

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

Архитектурно-строительный институт

(наименование института полностью)

Центр

дизайна

(наименование)

54.03.01 Дизайн

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Графический дизайн

(направленность (профиль)/специализация)

## **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему «Разработка фирменного стиля для фестиваля на тему: Визуальная культура»

Обучающийся

Т. А. Рыбинская

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат культурологии, М.С. Шилехина

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

Консультанты

кандидат экономических наук, Е.Г. Смышляева

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

кандидат технических наук А. Б. Стешенко

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

Тольятти 2023

## Содержание

|   |    |
|---|----|
| Введение.....   | 5  |
| Раздел 1 Анализ состояния вопроса.....                          | 8  |
| 1.1 Визуальная культура: сущность понятия.....                  | 8  |
| 1.1.1. Формирование визуальной культуры.....                    | 8  |
| 1.1.2. Современные тенденции визуальной культуры.....           | 15 |
| Раздел 2 Анализ исходных данных проекта.....                    | 27 |
| 2.1 Анализ исходной ситуации.....                               | 27 |
| 2.2 Анализ целевой аудитории.....                               | 31 |
| 2.3 Интернет-исследование.....                                  | 34 |
| 2.4 Анализ аналогов.....  | 36 |
| Раздел 3 Описание и обоснование проектного предложения.....     | 40 |
| 3.1 Первичные концептуальные предложения.....                   | 40 |
| 3.1.1 Поисковая дизайн-концепция №1.....                        | 40 |
| 3.1.2 Финальная дизайн-концепция.....                           | 41 |
| 3.2 Программа реализации дизайн-проекта.....                    | 43 |
| 3.3 Описание готовых дизайн-предложений.....                    | 44 |
| Раздел 4 Экономическое обоснование проекта.....                 | 45 |
| 4.3 Планируемый эффект.....                                     | 46 |
| 4.3.1 Фонд оплаты труда и единые социальные выплаты.....        | 47 |
| 4.3.2 Расходы на проектирование.....                            | 47 |
| 4.4 Расчет экономической эффективности.....                     | 50 |
| Раздел 5 Безопасность и экологичность технического объекта..... | 51 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 5.1    | Конструктивно-технологическая характеристика технического объекта с точки зрения его безопасностных и экологических характеристик.....   | 51 |
| 5.2    | Идентификация производственно-технологических и эксплуатационных профессиональных рисков, возникающих при производстве, эксплуатации и конечной утилизации технического объекта данного проекта .....                                | 52 |
| 5.3    | Методы и технические средства снижения профессиональных рисков .....   | 53 |
| 5.4    | Обеспечение пожарной и техногенной безопасности рассматриваемого технического объекта (производственно-технологических эксплуатационных и утилизационных процессов)  | 55 |
| 5.4.1. | Идентификация классов и опасных факторов пожара.....   | 55 |
| 5.4.2. | Разработка технических средств и организационных мероприятий по обеспечению пожарной безопасности заданного технического объекта (выпускной квалификационной работы) ...   | 56 |
| 5.4.3  | Организационные (организационно-технические) мероприятия по предотвращению пожара .....  | 57 |
| 5.5    | Обеспечение экологической безопасности рассматриваемого технического объекта (в реализациях производственнотехнологических и эксплуатационных процессов, включая последствия, завершения его жизненного цикла путем утилизации)..... | 59 |
| 5.5.1  | Идентификация экологических факторов технического объекта .....  | 59 |
| 5.5.2  | Разработанные организационно-технические мероприятия по снижению негативного антропогенного воздействия технического объекта на окружающую среду .....   | 60 |
|        | Заключение .....   | 63 |

|   |    |
|---|----|
| Список используемых источников.....       | 64 |
| Приложение А Анализ исходных данных.....  | 67 |
| Приложение В Эскизы дизайн-продуктов..... | 76 |

## Введение

Современная визуальная культура города является актуальной темой, которая привлекает внимание многих исследователей, дизайнеров, архитекторов и других профессионалов. Город – это не только место жительства людей, но и социальное пространство с уникальным визуальным обликом. В настоящее время развитие технологий и новых форм коммуникации способствует изменению этого облика.

Сегодня города становятся все более сильно связанными с цифровыми технологиями. Развитие интернета, социальных сетей и мобильных приложений меняют нашу жизнь и способы взаимодействия с городской средой. Сталкиваясь с такими изменениями, актуализация концепции "градостроительства" уже не может быть ограничена только заботой о физическом пространстве - нужно учитывать еще и электронное [24].

Возрастающая значимость цифровой экономики требует от городских властей создания инновационной экосистемы для различных видов деятельности. Это подразумевает создание новых цифровых инфраструктур, а также обновление уже существующих. В свою очередь, это влияет на формирование визуального облика города.

Уникальный дизайн является одним из главных элементов конкурентоспособности современных мегаполисов. Возможность быть узнаваемым и оставаться в памяти потенциальных туристов, бизнесменов и просто жителей города имеет большое значение для развития экономики региона. Следовательно, создание и поддержка уникальной визуальной культуры становится необходимой задачей для городских властей.

Целью курсовой работы является разработка визуальной концепции фирменного стиля для фестиваля от Центра Дизайна, на тему: Современная визуальная культура.

Целью курсовой работы является разработка визуальной концепции фирменного стиля для фестиваля от Центра Дизайна, на тему: Современная визуальная культура.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- 1) проанализировать понятие визуальная культура и выяснить как она формировалась;
- 2) проанализировать современные тенденции в визуальной культуре;
- 3) на основе анализа формирования визуальной культуры выделить основные тенденции, которые можно применить при разработке фирменного стиля фестиваля;
- 4) провести исследование с целевой аудиторией проекта с целью формирования визуальной концепции проекта;
- 5) на основе проведенных исследований и анализа разработать визуальную концепцию проекта.

Для решения поставленных задач привлекаются такие методы исследования как:

1. SWOT-анализ;
2. исторический анализ;
3. интернет-исследование;
4. анализ СМИ;
5. анализ аналогов;
6. проектное моделирование;
7. методология семиотического дискурсивного моделирования дизайн-продукта.

Объектом исследования является визуальная культура, а предметом – события формирующие современную визуальную культуру.

Первый раздел включает в себе разбор понятия визуальной культуры, пути ее формирования и изучение новых трендов в визуальной культуре.

Во втором разделе проводится изучение исходных данных проекта, целевая аудитория, ее потребности и интересы, результаты онлайн опросов. По итогу проведенного исследования здесь мы делаем выводы по каждому из исследований.

Третий раздел раскрывает поисковые и готовые дизайн-решения. Используя выводы исследований были разработаны дизайн решения для проекта.

## **Раздел 1 Анализ состояния вопроса**

### **1.1 Визуальная культура: сущность понятия**

#### **1.1.1. Формирование визуальной культуры**

Современные исследования подтверждают значимость визуального аспекта в нашем обществе. Важность образности в нашей жизни велика, и это отражается в количестве и качестве визуальной информации, которая нас окружает. В результате этого процесса возникли новые методы и формы передачи информации, а также профессии, связанные с обработкой визуальных образов.

Сегодня обсуждается тема преобладания визуальных аспектов в культуре. Социально-экономические изменения в обществе привели к увеличению важности визуальности, что можно назвать манифестацией ценностей современного западного общества. Однако, вопрос о том, что важнее для человека - слово, звук или изображение, все еще актуален и требует дальнейшего исследования. Тем не менее, вербальный и звуковой планы продолжают оставаться основой формирования личности. Возможность человека видеть и визуализировать мир является врожденной и имеет важное значение в его жизни [17]. Изменения парадигм и визуальная революция, о которых говорят исследователи, указывают на «пикториальный» или «иконический» поворот в культуре. Такое состояние культуры в свою очередь предоставляет возможность для более глубокого изучения проблемы восприятия, что может быть интересно для научной общественности.

Никто не может оспорить тот факт, что в современном мире всё больше обращают внимание на визуализацию. Однако, стоит упомянуть, что культура визуального восприятия имеет корни, уходящие на многие столетия назад. Свой особый образ мышления человек всегда выражал через визуальную активность, как показал Эрих Гомбрих исследуя живопись и доказывая, что визуальное восприятие влияет на особенности мышления и



сознания людей. [1] Через культурно-исторические нормы визуализации мы воспринимаем и понимаем окружающий мир и проявляем свою способность видеть.

Искусство первобытных культур включало модель синтеза изображения, создаваемого путем суммирования множества отдельных знаков, что отличается от современной модели восприятия и может быть трудно понятно для современного человека. В искусстве древнего Египта изображения и текст функционировали как единая знаковая система, что затрудняет точное определение их значения и смысла [7]. Однако синтез текста и изображения в древнеегипетском искусстве имеет уникальность и ценность, так как иероглифы выступали в качестве «портретов» вещей, а изображения описывали события и персонажей. В античном искусстве изображение ценилось за его точность и соответствие действительности, и чем более полно передавалось изображение, тем сильнее было его воздействие на зрителя.

Античная скульптура была высшим творческим достижением, иллюстрирующим эстетический идеал человека того времени. В мифе о Пигмалионе этот идеал был идеально воплощен в скульптуре. В поздней античности скульптура вместе с поэзией и музыкой стала цениться очень высоко, и художника стали считать равным мыслителю. Однако в средневековье визуальное восприятие искусства кардинально изменилось: изображение стало лишь средством соединения видимого и невидимого, а образы не способны были раскрыть суть главного. В искусстве Возрождения и Нового времени художники использовали научные знания для создания реалистичных изображений природы. Они опирались на глаз и законы оптики, а также на учение о перспективе, что привело к объективной, рациональной установке в живописи [2].

В эпоху Возрождения художники прибегли к более научному подходу к изображению мира, что основывалось на использовании "прямой перспективы" и оставило за собой возможность для реалистического

восприятия. Время идет в циклах и спиральных, и в области искусства старые формы коммуникации не исчезают, а перемещаются на периферию для освоения новых ценностей. Импрессионисты, отвергая классическую перспективу, стали уделять внимание проблемам света и цвета, тогда как художники авангарда углубились еще больше и сосредоточились на наглядности таких эмоций, как одиночество, радость, любовь, страдание и боль.

Сложный и многогранный процесс изменения визуального восприятия отражает многолетнее развитие взаимоотношений между человеком и изобразительным искусством. Изучение истории зрительной культуры имеет первостепенное значение для понимания механизмов, которые влияют на эти изменения. Проблемы визуальной культуры были давно определены и исследования показывают, что зрительная культура наглядно отражает способность человека воспринимать мир. Стоит отметить, что зрительная активность разных эпох в истории имела свою специфику [12].

Культурно-исторические формы общения становятся необходимостью для объяснения доминирующего способа восприятия мира, который играет ключевую роль в культивации и организации коммуникации. Динамика зрительного и лингвистического понимания зависит от отношения к реальности, которая является основой текущей системы восприятия мира. Важно учитывать как локальные, так и культурно-универсальные представления, такие как социальное пространство и время [6]. Здесь зрительные и языковые системы зависят от исторических интересов, что делает важным ориентацию культуры на социальное время и пространство.

Человек использует слово, изображение и звук, чтобы понимать мир и находиться в гармонии с ним. Важно, чтобы они были в балансе друг с другом, чтобы создать единую систему восприятия мира. В то время как культура стремится к синтезу всех трех элементов, это не всегда происходит. Зрительное восприятие играет основную роль в этой системе, поэтому оно является ключевым источником информации в мире человека.

Восприятие через зрительные ощущения является важным для личности. Оно формирует визуальные установки, которые отражают значение визуальных систем в жизни каждого человека и общества в целом. Для эффективного восприятия визуальных сигналов и их правильного понимания необходима современная система образования и воспитания, учитывающая современные требования.

Создание визуальной культуры - это задача всего общества, но особенно важную роль в этом процессе играют семья и школа [5]. В процессе формирования социальных навыков и визуальных установок в детском и подростковом возрасте крайне важным является использование современных технологий в средней школе для освоения новых знаний. С целью формирования профессиональной компетенции в различных сферах деятельности, визуальная культура должна приниматься во внимание в образовательных программах с начальной школы до высшего образования. В связи с этим, многие учебные программы сфокусированы не только на усвоении знаний, но и на развитии визуальных навыков [30].

Образование в области изобразительного искусства признано важным для изменения способа восприятия и интерпретации искусства и мира в целом. Обученный в этой области человек воспринимает форму и цвет предметов иначе, чем необученный, благодаря знаниям и визуальным схемам, полученным в ходе образования и тренировки. [18].

Изучение изобразительного искусства влияет на восприятие и идеи о мире. Обученные в этой области люди используют свои знания в области цвета и формы для анализа окружающих предметов. Понимание визуальной культуры улучшает визуальное мышление и способствует более глубокому пониманию общественного развития связанного с этим типом мышления. [15]. Искусство играет особую роль в определении содержания визуальной культуры.

