

УДК 74

Лонишкова М. М., доцент по специальности «Виды искусства», доцент кафедры «Автомобили» lons-smm@mail.ru, Набережночелнинский институт ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

Кельбиева С. И., студент 4 курса профиля подготовки 54.03.01 «Автомобильный дизайн», kelbieva03@mail.ru, Набережночелнинский институт ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ДЛЯ АВИАКОМПАНИИ «ЯМАЛ»

Аннотация: Статья посвящена особенностям разработки корпоративной идентификации авиакомпании «Ямал», её эргономическим и стилистическим качествам бренда, его размещения на различных носителях, в интерьере, особенностях восприятия пассажирами и их влияние на работу аэропорта. Представлено новое формообразование бренда, с новым подходом в дизайне, рождающими новые качества. Корпоративная стилистика является запоминающейся и узнаваемой.

Ключевые слова: идентификация, бренд, дизайн, корпоративный стиль, авиакомпания.

Корпоративный стиль является одним из главных направлений деятельности в современном дизайне. Во многом развитие компании, ее успех и конкурентоспособность зависит от ее узнаваемости на потребительском рынке, за реализацию чего может отвечать качественная фирменная айдентика. Именно корпоративный стиль позволяет сформировать целостный и лаконичный образ фирмы, объединяющий в себе идеологию, сущность, позиционирование и будущее виденье бренда.

Авиационная транспортная компания «Ямал» является одним из крупнейших авиаперевозчиков в Западно-Сибирском регионе России. В связи с изменившимися тенденциями фирменной айдентики, существующий стиль фирмы на сегодняшний день теряет значимость и нуждается в создании более яркого и оригинального концепта, который будет отражать ее характерные черты и ценности. С учетом поставленной задачи нами была проведена научно-

исследовательская работа и на ее основе разработан дизайн-проект корпоративного стиля авиакомпании «Ямал».

Актуальность работы заключается в обновлении визуального облика, разработке корпоративного стиля авиакомпании «Ямал», предложении уникального и современного стиля, который укрепит доверие клиентов и повысит ее ценность на международном уровне.

Проектирование внешнего облика предприятия направлено на создание запоминающегося и выразительного образа, который будет отражать деятельность компании и ее особенностей, а также отвечать интересам пользователей. Визуальная идентификация помогает позиционировать фирму на рынке, служит отличительной чертой для организации и ее продуктов (товаров, услуг), формирует и поддерживает уровень лояльности сотрудников. Все функции фирменного стиля, так или иначе, связаны с созданием образа предприятия, который должен запоминаться и быть привлекательным как для внутренней, так и для внешней аудитории [2].

Качественный логотип – основной элемент фирменного стиля, он должен передавать особенность специфики деятельности фирмы. Необходимыми свойствами логотипа является четкость, удобочитаемость и выразительность. Мышление человека устроено таким образом, что способно закрепить в памяти только крайне упрощенные и ясные знаки и символы. Известный графический дизайнер Пол Ренд писал: «Главная цель логотипа – идентификация, а главное средство – простота» [3].

Существующие тенденции проектирования фирменных и корпоративных стилей, основаны на ясных и выразительных стилизованных образах, символизирующих высоту и полет, применении динамичных мягких силуэтов и ритм элементов. Логотипы содержат пропорциональный, простой и удобочитаемый шрифт, который поддерживает стилистику фирменного знака. Эстетические функциональные качества обеспечиваются за счет целостности и пропорциональности шрифтового написания и графического знака и выражены в широте применения логотипа и его узнаваемости. Эргономические качества –

в удобочитаемости и быстром восприятии. Аналогичные проекты имеют ряд следующих преимуществ: информативность, простые и узнаваемые образы, гармоничные цветовые соотношения, удобочитаемость.

Корпоративная идентификация на сегодняшний день привлекает к себе достаточно внимания, играет ведущую роль в маркетинге любой фирмы, и возрастающая конкуренция делает его всё более актуальным и требует оригинальных дизайнерских решений, которые будут отвечать требованиям современного потребителя и содержать в себе высокие функциональные, эстетические и эргономические качества.

Существующий в настоящее время визуальный стиль авиакомпании «Ямал» (рис. 1, а) отражает северный характер бренда и культурные особенности ямало-ненецкого округа. Для корпоративной идентификации авиакомпаний характерна привязка к географическому положению, что позволяет передать особенные черты бренда, его историю и принадлежность. Фирменный стиль компании передает национальный колорит своего региона, его природу и обычаи. Действующий логотип компании содержит несколько элементов: графического написания «Ямал», горизонтальных линий, символизирующий крылья самолета и традиционный орнамент народов севера. Элементы логотипа создают горизонтальную компоновку. Основным в композиции выступает слово «Ямал», дополнительные детали служат ритмичные линии, символизирующие авиацию, и геометрический орнамент. Композиция логотипа в целом уравновешена, однако из-за большого количества мелких элементов и различных ритмов знак тяжело воспринимается и запоминается. Доминантное в логотипе слово «Ямал» рассеивается и теряется на фоне горизонтальных линий, не смотря на выбранный яркий цвет.

