами веселья. Это создаёт доверие и эмоциональную близость. Как отмечает Кузнецова, «визуальный стиль с элементами анимации и яркой палитрой способствует установлению мгновенного эмоционального контакта с аудиторией, усиливая вовлечённость и запоминаемость контента» [35].

Первое EVENT Агентство (см. приложение А.3). Специализация — организация свадеб, корпоративов, детских мероприятий; особенности — акцент

на индивидуальность и сценарное решение; целевая аудитория — молодёжь, бизнес-клиенты среднего и премиального сегмента. Логотип сдержанный, с лёгкими графическими акцентами, подчёркивает деликатность и креативность. Смирнова подчёркивает, что «чистая типографика и белое пространство в логотипе формируют образ бренда, ориентированного на культурную аудиторию, подчёркивая его элегантность и интеллектуальность» [76].

Эйфория (см. приложение А.4). Специализация — детские и семейные праздники, анимация, шоу; особенности — активные аниматоры, интерактивность; целевая аудитория — родители с детьми от 3 до 12 лет, детские учреждения. Логотип яркий и динамичный, с множеством элементов, вызывающих чувство радости и праздника. Серегина отмечает, что «детский сегмент требует визуальной избыточности и эмоциональной доступности, что обеспечивает простоту восприятия и удержание внимания маленькой аудитории» [74].

Праздник-Волгоград (см. приложение А.5). Специализация — организация мероприятий под ключ, свадеб и банкетов; особенности — внимание к деталям, стилистическая цельность оформления; целевая аудитория — клиенты среднего возраста, склонные к традициям, организаторы больших семейных торжеств. Логотип выполнен в классическом стиле с элементами декоративного шрифта. Овруцкий указывает, что «классические логотипы в сегменте услуг подчёркивают консервативность и профессионализм, используя традиционные формы и цветовые решения, которые вызывают доверие у целевой аудитории» [49].

Перцы (см. приложение А.6). Специализация — креативные свадьбы, корпоративные вечеринки, масштабные шоу; особенности — нестандартные подходы, работа с артистами; целевая аудитория — молодые заказчики, бренды и стартапы, ищущие ярких решений. Логотип основан на образе острого перца — символе энергии, дерзости и креатива. Козлова подчёркивает, что «визуальный юмор и дерзость являются эффективным инструментом для захвата внимания

молодой аудитории, способствуя повышению вовлечённости и запоминаемости рекламных сообщений» [30].

СуперВесело (см. приложение А.7). Специализация — детские праздники, Новый год, ростовые куклы; особенности — зрелищные программы, доступные пакеты услуг; целевая аудитория — родители с ограниченным бюджетом, дошкольные учреждения. Логотип мультяшный и игривый, с акцентом на дружелюбие и простоту. Иванова отмечает, что «яркие и наивные формы обеспечивают доверие в семейном сегменте, создавая атмосферу уюта и безопасности, что способствует положительному восприятию бренда [25].

МегаПраздник (см. приложение А.8). Специализация — мероприятия под ключ, VIP-обслуживание; особенности — оформление, координация, премиум-сервис; целевая аудитория — состоятельные клиенты, крупные компании, требующие эксклюзивного подхода. Логотип выполнен в премиальном стиле: строгая геометрия, золотые и чёрные оттенки. Петрова отмечает, что «Ограниченная палитра в сочетании с геометрией логотипа усиливает ощущение роскоши и эксклюзивности, создавая лаконичный и запоминающийся образ бренда» [58].

NeboDecor (см. приложение А.9). Специализация — визуальное оформление, флористика, аренда декора; особенности — изысканность, акцент на композиции, эстетический подход; целевая аудитория — молодые пары, креативные клиенты, event-агентства, ориентирующиеся на визуальный стиль. Логотип выполнен в утончённой и минималистичной манере, с горизонтальной чертой между частями названия. Использование слогана “Design. Decor. Flowers.” усиливает идентичность бренда. Ковалев подчёркивает, что «Графическая строгость и отсутствие декоративности в логотипах создают ощущение визуальной честности и профессионализма, что способствует формированию доверия у потребителей» [29].

Enter Studio (см. приложение А.10). Специализируется на захватывающих цифровых впечатлениях (VR/AR, интерактивные инсталляции), предлагает передовые технологические решения для брендинга и развлечений, фокусируется на инновациях и футуристическом дизайне; целевая аудитория - молодые специалисты, энтузиасты технологий и творческие отрасли (например, стартапы, цифровые агентства); логотип элегантный, современный дизайн с минималистской геометрической формой (например, стилизованная буква «Е» или дверной проем) с градиентной или смелой цветовой схемой (например, темно-синий и неоновозеленый).

Yusupova Decor (см. приложение А.11). Специализируется на индивидуальном декоре для дома, мебели и услугам по дизайну интерьера ручной работы. Сочетает традиционное мастерство с современной эстетикой. Нацелена на эксклюзивные, высокобюджетные проекты с упором на элегантность; целевая аудитория - покупатели элитного жилья, дизайнеры интерьеров и элитная клиентура; логотип представляет собой сложный шрифт, передающий роскошь и утонченность, монохромные оттенки придают ему вневременную эстетику высокого класса.

Flower Vibes Decor (см. приложение А.12). Специализируется на цветочных композициях, устойчивом декоре для мероприятий и домашнем стиле, использует сухоцветы, многоразовые материалы и дизайны, вдохновленные природой; целевая аудитория - домовладельцы в стиле бохо-шик, организаторы мероприятий и любители эко-декора; причудливый логотип состоит из надписи "FLOWER VIBES", оформленной в современном минималистичном стиле, простой, геометрический, без засечек, все буквы заглавные, две буквы "W" и "V" выполнены в розовом и фиолетовом оттенках с прозрачным эффектом и тонкой белой обводкой, что придаёт им неоновый, почти 3D-эффект.