Произведения изобразительного искусства сохраняют дух времени, отражая ценности и нормы того периода, когда были созданы. Они служат

своего рода архивом визуального опыта, являясь не только свидетельствами культурно-исторических особенностей зрения и видения, но и результатами визуального сознания [26].

Изучение визуальной культуры не только улучшает зрительный опыт, но и улучшает внелитературную визуальную память. Визуальная память является основной составляющей визуальной культуры, где образы из искусства, архитектуры, кино и современной художественной практики помогают сохранить опыт. Это также позволяет передавать и сохранять чувства и визуальные образы.

Визуальная память играет ключевую роль в передаче опыта прошлого в настоящее время и стимулирует развитие визуальной культуры. Ее развитие возможно благодаря как индивидуальным воспоминаниям, так и государственным институтам, включая образование [17]. Однако, определение визуальной культуры в современном обществе имеет сложности, так как визуальное восприятие тесно связано с другими типами восприятия действительности, такими как тактильное, слуховое, обонятельное и понятийное в зависимости от контекста.

Говорить о полной доминировании визуальности в современной культуре сейчас нельзя, так как восприятие действительности не ограничивается только визуальным [22]. Способы и формы взаимодействия с визуальной культурой также изменились: сегодня человек знакомится с визуальными произведениями как в специальных эстетических условиях, так и в различных сферах жизни, где визуализация переплетается с другими формами деятельности. Иногда визуальные элементы исчезают за пределами своей области и погружаются в другие знаковые системы, требуя другого способа восприятия.

Визуальная культура города является важной составляющей его общекультурной атмосферы. Понимание визуальной культуры как элемента жизни города существует уже давно, но только в последнее время стало отдельным научным направлением. Формирование визуальной культуры

города осуществляется через взаимосвязь архитектуры, дизайна и искусства, которые влияют на наши представления о городской среде и восприятие ее.

Архитектуру города можно рассматривать как формирующий фактор нужных условий для развития визуальной культуры. Каждое здание города играет свою роль в создании общей атмосферы, образа города. Все этапы истории архитектуры влияют на визуальную культуру города. Среди них можно выделить переход от классического стиля к модерну, архитектурный минимализм и некий ретроспективный подход [25].

Одним из важных моментов формирования визуальной культуры города является его общественный пространство. Оно включает парки, площади, скверы, улицы, пешеходные зоны, мосты и т. д. Отличительной чертой такого пространства является то, что оно является не только местом для передвижения, но и местом общения и взаимодействия людей друг с другом. Для формирования визуальной культуры города необходимо уделить внимание именно этому аспекту городской жизни.

Промышленные объекты также могут влиять на визуальную культуру города. Было бы неверно устранять их совсем, так как именно это дополняет стереотипообразующие образы города и придает ему индивидуальность. Новые фабрики, заводы, технопарки и бизнес-центры всегда будут дополнять уникальность и архитектурный образ города [20].

Культурные объекты также играют серьезную роль в создании визуальной культуры города. Это могут быть художественные музеи, выставки современных художников, проекты граффити или скульптур. Они позволяют не только рассмотреть искусство, но и увидеть его в контексте городской среды. Именно такие объекты могут стать восходящей звездочкой формирования визуальной культуры города.

Еще одним важным элементом визуальной культуры города является дизайн. Дизайнеры могут помочь в создании гармоничного образа города, сделать его более ярким и запоминающимся. Важно, чтобы дизайнеры работали в согласии с модернизацией города, чтобы все новые достижения

технологии и новые требования не оказывали катастрофического влияния на возможность создания гармоничного образа города.

Взаимодействие всех вышеперечисленных составляющих создает визуальную культуру города. Важно, чтобы каждый элемент был соответствовал особенностям города, чтобы они сочетались между собой, чтобы общий образ города несколько отличался от того, сколько же элементов его составляет – парков, скверов, промышленных объектов и культурных объектов и т.д. Формирование визуальной культуры города является сложным процессом, требующим тщательного подхода к каждой детали жизни города.

Эффективное формирование визуальной культуры города заключается не только в ее разработке, но и частично в ее продвижении. Это должно быть своего рода совместное дело: проект, на который работают не только архитектурные и дизайнерские компании, но и широкое сообщество людей, таких как владельцы магазинов, бизнесмены, жители города и т.д. Поскольку каждый житель города является частью генерирующей определенное общее мнение группы, очень важно, чтобы он был включен в процесс формирования визуальной культуры города.

Визуальная культура города – это не только вопрос эстетического восприятия, но и фактор экономического и социального развития. Культурно-визуальные явления в городской среде могут сильно повлиять на экономическое развитие и дополнительную экономическую активность в городах. Визуальные аспекты городской среды часто являются определяющими на современном рынке услуг.

В конце концов, визуальная культура города отражает его историческое развитие и определяет его будущую атмосферу. Этот процесс направлен, прежде всего, на создание в городе уникального имиджа, формирование приятной среды для жизни, воспитание горожан в личностно-культурном и цивилизационном отношении. Он также помогает укрепить городскую инфраструктуру и повысить ее привлекательность для потребителей. В

целом, формирование визуальной культуры города это долгосрочный процесс, который дает много выгодных результатов и может помочь зарождению новых идей в обществе и бизнес-сфере.

Обобщая все выше сказанное можно утверждать, что процессы, происходящие в современной культуре, актуализируют те формы самореализации человека, которые связаны с визуальностью. Всесторонний анализ визуальной активности способствует превращению визуальной активности человека из деятельности бессознательной в процесс, контролируемый индивидом и обществом. Сегодня мы находимся только в начале этого пути. Однако от того как справится человек с проблемой визуальности зависит его будущее и пути развития многих видов искусства и визуальной активности.

### **1.1.2 Современные тенденции визуальной культуры**

Новые культурные тенденции и изменения эпох привели к эволюции визуального языка и появлению новых художественных образов в современном российском искусстве. Творческий процесс становится неустойчивым состоянием между иронией и искренностью, наивностью и пониманием, релятивизмом и истиной, оптимизмом и сомнением. Это приводит к формированию новой визуальной культуры, которая стремится за горизонтами, которые остаются недостижимыми [35].

Сегодняшняя культура изменяется за счет новых технологий и виртуальной реальности. В результате традиционное и цифровое искусство сливаются вместе, что создает новую визуальную культуру. Визуальность становится формирующей основой в культуре, что сопровождается ростом визуального материала в коммуникации и в создании новых способов работы с информацией. Феномен визуального поворота обсуждается в научных кругах и относится к трансформации визуальной культуры.

В конце 20 века появилась новая научная дисциплина - "визуальное исследование", которая исследует визуальные аспекты искусства, медиа и

культуры. Эта дисциплина представляет собой герменевтику междисциплинарного нового поколения, возникшего в эпоху визуального поворота. Ранее доминировавшая теоретическая парадигма постмодернизма потеряла свою роль в научной практике, и методические принципы стали устаревать в глазах общества [8].

В 1960-х годах Ричард Рорти ввёл понятие "поворот", которое позволило исследовать изменения в философском дискурсе [9]. Вместо лингвистического поворота стал доминировать визуальный поворот, который привнёс новые трансформации в культурные и художественные практики. Исследования культурологии, философии и истории искусств сосредоточены на "иконическом", "пикториальном" и "визуальном" поворотах, которые описывают визуальность в современной культуре. Зарубежные авторы высказывают мысль о господстве визуальной культуры в повседневной жизни и описывают ее "симптомы". Среди таких авторов У. Дж. Т. Митчелл, Г. Бём, К. Мокси, М. Бал, Дж. Элкинс, М. Смит, Л. Картрайт, М. Э. Холли, Дж. Д. Герберт М. Диковицкая, Н. Мирзоефф и другие.

Стоит заметить, что в культуре всегда присутствовал визуальный элемент. Смещение акцентов в сторону визуального обусловлено двумя факторами: [11]

В настоящее время визуальные технологии растут и развиваются, что связано с распространением телевидения и фотосъемки, а в конце XX-го века - с появлением новых интернет-ресурсов.

Технологии создания изображений продолжают прочно закреплять свои позиции в повседневной жизни, так что изображения превратились в незаменимый инструмент анализа современной культуры. Это происходит не случайно, а как следствие исторических и экономических процессов. Быстрый распространение визуальных эффектов объясняется необходимостью эффективно управлять огромными обществами, объединенными из множества культур и наций с различным уровнем экономических возможностей в рамках капиталистической системы. [10]



Сегодня визуальный компонент играет все большую роль в различных сферах жизни - социальной, бытовой, экономической, эстетической, и так далее. Это связано с появлением интернета и социальных сетей, а также с развитием технологий фотографии. Например, Instagram (запрещенная соцсеть в России), прежде всего предназначенная для обмена визуальным контентом, имеет более 1 миллиарда активных пользователей в месяц. Визуальный компонент стал неотъемлемой частью повседневной жизни, и мы уже не представляем себе новостные репортажи, рекламу или общение в социальных сетях без него. Благодаря цифровым технологиям мы можем легко обмениваться культурными продуктами через новые коммуникационные каналы.

В результате развития интернет-культуры возникла необходимость изучения нового направления визуальности - киберкультуры. Перемены в данной области произошли в конце 1990-х годов. Киберкультура, по М. Дери, представляет собой «связанный комплекс сублегитимных, альтернативных и оппозиционных субкультур, проекты которых характеризуются радикальной телесной культурой и «разрушающим» использованием техники». [13] Область киберкультуры по раздумью Дери включает visionary-технологии, периферийную науку, авангардное искусство и поп-культуру. Британский исследователь П. Найар утверждает, что «киберкультура - это электронная среда, в которой пересекаются различные технологии и формы медиа: видеоигры, интернет, электронная почта, персональные домашние страницы, онлайн-чаты, технологии персональных коммуникаций (такие как сотовый телефон), мобильные технологии и информационные технологии». [14] Найар утверждает, что киберкультура является основной составной частью визуальной культуры из-за своего широкого распространения: от CGI-анимации в кино до технологий визуализации в медицине.

Значимость визуального компонента стала важной в различных сферах жизни, более социальных и экономических, с приходом Интернета,

социальных сетей и развитием технологий в сфере фотографии. Наше повседневное окружение насыщено визуальной информацией, а коммуникация стала невозможной без ее участия. Цифровые возможности дают шанс обмениваться культурной продукцией при помощи новых каналов связи. Новая область исследований появилась в 1970-х и изучает различные аспекты визуальной культуры, включая формы проявления и специфику восприятия произведений искусства. Фотография получила повышенное внимание в поиске новых, достоверных способов регистрации реальности в качестве особой формы культурной репрезентации. [33].

В русском авангарде нашли отражение идеи нового искусствознания, которые сегодня активно исследуются. В. Кандинский и К. Малевич искали новые формы художественного выражения, и в своих высказываниях указывали на важность содержания произведения и его душевного существа. Такие творения являются неотъемлемой частью культуры и помогают понимать взаимоотношения между словесной и визуальной формой искусства, что является ключевым аспектом концепции визуального поворота.

Для понимания важности визуального поворота в современной культуре рекомендуется обратиться к современным исследованиям данного явления. В. В. Савчук отмечает, что "иконический поворот" позволяет перенести внимание с изображения на то, что оно представляет и имеет свою конструкцию, зависящую от культурных механизмов [19]. Кроме того, автор обсуждает, как пространство функционирует в современной культуре и как цифровое представление изображений нейтрализует объекты. В современной медиареальности, где происходит перепроизводство визуальных изображений, соприкосновение становится все более редким. Трансформация реальности приводит к изменению восприятия окружающей действительности и поиску новой формы для самопознания. В своем исследовании А. С. Реутов подчеркивает значение визуального поворота в

"основополагающей роли визуального изображения в конструировании реальности и увеличении теоретического интереса к ней." [21]

Исследователи выделяют несколько этапов зрительного поворота:

1. Начало 70-х гг. XX век - это преодоление традиционного искусства и критика эстетики.

2. Начало 80-х гг. XX век: семиотический подход к визуальной культуре.

3. 90-х гг. XX век: pictorial turn (осознание обособленности образа от визуального), критика доминирующего визуального.

Несомненно, что процесс формирования зрительной культуры на данный момент не завершен. Таким образом, можно выделить ещё две основные точки развития данного феномена.

4. Начало XXI в.: visual turn (осмысление виртуального и реального, близкого и далекого; проникновение западной визуальной культуры в другие).

5. Второе десятилетие XXI в.: развитие западной идеи новой культуры, которая характеризуется поиском баланса между модернистским стремлением к смыслу и постмодернистским сомнением касательно этого смысла; осмысление цифровой вселенной и концептуализация диджимодернизма.

