

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Архитектурно-строительный институт

(наименование института полностью)

Центр «Дизайн»

(наименование кафедры)

54.03.01 Дизайн

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Графический дизайн

(направленность (профиль)/специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему «Разработка визуальной концепции издания, в жанре "руманги" и продуктов для
продвижения проекта для абитуриентов ТГУ»

Обучающийся

А.Д. Картунова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. Культурологии М.С. Сушко

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2025

Содержание

Введение.....	3
1 Анализ проекта.....	5
1.1 Предпроектное исследование	5
1.1.1 Анализ целевой аудитории	6
1.1.2 Анализ СМИ	8
1.1.3 Анализ аналогов	10
1.2 Социальный опрос	12
2 Концептуальные предложения	14
2.1 Первичные концептуальные предложения.....	14
2.1.1 Поисковая дизайн-концепция «От корней к вершинам»	15
2.1.2 Поисковая дизайн-концепция «Четкий план»	16
2.1.3 Поисковая дизайн-концепция «Коллекция эмоций».....	17
2.2 Программа дизайн-реализации проекта	19
3 Реализация проекта	22
3.1 Дизайн проекта	23
3.1.1 Общий дизайн проекта	23
3.1.2 Разработка фирменного стиля	25
3.2 Разработка руманги.....	28
3.3 Визуальное оформление социальных сетей	30
3.4 Разработка итоговых продуктов	32
Заключение	35
Список используемой литературы и используемых источников.....	36
Приложение А Результаты предпроектного исследования	36
Приложение Б Концептуальные предложения	44
Приложения В.....	45

Введение

Комикс — это визуальное искусство, сочетающее изображения и текст, чтобы рассказать историю, передать идеи или эмоции. Это последовательность рисунков, называемых кадрами, которые следуют друг за другом, создавая ощущение движения и развития сюжета. Обычно каждый кадр представляет собой отдельный момент действия, а текстовые элементы, такие как диалоги, мысли персонажей или описания, помогают лучше понять происходящее. Речь героев чаще всего отображается в диалоговых облачках, а их мысли — в специальных «мыслительных» облачках. Также в комиксах часто используются звуковые эффекты, такие как «БАХ!» или «БУМ!», чтобы передать динамику событий.

Истории в комиксах могут быть любыми: от приключений супергероев до драматических или романтических повествований. Комиксы выпускаются в разных форматах — как короткие серии, журналы, объёмные графические романы или даже в цифровом виде в интернете. Первые комиксы появились в Европе в XIX веке как сатирические иллюстрированные истории, но наиболее популярными они стали в США в 1930-х годах, когда началась эпоха супергероев. В Японии появился собственный уникальный стиль комиксов — манга, который отличается особенной эстетикой и культурными особенностями.

Манга — это японские комиксы или графические новеллы, которые представляют собой уникальный вид визуального искусства и повествования. Она является важной частью японской культуры и популярна во всём мире благодаря своему особому стилю, разнообразным жанрам и глубоким сюжетам.

Манга обычно публикуется в чёрно-белом формате, хотя цветные выпуски тоже встречаются, особенно в специальных изданиях. Её ключевая особенность — чтение справа налево, что соответствует традиционному японскому способу письма. Манга сочетает детализированные изображения с

минималистичными элементами, акцентируя внимание на эмоциях персонажей, динамике и сюжете.

Жанры манги разнообразны и охватывают всё, что только можно представить: романтика, боевые искусства, фантастика, ужасы, комедия, драма, спорт и даже образовательные темы. Например, манга может рассказывать как о школьной жизни, так и о приключениях в вымышленных мирах.

Манга обычно публикуется в еженедельных или ежемесячных журналах, а затем собирается в отдельные тома. Она подходит для разных возрастов и категорий читателей: от детей (кодомо) до подростков (сёнэн и сёдзё) и взрослых (сэйнэн и дзёсэй).

Популярность манги распространилась за пределы Японии, и многие произведения адаптируются в виде аниме, фильмов или видеоигр. Манга — это не просто развлечение, но и форма искусства, которая отражает социальные, культурные и философские аспекты жизни. В последние годы в России начали адаптировать мангу, создавая собственный жанр — румангу.

Руманга — это русскоязычный аналог японской манги, представляющий собой комиксы или графические новеллы, выполненные в стиле, вдохновлённом японской мангой. Однако в руманге часто используются элементы русской культуры, традиций, менталитета и реалий, что делает её уникальной.

Авторы руманги адаптируют традиционные стилистические особенности манги, такие как детализированная рисовка, эмоциональная мимика персонажей и специфические приёмы композиции, но делают их ближе к русскоязычной аудитории. Основные платформы для публикации руманги включают веб-сайты, социальные сети или даже издательства, ориентированные на графические романы.

Если говорить проще, руманга — это сочетание эстетики японской манги и уникального культурного подхода русских авторов.

1 Анализ проекта

1.1 Предпроектное исследование

Предпроектное исследование является неотъемлемой частью разработки дизайн-проекта, так как позволяет собрать необходимую информацию для решения проектных задач и понять, как целевая аудитория воспринимает продукт; оно служит основой для выработки концепции, выявления пользовательских предпочтений и анализа конкурентной среды, что в конечном итоге способствует созданию более целостного и востребованного продукта. Кроме того, оно дает возможность оценить стратегические и тактические подходы в проектировании. Исследование ставило цель выяснить отношение аудитории к руманге в целом, а также к её восприятию в России, уровень осведомленности о российской комикс-индустрии и её текущем состоянии. Дополнительно было важно изучить отношение к жанру повседневности. Для этого были поставлены следующие задачи:

- выбрать подходящий метод исследования для достижения поставленных целей;
- подготовить необходимые материалы для получения корректных ответов;
- провести само исследование;
- проанализировать полученные данные;
- сделать выводы, исходя из цели исследования.

В ходе исследования использовались как количественные, так и качественные методы. Количественный метод включал в себя проведение онлайн-опроса для определения отношения аудитории к руманге и жанру повседневность. Качественный метод предполагал анализ материалов СМИ, с целью выявить, как российские комиксы представляются в статьях, проектах и мероприятиях, а также понять, как они позиционируются.

1.1.1 Анализ целевой аудитории

Целевая аудитория руманги очень разнообразна, поскольку жанр охватывает множество тематик и стилевых решений, что позволяет привлечь внимание различных возрастных групп и читателей с разными интересами. Благодаря гибкости формы и широкому спектру сюжетов, руманга может предложить каждому что-то близкое и понятное — будь то романтика, приключения, фэнтези, социальная драма или психологический триллер. В целом, руманга адаптирует японские традиции манги под реалии русскоязычной аудитории, что открывает новые возможности для тех, кто ищет уникальный контент, сочетающий привычные темы с новым визуальным и повествовательным подходом.

И всё же основная аудитория руманги — это подростки (12–18 лет), поскольку произведения в этом жанре часто затрагивают темы взросления, дружбы, поиска себя, первой любви, школьных и подростковых переживаний. Эти истории наполнены динамичными приключениями, элементами фэнтези, магии, а также проблемами, которые близки молодым людям: семья, взаимоотношения, конфликты, внутренние сомнения и переживания. Популярные поджанры включают произведения с акцентом на активное развитие персонажей, их рост, преодоление трудностей и осмысление жизненных ценностей.

Такие произведения часто содержат насыщенные событиями сюжеты, приключения, волшебные миры, преодоление испытаний, а также темы, связанные с самопознанием, эмоциональным взрослением и формированием собственной идентичности. Они способствуют не только развлечению, но и внутреннему развитию читателя, помогая осмыслить происходящее в собственной жизни через призму художественного нарратива.

Молодые взрослые (18–30 лет) чаще интересуются более зрелыми и многослойными историями. В этой возрастной категории особенно востребованы произведения, в которых сочетаются элементы драмы, романтики, фэнтези, философии и социальной критики. Такие работы

исследуют личные и общественные конфликты, темы профессионального становления, самоопределения, внутренней борьбы и моральных выборов. Персонажи в них часто обладают сложной мотивацией, а повествование выходит за рамки однозначных оценок и простых решений.

Для зрелых читателей (от 30 лет) руманга представляет интерес как форма визуального искусства и литературного высказывания. На первый план выходят произведения с глубоким смыслом, богатым символизмом и культурными отсылками. Тематически они могут охватывать исторические события, мифологию, философские размышления, вопросы идентичности, памяти, бытия и социума. Такие истории требуют более внимательного и вдумчивого восприятия, часто становясь поводом для личных размышлений и эмоционального отклика. Руманга в этом случае рассматривается как полноценное культурное явление, способное сочетать визуальную выразительность с содержательной глубиной.

В контексте данной руманги, созданной в рамках дипломного проекта, целевая аудитория включает в себя как школьников и абитуриентов, так и студентов, а также взрослых читателей. Основной темой истории является студенческая жизнь — период, насыщенный новыми впечатлениями, взрослением, поиском себя, дружбой и первыми серьёзными вызовами. Для старшеклассников и абитуриентов такие сюжеты представляют интерес как возможность приоткрыть завесу будущей самостоятельной жизни и прочувствовать атмосферу студенчества. Для студентов — это возможность узнать себя в персонажах и ситуациях, а для взрослой аудитории руманга может вызвать чувство ностальгии, напоминая о времени молодости, ярких эмоциях, романтике юности и тех моментах, которые формируют личность. Таким образом, проект охватывает широкий круг читателей и способен эмоционально откликнуться в каждом — вне зависимости от возраста, поскольку темы взросления, поиска себя и межличностных отношений являются универсальными и близкими многим.

1.1.2 Анализ СМИ

В ходе исследования был проведён контент-анализ СМИ, целью которого было определить, в каких статьях, проектах и мероприятиях упоминаются комиксы, а также проанализировать их позиционирование и частоту упоминаний в информационном пространстве. Анализ охватывал как региональные, так и федеральные источники, включая новостные порталы, специализированные медиа, блоги и социальные сети. Это позволило сформировать более целостное представление о том, как комиксы воспринимаются в современном медиаполе, какие темы наиболее активно обсуждаются и в каком контексте они чаще всего фигурируют.