Авиационная транспортная компания «Ямал» является одним из крупнейших авиаперевозчиков в Западно-Сибирском регионе России и имеет особое значение для жителей крайнего севера. Существующий стиль компании в связи с изменившимися тенденциями в фирменной айдентике нуждается в переработке и создании более яркого и оригинального концепта, который будет

отражать характерные черты и ценности фирмы. Обновление корпоративного стиля позволит развивающейся компании перейти на новый уровень, и повысить доверие среди клиентов и партнеров.

Разработанный автором корпоративный стиль представляет собой новое визуальное решение образа компании, набора графических элементов, выделяющие фирму на потребительском рынке и повышающий ее узнаваемость. В основе концепции предлагаемого авторского проекта заложен художественно-ассоциативный образ крыла самолета, стилизованного в фирменном знаке буквы «Я». Плавное и вытянутое написание буквы органично вписывается на различных носителях и передает особенность деятельности фирмы – авиации (Рис.1, б).



Рис. 1. Действующий логотип авиакомпании «Ямал» (а). Разработанный фирменный блок – авторское решение (б).

Применяемые характерные элементы в виде скругленных мягких форм на контрасте резких диагональных линий используются на различных компонентах корпоративного стиля, создавая единый визуальный облик компании.

Предложение нового проектного решения основано на замене логотипа, применении соответствующих цветовых решений, не оказывающих негативного влияния на психологическое состояние людей, улучшение форм и общего стилистического решения объектов, а также создание комфортного и логичного зонирования, отвечающего эргономическим требованиям.

Использование корпоративного цвета помогает сформировать имидж компании и вызывать эмоциональную реакцию при восприятии информации. Цветовая палитра в виде градиентов ярко синего и бирюзового цвета созвучно северному сиянию, которое благоприятно влияет на состояние человека, успокаивая его нервную систему. Выразительный графический знак в сочетании

с холодной цветовой гаммы формирует образ бренда, отражая северный характер и красоту природы Ямала.

Разработанная корпоративная идентификация бренда, ребрендинг авиакомпании направлен на создание уникального и современного стиля, включающего широкую группу носителей, выполненных в целостном решении.

В состав корпоративного стиля входят создание носителей, которые были выбраны согласно специфике бренда.



Рис. 2. Носители корпоративного стиля.

Носители – это основная составляющая корпоративного стиля (рис.2), которая включает набор цветовых, графических и других постоянных элементов. Они представляют собой все физические и информационные поверхности, на которых размещаются элементы идентификации бренда.

Особое внимание было уделено дизайне ливреи самолета как наиболее заметному и выразительному носителю. На его поверхности изображен логотип компании в наиболее заметном месте, паттерн, распространяющийся по всей нижней части и графический знак, расположенный на хвостовой части.



Рис. 3. Дизайн ливреи самолета.

Корпоративный стиль компании активно применяется в интерьерах и экстерьерах зданий, что позволяет создать комфортную среду для клиентов и работников компании. Социально-общественная среда обладает высокой степенью энергетической насыщенности, коммуникационными и информационными системами различной степени сложности [1].

Также предусмотрено создание эргономичной и современной зоны регистрации в аэропорту, учитывая и воплощая следующие факторы: использование гармоничных цветовых сочетаний и создание единого стилистического решения интерьера с учетом формообразующих элементов корпоративного стиля.

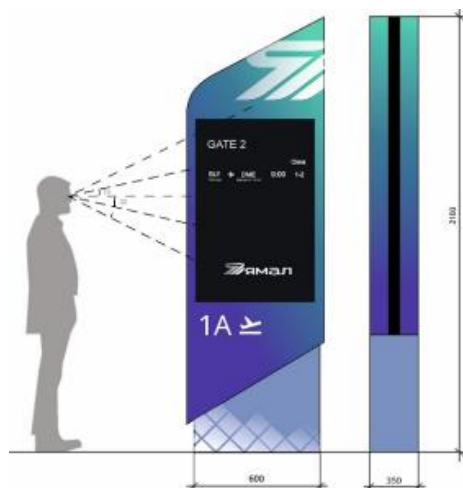
Интерьер зоны регистрации в аэропорту – пространство с интенсивным потоком людей. Он должен быть оформлен интересно и привлекательно, понятно и просто, и содержать необходимые компоненты, отвечающие за навигацию в помещении. Так как она отражает статусность авиакомпании, важно уделить внимание формированию всех ее компонентов. Нами было предусмотрено создание эргономичной и современной зоны регистрации в аэропорту, учитывая и воплощая следующие факторы: использование гармоничных цветовых сочетаний и создание единого стилистического решения интерьера с учетом формообразующих элементов корпоративного стиля. Интерьер передает идентичность бренда с помощью цветовых схем, материалов и элементов дизайна. Так, стойки регистрации (Рис. 4, а) выполнены в едином фирменном стиле с округлыми углами и резкими диагональными срезами, создавая интересный эффект с подсветкой. Данное формообразование было выбрано во взаимосвязи с элементами фирменного блока (Рис. 2, б). Информационные стенды (Рис. 4, в), проецирующие информацию о начале регистрации и посадки, также выполнены в стиле элементов знака.