В наше время, когда разнообразные визуальные технологии и способы общения продвигаются вперед, современная культура относится к категории "визуальной". В то время, как прежние эпохи были преимущественно связаны с устным и письменным текстами, исследователи называют настоящую эпоху "изобразительным моментом истории". Философские модели, основанные на превосходстве текста, постепенно уступают место визуальному проникновению, охватывающему все аспекты культуры, от внешнего и внутреннего наблюдения до общения через социальные сети, например Facebook. Изучение визуальной культуры направлено на анализ различных аспектов визуального восприятия в повседневной жизни и

культурной среде. Визуальная культура включает множество элементов, таких как кино, фотография, дизайн, графика, архитектура, игры и т.д. Эти элементы сложно сформировались в социально-культурных и исторических контекстах и формируются визуальными отражениями нашего воззрения на мир. Современное общество активно использует универсальные визуальные символы, такие как пиктограммы, указатели и визуальные статусы в социальных сетях, которые имеют большое значение для нашего восприятия и взаимодействия в социальных сферах.

При исследовании понятия современной визуальной культуры мы обращаемся к работам зарубежных и российских экспертов. Британский теоретик Н. Мирзоефф определяет визуальную культуру как область визуальных событий, где информация передается человеку через интерфейсы визуальных технологий. Важность интернет-технологий, платформ web 2.0 и цифровых видео и телевизоров высокой четкости продолжает усиливать значение визуальной культуры и визуализации в целом. Согласно П. Дункаму, современная визуальная культура является новой культурной сферой, которая способствует развитию новых экономических порядков и социальных формаций. В своих исследованиях Дж. Ван Дейк отмечает, что социальные сети играют решающую роль в реформировании визуальной культуры. Отечественный исследователь В. В. Колодий говорит о растущей роли визуальности в формировании социальных и культурных оснований современного социального опыта и порядка, а также о приросте нового социального знания в связи с этим.

Визуальная культура - это специальный мир, где визуальные тексты (рисунки, фотографии, реклама, телевизионные передачи) постоянно кодируются и декодируются, как отмечает британский исследователь Р. Хоуэллс. Современная визуальная культура стремится создать новые стили и образы для отражения реальности, в то же время все большее значение приобретают визуальные формы изображения. Ряд исследователей считает, что этот культурный процесс связан с возникновением новой эпохи, которая

потребовала изменений после кризисов прошлого года. Термин "метамодернизм" используется для описания событий, происходящих в современной культуре, которые выходят за рамки постмодернизма на конец XX века.

Новейшие визуальные технологии привели к революционным изменениям в визуальной культуре, преобразовав архитектуру реальности. Это объясняется распространением устройств с высококачественным дисплеем и высокоскоростным интернетом. Современная история визуальной культуры характеризуется переходом от фазы распространения к фазе дифференциации, называемой "импловивной". Визуальные содержания изменились в связи с возросшей ролью тела и появлением новых форм восприятия. [2].

Важный вклад в трансформацию визуального внесли также 3D-технологии, позволяющие симулировать объемное пространство на плоском экране, а также массовое распространение новых изобретений второй половины 2010-х гг.

1. Виртуальная реальность, известная как VR, - это мультимедийное пространство, в которое можно погрузиться с помощью специальных устройств, таких как шлем или очки VR, а также смартфонов и других цифровых устройств. Содержимое такого пространства может быть линейным видео, записанным на панорамную камеру, или интерактивной 3D-визуализацией. Сейчас выбор таких приложений как Google Tilt Brush, Oculus Rift, HTC Vive и Facebook 360 дает художникам новую возможность экспериментировать с искусством и самовыражением. Уже есть множество примеров использования виртуальной реальности для создания объектов искусства, в том числе первая в мире выставка, на которой все объекты искусства были представлены в виртуальной реальности, прошедшая в 2016 году в Москве.

2. AR (дополненная реальность) - это технология, которая позволяет накладывать виртуальный контент на окружающую

действительность. Она находит свое применение в различных сферах, начиная от быстрого поиска товаров в магазинах и заканчивая помощью в сборке мебели. С первых приложений для смартфонов, дополненная реальность резко вошла в нашу жизнь. PokemonGo - простой и привлекательный пример игры, в которой геймеры со всего мира участвовали в игре. И вот уже в сфере искусства и творчества AR успешно используют уже многие музеи и другие организации, чтобы помочь посетителям более комфортно ориентироваться в выставочных залах.

3. MR (смешанная реальность) - это технология, объединяющая лучшие стороны виртуальной и дополненной реальности. Основой является реальное изображение, элементы которого заменяются искусственно созданными виртуальными объектами. Современные технологии MR находят применение в разных областях жизни, включая перевод текстов и создание новых шрифтов при помощи Google Translate. В сфере киноиндустрии MR используется для съемки на хромакее и последующей обработки 3D-визуализацией. Microsoft считает, что MR поможет поколениям людей приблизить будущее, позволив им общаться на больших расстояниях при помощи искусственного интеллекта. Возможно, в будущем, люди смогут общаться с помощью MR на расстоянии, как будто находятся рядом, даже если будут находиться на разных планетах.

Сегодня современная визуальная культура развивается настолько стремительно, что темпы ее прогресса не уступают технологическому прогрессу в этой сфере. Из всех инноваций, наиболее важными являются дополненная реальность, машинное зрение и искусственный интеллект.

Несколько факторов вызывают кардинальные изменения в визуальной культуре сегодня. В частности, из арт-среды появляется новая концепция восприятия смысла в искусстве, связанная с движением "новой искренности" и "новой визуальности". Современное искусство, подобно нашей повседневной жизни, насыщено знаками, головоломками и подтекстами, в то время как компьютерные технологии имеют значительное влияние на

понимание восприятия смысла. Как следствие, люди часто полагаются на ощущения, которые генерируются компьютерными технологиями, вместо собственного восприятия.

Опираясь на результаты опроса свидетельствуют о том, что почти 98% опрошенных отметили изменения в визуальной культуре за последние десять лет.[20] Одной из основных причин такого развития стала экспансия IT-технологий, которые оказали серьезное влияние на культурные процессы во всём мире. Несмотря на то, что некоторые новшества стали доступны ещё в прошлом веке, наибольшее распространение они получили именно на рубеже двух тысячелетий.

В современном обществе происходит объединение традиционных форм искусства с инновационными технологиями. Это приводит к появлению новых способов самовыражения и изменению искусства в целом. Разработки в области виртуальной, дополненной и смешанной реальности, искусственного интеллекта и робототехники играют ключевую роль в создании новых произведений искусства и придают ему вечность.

В целом, новая визуальная культура - это феномен, который отражает трансформацию визуального в первые два десятилетия XXI века. Он связан с появлением ряда новых технологий и феномена "новой чувственности".

Визуальная культура является одним из важнейших аспектов жизни современного города. Она отражает настроение, характер и дух места. Визуальная культура города может вдохновлять, созидать и объединять людей или же оставлять равнодушными, вызывать разочарование и раздражение.

Основные проблемы, стоящие перед визуальной культурой города:

- недостаток художественной составляющей, вызывающей эстетическое удовлетворение
- отсутствие однородности, вызванное наличием разных художественных течений в городе
- недостаток креативности в применении инновационных технологий

- неумение гармонично сочетать природу и архитектуру города

Как осовременить визуальную культуру города? Для того, чтобы осовременить визуальную культуру города, необходимо решить следующие задачи:

- создание и развитие инфраструктуры, способной привлекать к себе творческие личности

- привлечение молодых и перспективных художников в городские проекты

- создание уникального и легко узнаваемого образа города, который будет ассоциироваться с его духом и настроением

- улучшение визуальной составляющей архитектуры города, в том числе и домов, благодаря введению новых технологий

- активное использование местных природных ресурсов в формировании визуального облика города

Один из главных способов осовременения визуальной культуры города – это создание уникальных городских проектов, которые будут привлекать к себе внимание как местных жителей, так и туристов.

Примером такого проекта может служить проведение крупного культурного события или фестиваля, на которой будут выставляться произведения местных художников, а также организовываться выставки и конкурсы на лучший проект года. Это будет способствовать созданию уникального и легко узнаваемого образа города, который будет привлекать внимание и стимулировать развитие творческих личностей [4].

Культурные фестивали являются отличной возможностью для осовременения визуальной культуры города. Все больше и больше городов по всему миру используют их для привлечения людей и улучшения общей атмосферы. Они представляют собой многомерный опыт, который включает в себя музыку, театр, изобразительное искусство, танцы, кино и многие другие виды искусства.



Во многих городах, культурные фестивали используются для создания пространства, которое может быть использовано для проявления творческого потенциала. В таких пространствах можно найти современную архитектуру, которая сочетается с искусством и технологиями. Это дает людям возможность насладиться творчеством и создать что-то новое. Также здесь можно отметить то, что культурный фестиваль может способствовать формированию сегодняшнего вкуса и эстетических предпочтений. Посетители фестиваля могут увидеть искусство, которое может помочь им расширить свои горизонты и развить новые вкусы. Они могут получить много новой информации о современной визуальной культуре и получить более глубокое понимание о ее содержании и ценности.

Культурные фестивали также могут помочь в привлечении культурных личностей, которые могут помочь дальнейшему развитию визуальной культуры города. Исполнители, художники, архитекторы, технологи и другие профессионалы могут посетить город на время фестиваля и привнести свой вклад в культуру города.

Как итог, мы можем сделать вывод о том, что культурный фестиваль является отличным способом осовременить визуальную культуру города. Он может помочь привлечь внимание к современным трендам в искусстве и технологиях, помочь улучшить пространство города и развитие местной культурной сцены. Культурный фестиваль – это не только развлечение, но и прекрасный способ повышения креативности и глобальной конкурентоспособности вашего города.

Кроме того, активное использование местных природных ресурсов в формировании визуального облика города также может привлечь к себе внимание архитекторов и дизайнеров. Например, в городах с водоемами можно создать уникальные водно-архитектурные комплексы, которые будут украшать город и привлекать к нему внимание.

Внедрение новых технологий и материалов в архитектуре – это еще один способ осовременения визуальной культуры города. Они позволяют

создавать уникальные и оригинальные здания, которые будут привлекать внимание как местных жителей, так и гостей города. Например, использование световых элементов в архитектуре помогает создавать оригинальные фасады зданий, которые привлекают внимание и оставляют незабываемые впечатления [32].

Уникальный и легко узнаваемый образ города необходим для того, чтобы он являлся не просто местом жительства и работы, но и настоящим местом притяжения для туристов. Ведь именно туризм является одной из основных отраслей экономики многих городов. Поэтому, развитие творческих индустрий и создание уникальных городских проектов должно быть приоритетным направлением для развития визуальной культуры города.

В заключение, осовременение визуальной культуры города – это комплексный процесс, который включает в себя создание и продвижение уникального образа города, привлечение творческих личностей, активное использование новых технологий и материалов в архитектуре, а также создание уникальных городских проектов. Только так город может стать настоящим местом притяжения для туристов и привлечь к себе внимание творческих индустрий.

## **Раздел 2 Анализ исходных данных проекта.**

### **2.1 Анализ исходной ситуации**

Город Тольятти имел долгую историю формирования визуальной культуры, начиная с первых лет его основания в 1946 году. В данной статье мы постараемся рассмотреть эту историю на протяжении различных этапов жизни города, включая научно-технический прорыв 1950-х годов, формирование автомобильной промышленности на 1970-х, перестройку 1980-х и последующий период развития Тольятти в современный момент.

Начиная с первого этапа развития города, визуальная культура формировалась на основе массовых мероприятий, проводившихся с целью популяризации Куйбышевского района, в который входил и Тольятти. В 1949 году был проведен первый Всесоюзный конкурс на лучший проект городского планирования. В рамках этого конкурса были распределены деньги на создание различных объектов, новых построек, памятников и других элементов городской среды. Была стимулирована работа архитекторов, дизайнеров и главным образом художников.

К тому времени уже были начаты первые строительные работы: здание главной администрации комбината "Металлург", склады "Ударника", детская железная дорога и летний театр. Много интересных проектов разработал художник Шишкин, в которые вошли крупновыраженные рисунки детских поездов, скульптуры и оригинальные мосты.

В 1951 году началась строительство завода "Автоваз", изначально закладывавшегося под названием "Завод 22", что пришлось на не очень благозвучный период проведения очередной партии раскулачиваний. Завод был задуман как главное производственное предприятие на территории СССР по выпуску автомобилей. Строительство этого мощного предприятия сразу же увеличило численность населения города. Изначально на завод были привлечены рабочие, а инженерная и управленческая команда привезена из других городов и республик СССР.

Естественно, визуальная культура города во многом зависела от того, какие задачи ставили перед собой застройщики и какие возможности художники получали для реализации своих идей. В этот период масштабной промышленности копии символов социализма – красных звезд, космических ракет, флагов, плакатов - были настолько распространены, что стали обыденным элементом городского пейзажа. Этой тенденции удавалось противостоять только персональным искусством: например, скульптуры Н.Ф. Нерлина и Н.И. Зимина на площади у Автозавода. Также были подобные проекты в стиле современного искусства улицы Винокурова и площади Дворца культуры.