В процессе анализа была выявлена интересная тенденция: комиксы нередко ассоциируются с такими культурными форматами, как фестивали, выставки, лекции и ярмарки, которые представляют собой своеобразные центры притяжения для поклонников визуального искусства и массовой культуры. Эти мероприятия проводятся с разными целями, наиболее важными из которых являются развлекательная, просветительская и объединяющая. Развлекательная цель заключается в том, что подобные события привлекают людей, желающих провести время в приятной атмосфере, насладиться визуальной эстетикой, поучаствовать в конкурсах, мастер-классах и найти единомышленников. Просветительская функция направлена на популяризацию комиксов и молодежной культуры в целом, включая аниме, видеоигры, косплей и другие элементы современной визуальной среды, что способствует распространению знаний, разрушению стереотипов и формированию положительного образа этих культурных явлений в глазах широкой аудитории.

Особенно значимой является объединяющая функция подобных мероприятий, так как они создают уникальное пространство для диалога и взаимодействия между участниками, организаторами, зрителями и, что немаловажно, отечественными авторами комиксов разных уровней — от начинающих энтузиастов до признанных профессионалов. Это способствует

обмену опытом, развитию творческой среды, формированию сообществ и укреплению культурной идентичности через общие интересы.

В Тольятти можно наблюдать, как эти тенденции проявляются на локальном уровне. Здесь развитие комикс-индустрии в последние годы идёт параллельно с растущим интересом к японской культуре и связанным с ней визуальным искусством. Фестивали, выставки и ярмарки, посвящённые комиксам и аниме, в Тольятти, как правило, организуются аниме-магазинами или любительскими объединениями и проводятся в местах с высокой проходимостью — в крупных торговых центрах, городских парках и на открытых площадках. Это создаёт удобные условия как для проведения мероприятий, так и для привлечения максимально широкой и разновозрастной аудитории, включая семьи с детьми, подростков, студентов и взрослых поклонников жанра.

Кроме того, в последние годы наблюдается активизация инициативной деятельности со стороны молодежи и студенческих сообществ. Так, студенческий совет кафедры ПМИ Тольяттинского государственного университета ежегодно организует аниме-квиз, в котором затрагивается тема манги и комиксов. Это мероприятие уже стало традицией и значимым событием для студенческой аудитории города: оно сочетает элементы игры, обучения и творчества, позволяет участникам расширить кругозор, проявить эрудицию, а также выразить свою приверженность к любимым темам через интеллектуальные конкурсы. Такие инициативы не только развлекают, но и формируют устойчивый интерес к визуальной культуре, способствуют неформальному образованию и укрепляют внутренние связи в молодежной среде.

В целом, результаты исследования показывают, что комиксы постепенно переходят из разряда нишевого увлечения в более широкую культурную практику, становятся частью общественного дискурса и важным элементом современной городской культуры.

1.1.3 Анализ аналогов

Следующим важным этапом исследования стал поиск и анализ аналогичных произведений, с целью выявления основных характеристик, которые формируют визуальный стиль комиксов, а также изучения методов их продвижения на рынке и взаимодействия с аудиторией. Этот этап позволил более чётко определить эстетические и структурные ориентиры, которые могли бы лечь в основу собственной руманги, а также выявить успешные практики подачи и дистрибуции. Для более системного подхода к анализу были выделены две ключевые категории: сюжетное содержание и визуальная подача, каждая из которых играет значимую роль в восприятии произведения.

В первую группу — сюжетных аналогов — вошли комиксы и манга, отражающие жанр повседневности и фокусирующиеся на внутренних переживаниях персонажей, их взрослении и поиске себя. Одним из показательных примеров стала манга *«Хоримия»*, рассказывающая о жизни двух школьников, которые за внешне простой повседневностью скрывают глубокие личные истории. Произведение демонстрирует важность гармонии между лёгкостью повествования и глубиной раскрытия характеров. Вторым примером стала *«Двуличная сестрёнка Умару!»* — комедийная история, в которой повседневность превращается в источник как лёгкого юмора, так и размышлений о двойственной природе личности. Это показывает, как даже в рамках лёгкого жанра можно затрагивать важные темы, близкие молодому читателю. Не менее важным оказался *«Бакуман»* — манга, в которой повествуется о школьниках, решивших стать авторами манги. Она демонстрирует мета-подход к жанру и раскрывает внутреннюю кухню творческого процесса, что делает её особенно интересной для тех, кто задумывается о создании собственных историй. Все эти произведения, несмотря на разнообразие настроений и сюжетов, объединяет одно — фокус на персонажах, их эмоциях и взаимодействиях, что становится ключевым драйвером сюжета и основой для вовлечения читателя.

Во вторую категорию — визуальных аналогов — были включены современные отечественные произведения, в которых удачно сочетаются стиль, эмоциональность и узнаваемость. Одним из них стал веб-комикс «Шучила», созданный российским автором, который выделяется атмосферой пост-панка и визуальной экспрессией. Несмотря на мрачное настроение, автору удаётся органично внедрить элементы иронии и неожиданных поворотов, что делает произведение многослойным и привлекательным. Важной составляющей его успеха стало также наличие собственного мерча, а значит — выстроенная система продвижения, направленная на формирование лояльного сообщества вокруг бренда комикса.

Ещё одним примером стал веб-сериал «Metal Family», который близок к руманге по духу: он построен вокруг повседневной жизни необычной семьи, увлечённой рок-музыкой, и сочетает простую, но выразительную рисовку с чётким и узнаваемым стилем. Упрощённый визуальный язык позволяет сосредоточиться на характерах героев и их историях, а также сделать подачу доступной для широкой аудитории, что важно при работе с молодежной тематикой.

Третьим визуальным аналогом стала руманга «Исчезни», в которой удачно сочетаются детализированные и атмосферные обложки с карикатурными вставками в повседневных или эмоционально насыщенных сценах. Такая гибкость визуального стиля позволяет одновременно передавать важность отдельных моментов и снижать напряжение в более лёгких эпизодах, что делает повествование живым и динамичным.

На основе анализа этих произведений можно сделать ряд важных выводов. Для успешного создания комикса в жанре повседневности необходимо уделять внимание как проработке сюжета, так и визуальной подаче. Сюжетные примеры показали, что даже простая на первый взгляд история может быть глубокой и захватывающей, если грамотно расставить акценты, выстроить развитие событий и проработать персонажей, делая их живыми и понятными аудитории. Именно взаимодействия между героями, их

внутренние конфликты и рост становятся тем, что удерживает интерес читателя до конца.

Визуальные аналоги подчеркнули, насколько важным является авторский стиль, который помогает не только раскрывать эмоциональные состояния персонажей, но и задаёт уникальное настроение произведения. Стиль может быть минималистичным или детализированным, но главное — его целостность и выразительность, соответствие атмосфере и жанру. Кроме того, примеры, такие как «Шучила» и «Metal Family», показали, что грамотное продвижение через соцсети, мерч, участие в фестивалях и взаимодействие с фанатским сообществом значительно повышает узнаваемость проекта и его коммерческий потенциал.

Таким образом, ключевым моментом в успешном создании и продвижении комикса становится гармоничное сочетание увлекательного, осмысленного сюжета и оригинального, запоминающегося визуального стиля, который усиливает впечатление от повествования. Не менее важными являются и методы продвижения, основанные на создании активного сообщества вокруг произведения, что особенно актуально в эпоху цифровой коммуникации. Эти выводы были учтены при разработке концепции собственной руманги в рамках дипломного проекта.

1.2 Социальный опрос

Следующим шагом исследования стал интернет-опрос, который включал три раздела: Половозрастная характеристика целевой аудитории, отношение к индустрии комиксов, восприятие жанра «повседневность».

Анализ первого раздела показал, что количество мужчин (53,3%) и женщин (46,7%) оказалось практически равным. Основной возрастной категорией респондентов стали молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет (66,7%). Однако интерес проявили и несовершеннолетние подростки (13,3%),

и взрослые старше 35 лет (13,3%), что указывает на широкий спектр аудитории.

Результаты второго раздела продемонстрировали, что большинство участников хотя бы раз читали комиксы, причём наиболее популярными жанрами оказались манга (Япония) 50%, западные комиксы (Америка) 43,3%, манхва (Южная Корея) 40%, маньхуа (Китай) 30% и руманга (Россия) 23,3%. Заметная часть аудитории не только знакома с румангой (30%), но и активно интересуется этим жанром (26,7%), а некоторые респонденты даже создают собственные работы.

Третий раздел выявил, что к жанру «повседневность» респонденты относятся неоднозначно: половина опрошенных проявляют интерес, тогда как другая половина остаётся нейтральной. Основные критерии, которые участники назвали важными для успеха произведений в этом жанре, включают качественную рисовку и оригинальную реализацию сюжета.

Также был замечен тот факт, что руманга в жанре повседневности становится более интересна читателям, чем ближе она к реальности: Интерес к руманге в жанре повседневность — 60%. Интерес к руманге в жанре повседневность, при условии, что действия сюжета происходят в вашем городе — 70%. Интерес к руманге в жанре повседневность, при условии, что сюжет основан на реальных событиях — 83,3%. Интересным наблюдением стал факт, что большинство участников считает жанр «повседневность» актуальным, однако отмечает необходимость новых идей и тем, которые способны привлечь аудиторию. Важное дополнение дали свободные ответы респондентов: некоторые из тех, кто изначально заявлял об отсутствии интереса к комиксам, изменили своё мнение после ознакомления с идеями и примерами. Таким образом, проведённый интернет-опрос подтвердил высокий уровень осведомлённости целевой аудитории о комиксах и их жанровом разнообразии. Большинство респондентов выразили интерес к жанру «повседневность», особенно при условии инновационного подхода к его реализации.

2 Концептуальные предложения

2.1 Первичные концептуальные предложения

После тщательного анализа всех практических и теоретических аспектов, рассмотрения ряда аналогичных проектных решений и проведения исследования среди целевой аудитории, были разработаны концептуальные варианты, направленные на поиск единой концепции, которая бы соответствовала запросам рынка и интересам целевой аудитории.