3.2 Проектирование визуальной идентичности компании.

В рамках данной дипломной работы проводится комплексная разработка фирменного стиля для компании «Восторг Дизайн», которая специализируется на профессиональном оформлении праздничных мероприятий самого разного масштаба и формата. Компания более двадцати лет работает в сфере оформления и организации мероприятий. Она оказывает полный спектр услуг по созданию праздников – от свадеб, юбилеев и крестин, до городских мероприятий. Особенно на такие большие и важные городские праздники как 23 февраля, 8 марта, день народного единства и д.р. Клиенты ценят компанию за индивидуальный подход и продумывание мелочей.

За многолетний опыт компания создала себе репутацию профессионалов и собрала множество постоянных клиентов. Но рынок не стоит на месте – каждый год, если не месяц появляются новые стили и тренды. Конкуренция растет. Поэтому для компании сейчас важно обновить свой фирменный стиль, так как это поможет ей остаться узнаваемыми на рынке, подчеркивая творческий подход, профессионализм и высокое качество работы.

Компания «Восторг Дизайн» хочет соответствовать современным трендам, но при этом опираясь на национальные традиции.

Новый стиль должен помочь компании «Восторг Дизайн» стать заметнее среди других, выгодно отличаться от конкурентов и лучше находить общий язык с клиентами. Планируемые визуальные изменения будут сочетать актуальные дизайнерские решения — простоту форм, чёткие линии и минимализм, с сохранением узнаваемых элементов фирменного стиля. Рассчитывая, что благодаря этим изменениям стиля повысится заинтересованность и узнаваемость бренда. В итоге обновление внешнего образа компании станет не просто сменой оформления, а продуманным шагом, направленным на укрепление позиций «Восторг Дизайн» на рынке и адаптацию к меняющимся запросам аудитории.

В рамках проектирования визуальной идентичности компании «Восторг Дизайн» создается единый, целостный и гармоничный образ, который максимально полно отражает ключевые качества бренда — профессионализм, творческий подход и эмоциональную составляющую праздничного оформления. Новый фирменный стиль призван передавать атмосферу радости, торжества и восторга, которые неизменно сопровождают каждое мероприятие, организуемое компанией, при этом акцентируя внимание на надежности и высоком качестве предоставляемых услуг. Важнейшими элементами визуальной идентичности станут логотип, цветовая палитра, типографика и графические мотивы, которые будут разрабатываться с учетом специфики деятельности «Восторг Дизайн» и предпочтений целевой аудитории. При этом учитывается как частный сегмент клиентов, для которых важна индивидуальность и эмоциональная насыщенность оформления, так и организаторы масштабных городских мероприятий, требующих ярких и запоминающихся решений.

Создание нового стиля для компании – серьезная работа. Сначала необходимо изучить, чем занимаются конкуренты и какие интересные решения они используют. Далее необходимо отрисовать несколько вариантов логотипа и выбрать лучший. И после доработать его. Очень важно чтобы новый стиль работал во всех сферах – на документах, рекламе и даже одежде. Так можно создать образ, который запомнится и будет передавать ценности компании.

Чтобы стиль оставался единым во всём, нужно подготовить брендбук-инструкцию по правильному использованию логотипа, цветов и шрифтов. Это поможет клиентам сразу узнавать компанию в любом месте – будь то визитка или соцсети. Такой подход не только выделит их среди других, но и сделает образ компании цельным и надежным.

В ходе первоначального брифинга с заказчиком было принято решение включить в фирменный стиль компании «Восторг Дизайн» такие графические элементы, как арки, ленты и цветы. Эти визуальные символы были выбраны не

случайно — они олицетворяют торжественность, праздничное настроение и изящество, что идеально соответствует основному направлению деятельности компании, ориентированной на оформление свадеб, юбилеев и других значимых событий. Такой выбор элементов помогает создать эмоциональную связь с аудиторией, передавая атмосферу праздника и элегантности. Что касается стиля фирменного знака, то рассматривались два варианта: первый — элегантный, сдержанный и престижный, подчеркивающий статус и профессионализм компании; второй — минималистичный, с акцентом на утончённые детали, что отражает современный тренд и стремление к лаконичности в дизайне. В ходе разработки было принято решение отдать предпочтение образу спирально закрученной ленты, дополненной элементами, символизирующими конфетти. Получился живой и праздничный логотип — лента и хлопушка слились в одном ярком движении. Он выглядит как настоящий восторг и радость. Именно так и должно быть — ведь создавать праздник — это самая главная страсть этой компании (см. приложение Б.1).

Для компании был выбран красивый и удобочитаемый шрифт — элегантный, но без вычурности. Такой, чтобы текст легко воспринимался и в рекламной листовке, и на экране смартфона. Четкий, стильный и универсальный — как и сама компания (см. приложение Б.2).

Изначально была выбрана свежая и стильная гамма — сочетание синего и белого. Ведь синий — это про надежность и профессионализм. А белый — про чистоту и открытость. Вместе они создают гармоничный образ, который наверняка понравится клиентам и вызовет доверие к компании.

В процессе разработки стало очевидно, что изначально подобранная цветовая палитра лишь частично отражает идею бренда и не в полной мере передаёт его ценности. Поэтому было принято решение пересмотреть и дополнить цветовое решение. Основу новой палитры составили глубокий тёмно-красный и насыщенный фиолетовый — цвета, ассоциирующиеся с торжественностью,

изысканностью и богатством. Для достижения визуального баланса к ним добавлен спокойный охристый тон. Он не только смягчает интенсивность основной гаммы, но и подчёркивает её выразительность, придавая оформлению стильный и благородный характер (см. приложение Б.3).