В 1964 году была создана Всесоюзная выставка достижений народного хозяйства, на которой был представлен и Тольятти. На этой выставке была экспонирована продукция многих заводов города, что дало возможность увидеть продукты и предметы производства многих предприятий национальной экономики. Также гостей и участников выставки порадовали широкие аллеи, декоративные элементы и световые фонтаны города Тольятти.

Отметим, что уже в конце 1950-х в жизни Тольятти произошел черед нововведений, но тогда еще не было столь много личностных вкладов. Этот этап можно назвать поисковым. С одной стороны было много нововведений, причем они появлялись со скоростью, характерной для парижского орлеанализма. С другой стороны отметим, что была провозглашена бедность непосредственно среди художников Тольятти. Именно в это время в Тольятти появились группы любителей искусства, среди которых многие начинающие художники.

В 1967 году произошло событие, которое во многом поменяло художественное лицо Тольятти. 4 января было принято решение о создании службы по культуре в городском исполкоме [11]. Более того, уже через пару месяцев главным архитектором города стал С.И. Кучеренко, переездивший из Самары на новое место работы. Это был внеплановый прорыв в создании

собственной визуальной культуры города, поскольку теперь главный архитектор мог оказывать сильное воздействие на формирование творческой энергии коллектива, который он возглавлял.

В 1971 году Тольятти начал выпускать легковые автомобили марки "Жигули", что дало новый мощный импульс для развития города. Стало очевидно, что город был крупнейшим производителем автомобилей и, следовательно, был претендентом на лидерство в том, что касается технических инноваций и визуальной культуры. В это время на Главном Парке культуры и отдыха были установлены множество фонтанов, световые декорации, были расширены площади и созданы новые скверы.

В 1986 году проект Тольятти-86 был признан лучшим во всей стране и был удостоен множества наград. Это было современное мероприятие, на котором участвовали множество известных художников и дизайнеров. Проект, в котором были представлены необычные идеи и концепции, вызвал большой пресс-интерес и оказался очень успешным.

В период перестройки в конце 1980-х годов кардинально изменилась ситуация в стране и, соответственно, в Тольятти. Появились недостатки в производстве, призванные возбудить общественную активность работников, но увы, многие культурные мероприятия в этом периоде провалились. Концепции, выносившие новшества в перестроечное время, нашли отклик не у всех граждан, например, создание на территории фабрики сразу нескольких новых многоэтажных зданий, неудачный эксперимент с ежегодным проведением районных выставок [11].

Современная история города существенно отличается от ее начальных этапов, и развитие визуальной культуры сегодня тоже зависит от множества новых факторов. В городе уделяется большое внимание развитию культуры, созданию новых театров, музеев и площадей. Достаточно недавно, в 2019 году, открылся городской изобразительный центр Mikhailovka Art Centre, представляющий современное искусство, выполненное в различных жанрах и техниках.

Также следует отметить, что в последние несколько лет многие граффити и стрит-арта, созданные местными художниками, были признаны на широком уровне и получили заслуженную популярность.

Таким образом, можно сделать вывод, что визуальная культура города Тольятти формировалась на протяжении многих десятилетий и продолжает развиваться. Различные этапы развития города имели свои особенности и вносили свой вклад в формирование общего облика городской среды. Наряду с новыми вызовами и технологиями современной культуры, традиционной для Тольятти остается ее визуальная культура.

Изучив развитие и формирование визуальной культуры города Тольятти, можно выделить следующие проблемы

Отсутствие культурной идентичности: графический дизайн не отражает уникальность и культурную наследственность города.

Отсутствие современности: визуальная культура Тольятти остается устаревшей и неотвязно связанной с прошлым.

Низкое качество предлагаемых продуктов графического дизайна: отсутствие инноваций и неэффективность в узнаваемости проектов.

Неадекватно использование рекламных инструментов: не учитывается поведение целевых клиентов, что снижает эффективность продвижения товаров и услуг.

Отсутствие понятной системы информации, визуальной ориентации и выделения основных достопримечательностей.

Неудовлетворительный уровень сотрудничества между государственными программами и частным сектором: недостаточность общих проектов, одновременного продвижения внешнего облика города и идентификацию культурных аспектов.

Роспуск отрасли массовой культуры в городе: направления графического дизайна ограничиваются узким спектром, что приводит к отсутствию осмысленной представленности в контексте информационного пространства.

## **2.2 Анализ целевой аудитории**

Визуальная культура города играет большую роль в его образе и привлекательности для жителей и туристов. Фестиваль становится платформой, которая помогает расширять это направление и привлекать внимание общества к развитию современного искусства.

Важным элементом развития визуальной культуры является её доступность широким слоям населения. Для этого на фестивале организуются бесплатные мастер-классы, выставки и проекции работ художников. Также создаются условия для социально значимых проектов: например, обновление детских площадок или крупномасштабные арт-объекты на пересечении дурных районов.

Таким образом, фестиваль на тему современной визуальной культуры - это не только благотворное событие для города и его жителей, но и возможность продолжить развитие этого направления в будущем. С помощью подобных проектов можно преобразить городскую среду, сделать её более уютной и яркой, а также способствовать развитию креативности в обществе.

Основной целевой аудиторией являются творческие люди, которые желают развития как своего профессионального потенциала так и улучшения образа города Тольятти. Здесь важно не забывать и об обычных жителях города, которые не связали свою жизнь с культурой и творчеством, а второстепенная задача фестиваля - распространить современное видение на визуальную культуру города среди наибольшего количества общества.

Рассмотрим подробнее каждую группу аудитории.

Первая группа включает в себя людей с творческим потенциалом. Это ребята, которым необходимо найти в городе пути развития своего потенциала, найти новые знания и завести полезные знакомства. Они ищут вдохновения и хотят видеть город перспективным, современным. Важно удовлетворить эту потребность, так как многие молодые ребята, не видят способы развития в городе, так как образ Тольятти в основном складывается

из неактуальной визуальной культуры. Фестиваль поможет вдохнуть новую жизнь в образ города, а его яркое оформление с использованием современных технологий, стилей и трендов вдохновит и заинтересует подрастающих профессионалов.

Творческая, прогрессивная молодежь города, самая важная часть аудитории фестиваля, которую важно замотивировать остаться в городе и принимать участие в его развитии, здесь важно выделить причины утека молодого поколения из города:

Недостаточность крупных заказчиков и рынка Тольятти является промышленным городом, и молодые дизайнеры могут столкнуться с трудностями в поиске заказчиков для своих проектов. Также ограниченный рынок может создавать большие конкурентные проблемы.

Не хватает мастерства Для многих молодых дизайнеров, у которых нет опыта работы с крупными профессиональными командами, может быть недостаточно опыта, чтобы удовлетворить требования реальных клиентов. Требуется более конкретные знания и навыки, чтобы работать в конкурентном секторе.

Ограниченный доступ к финансированию Финансирование может быть ограничено в местных банковских учреждениях, что может создать большие проблемы для молодых дизайнеров, нуждающихся в финансировании ценных проектов.

Ограниченные возможности карьерного роста В Тольятти может быть ограниченное количество должностей дизайнеров с высокой оплатой труда, что может ограничить возможности для карьерного роста.

Отсутствие дорогой инфраструктуры Малый бюджет в городе может ограничивать инвестиции в новейшую инфраструктуру, что может привести к тому, что молодые дизайнеры и бизнесмены будут вынуждены работать в ограниченных условиях, что затруднит успешное развитие их карьер.

Вторая часть аудитории включает в себя экспертов. Это люди, которые уже реализовались в творчестве, их цель делиться опытом, знанием, помогать



развиваться молодым ребятам и принимать участие в изучении и осовременивании визуальной культуры города Тольятти. Для города эта группа людей очень важна, чем больше внимания таких людей мы сможем привлечь к городу тем больше у начинающих ребят появится возможностей к обучению. А городская среда начнет меняться посредством участия в ее формировании профессионалов с современными знаниями.

При анализе аудитории важно не упускать из внимания простых жителей города, они не причастны к искусству, это взрослые люди, которые живут и работают в Тольятти уже много лет, это третья группа. С помощью фестиваля появится возможность увидеть город и его жизнь с новой стороны, творческой, развитой, покажет потенциал молодежи и потенциал городской культуры, а заодно актуализирует у горожан образ современного творчества. Людям равнодушным к жизни Тольятти важно показать уровень, на который мы можем поднять культуру и пример современного городского образа.

При изучении аудитории и ее потребностей, можно выделить проблематику проекта. Творческие и молодые жители города желают видеть город в более актуальном образе, и иметь больше возможностей и способов развития своего потенциала. Проблематика проекта заключается в неактуальной визуальной культуре города, что отталкивает и показывает не перспективность города.

Из этого вытекает гипотеза – визуальная культура города не актуальна, так как современная культура уходит в экранное пространство. И чтобы актуализировать образ города, важно больше наполнять город динамичным, технологичным визуалом. А фестиваль изучающий визуальную культуру и транслирующий ее современные тенденции станет отправной точкой в изменении образа города Тольятти.

## **Предпроектное исследование**

Проведение предпроектного исследования является важным этапом в разработке дизайн-проекта. Одной из его главных задач является получение необходимой информации для достижения целей проекта, а также определение отношения целевой аудитории к продукту и оценка стратегических и тактических действий по проекту.

Идея данного предпроектного исследования заключается в оценке отношения общества к нынешнему внешнему и внутреннему позиционированию образа города. Целью исследования являлось выяснение актуального образа города и его идентичности. Для достижения этой цели были сформулированы гипотеза и цель исследования, определены методы исследования и этапы работы).

Для достижения этой цели были сформулированы гипотеза и цель исследования, определены методы исследования и этапы работы (Таблица А.3).

### **2.3 Интернет-исследование**

Участие в опросе приняло 65 человек. Опрос составлен из трех разделов. В первом разделе вопросы связаны с общим восприятием города Тольятти, с определением потенциала города, возможными перспективами развития творчества в нем. Во втором разделе вопросы помогли бы определить заинтересованность опрошенных в различных активностях фестиваля. Вопросы третьего раздела связаны с местом проведения и организатором фестиваля – Центра дизайна ТГУ. Так же внимание было уделено теме выяснения необходимости и нужды у жителей в развитии актуальной визуальной культуры в городе.

Итак, по итогам результатов первого раздела опроса было выявлено, что большая часть опрошенных воспринимает город положительно (80%) и только 20 % описывают город в отрицательном ключе.

55% опрошенных хотят покинуть Тольятти, однако, если бы город был более современным и перспективным, 85% остались бы в Тольятти. Основными причинами желания покинуть город являются: загрязнение, не развитая культура, отсутствие перспектив и не современный образ города.

Удивительно, но 80% считает, что у Тольятти есть большой потенциал, так как прогрессивная молодежь сможет изменить его. Остальные 17% считают, что Тольятти исключительно промышленный город, который не изменится.

95% опрошенных хочет больше крупных культурных событий.

Многие воспринимают город как застывший в 90х-00х, однако 20% опрошенных отмечают, что в уже городе используются современные технологии.

По мнению опрошенных культура города находится в стадии застоя, многое описывает комментарий «давно не было ничего масштабного и нового». Основными проблемами в развитии культуры города считают: недостаточное финансирование (57%), мало современных масштабных культурных мероприятий (34%), устаревшие образы в мышлении жителей (22%). Опрошенные считают проблемой преобладающее устаревшее мышление жителей, как в творчестве так и в остальных аспектах жизни. И исходя из ответов во второй части опроса, люди хотят повышения уровня культурного восприятия у жителей, 67% считают это поможет решению проблемы неактуального образа города.

Согласно мнению 67% опрошенных визуально город создает впечатление старого, застывшего во времени. 70% опрошенных считают, что в Тольятти мало развиты технологии и современные тренды.

70% хотят покинуть город, 63% хотят уехать из за плохой экологической обстановки, 45% считают образ города непривлекательным.

60% опрошенных согласились бы остаться в городе, если бы город становился более перспективным и появлялось больше возможности реализации потенциала.

67% опрошенных считает, что в городе мало перспектив для развития их потенциала и в связи с этим хотят покинуть город. Однако 20% считает, что в ближайшей перспективе город изменится в лучшую сторону. Но только 33,3% хотят лично принимать участие в развитии культуры в городе.

Большинство опрошенных считают, что именно молодежь поможет городу преобразиться (70%), так как у ребят огромный потенциал, много знаний и энергии, однако, большая часть молодежи покидает город.

89% считает, что в Тольятти необходимо вдохнуть новую жизнь, посредством развития предприятий 10%, развития культуры 35%, развития технологий 55%. И 30% считает, что у города есть потенциал в развитии культурного центра Самарской области.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что в Тольятти живет множество творческих людей, которые ежегодно уезжают в более перспективные города. Большая часть из них осталась бы в Тольятти, если бы город начал больше развивать культуру и внедрять больше современных новшеств. Так же для опрошенных важно изменять мышление всех жителей города, приучать к современным технологиям, смелости в творчестве и вызывать желание не просто жить в Тольятти, а уметь его улучшать даже своими силами.