В первую очередь были определены ключевые компетенции проекта, на основе которых затем было сформулировано его позиционирование. Эти компетенции включают:

- Уникальная атмосфера, построенная на жанре повседневности, что позволит выделить проект среди других, более насыщенных фантастическими или экшен-историями.
- Персонажи, которые будут интересны аудитории, с возможностью глубокого их раскрытия, что позволит читателям идентифицировать себя с ними и создать сильную эмоциональную привязанность.
- Сюжет, способный вызывать широкий спектр эмоций, от легкости и юмора до более серьезных и трогательных моментов, создавая многослойность и богатство для восприятия.
- Привлечение внимания к жанру повседневности, актуализация его в условиях современных трендов, что поможет создать новый интерес к этому жанру, который часто недооценен в комиксах.
- Потенциал для создания мерчандайзинга, что расширяет возможности проекта, позволяя монетизировать его популярность через продукцию, которая дополнит визуальный и сюжетный мир.

Эти аспекты были тщательно продуманы, чтобы обеспечить проекту устойчивое развитие, создать положительный отклик у аудитории и заложить основу для долгосрочного успеха на рынке.

2.1.1 Поисковая дизайн-концепция «От корней к вершинам»

Первая концепция «От корней к вершинам» представляет собой русскую мангу, ориентированную на подростков старше 16 лет. Она стремится покорить аудиторию благодаря захватывающей истории, глубоким персонажам и реальной атмосфере, создавая правдоподобное ощущение. Концепция включает следующие ключевые элементы:

- Основные каналы продвижения — активное ведение страниц проекта в социальных сетях, где публикуются посты;
- Небольшие анимации, отражающие тему манги;
- Ежемесячные выпуски манги, включая новые главы, а каждые десять-пятнадцать глав будет выпускаться отдельный том;
- Каждый месяц выходит одна или две новые главы, постепенно создавая нарастающий интерес;
- Печатная продукция (тома манги, постеры, стикеры и др.);
- Возможность индивидуальных заказов в стиле издания;
- Главные герои, подростки, возраст которых будет соответствовать возрасту читателей, будут развиваться и расти по мере продвижения сюжета;
- Персонажи будут сталкиваться с реальными жизненными трудностями — как светлыми, так и темными моментами, переживая их вместе с читателем.

Ключевые ассоциации, которые можно связать с концепцией: детство, взросление, школьная жизнь, экзамены, поступление в университет, первая сессия.

Исходя из этих образов, была сформулирована следующая история: во время серфинга в Интернете появляется рекламный пост о новой русской манге. Описание в посте вызывает знакомые ощущения — ситуации, в которых уже побывал, создают эффект дежавю и пробуждают любопытство. Кликнув на ссылку, открывается официальная группа манги, где оформление

и стиль внезапно дают понять, что это не просто любительский проект, а серьезная и профессионально выполненная работа. Пролистав ленту новостей, уже хочется узнать больше, и желание читать новые главы только усиливается. Каждая новая страница все сильнее затягивает в сюжет, и остается лишь одно желание — чтобы новые главы выходили как можно быстрее.

Самой увлекательной частью сюжета станет наблюдение за взрослением и личностным ростом персонажей, за их превращением из детей в полноценных ячеек взрослого мира, за их переживаниями и радостями, разочарованиями и достижениями.

2.1.2 Поисковая дизайн-концепция «Четкий план»

Концепция «Четкий план» представляет собой уникальное повествование от первого лица, в котором главный герой движется к конкретной цели, одновременно делясь своими мыслями, инструкциями и советами с читателями. Такой подход позволяет создать ощущение личного взаимодействия с персонажем, делая мангу не только развлекательной, но и полезной:

- Продвижение в социальных сетях: регулярное и активное ведение страниц проекта, включая публикации с обновлениями, юмористические и мотивирующие посты, лайфхаки, а также поздравления с праздниками.
- Персонаж как лицо проекта: страницы в социальных сетях ведутся «от имени» главного героя руманги, создавая эффект общения и личной связи с аудиторией.
- Практичные советы и списки: в постах и самой манге размещаются советы, цитаты, планы и инструкции, которые пригодятся читателям в реальной жизни.
- Регулярность выпусков: новые главы выходят ежемесячно, а каждые 10–15 глав собираются в отдельный том.
- Визуальные дополнения: короткие анимации, созданные в формате от первого лица, усиливают эффект погружения.

Ключевые ассоциации, которые можно связать с концепцией: Понятность, полезность, вовлеченность, реализация, юмор, планы, советы, вдохновение.

Исходя из этих образов, была сформулирована следующая история: На этапе подготовки к экзаменам или переезду в общежитие внимание читателя привлекает пост в ленте социальных сетей с полезным списком вещей первой необходимости. Просмотр поста вызывает интерес к группе, где, помимо подобных списков, размещаются практичные лайфхаки, советы и вдохновляющие истории. В оформлении публикаций чувствуется живое участие главного героя манги, а сочетание полезного контента и развлекательной подачи делает формат лёгким для восприятия.

Объединение жизненных советов для старшеклассников, абитуриентов и студентов с увлекательным сюжетом, в котором юмор и примеры из повседневности помогают читателям не только развлечься, но и найти полезные рекомендации. Такой формат делает румангу не просто историей, а путеводителем, который читатели будут использовать в своей жизни.

2.1.3 Поисковая дизайн-концепция «Коллекция эмоций»

Концепция «Коллекция эмоций» ориентирована на создание целой линейки продукции, дополняющей румангу. Эта концепция объединяет продвижение через социальные сети, создание эксклюзивного контента и мерчендайз, что позволяет создать для аудитории яркий и эмоционально насыщенный опыт взаимодействия с брендом.

Основные аспекты концепции:

- Продвижение через социальные сети: акцент на видеороликах, анимированных постах и истории, связанных с персонажами и сюжетом.
- Линейка мерчендайза: значки, брелоки, стикерпаки, плакаты, брендированная одежда и другие уникальные товары, отражающие атмосферу и образы манги.

- Ежемесячные выпуски манги: регулярное обновление глав, каждые 10–15 глав собираются в отдельный том.
- Коллекционные дополнения: каждый новый том сопровождается эксклюзивной линейкой мерча, часть из которой доступна только в комплекте с изданием, а часть — в интернет-магазине.
- Печатные издания: стильные тома с высоким качеством исполнения для коллекционеров.
- Небольшие анимации: короткие видеоролики, демонстрирующие как сюжетные моменты, так и продукцию бренда.

Ключевые ассоциации, которые можно связать с концепцией: эмоции, коллекционирование, стиль, эксклюзивность, привязанность, сюрпризы, визуальная эстетика, товары и сюжет в одной вселенной.

Исходя из этих образов, была сформулирована следующая история: В ленте социальных сетей появляется реклама товара с уникальным и притягивающим внимание принтом. Заинтересовавшись, пользователь переходит по ссылке и попадает в официальное сообщество проекта. Внимание привлекает не только разнообразие продукции, но и креативный подход к продвижению: анимационные ролики, вдохновляющие посты и история, связанная с товарами. Просматривая линейку мерча, становится интересно узнать, что лежит в основе дизайнов, и возникает желание познакомиться с сюжетом.

С каждой новой главой или томом читатели получают возможность приобрести новый дизайн-продукт, который продолжает раскрывать атмосферу руманги. Постепенно увлекаясь историей и её миром, аудитория не только становится фанатами сюжета, но и стремится собрать всю коллекцию мерча и печатных изданий. В результате история и бренд становятся неотделимыми.

2.2 Программа дизайн-реализации проекта

Программа перформанса подразумевает поэтапный план сценария с полным перечнем дизайн-продуктов, подлежащих к разработке на каждом из его этапов, и конкретными сроками его реализации

Таблица 1 – Программа перформанса дизайн-проекта концепции №1

Эпизоды сценария	Основная идея	Медиа-носитель	Дизайн-продукт
Создание и размещение медиа-контента в соцсетях и YouTube	Прогрев аудитории	Соцсети: Вк, Telegram	Трейлер и рекламные посты
Распространение рекламного контента бесплатными способами в соцсетях и интернет-пространстве. Ведение страниц проекта в соцсетях.	Распространение информации о продукте, привлечение внимания	Соцсети, тематические группы (с бесплатной рекламой)	Рекламные посты, посты взаимодействия с аудиторией
Сбор средств: запуск системы донатов (поддержки автора), выполнение индивидуальных заказов (комишн)	Собрать начальный капитал на создание печатной продукции	Соцсети: Вк, Telegram	Заказные работы, посты с их рекламой
Выделение собранных средств на издание продукта и производство мерчендайза.	Продажа, дальнейшее распространение	Книжная и печатная продукция, сувенирная продукция	Печатное издание комикса в нескольких вариациях: обычная и для спонсоров проекта. Мерчендайз: стикеры, открытки, значки, брелоки и др.
Дальнейшее ведение страниц продукта в соцсетях и взаимодействие с аудиторией	Продление интереса, прогрев аудитории на вторую главу	Соцсети, тематические фестивали, сходки	Интерактивные посты в соцсетях, интервью, тематические мероприятия

Таблица 2 – Программа перформанса дизайн-проекта концепции №2

Эпизоды сценария	Основная идея	Медиа-носитель	Дизайн-продукт
Создание и размещение медиа-контента в соцсетях и YouTube	Прогрев аудитории	Соцсети: Вк, Telegram	Трейлер и рекламные посты
Распространение рекламного контента бесплатными способами в соцсетях и интернет-пространстве. Ведение страниц проекта в соцсетях.	Распространение информации о продукте, привлечение внимания	Соцсети, тематические группы (с бесплатной рекламой)	Рекламные посты, посты взаимодействия с аудиторией
Сбор средств: запуск системы донатов (поддержки автора), выполнение индивидуальных заказов (комишн)	Собрать начальный капитал на создание печатной продукции	Соцсети: Вк, Telegram	Заказные работы, посты с их рекламой
Активное взаимодействие с аудиторией	Анализ уже набранной аудитории	Соцсети: Вк, Telegram	Интерактивные посты, конкурсы
Выделение собранных средств на издание продукта и производство мерчендайза.	Продажа, дальнейшее распространение	Книжная и печатная продукция, сувенирная продукция	Печатное издание комикса в нескольких вариациях: обычная и для спонсоров проекта. Мерчендайз: стикеры, открытки, значки, брелоки и др.
Дальнейшее ведение страниц продукта в соцсетях и взаимодействие с аудиторией	Продление интереса, прогрев аудитории на вторую главу	Соцсети, тематические фестивали, сходки	Интерактивные посты в соцсетях, интервью, тематические мероприятия