Таким образом, выбранные графические элементы, шрифты и цветовая палитра формируют целостный и выразительный визуальный язык компании «Восторг Дизайн», который помогает выделиться на рынке праздничных услуг, создавая уникальный и запоминающийся образ, способный привлечь и удержать внимание как частных клиентов, так и организаторов масштабных мероприятий.

3.3 Разработка графических элементов и рекламных материалов, сборка брендбука.

Подбор качественных графических элементов и рекламных материалов является ключевым аспектом успешного позиционирования агентства по организации праздников «Восторг Дизайн». На современном рынке, где конкуренция высока, именно визуальный образ компании зачастую становится тем, что формирует первое впечатление. Он говорит о профессионализме, креативности и индивидуальности бренда без лишних слов. Хорошо продуманные элементы фирменного стиля — такие как логотип, цвета, шрифты и декоративные детали — выполняют не только эстетическую функцию. Они помогают установить эмоциональную связь с клиентом, передают настроение праздника и торжественности, отражая саму суть деятельности агентства.

Рекламные материалы, оформленные в едином стиле, помогают воспринимать бренд как цельный и узнаваемый. Это важный фактор, который способствует формированию доверия и эмоциональной привязанности со стороны аудитории. Фирменный стиль поможет сразу выделиться среди других компаний. Яркий, запоминающийся образ находит отклик и у тех, кто хочет уютный семейный праздник, у и организаторов масштабных мероприятий.

Хороший дизайн не должен быть просто картинкой. Он должен:

1. Передавать суть компании
2. Нравится клиентам
3. Делать знакомство и общение с брендом приятным

Правильные визуальные решения работают и в интернете, и в жизни, помогают выделить главное и делают рекламу заметнее и полезнее для компании.

Крепкий визуальный стиль и качественная реклама – это не просто траты, а инвестиции в будущее компании. Они помогут «Восторг Дизайн» стабильно развиваться и укреплять позиции в индустрии праздников.

Именно поэтому качественное оформление графики и рекламных материалов играет важную роль — это не просто дело вкуса, а продуманный шаг, который помогает компании «Восторг Дизайн» доносить свои идеи, выгодно отличаться от конкурентов и выстраивать доверительные отношения с клиентами. Всё это в итоге влияет на устойчивое развитие компании и способствует росту её узнаваемости.

В процессе создания уникального графического элемента, который бы эффективно запоминался и одновременно служил бы визуальной отсылкой к бренду «Восторг Дизайн», была проведена тщательная работа с многочисленными вариантами и концепциями, обеспечивающая широкий спектр выбора. В рамках этой работы были разработаны несколько ключевых концептуальных направлений, включая такие символы, как арка, лента, конфетти и спираль. После детального анализа и оценки их соответствия философии бренда и задачам визуальной коммуникации, предпочтение было отдано именно спиральной форме. Спиральный образ не только гармонично воплощает основную идею бренда, отражая его «восторженность» и праздничную энергетику, но и служит прямым и выразительным визуальным символом логотипа компании. Такой дизайн обеспечивает мгновенную узнаваемость и формирует у потребителя чёткую ассоциацию с брендом «Восторг Дизайн» при первом же взгляде на фирменный графический элемент.

В результате выбранный графический знак становится не просто декоративным элементом, а мощным инструментом брендинга, который эффективно транслирует ценности и уникальность компании, усиливает эмоциональную связь с аудиторией и способствует формированию устойчивого и запоминающегося образа на рынке праздничных услуг.

В процессе разработки паттерна для фирменного стиля компании «Восторг Дизайн» был выбран новый концептуальный подход, который позволил расширить визуальную коммуникацию бренда и придать ей дополнительную

глубину и выразительность. В рамках этого направления особое место занял элемент конфетти — яркий и динамичный мотив, который не только эффективно отсылает к образу основного логотипа, но и сохраняет ключевую праздничную атмосферу, воплощая идею восторга и радости, присущих деятельности компании (см. приложение Б.4).

Паттерн конфетти представляет собой сложную композицию, в которой сочетаются разноцветные кружочки с различными геометрическими фигурами — ромбами, квадратами и короткими линиями, напоминающими чёрточки. Игра геометрических форм создаёт динамичный, живой узор. Такой паттерн заряжает энергией и вызывает приятные ассоциации. При создании использовались цвета бренда — это делает дизайн цельным и поможет клиентам сразу узнавать компанию (см. приложение Б.5).

Разработанный узор будет активно использоваться в разных элементах фирменного стиля компании. Его можно будет встретить на:

1. Офисных материалах: визитках, ручках, блокнотах
2. Сувенирной продукции: подарочных наборах и упаковках, корпоративных подарках
3. Одежде сотрудников: рабочих футболках, бейджах.

Особенно удачно узор будет представлен на праздничных пакетах с конфетти — они создадут нужное настроение на мероприятиях (см. приложение Б.6). А для сотрудников униформа с логотипом поможет отличить других от команды (см. приложение Б.7).

Такие элементы не только практичны, но и помогают формировать узнаваемый, цельный образ компании «Восторг Дизайн» в глазах клиентов и партнёров.

По итогу, разработанный паттерн конфетти обогащает визуальный язык бренда и становится универсальным и эффективным инструментом коммуникации. Он способствует укреплению эмоциональной связи с клиентами и

партнерами. А также повышает заинтересованность, привлекательность и узнаваемость компании на рынке праздничных услуг.

На завершающем этапе разработки фирменного стиля крайне важно уделить особое внимание созданию брендбука.