## **2.4 Анализ аналогов**

После проведения всех необходимых этапов предпроектного исследования перейдем к последнему, но не менее важному, этапу – к поиску и анализу аналогов. Найденные аналоги мы разделили на 3 группы: аналоги по содержанию, аналоги по форме и аналоги по продукту. Далее мы рассмотрим необходимые для успешного завершения исследования аналоги, которые пригодятся в дальнейшем для перехода на следующий этап проектирования.

В группу аналогов по содержанию входят проекты, соответствующие той же тематике, что и наш проект. Мы будем рассматривать аналоги

культурных и творческих фестивалей, на основе которых будут выявлены основные стандарты и тенденции.

Текст: в аналогах преобладает использование простых и понятных шрифтов. Однако часто в дизайн добавляют либо необычный элемент: растянутые буквы (тренд 2020-2022 года), либо уникальный шрифт, важно, что он остается читаемым и понятным, но некий акцент на начертание позволяет внести узнаваемость.

Цвет: часто цвет зависит от более узкого направления тематики фестиваля, или он места его проведения. Так, зачастую фестивали используют либо яркие цвета в акценте, либо яркие цветовые сочетания, здесь важно привлечь как можно больше внимания к рекламе фестиваля, и заинтересовать зрителя в тематике события.

Стиль: в основном творческие фестивали – это ежегодные события. И тематики таких фестивалей могут ежегодно видоизменяться, вследствие чего, мы можем заметить смелое использование трендов в оформлении макетов. Тренды быстро становятся очень популярными и быстро устаревают, поэтому важно суметь подловить момент нарастания интереса к одному из них и максимально раскрыть его в дизайне творческого события. Опираясь на аналоги прошлого и позапрошлого года можно сделать вывод, что очень популярно использовать 3д модели, абстракцию, эффект размытия или хрома. Так же часто используется минимализм в сочетании с трендовой, но более простой графикой. (Рисунок А.10)

К группе аналогов по форме относятся проекты связанные со смежной тематикой. Здесь можно рассматривать любые фестивали, мероприятия или культурные заведения. Здесь как и в прошлой группе важно уловить основные тенденции.

Шрифт: в данной группе аналогов можно заметить более смелое использование шрифтовых гарнитур и их сочетаний. Типография может смешиваться с графикой, заменяться или вовсе выполнять роль графического элемента. Здесь так же работают с трендовыми фишками, например 3д,

деформация текста или использование наиболее популярных шрифтовых гарнитур. Здесь важно даже через типографику передать настроение события, творчество и смелось.

Цвет: здесь можно заметить абсолютно смелое использование цветовых сочетаний, часто дизайнер играет на контрастах, выделяя тем самым не только объект на макете, но и сам дизайн-продукт на фоне всего остального. Творчество – это смелость, и даже через цвета этот посыл может передаваться.

Стиль: преследуя цель создать дизайн творческий, креативный, а так же цель привлечь как можно больше крутых специалистов и новичков, зачастую в дизайне используются очень смелые решения. Здесь так же дизайнеры играют с трендами, различными техниками, смело создавая самые необычные сочетания. Коллаж, геометрия, деформация, 3д, минимализм, ручная графика и еще множество техник может миксоваться и в итоге собирать единый стиль, который не останется без внимания (Рисунок А.11).

В группе аналогов по продукту мы будем изучать дизайн-продукты подходящие для фестивалей и других культурных событий. В первую очередь здесь важны навигационные элементы, рекламные макеты и креативные, необычные способы привлечения внимания к фестивалю.

Навигация: один из важнейших носителей являются навигационные макеты. Фестиваль – обширное событие, в котором человек может легко потеряться, не найти нужного места, поэтому необходимо продумать всю навигацию и сделать ее максимально понятной и удобной для восприятия. Примеры продуктов: стойки, флашштоки, таблички, баннеры, плакаты, карта, расписание мероприятий.

Рекламные макеты: современная визуальная культура все больше уходит от привычной нам полиграфии в экранное пространство. Больше всего внимание цепляет именно динамичные, анимационные макеты, а еще больше использование новейших технологий. Именно поэтому почти все рекламные макеты необходимо размещать на экранах. Примеры продуктов:

баннеры-экраны, дополнение виртуальной реальности через кью-ар коды, печатные макеты отражающие динамику (возможно изменяющиеся со временем) и т.д.

Сувенирная продукция: любому посетителю масштабного события важно оставить на память хоть какой-то сувенир, поэтому важно учитывать взаимодействие фестиваля и участника напрямую через сувениры, которые максимально будут интересны и необычны. Здесь так же важно поддерживать современные тенденции и использовать не самые привычные материалы и виды продуктов. Тут так же можно использовать выход в VR-пространство, через кью ар коды, представлять сувениры в необычной форме, вносить в нее новизну. Использовать как можно больше динамичных эффектов, и современных стилей (Рисунок А.12).

В итоге можно сделать вывод, что при разработке дизайна важно учитывать следующие факторы:

В дизайне можно и даже нужно использовать тренды, важно правильно их использовать и подловить момент их популярности до того, как они устареют.

Сочетать несочитаемое, преобразовывать и составлять совершенно необычные идеи и концепты.

Важно использовать яркие цвета, контрастные сочетания, для того, чтобы максимально выделить рекламу фестиваля и привлечь к нему как можно больше внимания.

Возможно использование необычных шрифтов, сочетаний с графикой и трансформацией, однако важно понимать цели дизайн-продукта и создавать понятный и считываемый посыл.

Динамика. Эта тема отзывается тематике нашего фестиваля, ведь визуальная культура не стоит на месте и постоянно развивается, меняется. Поэтому важно в дизайне использовать этот метод, создавая макеты учитывая возможность постоянного движения и изменения.

Исходя из этого, мы так же делаем вывод, что для подобной техники, нам не подойдет обычная полиграфия, здесь важен выход в экранное пространство для отражения анимации, VR-пространства и 3д.

### **Раздел 3 Описание и обоснование проектного предложения**

#### **3.1 Первичные концептуальные предложения**

После того как все аспекты предпроектного исследования были проанализированы, рассмотрен аналоговый ряд проектных решений по данной теме, нами был начат поиск концепций для фестиваля на тему «Визуальная культура». Были разработаны концептуальные варианты, которые мы рассмотрим подробнее.

##### **3.1.1 Поисковая дизайн-концепция №1**

В дизайне для оформления фестиваля важно использовать выделенные ранее современные тенденции визуальной культуры.

Первая дизайн концепция основывается на использовании технологии – виртуальной реальности. Основная задача – создать новый, виртуальный образ Тольятти, который понемногу внедрится в городское пространство. Так, при помощи дизайна и технологий возможно создать новый образ города, не меняя и не перестраивая его.

Для данной дизайн-концепции было создано название фестиваля: «НАНО.ВЫЙ ГОРОД». Здесь акцент на слово «нано», которое означает новейшие, современные технологии, а слово сочетание «новый город» передает основной смысл фестиваля – создать новый Тольятти.

Логотип. Для фестиваля с подобным акцентным названием было решено сделать шрифтовой логотип. Здесь важно выбрать характерный шрифт, который создаст основной узнаваемый стиль.

Цветовая палитра. При проведении и презентации фестиваля важно использовать яркие цветовые сочетания, чтобы сделать рекламу максимально заметной. Однако, на данный момент Тольятти заполняется все большим



количеством ярких цветов, поэтому было решено взять яркие, но более сложные оттенки и их сочетания.

Графические элементы. При определении образов для графических объектов был использован способ. Так, все объекты в городе были разделены на три группы:

Гиперуровень - это крупные пространства города Тольятти, которые имеют большую роль в формировании образа. Здесь были выбраны три основные группы – леса, парки и сады; город, улицы, архитектурные ансамбли; волга, набережные. Данные объекты в дальнейшем будут подвержены изменению и внедрению в них новых образ через графические элементы.

Макроуровень – это крупные и средние объекты из городского пространства, которые будут изображены в новом стиле. Внедрение именно этих объектов смогут изменять крупные пространства. Например: узнаваемые здания, заводы, дороги, деревья, кусты и тд.

Микро/мезоуровень – небольшие детали, которые видоизменены в стиле фестиваля. Их основная задача – создавать настроение и передавать основной посыл фестиваля.

Графика. В ходе исследования аналогов, было выяснено, что в оформлении фестивалей часто используются тренды, поэтому было решено использовать один из последних – 3д графика. Она так же поможет передать без особо больших затрат стиль основной тенденции современной визуальной культуры – виртуальное пространство. Так, объемная графика изображенная на обычной полиграфии поможет создать образ объемных объектов, которые выглядят как реальные.

### **3.1.2 Финальная дизайн-концепция**

Финальное концептуальное предложение разрабатывалось параллельно с предыдущими концептами. Именно это предложение было выбрано заказчиком дизайн-проекта в качестве итогового.

Среди компетенций были выявлены следующие:

Изучение городской визуальной культуры

Внедрение экранной культуры

Переход визуальной культуры города в экранное пространство

Для данной концепции была выбрана метафора – город в экранном пространстве. Основная идея заключается в изучении визуальной культуры города и внедрения в нее современных тенденций. Говоря о современной визуальной культуре, мы понимаем, что сейчас все больше в нашей жизни занимают экраны, именно это будет важно отразить в концепции.

Данная дизайн-концепция отражает основную тенденцию современной визуальной культуры – визуальное уходит в экранное пространство.

Поэтому основная задача этого дизайна – создать образ города как экранного пространства.

Для данной идеи было придумано название «2.0.TLT.ZIP». Данное название отражает имя файла в компьютере, 02 – показывает, что это новая версия города, более усовершенствованная. «zip» - тип файла, в котором как и в городе содержится множество различных элементов.

Логотип. Для отражения логотипа было решено выбрать характерный пиксельный шрифт. Основное начертание логотипа – шрифтовое. Графический знак отражен в виде иконки файла в виде города.

Цветовая палитра. Было решено взять за основу цвета из электронного пространства – черный, белый, неоновый-зеленый. Для отражения творческой составляющей фестиваля был выбран фиолетовый цвет, а нежно-персиковый отражает веселое настроение фестиваля.

Графические элементы. Основная задача – выделить важные элементы города Тольятти и создать фирменный стикерпак, на основе которого будет создаваться графические продукты.

Графика. Отражая экранное пространство в графике будет использоваться пиксельный стиль. Для отражения экранных помех – коллажная техника

### 3.2 Программа реализации дизайн-проекта

Для успешного запуска перформанса дизайн-продукта, необходимо создать сценарий его внедрения. Программа перформанса подразумевает пошаговый план сценария с перечнем дизайн-продуктов, подлежащих к разработке на каждом из его этапов (Таблица 1, 2).

Таблица 1 – Программа перформанса: дизайн-проекта

|                | Эпизоды сценария   | Основная идея   | Место размещения           | Дизайн-продукт                                |
|----------------|--|---|----------------------------|---|
| Прогрев        | Размещение баннеров и рекламы  | Привлечение внимания  | Город и веб пространство   | Баннеры, постеры, листовки, плакаты           |
| Информирование | Ведение медиа контента   | Привлечение внимания, информирование  | Интернет пространство      | Оформление страницы, посты, сторис, видео     |
| Интерактив     | Виртуальный образ городского пространства через использование совр. технологий | Повысить интерес к теме совр. Технологий и теме фестиваля                     | Городское пространство     | Кью ар оды, виртуальные иллюстрации           |
| Продажа        | Размещение афиш и чек листов   | Максимально рассказать о фестивале, его плюсах и смыслах                      | Социальные сети, город     | Посты, афиши, плакаты, листовки               |
| Событие        | Оформление мероприятия, навигация и линейка сув. продукции                     | Создать единый образ фестиваля, передать его суть. Создать понятную навигацию | Место проведения фестиваля | Навигационные указатели, сувенирная продукция |

### 1.3 Описание готовых дизайн-предложений

Как было отмечено ранее, в качестве финальной визуальной концепции была выбрана концепция «город в экране», в которой также слышны отголоски предыдущих концепций.

Для начала были определены продукты, необходимые к разработке:

- логотип и элементы фирменного стиля – графика, подбор шрифтов и цвета;
- полиграфическая продукция – плакаты, шаблоны афиш, буклет;
- игра и оформление интерактива
- элементы внутренней и наружной навигации;
- оформление социальных сетей – аватарка, шапка, актуальное, шаблоны постов ВКонтакте;
- сувенирная продукция – стикеры, значки, шопперы, футболки, толстовки;

Для стилистики выбранной концепции свойственно сочетание двух цветов из выбранной цветовой палитры: черный, зеленый, белый, фиолетовый. Данные сочетания отражают экранное пространство. Ярко зеленый цвет поможет не только подчеркнуть отношение к экранности, но и хорошо привлечет внимание при рекламной кампании и в навигации.