Таблица 3 – Программа перформанса дизайн-проекта концепции №3

Эпизоды сценария	Основная идея	Медиа-носитель	Дизайн-продукт
Создание страницы продукта на краудфандинге, запуск сбора средств. Создание страницы проекта в соцсетях. Привлечение имеющейся аудитории. Создание постов-тизеров	Сбор средств, привлечение внимания	Краудфандинговые платформы, соцсети	Оформление страницы на BoomStarter, оформление страницы проекта в соцсетях, на Boosty, постеры-тизеры
Создание и размещение медиа-контента в соцсетях	Прогрев аудитории	Соцсети: Вк, Telegram, Boosty	Трейлер и рекламные посты, эксклюзивные материалы на Boosty
Распространение рекламного контента бесплатными способами в соцсетях и интернет-пространстве. Ведение страниц проекта в интернет-пространстве	Распространение информации о продукте, привлечение внимания	Соцсети, тематические группы (с бесплатной рекламой)	Рекламные посты, посты взаимодействия с аудиторией, эксклюзивные материалы на Boosty
Выделение собранных при помощи краудфандинга средств на издание продукта и производство мерчендайза.	Продажа, дальнейшее распространение	Книжная и печатная продукция, сувенирная продукция, медиа-контент (анимационные ролики)	Печатное издание комикса в нескольких вариациях: обычная и для спонсоров проекта. Анимационные ролики с платным доступом на Boosty. Мерчендайз: стикеры, открытки, значки, брелоки и др.
Дальнейшее ведение страниц продукта в соцсетях и взаимодействие с аудиторией	Продление интереса, прогрев аудитории на вторую главу	Соцсети, тематические фестивали, сходки	Интерактивные посты в соцсетях, интервью, тематические мероприятия

3 Реализация проекта

Реализация проекта представляет собой переход от концептуальной и исследовательской стадии к практическому воплощению замысла. Это ключевой этап, на котором абстрактные идеи и стратегические намерения обретают конкретную форму — визуальную, текстовую и медийную. На этом этапе проект начинает жить собственной жизнью, выходя за пределы теоретических разработок и переходя в сферу восприятия конечного пользователя. Основываясь на ранее проведённом анализе целевой аудитории, изучении аналогов, а также сформулированных художественных и коммуникационных целях, были разработаны законченные визуальные, графические и контентные решения, полностью соответствующие духу проекта и его жанровой специфике.

На данном этапе особое внимание уделялось целостности визуального языка, его последовательности на всех уровнях — от оформления кадров до фирменных элементов дизайна. Визуальные образы подбирались таким образом, чтобы быть легко узнаваемыми, эмоционально выразительными и интуитивно понятными целевой аудитории. При этом большое значение имели сценарные элементы: эмоциональные арки персонажей, внутренние конфликты, сцены взаимодействия, которые должны не только удерживать интерес читателя, но и вызывать эмпатию. Создавался не просто графический рассказ — руманга, — а многослойный проект, объединяющий визуальное искусство, повествование и элементы брендинга.

Помимо основного произведения была проработана целая экосистема сопутствующих элементов, включающая:

- Фирменный стиль проекта, охватывающий логотип, цветовую палитру, типографику и композиционные приёмы, отражающие атмосферу повседневности с оттенками драмы и юмора;
- Бренд-атрибутику, включающую постеры, наклейки, значки, иллюстрации и другие материалы, создающие дополнительные точки контакта с аудиторией;

– Оформление социальных сетей, что позволило адаптировать визуальный контент под разные форматы и обеспечить единое представление бренда во всех каналах коммуникации;

Каждое визуальное и текстовое решение принималось с учётом выбранной стилистики и платформ распространения: будь то веб-сайты, мобильные приложения, социальные сети или печатная продукция. Важной задачей стало также обеспечение доступности контента — удобства восприятия, навигации и адаптивности, что особенно актуально для современной цифровой аудитории.

В результате проделанной работы была создана оригинальная руманга, в основе которой лежит тщательно проработанный сюжет, графическая стилистика и уникальные персонажи с индивидуальными чертами, визуальными маркерами и характерными поведенческими линиями. Дополнительно были оформлены элементы визуальной айдентики, разработан фирменный стиль бренда, а также созданы вспомогательные и маркетинговые материалы, направленные на продвижение проекта, формирование лояльного сообщества и устойчивое вовлечение аудитории в интерактивное взаимодействие с контентом.

3.1 Дизайн проекта

3.1.1 Общий дизайн проекта

Общий стиль проекта опирается на жанр «повседневность» (slice of life), который стремится передать естественность и простоту человеческих взаимоотношений, эмоциональных состояний и бытовых ситуаций. Визуальная концепция выстраивается вокруг идеи создания атмосферы уюта, доверия и эмоциональной близости между персонажами и аудиторией. Проект

намеренно отказывается от излишней зрелищности в пользу тонкой эмоциональной выразительности и визуального комфорта.

Цветовая палитра проекта выдержана в кофейных оттенках, включая:

- Тёмный кофейный (глубокий коричневый) — для контуров, заголовков и насыщенных акцентов, придающих стабильность и визуальный вес композиции;
- Капучино (мягкий коричнево-бежевый) — для основного фона и крупных цветowych плоскостей, создающих ощущение тепла и нейтральности;
- Латте (светло-бежевый с тёплым подтоном) — как основной фон для диалоговых окон и нейтральных сцен, способствующий визуальному отдыху;
- Молочный (почти белый с кремовым оттенком) — для освещения, бликов и подчеркивания лёгкости и чистоты эмоционального фона.

Эта палитра ассоциируется с теплотой, домашним уютом и неспешными моментами повседневной жизни. Она помогает сформировать мягкую визуальную среду, не утомляющую глаз и не отвлекающую от сюжета и эмоций.

Композиционно проект придерживается минималистичного и сбалансированного подхода, с акцентом на:

- выразительную мимику и жестикуляцию персонажей — как основной способ передачи чувств и межличностной динамики;
- упрощённый фон, который не перегружает кадр, но при этом поддерживает атмосферу сцены;
- точечное использование карикатурных вставок (в духе японской манги), особенно в юмористических или эмоционально напряжённых моментах. Эти вставки создают визуальный ритм, добавляют комичности или контраста и делают повествование живым и динамичным.

Таким образом, визуальная концепция проекта опирается на эмоциональную достоверность и уютную эстетику, которая делает историю доступной и привлекательной для широкой аудитории.

3.1.2 Разработка фирменного стиля

Фирменный стиль руманги играет ключевую роль в формировании её визуальной идентичности, обеспечивая узнаваемость и целостность восприятия проекта на всех платформах — от печатной продукции до цифровых медиа. Основная задача — отразить эмоциональный и сюжетный тон произведения, подчеркнуть его уникальность и создать устойчивую ассоциативную связь у аудитории.

В рамках разработки фирменного стиля были созданы следующие ключевые элементы:

- Логотип проекта, выполненный в стилистике каллиграфии с элементами ручного рисования. Штрихи намеренно неровные, как будто написанные кистью или фломастером, что символизирует творческую непосредственность, теплоту и душевность, присущие как визуальному стилю руманги, так и её содержанию. Логотип гармонирует с эстетикой японской и корейской манги, но при этом сохраняет авторскую индивидуальность.
- Цветовая палитра, полностью основанная на кофейных оттенках, что подчёркивает атмосферу уюта, неспешности и «вкусной» повседневности.

В палитру входят:

- Тёмный эспрессо — глубокий, почти чёрный коричневый, используется для текстов, контуров и акцентов;
- Капучино — насыщенный средне-коричневый, для подложек, кнопок и элементов интерфейса;
- Латте — тёплый светло-бежевый, для фонов и крупных плоскостей;

- Молочный крем — почти белый с едва уловимым теплым подтоном, применяемый для световых акцентов, выделения диалогов и подложек в соцсетях.
- Эта цветовая схема визуально объединяет все части проекта, создавая мягкую, уютную и дружелюбную атмосферу.
- Иконографика и элементы навигации, оформленные в тематике кофейной культуры: используются пиктограммы с изображениями кофеварок, турок, чашек, стаканчиков, кофейных зерен и молочников, выполненные в едином стиле — с мягкими закруглёнными линиями и в цветах фирменной палитры. Эти иконки используются как в интерфейсе веб-версии руманги, так и в постах и сторис для соцсетей.
- Обложки томов и отдельных глав, на которых изображается главная героиня в разных эмоциональных и сюжетных состояниях. Каждая обложка создаётся как самостоятельное художественное произведение, отражающее:
 - ключевой этап развития сюжета;
 - внутренние перемены героини;
 - визуальные символы (кофейная чашка, тетрадь, окно с дождём и т.п.), связанные с темой конкретной главы.

Каждая иллюстрация для обложки разрабатывается с особым вниманием к композиции, цветовой гамме и выразительности образов, с учётом эмоционального содержания и ключевых сюжетных акцентов главы, чтобы не только максимально точно передать её настроение и атмосферу, но и создать уникальный визуальный акцент, который поможет выделить данный выпуск в общей линейке проектов, привлекая внимание читателей и усиливая их интерес к дальнейшему погружению в историю.

Хотя проект не использует строго заданные шаблоны постов, для оформления социальных сетей (VK и Telegram) был разработан единый визуальный язык, включающий:

- Использование фирменных иконок и графических элементов, отсылающих к кофейной тематике, которая служит как визуальной метафорой уюта, неспешности и душевных разговоров — ключевых характеристик жанра повседневности;
- Применение тёплой кофейной цветовой палитры для обложек, фонов, рамок и декоративных вставок. Оттенки бежевого, коричневого, карамельного и молочного цвета создают мягкую и располагающую визуальную среду, вызывая ассоциации с тишиной, уютом и личным пространством;
- Интеграцию иллюстраций в фирменном стиле, включая фрагменты из глав руманги, мини-портреты персонажей, авторские зарисовки и тематические арты. Это позволяет не только визуализировать контент, но и постоянно напоминать пользователям о ключевых персонажах и настроении проекта, углубляя их эмоциональную связь с произведением;
- Шрифтовое оформление, сочетающее легко читаемый беззасечный шрифт для основного текста с рукописными акцентами в заголовках, подписях и цитатах. Такое сочетание подчёркивает «ручной», авторский характер проекта, добавляет визуальной динамики и усиливает ощущение личного, почти дневникового общения с аудиторией.