Брендбук — это своего рода навигатор по бренду, в котором собрана и структурирована вся основная информация: от философии компании до правил использования фирменных элементов. Он помогает формировать целостный и узнаваемый облик компании, обеспечивая единый стиль во всех направлениях — являясь отправной точкой в создании проекта, так и в коммуникации с клиентами (представляя компанию и давая понимание на каких фундаментальных принципах может основываться заказ). Грамотно составленный брендбук упрощает работу с визуальными и вербальными стандартами: здесь прописаны логотип, шрифты, фирменные цвета, графические элементы, а также тон общения, ценности и миссия. Всё это помогает сотрудникам, партнёрам и подрядчикам быстрее понять, как правильно представить бренд, избегая недоразумений и визуальных несостыковок. Для новых сотрудников это ещё и удобный стартовый материал, позволяющий быстрее влиться в корпоративную культуру. А в сфере маркетинга брендбук становится незаменимым помощником: с его помощью легче создавать согласованные, профессиональные материалы — от упаковки и рекламы до контента для соцсетей и оформления офисных пространств.

В итоге можно сказать, что разработка брендбука — это не просто формальность, а важный стратегический шаг. Он помогает сохранить целостность фирменного стиля на протяжении долгого времени, делает бренд узнаваемым и поддерживает его репутацию в глазах клиентов и деловых партнёров. Без продуманного брендбука даже самая сильная визуальная айдентика может со временем утратить свою силу и начать восприниматься разрозненно. Поэтому именно брендбук выступает ключевым инструментом управления брендом,

обеспечивая его последовательное развитие и успешное позиционирование на рынке.

Начать разработку брендбука следует с раздела «Введение», который выполняет функцию первого знакомства с брендом «Восторг Дизайн» и служит фундаментом для понимания его сущности и стратегического направления. В этом разделе подробно раскрывается миссия компании — создавать незабываемые праздничные события, наполняя каждый момент радостью, вдохновением и искренним восторгом.

В этом разделе нужно не просто рассказать о миссии компании. Нужно раскрыть её суть через основные принципы работы. Вот что для них действительно важно:

1. Главные ценности: креативность, ответственность, профессионализм и качество.
2. Понимание своей аудитории: компания тщательно изучает, кто их клиенты, что им действительно нужно и какие праздники они хотят получить.
3. Анализ рынка: «Восторг Дизайн» регулярно отслеживает новые тенденции в индустрии, следят за действиями конкурентов и замечают изменения в предпочтениях гостей.

«Введение» является не просто формальным вступлением, а стратегическим блоком, который задаёт тон всему документу, формирует понимание бренда «Восторг Дизайн» и служит отправной точкой для успешного построения и развития его визуальной и коммуникационной идентичности.

Во втором разделе брендбука подробно рассматривается графическая составляющая фирменного стиля и регламентируются правила её корректного применения. Этот раздел является фундаментальным для обеспечения единства визуального образа бренда «Восторг Дизайн» во всех точках контакта с аудиторией и включает в себя детальное описание цветовой палитры и типографики.

Цвета бренда должны быть чётко прописаны. Поэтому нужно обязательно указать точные коды для:

Печати (CMYK);

Соцсетей и экранов (RGB);

Сайтов (HEX).

Это поможет сохранять цвета одинаковыми везде:

На буклетах и визитках;

В соцсетях и рекламе.

Раздел, посвящённый типографике, акцентирует внимание на грамотном выборе шрифтов, которые должны быть не только визуально привлекательными, но и удобными для чтения, а также соответствовать стилю и духу бренда. Обязательно наличие лицензий или официальных ссылок на легальное скачивание шрифтов — это защищает компанию от нарушений авторских прав и гарантирует законное использование всех элементов фирменного стиля.

Во втором разделе брендбука уделяется особое внимание детальному описанию логотипа — ключевого визуального символа бренда «Восторг Дизайн», а также правилам его корректного использования на различных носителях. Важной частью этого раздела является представление трёх основных цветовых вариантов логотипа: чёрный логотип на белом фоне, белый логотип на чёрном фоне, цветной логотип на белом фоне. Такое разнообразие цветовых решений обеспечивает универсальность применения логотипа в различных условиях и на разных материалах, сохраняя при этом его узнаваемость и визуальную целостность. При подборе гарнитур учитываются такие характеристики, как читаемость, адаптивность к различным форматам и визуальная сочетаемость с остальными элементами дизайна (см. приложение Б.8). Помимо этого, в брендбуке подробно описаны правила использования логотипа: «В основе логотипа лежат несколько базовых элементов: знак, надпись, цвета. Данное руководство — инструкция по использованию логотипа, позволяющая следить за

соблюдением выработанных стандартов. Изложенные здесь правила помогут сотрудникам компании, дизайнерам и полиграфистам сделать работу корректно и качественно» [2].

Пристальное внимание уделялось такому аспекту разработки логотипа, как недопущение искажения смысла и неправильной интерпретации, способных негативно повлиять на восприятие бренда. В частности, строго запрещается растягивание или сжатие логотипа, что нарушает его пропорции и приводит к визуальным деформациям. Также запрещается добавление теней, эффектов свечения, контуров или других графических элементов, которые не предусмотрены фирменным стилем, поскольку они могут отвлекать внимание и снижать профессионализм образа. Важным аспектом является соблюдение минимального свободного пространства вокруг логотипа — так называемой зоны «безопасного поля», которая обеспечивает визуальное «дыхание» и предотвращает наложение посторонних элементов, что способствует лучшей читаемости и восприятию знака.

При разработке паттерна для фирменного стиля компании «Восторг Дизайн» важно не ограничиваться его представлением исключительно на белом фоне. Для полноценного понимания и оценки эффективности графического элемента необходимо демонстрировать его в реальных условиях применения — то есть на фотоизображениях различных носителей. Такой подход позволяет наглядно показать, как паттерн взаимодействует с окружающей средой, как он вписывается в общий дизайн и как влияет на восприятие бренда в повседневной практике.