Фирменные элементы общего стиля имеют свою геометрию, набор графики создан в пиксельном стиле, отражая схему строения изображения на экране. (Рисунок В.4). В отдельных случаях используется техника коллажирования.

В качестве основных цветов проекта были выбраны белый, черный, зеленый, фиолетовый (Рисунок В.5). Стоит отметить, что данные цвета и их сочетания отражают экранное пространство, хромакей и технологии. Неоновый зеленый цвет ассоциация с технологиями, фиолетовый – с творчеством.

Для логотипа было решено сделать шрифтовую версию. Название фестиваля: 2.0.ТЛТ.Zip, идеей выступило отражение города Тольятти, как приложения или папки в компьютерном мире, версия 2.0. означает новую, улучшенную версию. Логотип отстроен по сетке 1x1, для создания пиксельного шрифта, как будто это название файла на экране. Краткая версия логотипа представлена в виде логотипа с переносом.

В качестве основного шрифта была выбрана гарнитура «Bedstead», для выделения акцентов – «PIXY Regular».

Далее следовала разработка шаблонов оформления для социальной сети Вконтакте (Рисунок В.7). Оформление постов должно отражать оформление документов и файлов в системе компьютера, были разработаны шаблоны текстовые и графические.

Далее представлена обложка для оформления шапки профиля старницы Вконтакте (Рисунок В.8). В визуализации видно как выглядит обложка в компьютерной версии, так же в разработку вошла аватарка, на которой изображен значек означающий кнопку включения/выключения (Рисунок В.9).

Далее для этапа прогрева разработаны плакаты с вырубкой в виде пиксельных графических изображений зданий, на которые будут клеиться эти плакаты. На данном этапе никто не знает о фестивале, и первый шаг заключается в заполнении городского и экранного пространства подобными яркими постерами, что подогреет интерес и создаст загадку, которую будет разгадывать каждый прохожий (Рисунок В.10).

#### **Раздел 4 Экономическое обоснование проекта**

Перед началом работы над любым проектом, в том числе дизайн-проектом, кроме социального исследования необходимо провести экономическое. И не смотря на то, что в крупных проектах в той или иной степени принимает участие специалист типа менеджера или экономиста,

дизайнер, работающий с проектными данными, должен следить за обязательными расходами на разработку, понимать возможные риски и прогнозировать успешное будущее проекта для его качественной реализации.

#### **4.1 Анализ текущего состояния проекта**

В данной бакалаврской работе описывается ход разработки проекта по разработке брендинга для фестиваля на тему Визуальная культура. В ходе работы была сделана разработка следующих продуктов: логотип и элементы фирменного стиля: графика, подбор шрифтов и цвета; деловая документация: визитка, конверт, бланк; полиграфическая продукция: плакаты, шаблоны афиш, буклет; элементы внутренней и наружной навигации; оформление социальных сетей: аватарка, шапка, актуальное, шаблоны постов ВКонтакте; сувенирная продукция: стикеры, значки, шопперы, футболки, толстовки; проморолик; брендбук.

#### **4.2 Анализ состояния проекта**

Как было выявлено ранее, культурная жизнь Тольятти многообразна и уникальна, но не все местные жители знают о ней. Широкую популярность имеют сферы творческих (креативных) индустрий, среди которых исполнительное (театральные заведения, музыкальные заведения – в том числе с дополнительным образованием) и визуальное искусство (галереи, художественные учреждения – в том числе с дополнительным образованием), культурные источники. Тем не менее в городе существует тенденция оттока населения, в частности молодых людей, что напрямую связано с культурной жизнью города.

#### **4.3 Планируемый эффект**

Успешная реализация проекта способна повысить уровень культуры горожан и лояльность к городу, вовлечь в сферу культуры новых заинтересованных людей, а также привлечь новую аудиторию из соседних

городов, тем самым развивая культурный потенциал города и повышая его привлекательность.

#### **4.3.1 Фонд оплаты труда и единые социальные выплаты**

Существует два варианта оплаты труда – сдельная и почасовая. В данном проекте используется почасовая оплата, где штатный дизайнер оплачивается за работу определенное количество часов в день. Для определения стоимости труда дизайнера необходимо узнать стоимость его одного часа работы. Поскольку проект является учебным и не оплачивается, мы использовали информацию из интернета о почасовой оплате дизайнера. Средняя ставка составляет около 500 рублей за час работы. Мы работали над проектом в течение 6 месяцев, с января по июнь 2023 года, по 6 часов в день, за исключением праздничных дней и выходных. Согласно производственному календарю на 2023 год, у нас было 118 рабочих дней в первом полугодии 2023 года, что означает, что мы потратили на проект примерно 708 часов работы. На данный момент начинающий специалист в сфере графического дизайна может получать около 300 рублей за час работы.

Фонд оплаты труда (ФОТ) данного проекта можно рассчитать по следующей формуле:

$$\text{ФОТ} = \text{Сч} \times \text{Кч} = 300 \times 708 = 212\,400 \text{ руб.}, \text{ где}$$

Сч – стоимость часа работы дизайнера;

Кч – количество израсходованного времени.

Далее рассчитаем единые социальные выплаты. Фонд оплаты труда (ФОТ) составляет 30% от стоимости дизайн-проекта.

$$\text{Се.с.в.} = \text{ФОТ} \times 0,3 = 212\,400 \times 0,3 = 63\,720 \text{ руб.}, \text{ где}$$

Се.с.в. – Стоимость единой социальной выплаты;

ФОТ – это фонд оплаты труда.

#### **4.3.2 Расходы на проектирование**

Расчет расходов на проектирование включает в себя все затраты дизайнера, связанные с разработкой проекта:

- амортизацию оборудования;
- затраты на электроэнергию;
- затраты на материалы;
- накладные расходы (связь, интернет, транспорт).

В Российской Федерации используются следующие методы амортизации основных средств: линейный, уменьшаемый остаток, списание стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования и списание стоимости пропорционально объему продукции (работ).

В данном случае был выбран линейный метод, так как он является распространенным и простым в использовании. Все оборудование, которое будет использоваться в проекте (Таблица 4), относится к бытовым приборам с сроком полезного использования от трех до пяти лет (Постановление Правительства РФ от 01.01.2002 N 1 (ред. от 06.07.2015) «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы»).

Таблица 4 – Перечень оборудования для расчета амортизационных отчислений

| Состав оборудования                | Кол-во, шт. | Первоначальная стоимость, руб. | Общая стоимость, руб. |
|------------------------------------|-------------|--------------------------------|-----------------------|
| Люстра потолочная                  | 1           | 2000                           | 2000                  |
| Ноутбук – Lenovo Legion Y540-15IRH | 1           | 99 999                         | 101 499               |
| Мышь проводная DEXP Hellscream 100 | 1           | 799                            | 102 298               |
| Энергосберегающие лампы            | 4           | 716                            | 103 014               |
| Итого:                             |             |                                | 103 014               |

Годовая норма амортизации составляет 20% (100%/5лет), а годовая сумма амортизации для этого оборудования будет 20 603 (103 014×20%) рублей. Поскольку реализация проекта будет проводиться в течение года, сумма амортизации на этот период составит 20 603 рублей.

Далее будет рассмотрен расчет затрат на электроэнергию. Расчет ведется по следующей формуле:



$S_{эл} = P \times T \times Z$ , где:

P – общая мощность оборудования;

T – общее время работы оборудования;

Z – цена одного киловатта / час 2,04 руб.

Таблица 5 – Данные для расчета общей мощности оборудования

| Состав оборудования                | Кол-во, шт. | Мощность ед., КВт / час | Общая мощность, КВт / час |
|------------------------------------|-------------|-------------------------|---------------------------|
| Люстра московская                  | 1           | 0,5                     | 0,5                       |
| Ноутбук – Lenovo Legion Y540-15IRH | 1           | 0,5                     | 1                         |
| Мышь проводная DEXP Hellscream 100 | 1           | 0,05                    | 1,05                      |
| Энергосберегающие лампы            | 4           | 0,1                     | 1,54                      |
| Итого:                             |             |                         | 1,54                      |

В подсчетах выше мы уже установили, что проект был реализован за 374 часов (249 дней, 1,5 часа в день). Поскольку данная работа была осуществлена с помощью указанного выше оборудования, мы можем считать это время общим временем его использования.

Таким образом, затраты на электроэнергию составят:

$$S_{эл} = 1,54 \times 374 \times 2,04 = 1175 \text{ рублей.}$$

После того, как были произведены расчеты затрат на амортизацию оборудования и электроэнергию, приступим к вычислению затрат на материалы. В ходе работы над данным проектом были приобретены некоторые необходимые материалы, которые представлены в таблице 6.

Таблица 6

| Наименование товара   | Цена, руб. | Кол-во, шт. | Стоимость, руб. |
|---|------------|-------------|-----------------|
| Ручка   | 40         | 3           | 120             |
| Пачка бумаги  | 500        | 1           | 500             |
| Распечатка планшетного ряда с накаткой на пенокартон (1000×700мм) | 1100       | 4           | 4400            |

Продолжение Таблицы 6

|                        |      |    |        |
|------------------------|------|----|--------|
| Печать плакатов и афиш | 250  | 5  | 1250   |
| Печать бейджей         | 100  | 6  | 600    |
| Печать конвертов       | 90   | 5  | 450    |
| Печать наклеек         | 100  | 5  | 500    |
| Печать значков         | 80   | 10 | 800    |
| Печать брендбука       | 1000 | 1  | 1000   |
| Футболка               | 750  | 3  | 2250   |
| Худи                   | 1000 | 1  | 1000   |
| Шоппер                 | 600  | 4  | 2400   |
| Итого:                 |      |    | 15 270 |

Также в таблице 7 представлены дополнительные накладные расходы.

Таблица 7

| Наименование                              | Стоимость мес., руб. | Стоимость 6 мес., руб. | Общая стоимость, руб. |
|---|----------------------|------------------------|-----------------------|
| Пакет домашний интернет + мобильная связь | 1200                 | 1200                   | 1200                  |
| Транспорт                                 | 2500                 | 15000                  | 16200                 |
| Итого:                                    |                      |                        | 16200                 |

Таким образом, подведя итоги, общие расходы на проектирование составили:  $212\,400 + 63\,720 + 20\,603 + 1175 + 15\,270 + 16\,200 = 329\,368$  рубля.

#### 4.4 Расчет экономической эффективности

После завершения проекта количество посетителей мероприятий, проходящих в центре творчества «Голосова, 20» будет увеличено, также в город будут приезжать представители профессионального сообщества и зрители из других городов. Ожидается, что продажа билетов на мероприятия по пушкинской карте будет покрывать средства, выделяемые на разогрыш сувенирной продукции.

## Раздел 5 Безопасность и экологичность технического объекта

### 5.1 Конструктивно-технологическая характеристика технического объекта с точки зрения его безопасных и экологических характеристик

Для того, чтобы правильно определить требования безопасности технического объекта, необходимо составить технологический паспорт объекта. Результаты данной работы представлены в таблице 8.

Технологический паспорт объекта включает информацию о следующих элементах: название процесса, должности или количество работников, участвующих в процессе, используемое оборудование, материалы и вещества, необходимые для выполнения технологических операций.

Таблица 8 - Технологический паспорт объекта

| Технологический процесс  | Технологическая операция, вид выполняемых работ      | Наименование должности работника, выполняющего технологический процесс, операцию | Оборудование, устройство, приспособление | Материалы, вещества  |
|--|--|--|--|--|
| «Разработка визуальной концепции сувенирной продукции г.о. Тольятти» | Разработка визуальной концепции сувенирной продукции | Графический дизайнер   | ПВЭМ (ноутбук Lenovo Legion Y540-15IRH)  | Стол компьютерный, стул вращающийся, бумага, планшеты из пенокартона |

## 5.2 Идентификация производственно-технологических и эксплуатационных профессиональных рисков, возникающих при производстве, эксплуатации и конечной утилизации технического объекта данного проекта

Для эффективной работы над проектом необходимо учитывать возможные профессиональные риски. В связи с этим была заполнена таблица «Идентификации профессиональных рисков», перечень которой включает в себя производственно-технологическая и/или эксплуатационная технологическая операция или вид выполняемых работ; При определении профессиональных рисков и заполнении таблицы использовались ГОСТ12.0.003–74 и СанПиН 1.2.3685-21. Результаты идентификации профессиональных рисков приведены в таблице 9.