Такой подход обеспечивает не только визуальную целостность и узнаваемость бренда в цифровой среде, но и способствует постепенному формированию сообщества вокруг проекта. Эстетическая атмосфера и эмоциональный фон, создаваемые визуальными средствами, позволяют пользователям чувствовать себя «как дома» — вовлечёнными, понятыми и услышанными. Это особенно важно для жанра повседневности, в котором важны не только сюжетные события, но и настрой, настроение, ощущение сопричастности.

3.2 Разработка руманги

Разработка руманги — это многоэтапный процесс, включающий в себя сценарную проработку, раскадровку, визуальное оформление и финальную подготовку к публикации. Важной особенностью проекта стало соблюдение баланса между художественной выразительностью и повседневной достоверностью, что позволило создать живой, близкий аудитории визуальный нарратив.

Сюжетная основа руманги строится вокруг внутреннего взросления главной героини — молодой девушки, поступившей в институт, и её взаимодействия с окружающим миром: друзьями, преподавателями, семьёй, коллегами и случайными знакомыми.

Основные сюжетные темы включают:

- поступление в институт и первый опыт самостоятельной жизни;
- адаптацию к новым социальным условиям;
- сложные и часто противоречивые отношения с близкими;
- эмоциональные кризисы, сомнения, открытия и личностный рост;
- небольшие повседневные эпизоды, в которых героиня учится слышать себя и понимать других.

Каждая глава оформлена как самостоятельная история с законченным эмоциональным акцентом, но при этом встроена в общую арку развития героини. Такой формат способствует сериализации — читатель получает удовлетворение от завершённой сцены, но остаётся вовлечённым в дальнейшее развитие событий.

Раскадровка (сториборд) выполнена с учётом особенностей руманги и комикс-формата:

- чтение слева направо (в отличие от традиционной японской манги, что облегчает восприятие русскоязычной аудиторией);
- чередование больших атмосферных панелей и мелких деталей, передающих жесты, выражения лиц и предметную среду;

- акцент на визуальное повествование — мимика, композиция и пространственные паузы используются как полноценные элементы рассказа;
- минимальное использование диалогов в отдельных сценах, чтобы подчеркнуть визуальную выразительность.

Отказ от «символьных эффектов» (таких как адаптированная хирагана/катакана) был осознанным решением — вместо этого использованы:

- штриховка и градации серого для передачи светотени, настроения и фокусировки внимания;
- скринтоны и текстуры, имитирующие традиционные приёмы печатной манги, для оформления фона и эмоционального контекста.
- В процессе визуализации использовалась гибридная техника, сочетающая традиционные и цифровые методы:
- ручная линия: первоначальные наброски создаются от руки, что придаёт рисунку органику, индивидуальность и эмоциональную «неровность»;
- цифровая обработка: на этапе финализации используются планшет и графический редактор для выравнивания, шрифтовки, наложения скринтонов и тонов;
- цветовая стилизация: при том, что основная часть руманги выполнена в монохромной манговой стилистике, отдельные панели или эпизоды раскрашиваются в фирменной кофейной палитре для усиления эмоциональных акцентов (например, флешбеки, ключевые сцены, обложки).

Финальный продукт выпускается в двух основных форматах:

- webtoon-версия — вертикальный формат с прокруткой, адаптированный под мобильные устройства. Такой подход облегчает доступ к контенту и расширяет охват аудитории;

- PDF-формат — для печатной и офлайн-распространяемой версии, где сохраняется структура классического комикса со страницами и разворотами.

Каждая глава сопровождается заголовочной обложкой с изображением главной героини в состоянии, соответствующем теме и тону повествования.

3.3 Визуальное оформление социальных сетей

Для поддержания интереса к проекту, формирования сообщества и постоянной коммуникации с аудиторией была начата работа по оформлению и наполнению официальных страниц руманги в социальных сетях. На текущий момент оформлены и активно используются две платформы — «ВКонтакте» и Telegram, в дальнейшем планируется запуск страницы на Boosty, а также размещение глав на MangaLib и других платформах с русскоязычной аудиторией.

Каждая социальная сеть выполняет свою функцию:

- «ВКонтакте» — основная площадка проекта. Здесь публикуются главы руманги, новости, иллюстрации, анонсы, а также проводится взаимодействие с подписчиками в формате постов, опросов, обсуждений и неформальных материалов (мемов, цитат, реакций). «ВКонтакте» позволяет сохранять архивный формат подачи контента, систематизировать публикации и предоставлять подписчикам удобную навигацию по материалам.
- Telegram-канал — платформа для быстрой и лаконичной передачи информации. В канал регулярно публикуются новости о выходе новых глав, короткие сообщения от авторов, эксклюзивные фрагменты рабочих процессов, эскизы и наброски. Также здесь размещаются заметки «за кулисами» создания руманги, личные комментарии о ходе работы, ссылки на опросы или публикации во «ВКонтакте».

- Boosty (в разработке) — в будущем станет площадкой для поддержки проекта. Здесь планируется размещать бонусный контент: дополнительные страницы, альтернативные варианты обложек, эксклюзивные иллюстрации, не вошедшие в основные главы эпизоды, черновики и материалы с ранним доступом. Подписка на Boosty будет давать читателям возможность первыми получать новые главы и поддерживать автора напрямую.
- MangaLib (в разработке) — планируется как одна из ключевых платформ для размещения руманги, ориентированная на русскоязычную аудиторию любителей комиксов и манги. Выход на MangaLib позволит расширить охват читателей, повысить узнаваемость проекта и упростить доступ к главам для широкой аудитории благодаря удобному интерфейсу и активному сообществу платформы. Размещение на MangaLib также открывает дополнительные возможности для продвижения и обратной связи с читателями через комментарии и рейтинги.

Все платформы оформлены в едином визуальном стиле, соответствующем фирменной айдентике руманги. Используются:

- иконки с кофейной тематикой (чашки, кофеварки, турки, стаканчики), дополняющие теплую и уютную атмосферу проекта;
- цветовая палитра в кофейных оттенках (тёмный кофе, латте, капучино, молочный), применяемая в фонах, шаблонах и декоративных элементах;
- фирменные шрифты, использующиеся в подписях и заголовках — один простой и читаемый, другой — стилизованный под ручную надпись;
- иллюстрации главной героини, в том числе на обложках постов и закреплённых публикациях, что помогает формировать узнаваемость образа и эмоциональную связь с аудиторией.

Несмотря на то, что пока не используются такие форматы как анимации или истории (сторис), внимание сосредоточено на регулярной, визуально насыщенной подаче контента. Среди ключевых рубрик:

- Поздравления с праздниками — оформленные в фирменном стиле открытки с персонажами и короткими тематическими посланиями. Это помогает сохранять контакт с аудиторией и создавать ощущение участия персонажей в реальной жизни подписчиков.
- Интерактивные публикации — опросы, обсуждения, вопросы к читателям, которые помогают лучше узнать аудиторию и стимулируют обратную связь.
- Короткие заметки о процессе работы — рассказы об идеях, отсылках, творческих решениях и сложностях создания конкретных сцен или героев.
- Постепенное расширение присутствия в цифровом пространстве позволяет проекту оставаться гибким, адаптивным к интересам подписчиков и открытым для будущих форматов публикации и монетизации.

3.4 Разработка итоговых продуктов

Финальный этап проекта включает создание как печатной, так и сувенирной продукции, которая расширяет вселенную руманги за пределы экрана и позволяет читателям прикоснуться к её атмосфере в реальной жизни. Вся продукция оформлена в фирменной кофейной палитре и отражает тепло, уют и лёгкую меланхолию, присущие произведению, что способствует созданию уникального эмоционального опыта и углубляет связь аудитории с миром руманги.

К выпуску подготовлен первый том руманги в формате мягкой обложки. Он станет основным физическим носителем истории и будет доступен для

покупки как в онлайн-магазинах, так и на офлайн-мероприятиях, что позволит охватить широкую аудиторию и сделать проект максимально доступным. Обложка выполнена в цветовой гамме проекта и иллюстрирует главную героиню, передавая её характер и настроение первых глав, при этом сочетая элементы минимализма и теплоты, чтобы подчеркнуть атмосферу произведения. Это полноценный самостоятельный выпуск, включающий основную сюжетную линию и художественное оформление, выдержанное в едином стилистическом решении. Кроме того, планируется выпустить ограниченное количество экземпляров с автографом автора, что добавит ценности и привлечёт коллекционеров и преданных поклонников.

Для поддержки проекта создана коллекция фирменного мерча — физического формата. В неё входят:

- Наклейки с героями, ключевыми сценами и элементами кофейной тематики. Они подходят для персонализации повседневных вещей — блокнотов, гаджетов, упаковки;
- Брелоки и акриловые фигурки персонажей и кофейных атрибутов — такие как чашка, кофеварка, книга, уютный шарф или зонт. Аксессуары выполнены в компактном формате, удобны для ношения на сумках, рюкзаках, ключах;
- Значки — как акриловые, так и металлические, с фирменными цветами и цитатами, доступные в разных стилях: минималистичные, с иллюстрациями или с декоративным текстом;
- Футболки и толстовки с отсылками к ключевым моментам манги и популярными мемами из проекта, которые понятны не только поклонникам, но и людям, не читавшим румангу, что расширяет потенциальную аудиторию и создаёт эффект узнаваемости;

Вся продукция оформлена в едином стиле — с использованием кофейных оттенков, мягких линий, узнаваемых персонажей и мотивов

руманги, создающих ощущение домашнего уюта, лёгкой мечтательности и тесной связи с тематикой произведения.