Паттерн, будучи повторяющимся узором, играет важную роль в визуальной айдентике, усиливая узнаваемость бренда и создавая эмоциональную связь с аудиторией. В случае «Восторг Дизайн» паттерн, включающий элементы, ассоциирующиеся с праздничной тематикой, помогает транслировать настроение радости и торжества, что соответствует основной миссии компании. Для более

полного представления его функционала и эстетики паттерн демонстрируется на различных носителях — от фирменной упаковки и подарочных пакетов до униформы сотрудников и рекламных материалов.

Именно перед третьим разделом брендбука, посвящённым фотоносителям (так называемым мокапам), размещается паттерн. Такой структурный приём позволяет плавно перейти от описания графических элементов к их практическому применению. Раздел с мокапами включает наглядные визуализации брендированных объектов, позволяющие представить, как фирменный паттерн выглядит в реальной среде — на упаковке, носителях или рекламных материалах. Такие примеры помогают не только дизайнерам и маркетинговой команде, но и клиентам с партнёрами лучше понять, как работает фирменный стиль и насколько он выглядит цельно и выразительно в разных форматах (см. приложение Б.9).

Когда содержание брендбука уже готово, самое время заняться его оформлением. Очень важно продумать структуру и визуальное представление документа так, чтобы им было легко и приятно пользоваться. Информация должна быть подана понятно и удобно — это поможет читателю быстро ориентироваться в материале. Особое внимание стоит уделить обложке: она должна быть простой, стильной и в то же время передавать суть бренда «Восторг Дизайн». Обложка — это первое, что видит человек, беря в руки документ, поэтому она должна производить хорошее впечатление. Для этого лучше использовать фирменную цветовую палитру, логотип и шрифты, которые уже стали частью визуального образа компании. Всё это вместе создаёт ощущение целостности и профессионального подхода.

Одним из ключевых компонентов брендбука является содержание. Оно должно чётко и логично распределять все разделы документа, указывая номера страниц. Такая структура значительно облегчает навигацию и помогает быстро находить нужную информацию — особенно когда брендбук используется в

повседневной работе или для внутренних коммуникаций. Грамотно выстроенное оглавление помогает читателю последовательно пройти через все основные части: от философии бренда до визуальной айдентики, правил её использования и реальных примеров оформления в фирменном стиле.

Дизайн внутреннего оформления брендбука должен быть выдержан в едином стиле, соответствующем фирменной айдентике. Важно соблюдать визуальную иерархию — чёткое разграничение заголовков, подзаголовков и основного текста, использование фирменных цветов и шрифтов, а также качественные иллюстрации и примеры. Такой подход способствует лёгкому восприятию информации и повышает эффективность коммуникации с пользователями документа. Кроме того, рекомендуется предусмотреть в брендбуке разделы с практическими рекомендациями и шаблонами для различных носителей — от деловой документации и рекламных материалов до цифровых платформ и брендированной продукции. Это позволит обеспечить единообразие и последовательность в применении фирменного стиля на всех уровнях взаимодействия с аудиторией.

В результате хорошо продуманный и качественно оформленный брендбук превращается в нечто большее, чем просто набор инструкций. Он становится полноценным инструментом управления брендом, который помогает сохранять единый визуальный стиль, формировать устойчивый имидж компании и поддерживать высокий уровень коммуникаций на всех этапах развития бренда «Восторг Дизайн».

Заключение

Изучая семейно-бытовые календарные праздники русского народа, мы обратились к различным проявлениям этого культурного феномена, которые отражают устоявшиеся традиции, ценности и духовные ориентиры. Организация таких торжеств всегда предполагала особое внимание к мелочам — от символики до создания нужной атмосферы, способной подчеркнуть важность момента и передать его настроение. Навыки проведения праздников бережно сохранялись и передавались из поколения в поколение, становясь важной частью культурного наследия и выражением национальной идентичности.

Сегодня, когда рынок праздничных услуг развивается с невероятной скоростью и конкуренция становится всё жёстче, для компании «Восторг Дизайн» было особенно важно найти свой фирменный стиль. Он должен был не просто отразить богатые традиции празднования, но и соответствовать ожиданиям современного потребителя. Именно визуальный стиль стал тем инструментом, который помог бренду выделиться на фоне других, донести свои ценности и идеи, а главное — установить живую, эмоциональную связь с самой разной аудиторией. Грамотно выстроенный визуальный язык — от логотипа и цвета до графических решений и орнаментов — лёг в основу яркого и узнаваемого образа, который делает бренд по-настоящему особенным.

Одним из важнейших этапов стало создание детально проработанного и логично выстроенного брендбука — универсального руководства по использованию фирменного стиля. Этот документ объединяет все основные элементы визуальной и вербальной идентичности, устанавливает чёткие правила работы с логотипом, цветами, шрифтами и графическими элементами. В брендбуке также представлены рекомендации по оформлению различных носителей — от официальных документов и рекламных материалов до цифровых платформ и корпоративной атрибутики. Наличие такого инструмента

позволяет компании сохранять единый стиль во всех каналах коммуникации, поддерживать высокий уровень визуальной культуры и укреплять доверие со стороны клиентов и деловых партнёров.

Именно благодаря удачному сочетанию уважительного отношения к культурным традициям праздников и современного подхода к визуальной идентичности компания «Восторг Дизайн» получает возможность сформировать сильный, узнаваемый и конкурентоспособный бренд. Продуманный фирменный стиль вместе с грамотно оформленным брендбуком становятся важными инструментами на пути к реализации стратегических задач, способствуя стабильному росту и укреплению позиций компании на рынке праздничных услуг.