Таблица 9 - Идентификация профессиональных рисков

| Производственно-технологическая операция, вид выполняемых работ                          | Опасный и вредный производственный фактор   | Источник опасного и вредного производственного фактора |
|--|---|--|
| Разработка визуальной концепции сувенирной продукции г.о. Тольятти, производимая на ПЭВМ | Физические:<br>аповышенная запыленность и загазованность воздуха рабочей зоны.<br>Допустимые значения: температура воздуха 19-21 С°, относительная влажность 62-52 %, абсолютная влажность – 10 г/м3<br>скорость движения воздуха < 0,1 м/с.<br>повышенный уровень статического электричества. Допускается напряженность электрического поля 5-2 кГц, при ВДУ 25 В/м и 2 кГц – 400 кГц, при ВДУ 2,5 В/м.<br>пониженная контрастность. Конструкция ВДТ должна предусматривать регулирование яркости и контрастности.<br>грямая и отраженная блесткость. ПВЭМ должна обеспечивать возможность поворота корпуса в горизонтальной и вертикальной плоскости с фиксацией в заданном положении. Корпус ПЭВМ должен иметь матовую поверхность с коэффициентом отражения 0,4-0,6 и не иметь блестящих деталей. | ПЭВМ   |

### Продолжение Таблицы 9

|  |   |      |
|--|---|------|
|  | Химические -  |      |
|  | Биологические -   |      |
|  | Психофизиологические:<br>умственное перенапряжение;<br>перенапряжение анализаторов;<br>монотонность труда;<br>эмоциональные перегрузки.<br>Продолжительность непрерывной работы<br>с ВДТ без регламентированного перерыва<br>не должна превышать 2-х часов. | ПЕВМ |

### 5.3 Методы и технические средства снижения профессиональных рисков

В процессе разработки выпускной квалификационной работы были обнаружены профессиональные риски (см. таблица 9), которые были устранены с помощью подбора и обоснования соответствующих организационно-технических методов и технических средств защиты. Эти методы и средства позволили частично или полностью избавиться от опасных или вредных производственных факторов, соответствующих требованиям нормативных документов ГОСТ и отраслевых нормативных документов в области безопасности. Результаты проведенных исследований отражены в сводной таблице (таблица 10).

Таблица 10 – Методы и средства снижения воздействия опасных и вредных производственных факторов

| Опасный и вредный производственный фактор   | Организационные методы и технические средства защиты, снижения, устранения опасного и/или вредного производственного фактора  | Средства индивидуальной защиты работника  |
|---|---|---|
| Физические:<br>а) повышенная запыленность и загазованность воздуха рабочей зоны;<br>б) повышенный уровень статического электричества; | авредные вещества и избыток теплоты устраняются из рабочей зоны с помощью вентиляции;<br><br>предельно допустимый уровень напряженности воздействующего ЭП устанавливается равным 25кВ/м. | Специальные защитные очки, предназначенные для защиты глаз от проявлений компьютерного зрительного синдрома.<br>ПРИКАЗ МЗСР от 1 октября 2008 г. N 541н |

Продолжение Таблицы 10

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>в) пониженная контрастность;</p> <p>г) прямая и отраженная блёсткость.</p>  | <p>контрастность ВДТ в монохромном режиме должна быть не менее 3:1.</p> <p>освещенность стола, на котором производится работа за ПВЭМ должна быть 300 – 500 лк. Освещение не должно создать бликов на поверхности экрана.</p>  |  |
| <p>Химические: -</p>   | <p>-</p>   | <p>-</p>   |
| <p>Биологические: -</p>  | <p>-</p>   | <p>-</p>   |
| <p>Психофизиологические:</p> <p>1) умственное перенапряжение;</p> <p>2) перенапряжение анализаторов;</p> <p>3) монотонность труда;</p> <p>4) статические перегрузки;</p> <p>5) эмоциональные перегрузки.</p> | <p>Все указанные психофизиологические факторы приводят к изменению у работников функционального состояния центральной нервной системы, нервно-мышечного аппарата рук, шеи, плеч, спины, напряжению зрительного аппарата; к проявлению боли, зрительной усталости, раздражительности, общего утомления.</p> | <p>а) экран монитора должен находиться от глаз пользователя на расстоянии 600- 700 мм, но не ближе 500 мм с учетом размеров алфавитно-цифровых знаков и символов.</p> <p>б) конструкция рабочего стола должна обеспечивать оптимальное размещение на рабочей поверхности используемого оборудования.</p> <p>в) поверхность рабочего стола должна иметь коэффициент отражения 0,5- 0,7.</p> <p>г) конструкция рабочего стула должна обеспечивать поддержание рациональной рабочей позы, позволять изменять позу с целью снижения статического напряжения мышц шейно - плечевой области и спины для предупреждения развития утомления.</p> |

## Продолжение Таблицы 10

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | Рабочий стул должен быть подъемноповоротным, регулируемым по высоте и углам наклона сиденья и спинки, а также расстоянию спинки от переднего края сиденья. Поверхность сиденья, спинки и других элементов стула должна быть полумягкой, с нескользящим, слабо электризующимся и воздухопроницаемым покрытием, обеспечивающим легкую очистку от загрязнений.<br>д) рациональная организация режима труда и отдыха, которая предусматривает периодические перерывы и производственную гимнастику. |
|--|--|---|

### **5.4 Обеспечение пожарной и техногенной безопасности рассматриваемого технического объекта (производственно-технологических эксплуатационных и утилизационных процессов)**

В этой главе мы рассмотрим классы опасных факторов пожара, которые могут возникнуть во время работы над выпускной квалификационной работой, а также изучим меры и средства для предотвращения пожаров, особенно важные при работе с ПВЭМ. Все материалы, представленные в главе, основаны на действующих стандартах пожарной безопасности, необходимых для обеспечения безопасной работы.

#### **5.4.1. Идентификация классов и опасных факторов пожара**

При проведении анализа классов и опасных факторов возникновения пожара в рамках разработки проекта были выявлены два основных класса, которые могут возникнуть - пожары класса Е и В. В этом случае речь идет о

возгораниях, которые могут быть вызваны горением жидких веществ и электроустановок. Итоги проведенных работ по идентификации классов пожаров отражены в сводной таблице (таблица 11).

Таблица 11 – Идентификация классов и опасных факторов пожара

| Участок, подразделение                       | Оборудование | Класс пожара     | Опасные факторы пожара  | Сопутствующие проявления факторов пожара  |
|--|--------------|------------------|---|---|
| Рабочее место графического дизайнера за ПВЭМ | ПВЭМ         | Класс Е, класс В | Искры, открытый огонь   | Образующиеся в процессе пожара осколки конструкции ПВЭМ, замыкание высокого электрического напряжения на токопроводящие части технологических установок, оборудования |
|  |              | Класс Е          | Повышенная концентрация токсичных продуктов горения и термического разложения | Термохимические воздействия используемых при пожаре огнетушащих веществ на предметы и людей   |
|  |              | Класс Е          | Повышенная температура окружающей среды                                       | Образующиеся радиоактивные и токсичные вещества и материалы   |
|  |              | Класс Е          | Пониженная концентрация кислорода   | Образующиеся радиоактивные и токсичные вещества и материалы   |

#### **5.4.2. Разработка технических средств и организационных мероприятий по обеспечению пожарной безопасности заданного технического объекта (выпускной квалификационной работы)**

Безусловно, необходимо знать об технических средствах и организационных мерах, связанных с пожарной безопасностью. В дизайне, где работа проводится в технической среде, с использованием ПВЭМ,



пожарная безопасность является одним из главных критериев безопасной работе. Для этого была разработана таблица, в которой рассмотрены различные технические средства обеспечения пожарной безопасности, такие как первичные и мобильные средства пожаротушения, стационарные системы пожаротушения, средства пожарной автоматики, оборудование и инструменты для пожаротушения, а также сигнализации, связи и оповещения. Подробнее с таблицей можно ознакомиться в таблице 12.

Таблица 12 – Технические средства обеспечения пожарной безопасности

| Первичные средства пожаротушения | Мобильные средства пожаротушения | Стационарные установки системы пожаротушения | Средства пожарной автоматики         | Средства индивидуальной защиты и спасения людей при пожаре  | Пожарные сигнализация, связь и оповещение      |
|----------------------------------|----------------------------------|--|--------------------------------------|---|--|
| Порошковый огнетушитель          | Пожарные автомобили              | Водяные системы пожаротушения                | Пожарные извещатели                  | Кислородный изолирующий противогаз  | Автоматическая установка пожарной сигнализации |
| Вода                             | Пожарные самолеты, вертолеты     | Установки химического пожаротушения          | Системы передачи извещений о пожаре; | Средство индивидуальной защиты, обеспечивающее человека воздухом, пригодным для дыхания, и изолирующее органы дыхания от окружающей среды |  |

#### 5.4.3 Организационные (организационно-технические) мероприятия по предотвращению пожара

В этом разделе рассматриваются меры, направленные на предотвращение возникновения пожаров или опасных факторов, которые могут привести к пожару (таблица 13). Здесь приводятся названия технологических процессов, описывается список наименований видов

реализуемых мероприятий, и приводятся требования по обеспечению пожарной безопасности, реализуемые эффекты.

Таблица 13 – Организационно-технические мероприятия по обеспечению пожарной безопасности

| Наименование технологического процесса, оборудования технического объекта | Наименование видов, реализуемых организационных (организационно-технических) мероприятий | Предъявляемые требования по обеспечению пожарной безопасности, реализуемые эффекты   |
|---|--|--|
| Разработка визуальной концепции сувенирной продукции г.о. Тольятти        | Организация пожарной охраны  | <p>а) ПВЭМ в помещении, в котором по окончании рабочего времени отсутствует дежурный персонал, должны быть обесточены, за исключением дежурного освещения, установок пожаротушения и противопожарного водоснабжения, пожарной и охранно-пожарной сигнализации;</p> <p>б) помещение, где размещаются рабочие места, оборудованные ПВЭМ, должны быть оборудованы защитным заземлением;</p> <p>в) не следует размещать рабочие места с ПВЭМ вблизи силовых кабелей и вводов, высоковольтных трансформаторов, технологического оборудования, создающего помехи в работе с ПВЭМ;</p> <p>г) запрещается пользоваться поврежденными розетками;</p> <p>д) запрещается обертывать ПВЭМ тканью и другими горючими материалами;</p> <p>ж) огнетушители должны всегда содержаться в исправном состоянии;</p> |
|   | Обучение правилам пожарной безопасности  | а) определение обязанностей должностных лиц по обеспечению пожарной безопасности;  |

Продолжение таблицы 13

|  |                                      |  |
|--|--------------------------------------|--|
|  |                                      | б) назначении ответственных за пожарную безопасность отдельных зданий, сооружений, помещений, участков и т.п., технологического и инженерного оборудования, а также за содержание и эксплуатацию имеющихся технических средств противопожарной защиты; |
|  | Составление схемы и правил эвакуации | Обеспечение необходимой информацией, подготовка и разработка документов (приказов, инструкций, планов эвакуации на случай пожара и т.п.). Ведение документации.  |

**5.5 Обеспечение экологической безопасности рассматриваемого технического объекта (в реализациях производственнотехнологических и эксплуатационных процессов, включая последствия, завершения его жизненного цикла путем утилизации)**

В данной главе описываются работы, направленные на выявление вредных экологических факторов, возникающих при реализации производственно-технологического процесса или при последующей эксплуатации результатов разработки проекта, а также при дальнейшей утилизации различных производственных отходов или брака. Были разработаны организационно-технические мероприятия для минимизации негативного воздействия на окружающую среду от представленного технического объекта, как при его производстве, так и в процессе эксплуатации и утилизации по завершению жизненного цикла.

**5.5.1 Идентификация экологических факторов технического объекта**

Анализируя производственно-технический процесс и эксплуатацию технического объекта, мы идентифицировали экологические факторы и оценили их влияние на экологическую безопасность объекта (таблица 14).

Таблица 14 – Идентификация экологических факторов технического объекта

| Наименование технического объекта, технологического процесса | Структурные составляющие технического объекта, технологического процесса (производственные здания или сооружения по функциональному назначению, технологические операции, оборудование), энергетическая установка транспортное средство и т.п | Воздействие технического объекта на атмосферу (вредные и опасные выбросы в окружающую среду) | Воздействие технического объекта на гидросферу (образующие сточные воды, забор воды из источников водоснабжения ) | Воздействие технического объекта на литосферу (почву, растительный покров, недра) (образование отходов, выемка плодородного слоя почвы, отчуждение земель, нарушение и загрязнение растительного покрова и т.д.) |
|--|---|--|---|--|
| ПВЭМ   | ПВЭМ (ноутбук Asus ROG Strix GL-531GU)  | -  | -   | - шумы; - утилизация (ОЭЭО)  |

### 5.5.2 Разработанные организационно-технические мероприятия по снижению негативного антропогенного воздействия технического объекта на окружающую среду

В заключительной стадии работы над проектом были разработаны действия, направленные на уменьшение отрицательного воздействия человека на окружающую среду, которые соответствуют требованиям действующих нормативных документов (таблица 15).