- В рамках расширения проекта планируется выпуск дополнительных товаров, ориентированных на повседневное использование и коллекционирование. В ближайших планах:
- Онлайн-стикеры для использования в мессенджерах и социальных сетях, выполненные в характерной манговой стилистике.
- Блокноты с иллюстрациями на обложке, декоративными элементами внутри и специальными страницами для заметок или скетчей, что сделает их привлекательными для творческих и организованных пользователей;
- Шоперы — удобные тканевые сумки с принтами в фирменном стиле, рассчитанные на ежедневное использование.
- Мягкие подушки с изображениями персонажей и забавными мемными фразами из руманги, которые добавляют юмора и уюта в повседневную жизнь, делая мерч не только эстетичным, но и эмоционально близким для пользователей.
- Подарочные комплекты, в которые войдут печатный том, наклейки, значки и дополнительные материалы, оформленные как ограниченные серии, что будет способствовать развитию коллекционной культуры и подарочной активности среди поклонников. Разработка итоговых продуктов направлена на формирование цельного образа проекта — от цифрового контента до физического присутствия в жизни аудитории, превращая румангу в полноценный культурный феномен. Мерч и печатные материалы становятся неотъемлемой частью мира руманги, усиливая эмоциональную вовлечённость через тактильное и визуальное взаимодействие с брендом.

Заключение

Проект руманги представляет собой комплексную визуальную работу, охватывающую все этапы креативного и производственного процесса — от идеи и сценария до реализации фирменного стиля, выпуска печатной версии и разработки сопутствующей продукции. Основной целью проекта было создание эмоционально близкой, визуально привлекательной и содержательной истории, с которой могла бы себя соотнести молодая аудитория. Через жанр повседневности, наполненный теплой атмосферой и нюансами взросления, руминга предлагает не только развлекательный контент, но и повод для размышлений о себе, окружающих и жизненных переменях.

В рамках проекта была разработана полноценная визуальная концепция, основанная на мягкой кофейной палитре. Фирменный стиль подчёркивает атмосферу уюта и тепла.

Руманга успешно адаптирована как для цифрового, так и для печатного формата. Визуальная подача была продумана под разные платформы: от вертикального webtoon-формата до макета для бумажного тома. Социальные сети оформлены с учетом фирменного стиля, что позволяет проекту выстраивать устойчивую коммуникацию с читателями, поддерживать интерес и вовлеченность. Публикации, праздничные рубрики и иллюстрации делают продвижение органичным и привлекательным.

Проект также включает запуск сувенирной линейки — стикеров, брелоков, значков, фигурок и первой печатной книги, что формирует не только эмоциональную, но и материальную связь между аудиторией и вселенной руманги. В планах — расширение ассортимента и выход на новые платформы (Boosty, MangaLib), что открывает перспективы для масштабирования.

Таким образом, руманга выступает как завершённый авторский проект, сочетающий художественную идею, визуальную эстетику и современные подходы к продвижению и взаимодействию с аудиторией

Список используемой литературы и используемых источников

1. Айснер У. Комикс и последовательное искусство / Уилл Айснер. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. [Электронный ресурс] – URL: biblio-globus.ru+12labirint.ru+12chitai-gorod.ru+12 (дата обращения: 27.12.2024)
2. Макклауд С. Понимание комикса / Скотт Макклауд. — М.: Белое яблоко, 2016. [Электронный ресурс] – URL: labirint.ru+3ru.wikipedia.org+3lit-info.ru+3 (дата обращения: 27.12.2024)
3. Ван Ленте Ф., Данлеви Р. История комиксов / пер. Иван Чернявский. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. [Электронный ресурс] – URL: chitai-gorod.ru+1labirint.ru+1 (дата обращения: 27.12.2024)
4. Камара С. Энциклопедия манги. История и практический курс / пер. и сост. АСТ, 2024. [Электронный ресурс]. URL: litres.ru+6biblio-globus.ru+6labirint.ru+6 (дата обращения: 27.12.2024)
5. Kinsella S. Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society. — Honolulu: Univ. of Hawai'i Press, 2000. [Электронный ресурс]. URL: ru.wikipedia.org (дата обращения: 27.12.2024)
6. Юм В. История манги / Влад Юм. — М.: Издательские решения, 2025. [Электронный ресурс]. URL: labirint.ru+7litres.ru+7biblio-globus.ru+7 (дата обращения: 27.12.2024)
7. Волкова А. А., Берндт Ж., Катасонова Е. Манга в Японии и России: Субкультура отаку... / под ред. Ю. Магеры. — Екатеринбург: Фабрика комиксов, 2018. [Электронный ресурс]. URL: biblio-globus.ru+2labirint.ru+2fantlab.ru+2 (дата обращения: 27.12.2024)
8. Манга в Японии и России. Вып. 2 / под ред. Ю. Магеры. — М. ; Екб.: Фабрика комиксов, 2018. [Электронный ресурс]. URL: biblio-globus.ru (дата обращения: 27.12.2024)
9. Предпроектный анализ [Электронный ресурс]. URL: https://bstudy.net/872529/tehnika/predproektnyy_analiz (дата обращения: 27.12.2024)

10. Дмитрий Лященко. Как выжить в индустрии комикса. Советы от профессионалов. Эксмо, 2019. [Электронный ресурс]. URL: lit-info.ru+2livelib.ru+2livelib.ru+2 (дата обращения: 27.12.2024)
11. Дмитрий Лященко. Азбука комиксиста. Как придумать и создать свой первый комикс. Эксмо, 2021. [Электронный ресурс]. URL: fantlab.ru+9lit-info.ru+9livelib.ru+9 (дата обращения: 27.12.2024)
12. Дизайн персонажей. Концепт-арт для комиксов, видеоигр и анимации. Питер, 2021. [Электронный ресурс]. URL: livelib.ru+1livelib.ru+1 (дата обращения: 03.05.2025)
13. Как создать собственный комикс (подборка): включает фундаментальные практики и мерчидизации. Эксмо, 2016-2022 [Электронный ресурс]. URL: livelib.ru+1livelib.ru+1 (дата обращения: 27.12.2024)
14. Комиксы и графические романы (раздел Livelib/Labirint): разнообразие форматов и подходов — охватывает дизайн, публикацию, merchandising, 2016–2023 [Электронный ресурс]. URL: labirint.ru (дата обращения: 27.12.2024)
15. Мир комиксов. Выпуск 8 (2023) — сборник, включая экспертизу визуального нарратива и проектирования. [Электронный ресурс]. URL: labirint.ru+1fantlab.ru+1 (дата обращения: 03.05.2025)
16. *Kronikas #4–#5* (2020-21) — примеры российской графической культуры, полезные как аналоги визуальных решений и мерча. [Электронный ресурс]. URL: fantlab.ru (дата обращения: 03.05.2025)
17. ГАМ. Альманах русской манги. Том 17. Фабрика комиксов, 2020. [Электронный ресурс]. URL: fantlab.ru+1labirint.ru+ (дата обращения: 03.05.2025)
18. Салтыкова Г. М. Фирменный стиль: учебное пособие. — М.: ДПК Пресс, 2014. — 55 с.; цвет. илл. — (Серия «Дизайн»). [Электронный ресурс]. URL: knorus.ru+4rusneb.ru+4store.artlebedev.ru+4 (дата обращения: 03.05.2025)

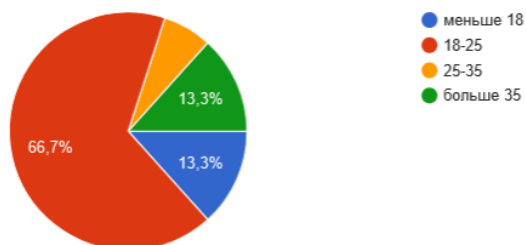
19. Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г. Брендинг: учебник для вузов. — М.: Юрайт, 2025. [Электронный ресурс]. URL: urait.ru+1urait.ru+1 (дата обращения: 03.05.2025)

20. Костина Н. Г., Баранец С. Ю. Фирменный стиль и дизайн: учебное пособие для студентов вузов. — Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2014. [Электронный ресурс]. URL: profspo.ru (дата обращения: 03.05.2025)

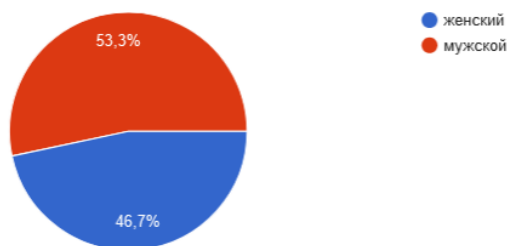
Приложение А

Результаты предпроектного исследования

сколько вам лет?



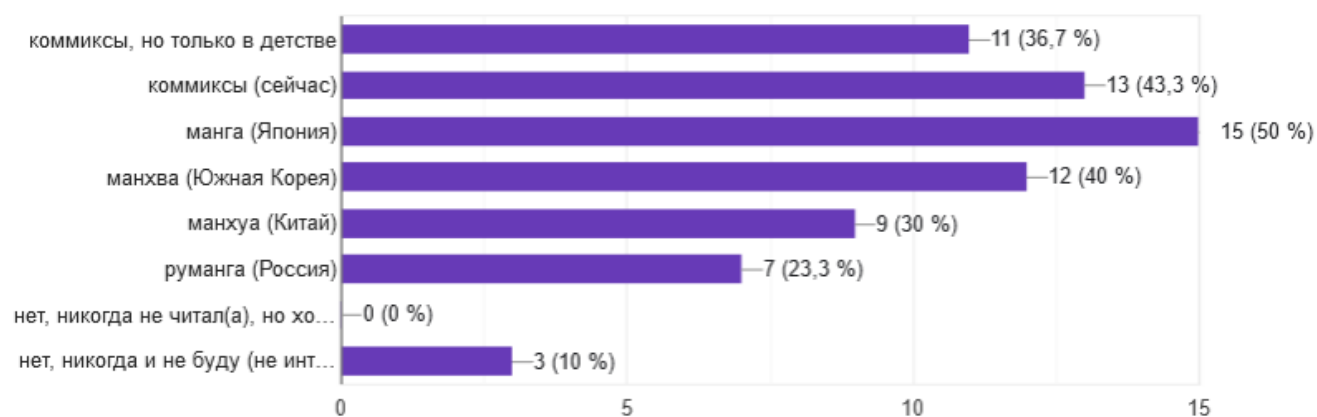
ваш пол



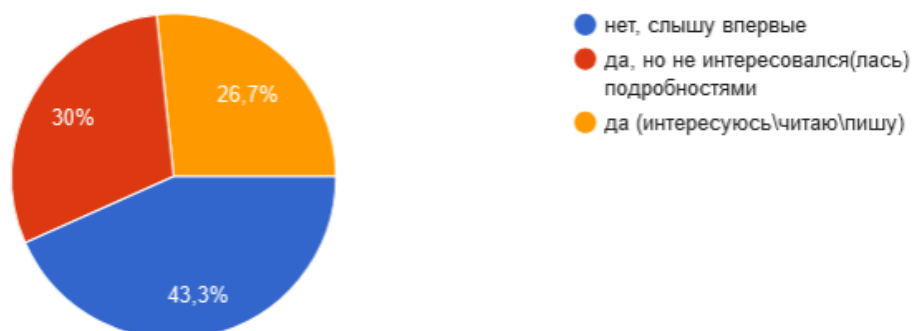
Как вы относитесь к историям, где нет экшен-сцен, мистики, магии, элементов фантастики и пр., а сюжет идет о жизни самых обычных людей (жанр повседневность)?