Список Литературы

1. Rainie L., Wellman B. Networked: The New Social Operating System. — Cambridge: MIT Press, 2012. — С. 45-52.
2. Айдентика, фирменный стиль и брендинг: что это и в чем отличие // British Design. 2025. URL: <https://britishdesign.ru/about/blog/272488/> (дата обращения 03.05.2025).
3. Барабанов П. А. Основы фирменного стиля. — М.: Издательство «Дизайн», 2019. — 192 с.
4. Баринов И. В. Фирменный стиль: теория и практика. — СПб.: Питер, 2020. — 240 с.
5. Блинов А. В. Графический дизайн и фирменный стиль. — М.: Эксмо, 2022. — 176 с.
6. Бондаренко С. Г. Фирменный стиль: создание и внедрение. — М.: АСТ, 2018. — 210 с.
7. Бочаров Д. С. Дизайн фирменного стиля: учебное пособие. — М.: Юрайт, 2021. — 180 с.
8. Бурдыко М. В., Опарина Н. П. Особенности организации праздников для детей младшего школьного возраста // Основы научных исследований в сфере культуры и искусства. — 2022. — Т. 9, № 1. — С. 45–53.
9. Василенко В. М. Русская народная резьба и роспись по дереву XVIII–XX веков [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.booksite.ru/fulltext/vasi/lenko/1.htm> (дата обращения 15.04.2025)
10. Визуализация Победы: практики конструирования и репрезентации исторической памяти о Великой Отечественной войне в современной России / [Электронный ресурс] // CyberLeninka. — 2023. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualizatsiya-pobedy-praktiki-konstruirovaniya-i-reprezentatsii-istoricheskoy-pamyati-o-velikoy-otechestvennoy-voyne-v-sovremennoy> (дата обращения 19.04.2025).

11. Власова Е. А. Фирменный стиль: современные тенденции. — М.: Инфра-М, 2020. — 168 с.
12. Гаврилова М. Ю. Разработка фирменного стиля: пошаговое руководство. — СПб.: БХВ-Петербург, 2022. — 156 с.
13. Гайдлайн по фирменному стилю: правила использования логотипа и бренд-дизайна. — М.: Изд-во «СтандартБренд», 2020. — С. 12.
14. Глушкова О. В. Фирменный стиль: элементы и этапы создания // Дизайн и брендинг. 2021. № 3. С. 45–53.
15. Голубева Н. В. Психология цвета и её применение в дизайне / Н. В. Голубева. — Москва: АСТ, 2016. — С. 45.
16. Гребенюк А. В. Фирменный стиль: от идеи к реализации. — М.: Проспект, 2019. — 144 с.
17. Гусева Т. В. Создание фирменного стиля: учебник для вузов. — М.: КНОРУС, 2023. — 224 с.
18. Дьяконова Л. П. Разработка фирменного стиля: теория и практика. — М.: Логос, 2020. — 210 с.
19. Дьячкова А. С. Основы айдентики: фирменный стиль и брендбук. — М.: Аспект Пресс, 2021. — 170 с.
20. Зайцева И. А. Фирменный стиль: учебное пособие. — М.: Юрайт, 2022. — 150 с.
21. Зацепина М. Б. Патриотическое воспитание средствами праздника // Искусствоведение. — 2025. — № 1. — С. 45–52.
22. Иванова Е. А. Современные технологии в оформлении мероприятий: использование народных символов и орнаментов // Вестник Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — 2023. — № 12. — С. 98–104.
23. Иванова Е. А. Создание фирменного стиля и его роль в брендинге // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2024. — № 1. — С. 68–74.

24. Иванова Е. В. Фирменный стиль: дизайн и коммуникация. — СПб.: Питер, 2021. — 192 с.
25. Иванова Т. С. Визуальные стратегии в дизайне для семейного сегмента рынка // Вестник Московского государственного университета дизайна и технологий. — 2023. — № 2. — С. 72–79.
26. Иванова Т. С. Фотография как средство сохранения семейной памяти и формирования семейного мифа // Вестник культурологии. — 2020. — № 4. — С. 88–94.
27. Калашникова Н. В. Фирменный стиль: современные подходы. — М.: Дашков и К, 2023. — 160 с.
28. Калиева А. А. Смысловое и символическое содержание русских народных праздников // Вестник Оренбургского государственного университета. 2007. № 10. С. 123–127.
29. Ковалев А. Н. Минимализм в современном графическом дизайне: эстетика и функциональность // Вестник Санкт-Петербургского университета культуры и искусств. — 2023. — № 1. — С. 30–37.
30. Козлова М. В. Визуальный юмор в рекламе как инструмент привлечения внимания молодежи // Вестник Санкт-Петербургского университета культуры и искусств. — 2023. — № 1. — С. 55–62.
31. Козлова М. В. Фирменный стиль: этапы создания // Дизайн и реклама. 2022. № 4. С. 37–43.
32. Козлова Н. В. Семейные праздники: традиции и современность // Научный журнал «Культура и искусство». — 2023. — № 4. — С. 56–63.
33. Концепт «Рождество» как фактор осознания русской духовной культуры / [Электронный ресурс] // CyberLeninka. — 2023. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-rozhdestvo-kak-faktor-osoznaniya-russkoy-duhovnoy-kultury> (дата обращения 10.05.2025).