а)



б)



в)

Рис. 4. Стойки регистрации билетов (а); Зоны ожидания в аэропорту (б);
Информационный стенд (в).

Интерьер оснащен необходимой мебелью и оборудованием для обслуживания пассажиров: в нем имеются стойки регистрации, просторная зона отдыха и информационные носители. Рядом расположена просторная и эргономичная зона ожидания для пассажиров (Рис. 4, б). Аэропорт предъявляет строгие технические требования к удобству и безопасности расположения технологической мебели. Стойки регистрации, как основные компоненты интерьера расположены по периметру боковой стороны помещения. Они оборудованы автоматизированными конвейерными лентами для сдачи багажа пассажиров, компьютером, оснащенной системой бронирования авиабилетов и регистрации, и принтером для распечатки посадочных талонов. Возле каждой стойки имеются комфортные офисные кресла. Над стойками располагается навес с установленными экранами, проецирующие номер окна и номера рейсов. В зоне

ожидания располагаются удобные сиденья и кресла. Мебель и другие компоненты, размещены таким образом, чтобы обеспечить неограниченный обзор. Между сиденьями ожидания расположены информационные стенды, панели и указатели, таким образом, чтобы их было видно с различных точек поля зрения. Аэропорты являются шумными центрами обмена информацией, критически важными для обеспечения плавных операций обслуживания пассажиров. Поток информации в аэропорту является сложным, поэтому для бесперебойной работы и удобного сервиса обслуживания, отвечают цифровые дисплеи, объявления и персонал аэропорта, которые предоставляют необходимые сведения об рейсах, изменениях и выходах на посадку и другие данные.

Пассажиры должны легко ориентироваться в пространстве и понимать поток процесса регистрации. Чистые вывески, визуальные сигналы и четко определенные полосы являются жизненно важными в данных помещениях. Исходя из перечисленных требований была создана просторная зона регистрации пассажиров на рейс с применением необходимых к ней фирменных носителей в виде стоек регистрации, информационных панелей и навигационных таблиц. Интерьер передает идентификацию бренда с помощью цветовых схем, материалов и элементов дизайна.

Современное навигационное решение на территории аэропорта позволит предоставить посетителям максимально удобный сервис и поднять престиж данного транспортного узла. В качестве указателей в интерьере применяются информационные стенды, панели, экраны и вывески, выполненные в лаконичном решении корпоративной идентификации стиля авиакомпании и предоставляющие посетителям необходимую информацию о рейсах, окон регистрации и выходах на посадку.

Таким образом, был создан оригинальный и гармоничный корпоративный стиль для авиакомпании «Ямал». Концепция проекта передает самобытность характера северной природы и культуры ямало-ненецкой области, выражая эти качества минимальными средствами с использованием лаконичных шрифтов и тщательно подобранных цветовых комбинаций. Разработка позволит значительно

увеличить узнаваемость фирмы, ее престижность и создать оригинальный и запоминающийся образ компании. Предлагаемый нами корпоративный стиль авиакомпании «Ямал» является эстетичным, отвечающим функциональным и эргономическим качествам, отражающим суть деятельности организации. Он легко идентифицирует ее на потребительском рынке и делает узнаваемой и запоминающейся.

Список использованных источников

1. Алексеев П. Г. Основы эргономики в дизайне: учебно-методическое пособие. ГОУ ВПО СПбГТУРП. – СПб., 2010. – 69 с.
2. Виняцкая Д.С. Понятие фирменного стиля и корпоративной культуры // XX всероссийская студенческая научно-практическая конференция нижевартовского государственного университета. - г. Нижневартовск: Издательство НВГУ, 2018. - С. 694-696
3. Пол Ренд. Дизайн форма и хаос/ Пол Ренд; [пер. с англ. И. Форонова]. – М: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013 – 244 с.:ил.

Lonshakova M. M., associate professor in the specialty "Art Forms", associate professor of the "Cars" department lons-smm@mail.ru, Naberezhnye Chelny Institute of Kazan (Volga region) Federal University

Kelbieva S. I., 4th-year student of the training profile 54.03.01 "Car Design", kelbieva03@mail.ru, Naberezhnye Chelny Institute of Kazan (Volga region) Federal University

DEVELOPMENT OF CORPORATE IDENTIFICATION FOR YAMAL AIRLINES

Brief summary: The article is devoted to the peculiarities of the development of corporate identification of Yamal Airlines, its ergonomic and stylistic qualities of the brand, its placement on various media, in the interior, the peculiarities of passenger perception and their impact on the operation of the airport. A new brand formation is presented, with a new approach to design, giving rise to new qualities. The corporate style is memorable and recognizable.

Keywords: identification, brand, design, corporate identity, airline.