Читали ли вы когда-нибудь любое визуальное издание, сочетающее в себе изображения и текст?



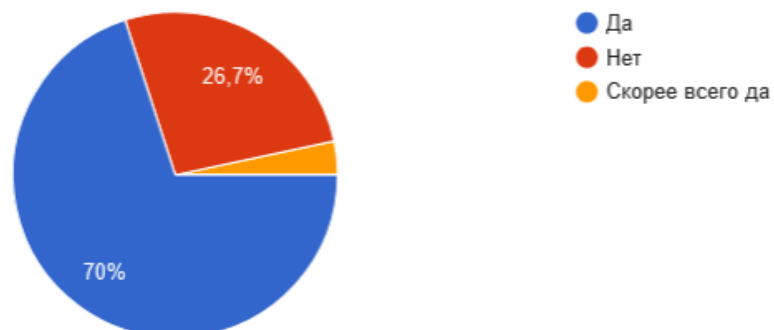
Слышали ли вы о жанре "Руманга"?



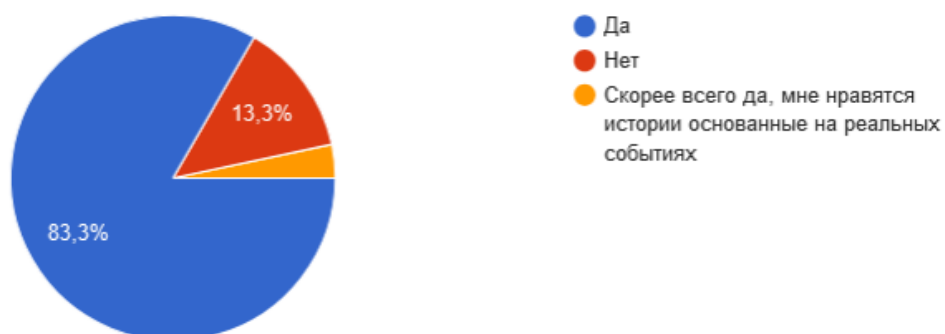
Было бы вам интересно почитать издание руманги в жанре повседневности?



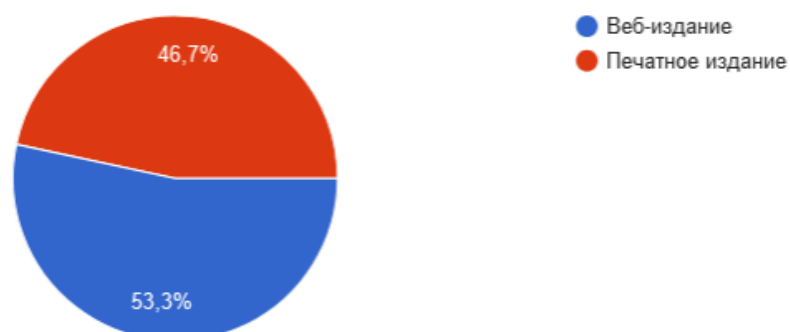
Было бы вам интересно почитать издание руманги в жанре повседневности, если бы вы знали, что сюжет истории происходит в вашем городе?



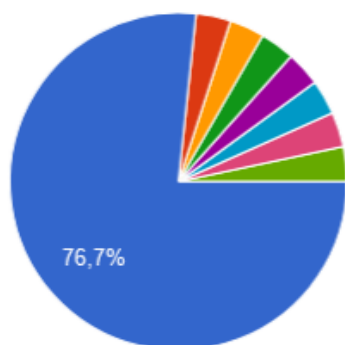
Было бы вам интересно почитать издание руманги в жанре повседневности, если бы вы знали, что сюжет истории основан на реальных событиях?



Как вы бы предпочли читать румангу?

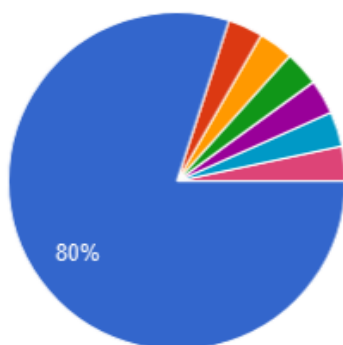


Что вы думаете о жанре повседневность?



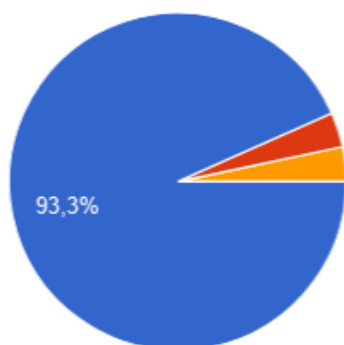
-
- Лёгкое для прочтения и понимания сюжета
- Интересно
- Очень нравится жанр, если история цепляющая, наполненная юмором,...
- Не самый затягивающий жанр, тем...
- Нейтрально
- Хороший жанр для разгрузки и обще...
- мне нравится такой жанр

Что вы думаете о руманге



-
- Прикольно
- Интересно стало
- Скорее отношусь к ней нейтрально, пытался что-то почитать, но реализация очень хромает от произв...
- Интересно узнать о данном термине
- Не интересует
- Интересно читать, если хорошая рисовка и сюжет, в целом точно так...

Отзывы\заметки\примечания



-
- Опрос заинтересовал к руманге
- Успехов!!

Диаграммы А.1 – Интернет-исследование



ИНСТИТУТ
ВОСТОЧНОЙ
КУЛЬТУРЫ

ФАННИ
парк
развлечений

Японский звёздный
фестиваль "Танабата"

мастер-классы
дерево желаний
пикник на природе
активные игры

Парк развлечений
"Фанни"

7 ИЮЛЯ
17:00

Сцена со стороны ул.Фрунзе Вход свободный!



Рисунки А.2 – Анализ СМИ (Фестиваль «Танабата» Тольятти 2024)

Приложение Б. Концептуальные предложения

Концепция	Конативные ряды		Дискурсивное моделирование		
	Образный	Абстрактный	Фрейминг	Рефрейминг	Транс-фрейминг
Первая концепция От корней к вершинам	Мир, связь, манга, цвет, тон, путь, частица	Детство, взросление, школьная жизнь, экзамены, поступление в универ., первая сессия.	Герои, понятность, жизнь, реальность, движение, возможности, повседневность	Интрига, интерес, ожидание	Единение
Вторая концепция Четкий план	Практичность манга, цвет, тон, частица, видео, звук, связб	Понятность, полезность, вовлеченность, реализация, юмор, планы, советы, вдохновение	Герои, понятность, жизнь, реальность, движение, возможности, повседневность	Цель, средства, помощь, наполненность	Полезность
Третья концепция Коллекция эмоций	Мир, манга, цвет, тон, желание, цели, дары	Эмоции, коллекционирование, стиль, эксклюзивность, привязанность, сюрпризы, визуальная эстетика, товары и сюжет в одной вселенной	Герои, понятность, жизнь, реальность, движение, возможности, повседневность	Целостность, коллекционирование, предмет на память	Масштабность