34. Кудрявцев В. Н. Символика и культура: теоретические аспекты / В. Н. Кудрявцев. — Москва: Наука, 2018. — С. 112.
35. Кузнецова А. В. Влияние анимации и цветовой палитры на эмоциональное восприятие визуального контента // Вестник Санкт-Петербургского университета культуры и искусств. — 2023. — № 2. — С. 38–45.
36. Кузнецова О. И. Фирменный стиль: теория, практика, кейсы. — М.: Эксмо, 2022. — 180 с.
37. Кузнецова Т. В. Теоретические основы традиционных русских народных праздников // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Культурология». — 2020. — № 3. — С. 45–52.
38. Лазарев А. В. Фирменный стиль: создание, внедрение, развитие. — М.: Речь, 2020. — 176 с.
39. Лазарева Л. Н. История и теория праздников / Л. Н. Лазарева. — Челябинск: ЧГИК, 2016. — С. 100, 78.
40. Лазарева Л. Н. Современная праздничная культура России: актуальность трансформаций, отличительные признаки и тенденции развития // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Культурология». — 2022. — № 3. — С. 45–53.
41. Лебедев А. Ю. Графический дизайн и фирменный стиль. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. — 200 с.
42. Литвинова Ю. А. Фирменный стиль: учебное пособие. — М.: Академия, 2023. — 140 с.
43. Логвин В. А. Фирменный стиль: практическое руководство. — СПб.: БХВ-Петербург, 2022. — 168 с.

44. Медведев К. В. День защитника Отечества как символ патриотизма и уважения к защитникам Родины // Научно-исследовательский отдел Музея вооружённых сил. — 2025. — Режим доступа: <https://historyrussia.org/sobytiya/23-fevralya-den-zashchitnika-otechestva-chem-vazhen-etot-prazdnik-dlya-nas.html> (дата обращения 13.04.2025).
45. Миккова О. В. Как накрыть новогодний стол в русском стиле: советы дизайнера // D4U.ru. — 2024. — 23 дек. — Режим доступа: <https://d4u.ru/m/ideas/kak-nakryt-novogodnij-stol-v-russkom-stile-sovety-dizajnera-i-30-naryadnyh-servirovok> (дата обращения 13.04.2025).
46. Михайлова Н. С. Фирменный стиль: визуальная идентификация бренда. — М.: Юрайт, 2020. — 156 с.
47. Михеева И. В. Фирменный стиль: от логотипа до брендбука. — М.: Эксмо, 2021. — 184 с.
48. Ндиви А. Традиционная культура в современном дизайне интерьера // Культура и цивилизация. — 2021. — Том 11, № 6А. — С. 81–88. DOI: 10.34670/AR.2021.15.44.009.
49. Овруцкий А. В. Разработка логотипа на основе технологии пространственно-временной семантики // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2025. — № 1. — С. 45–50.
50. Овчинникова И. В. Основные праздничные традиционные блюда в русской культуре и их символика // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Культурология». — 2020. — № 3. — С. 45–52.
51. Овчинникова Л. А. Фирменный стиль: учебник. — М.: КНОРУС, 2023. — 208 с.
52. Островский А. Б. Орнаментика предметов народной культуры / А. Б. Островский. — Санкт-Петербург : ООО «Славия», 2022. — С. 45.
53. Отвечаем на вопросы о фирменном стиле компании // OtvetDesign.ru. 2023. URL: <https://otvetdesign.ru/blog/sozдание-firmennogo-stilya-kompanii>.

54. Павлова Е. В. Фирменный стиль: этапы разработки. — М.: Юрайт, 2021. — 160 с.
55. Палех и искусствоведение / [Электронный ресурс] // CyberLeninka. — 2023. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/paleh-i-iskusstvovedenie> (дата обращения 17.05.2025).
56. Петрова Е. А. Сочетание традиций и современности в оформлении праздничных мероприятий // Вестник Московского государственного института культуры. — 2022. — № 3. — С. 75–82.
57. Петрова И. В. Влияние минимализма в дизайне логотипов на восприятие бренда потребителями // Вестник Московского государственного университета дизайна и технологий. — 2022. — № 3. — С. 52–59.
58. Петрова И. В. Влияние цветовой палитры и геометрии в дизайне логотипов на восприятие бренда // Вестник Московского государственного университета дизайна и технологий. — 2022. — № 3. — С. 48–55.
59. Петрова И. В. Музыка в традиционной культуре и семейных праздниках // Вестник Московского государственного института культуры. — 2019. — № 4. — С. 112–118.
60. Петрова О. А. Фирменный стиль: элементы и их разработка. — М.: АСТ, 2022. — 148 с.
61. Пичугина Н. С. Фирменный стиль: учебник для дизайнеров. — М.: Проспект, 2022. — 172 с.
62. Праздник как форма культурной памяти / [Электронный ресурс] // CyberLeninka. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prazdnik-kak-forma-kulturnoy-pamyati> (дата обращения 29.04.2025).
63. Прокофьева И. В. Фирменный стиль: от теории к практике. — СПб.: Питер, 2021. — 158 с.

64. Радченко Е. В., Кузьмина Н. В. Празднование Нового года в России в контексте историко-культурных традиций // Теория и практика социальной педагогики. — 2015. — № 3. — С. 45–52.
65. Разработка фирменного стиля: этапы, примеры и советы // Skillbox. 2024. URL: <https://skillbox.ru/media/design/brand-identity/> (дата обращения 18.05.2025).
66. Разработка фирменного стиля: этапы, примеры и советы // Skypro. 2024. URL: <https://sky.pro/media/kak-razrabatyvaetsya-firmennyj-stil-gid-dlya-nachinayushhih/> (дата обращения 11.05.2025).
67. Репина А. В. Фирменный стиль: функции, элементы, носители // RepinaBranding.ru. 2021. URL: <https://repinabrading.ru/blog/firmennyy-stil>.
68. Роль фабрики НАО «Хохломская роспись» в сохранении народных художественных промыслов / [Электронный ресурс] // Искусствоведение. — 2021. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-fabriki-nao-hohlomskaya-rospis-v-sohranении-narodnyh-hudozhestvennyh-promyslov> (дата обращения 20.04.2025).
69. Романова А. В. Фирменный стиль: современные методы разработки. — М.: Юрайт, 2023. — 162 с.
70. Рябцев Ю. В. Крестьянская трапеза // История русской культуры: Художественная жизнь и быт XI–XVII веков / Ю. В. Рябцев. — Москва: Искусство, 1997. — С. 120–125.
71. Савицкий В. М. Визуальные коды культурной идентичности в современном медиапространстве // Вестник Самарского государственного социально-педагогического университета. — 2019. — № 1-4. — С. 68–75.
72. Секреты стиля: всё о визуальном образе бренда // OtvetDesign.ru. 2023. URL: <https://otvetdesign.ru/blog/sozдание-firmennogo-stilya-kompanii>.
73. Семерицкая О. В. Народные художественные промыслы России как объект культурного наследия // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. — 2021. — № 2(47). — С. 83-89.