Таблица Б.1 – Концептуальные предложения

Приложения В



Рисунок В.1 - Эскиз к сюжету

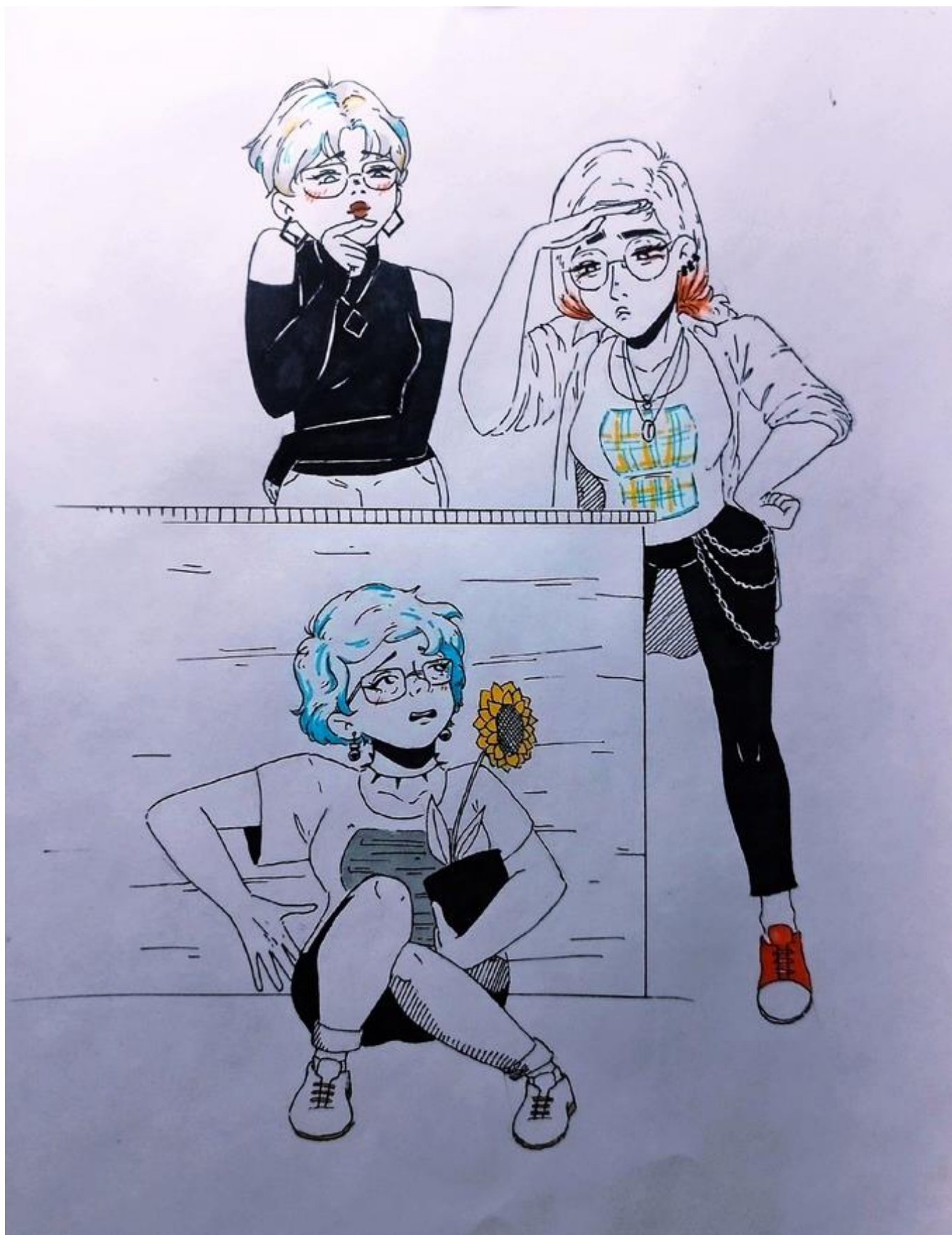


Рисунок В.2 - Эскиз к сюжету



Рисунок В.3 - Эскиз к сюжету



Рисунок В.4 – Оформление социальных сетей

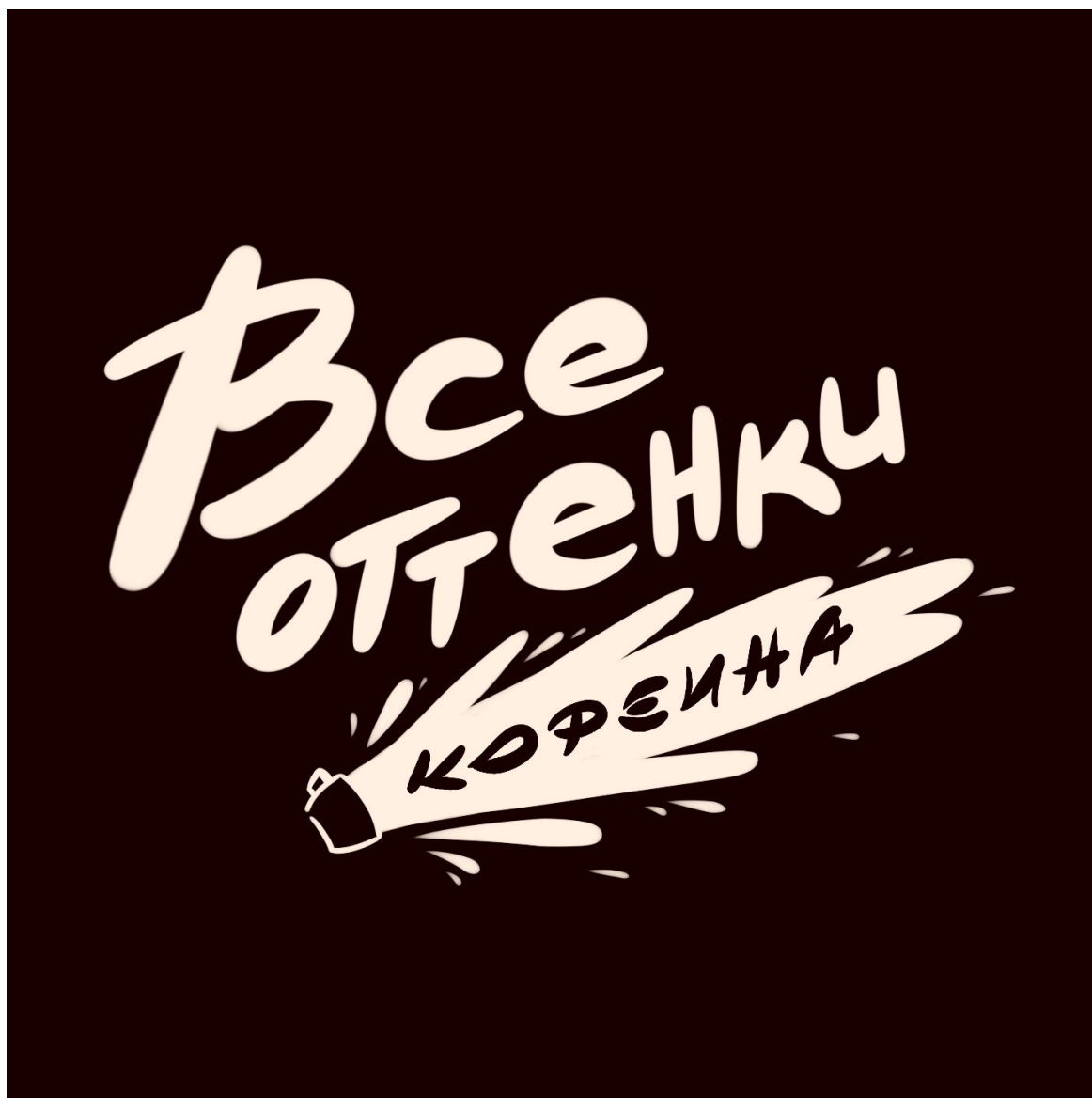


Рисунок В.5 – Вариации логотипа

Все
оттенки
КОРЕИНА

ГЛАВА 0

«А НАЧИНАЛОСЬ ТАК КРАСИВО...»



Рисунок В.6 – Обложка к главе 0



Рисунок В.7 – Обложка к главе 1

Все
оттенки
КОРЕИНА

ГЛАВА 2

«куда, зачем, почему?»



Рисунок В.8 – Обложка к главе 2

Все
оттенки
КОРЕИНА

ГЛАВА 3

**«КУРСЫ ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ.
ИЛИ КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ К ЕГЭ,
НЕ ПРОДАВАЯ ПОЧКУ?»**



Рисунок В.9 – Обложка к главе 3

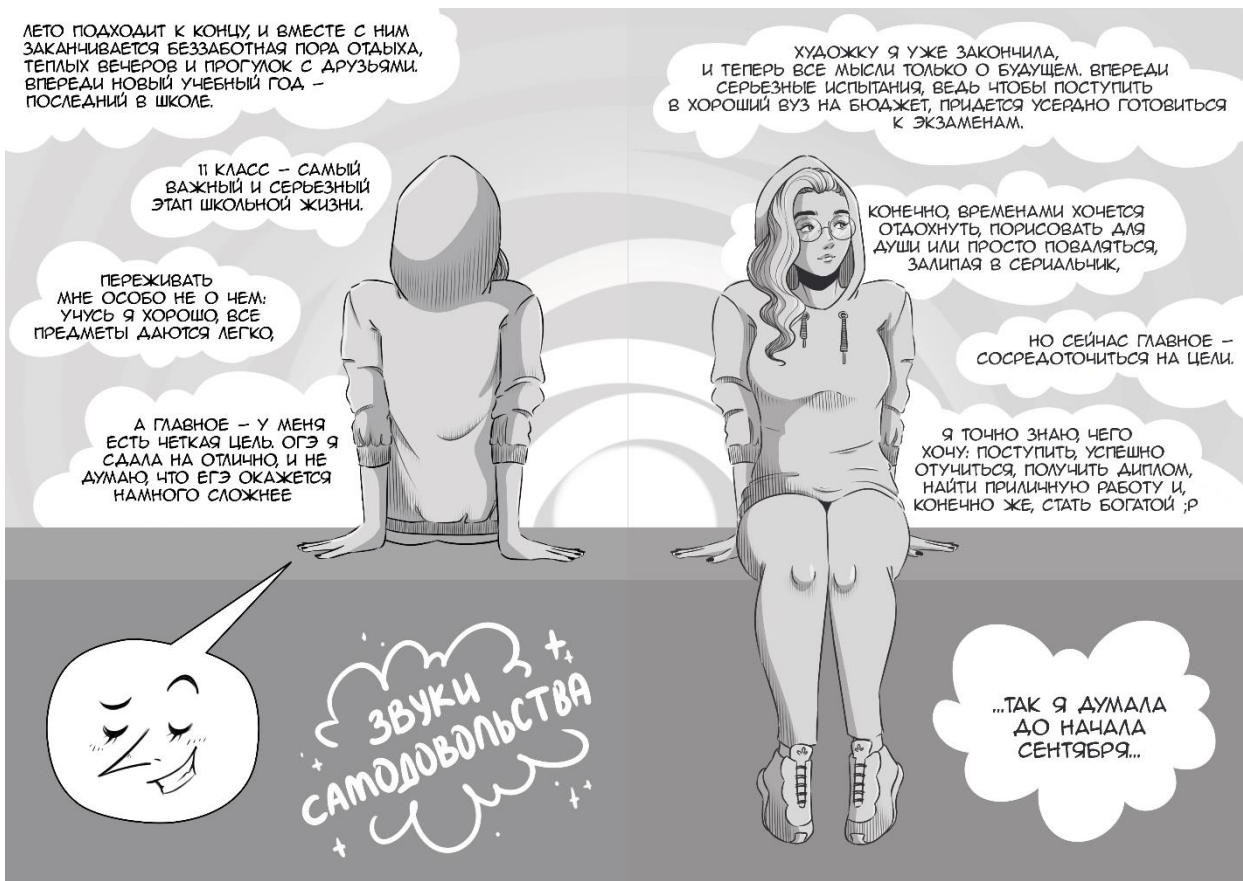


Рисунок В.10 – Кадры из манги

ИТОГОВЫЕ ПРОДУКТЫ



Рисунок В.11 – Итоговые продукты



Рисунок В.12 – Развитие главного героя



Рисунок В.13 – Ведение социальных сетей (ВКонтакте)