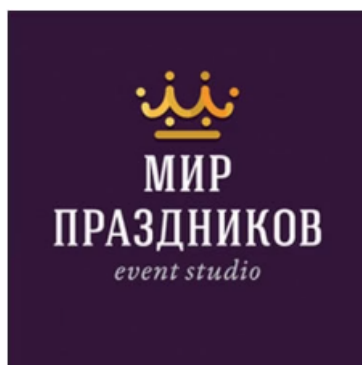
74. Серегина О. В. UX/UI дизайн для детской аудитории // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки». — 2024. — № 2(89). — С. 15–26. — Режим доступа: https://alley-science.ru/domains_data/files/February24/UXUI-DIZaIN-DLYa-DETSKOI-aUDITORII.pdf (дата обращения 20.05.2025).
75. Сидорова А. В. Сохранение культурного наследия в современной праздничной культуре России // Вестник Московского государственного института культуры. — 2021. — № 2. — С. 61–67.
76. Смирнова Е. А. Типографика и пространство в современном графическом дизайне: влияние на восприятие бренда // Вестник Московского государственного университета дизайна и технологий. — 2022. — № 4. — С. 60–67.
77. Смирнова Е. А. Традиция и современность в дизайне: проблемы трансформации и стилизации // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — 2021. — № 2. — С. 34–41.
78. Соловьёв В. П. Фирменный стиль: учебное пособие. — М.: КНОРУС, 2022. — 178 с.
79. Тащёва Н. Е., Бездоля Э. В. Современная трансформация традиционной художественной росписи в Сибирском регионе // Современные тенденции изобразительного, декоративно-прикладного искусств и дизайна. — 2022. — № 1. — С. 17–26.
80. Трофимов А. Н. Фирменный стиль и корпоративный дизайн: учебник. — М.: КНОРУС, 2024. — 368 с.
81. Фирменный стиль и корпоративный дизайн. Учебник / Трофимов А. Н. — М.: КНОРУС, 2024. — 368 с.
82. Фирменный стиль: зачем он нужен и что в него входит // Skillbox. 2024. URL: <https://skillbox.ru/media/design/brand-identity/>.
83. Фирменный стиль: этапы, элементы, примеры // Яндекс.Практикум. 2025. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-firmennyyi-stil> (дата обращения 20.05.2025).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Приложение А.1.



Приложение А.2.



Приложение А.3.



Приложение А.4.



Приложение А.5.



Приложение А.6.



Приложение А.7.



Приложение А.8.



Приложение А.9.



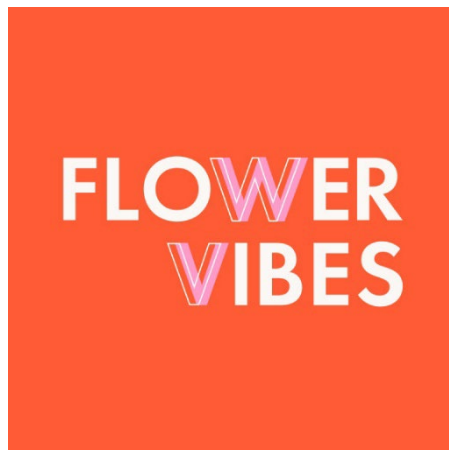
Приложение А.10.



Приложение А.11.

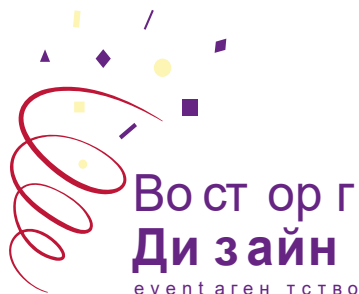
YUSUPOVA
DECOR

Приложение А.12.



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Приложение Б.1.



Приложение Б.2.

NEXT ART	MANROPE
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ 0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ 0123456789	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcde fghijklm nopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789

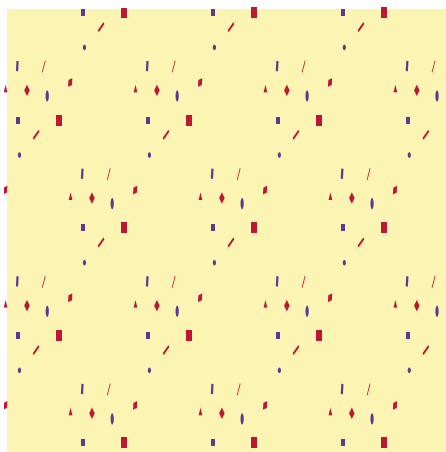
Приложение Б.3.

	RGB: #FBF4B2 CMYK: 4, 0, 40, 0		RGB: #CCBA8D CMYK: 25, 25, 50, 0		RGB: #BD1736 CMYK: 18, 100, 73, 8		RGB: #61388E CMYK: 76, 88, 0, 0
---	---	---	---	---	--	---	--

Приложение Б.4.



Приложение Б.5.



Приложение Б.6.



Приложение Б.7.



Приложение Б.8.





Приложение Б.9.