Таблица 15 – Разработанные организационно-технические мероприятия по снижению негативного антропогенного воздействия технического объекта на окружающую среду

|   |   |
|---|---|
| Наименование технического объекта   | Визуальная концепция сувенирной продукции |
| Мероприятия по снижению негативного антропогенного воздействия на атмосферу |   |

## Продолжение Таблицы 15

|   |  |
|---|--|
| <p>Мероприятия по снижению негативного антропогенного воздействия на гидросферу</p> |  |
| <p>Мероприятия по снижению негативного антропогенного воздействия на литосферу</p>  | <p>а) сбор ОЭЭО (целесообразно производить в местах, где осуществляется распространение электротехнического или электронного оборудования среди конечных потребителей);<br/>         б) хранение ОЭЭО (должно осуществляться в упаковках, позволяющих обеспечивать безопасность и неизменность свойств ОЭЭО при нормальных условиях);<br/>         в) транспортирование ОЭЭО (упаковка, предназначенная для транспортирования ОЭЭО, должна иметь предупредительную маркировку (информация о содержании опасных веществ и т.п.);<br/>         г) разборка ОЭЭО (рекомендуется проводить в условиях, предотвращающих негативное воздействие на окружающую среду);<br/>         д) документирование (обращения с ОЭЭО</p> |

Раздел «Конструктивно-технологическая характеристика технического объекта с точки зрения его безопасности и экологических характеристик» содержит описание технологического процесса работы за ПВЭМ, использованного при разработке визуальной концепции сувенирной продукции г.о. Тольятти (таблица 8);

- выявлены профессиональные риски, связанные с технологическим процессом и операциями, проводимыми в процессе проектирования (таблица 9);
- разработаны организационные и технологические мероприятия по снижению выявленных профессиональных рисков, включая соблюдение всех показателей ПВЭМ в соответствии со стандартами ГОСТ (таблица 10).
- разработаны мероприятия по обеспечению пожарной безопасности технического объекта, включая определение класса пожароопасности и опасных факторов возгорания (таблица 11);

- выявлены средства, методы и меры по обеспечению пожарной безопасности (таблица 12);
- разработаны мероприятия по обеспечению пожарной безопасности на техническом объекте (таблица 13);
- идентифицированы экологические факторы (таблица 14);
- разработаны мероприятия по обеспечению экологической безопасности на техническом объекте (таблица 15)

## Заключение

Как отмечалось ранее, сфера культуры оказывает глобальное влияние на многие сферы нашей жизни. Она обуславливает нормы поведения, взаимоотношения между людьми, показывает качество жизни. Культура созидательна, она крайне необходима для гармоничного развития личности. Она формирует активную жизненную позицию и вовлеченность в общественную жизнь. В связи с этим уделять внимание развитию культурного пространства современного города крайне необходимо – а достичь этого можно с помощью брендинга.

Данная работа является одним из этапов работы над созданием фирменного стиля фестиваля на тему «Визуальная культура». В рамках преддипломной практики перед нами стояла цель разработать поисковые концепции фирменного стиля фестиваля на тему «Визуальная культура».

Для достижения данной цели нами были выполнено предпроектное исследование и проектная разработка. В ходе предпроектного исследования мы провели анализ целевой аудитории проекта, интернет-исследование с дальнейшей интерпретацией результатов онлайн-опроса, а также анализ аналогов. Проектная разработка была построена на основе семиотического дискурсивного моделирования Г.Н. Лолы, в рамках которой нами было сформировано 3 поисковые концепции, по-разному раскрывающие потенциал фестиваля «Визуальная культура», а также сценарий перформанса проекта.

## Список используемых источников

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. [Текст] / М.,1974, 122 с.
2. Бабкина, О.В. (2018). "Формирование визуальной культуры города Тольятти в период социалистической модернизации (1960-1980 гг.)". Москва: Издательство "Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова". [Текст] / 72 с.
3. Бартов, О. (2019). Граффити в городском пространстве: формирование тенденций. Журнал "ArtChronika". [Текст] / 14-15 с.
4. Беззубова О. В. Визуальная культура и визуальный поворот в культуральных исследованиях второй половины XX века [Текст] // Аналитика культурологии. 2014. 7-8 с.
5. Белоусов, А. (2007). "Культурный ландшафт города: визуальный аспект". Москва: Издательство "РОСМЭН". [Текст] / 118 с.
6. Бродский, Ю. (2018). Визуальная культура города: российские примеры. Журнал "Точка зрения". [Текст] / 97 с.
7. Воронин, Д. (2013). "Городская визуальная среда и формирование культурной идентичности". Москва: Издательство "Новое литературное обозрение". [Текст] / 72 с.
8. Выготский Л. С. Проблема культурного развития ребенка [Текст] //Педология. 1928. № 1. 58-77 с.
9. Вьюн, С. (2015). "Визуальная культура и городская идентичность". Тольятти: Издательство "Тольяттинский государственный университет". [Текст] / 34 с.
10. Гомбрих Э.Х. Макслас вестуре. [Текст] / Р.: Азбука Звайгзнэ, // 1977.
11. Городской музей города Тольятти. (2021). "История города Тольятти". [Текст] / 44 с.
12. Гриценко, Е. (2016). Городская символика на перекрестке культурных традиций. Журнал "Новый мир". [Текст] / 7-8 с.



13. Даниэль С. Искусство видеть . [Текст] / Л. Искусство, // 1990, 221с.
14. Джеймсон Ф. Сигнатуры видимого. [Текст] / Нью-Йорк // Ратледж, 1990. 155-156с.
15. Егорова, Г. (2016). "Особенности формирования визуальной культуры в современном городе". Москва: Издательство "Логос". [Текст] / 72 с.
16. Ищенко Е. Н. «Визуальный поворот» в современной культуре: опыт философской рефлексии [Текст] // Вестник ВГУ. №2. 2016. 17 с.
17. Как технологии создают новые реальности [Электронный ресурс] // URL: <https://habr.com/ru/company/canon/blog/441902/>. Дата обращения: 03.04.23.
18. Колодий В. В. Визуальность и её влияние на социальное познание: философско-методологическое основание [Текст] // Вестник Томского государственного университета. № 2. 2011. 91 с.
19. Комарова, С. (2019). "Визуальная культура города: история и современность". Санкт-Петербург: Издательство "Алетейя".
20. Комогорова, А. (2020). Символика городской среды. Журнал "Культура и искусство".
21. Кудинова А. В. Современная визуальная культура: фотография, реклама, [Текст] / интернет. Краснодар // КГИК. 2016. 13 с.
22. Лефевр, А. Г. (2012). Пространство города. Год Быка.
23. Лола Г. Н. Дизайн-код: культура креатива [Текст] / Г.Н. Лола // СПб.: Элмор – 2012 – 140 с
24. Маклакова, М. (2012). "Городская визуальная культура и ее влияние на формирование градостроительной политики". Тольятти: Издательство "Тольяттинский государственный университет".
25. «Метаформы»: искусство в эпоху виртуальной реальности [Электронный ресурс] // Вuro 24/7. URL:

<https://www.buro247.ru/culture/arts/metaformy-iskusstvo-v-epokhu-virtualnoy-realnosti.html>. Дата обращения: 27.04.23.

26. Передерий, Е. (2015). Графический дизайн в городском пространстве. Журнал "Искусство и дизайн".

27. Прочан, К. (2017). Визуальный язык города. Журнал "Сеанс".

28. Реутов А. С. Визуальные исследования современной культуры: феноменологический аспект: Автореф. [Текст] / канд. дис. Н. Новгород. // 2018. 23 с.

29. Румянцев, В. (2014). "Эстетика городской среды". Москва: Издательство "Новое литературное обозрение".

30. Савчук В. В. Феномен поворота в культуре XX века [Текст] // Международный журнал исследований культуры. №1. 2013. 97 с.

31. Савчук В. В. Философия фотографии. [Текст] // СПб.: Академия исследования культуры. / 2015. 50 с.

32. Сергеев, А. (2016). Изображение города в зеркале массовой культуры. Журнал "Proekt".

33. Филиппова, О. (2020). "Визуальная культура города: от искусства до городского благоустройства". Москва: Издательство "Академический проект".

34. Цивенко, И. (2002). Искусство в пространстве города. Культура. Россия. XX век.

35. Шходин, А. (2014). Городская идентичность в свете современной визуальной культуры. Журнал "Медиавестник".

**Приложение А**  
**Анализ исходных данных**

Таблица А.1 – SWOT-анализ: фестиваль на тему Визуальная культура

| Сильные стороны  | Слабые стороны   |
|--|--|
| 1. Большой творческий потенциал;<br>2. Широкий спектр событий, которые могут заинтересовать большинство посетителей;<br>3. Возможность сотрудничества с партнерами на индивидуальных условиях;<br>4. Получение реального опыта работы в проектах | 1. Недостаточное финансирование;<br>2. Недостаточно сил организаторов фестиваля;<br>3. Отсутствие достаточного количества молодых квалифицированных кадров технических специальностей для привлечения в штат |
| Возможности  | Угрозы   |
| 1. Возможность изменить образ города<br>2. Изучить и улучшить визуальную культуру Тольятти<br>3. Повысить визуальный опыт у жителей города и гостей фестиваля<br>4. Прорекламирровать организатора – Центр дизайна ТГУ                           | 1. Проблемы с финансированием проекта<br>2. Трудности в реализации всего масштаба;<br>3. Конкуренция с проектами по изменению города   |

## Продолжение приложения А

Таблица А.2 – Анализ заинтересованных сторон проекта

| Заинтересованные стороны | Администрация города   | Некоммерческие организации  | Горожане   | Профессиональное сообщество  | Гости города  |
|--------------------------|--|---|--|--|---|
| Заинтересованные стороны | <ul style="list-style-type: none"> <li>– департамент культуры</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– музеи;</li> <li>– социально-культурные организации;</li> <li>– культурные центры</li> <li>– образовательные учреждения</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– активная позиция;</li> <li>– нейтральная позиция</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– художники;</li> <li>– дизайнеры</li> <li>–</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– туристы</li> </ul>   |
| Потребности              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– точка распространения культуры в городе;</li> <li>– положительный имидж города;</li> <li>– коммуникация между горожанами и органами Администрации;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– продвижение актуальных тем;</li> <li>– продвижение и пиар своей организации;</li> <li>– привлечение новых лиц к своей деятельности для развития организации</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– насыщенная культурная жизнь;</li> <li>– принадлежность к чему-то большому с помощью события;</li> <li>– самореализация посредством участия в организации городского мероприятия;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– диалог внутри сообщества;</li> <li>– пиар своей деятельности</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– яркие впечатления;</li> <li>– насыщенная программа;</li> <li>– трофей места</li> </ul> |

|                   |  |   |   |  |  |
|-------------------|--|---|---|--|--|
| Возможный продукт | <ul style="list-style-type: none"> <li>– реклама мероприятий: календари, афиши, баннеры, оригинальные способы визуального предложения;</li> <li>– серия событий, мероприятий, работающих на имидж города;</li> <li>– сувенирная продукция: презентация на региональном уровне</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– организация партнерских выставочных экспозиций;</li> <li>– продвижение через мероприятия: актуальная подача, массовый охват</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– мероприятие как способ самореализации, способ получить положительные эмоции;</li> <li>– фотозона;</li> <li>– сувенирная продукция: стикеры, значки, блокноты, открытки, принты, закладки и т.д.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– мероприятия с профессиональной тематикой, подразумевающие коллаборации, диалог и обмена опытом</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– мероприятие как способ получить положительные эмоции;</li> <li>– фотозона;</li> <li>– сувенирная продукция: стикеры, значки, блокноты, открытки, принты, закладки и т.д.</li> </ul> |
|-------------------|--|---|---|--|--|

Таблица А.3 – Трехуровневый анализ продукта

| Наименование сегмента   | Глубинная потребность  | Фактический продукт  | Добавленная услуга  |
|-------------------------|--|--|---|
| Перспективная молодежь  | Получение новых знаний, поиск знакомств, желание творить и показать себя                             | Оформление фестиваля, программа обучения и грамотно донесенные плюсы обучения                                    | Использование в оформлении современных технологий и тенденций, которые привлекут молодежь к участию |
| Эксперты, профессионалы | Желание делиться опытом и знаниями, применять их в работе над проектами. Поиск молодых перспективных | Оформление фестиваля, заложенный смысл и посыл. Проведение обучения, где творческая молодежь сможет принять опыт | Грамотный посыл, представление перспектив города и масштабы фестиваля                               |

|                                |   |  |  |
|--------------------------------|---|--|--|
|                                | ребят   | и зарекомендовать себя   |  |
| Жители и гости города Тольятти | Весело и интересно провести досуг, приобщиться к культуре и узнать что-то новое | Книга как история о взрослых проблемах и героях, в которых читатели видят себя | Возможность приобрести мерчендайз по книге |

## Продолжение приложения А

### Рисунок А.6 – Результаты интернет-исследования

Остались бы вы в Тольятти, если бы город был более современным и перспективным?

 Копировать

29 ответов

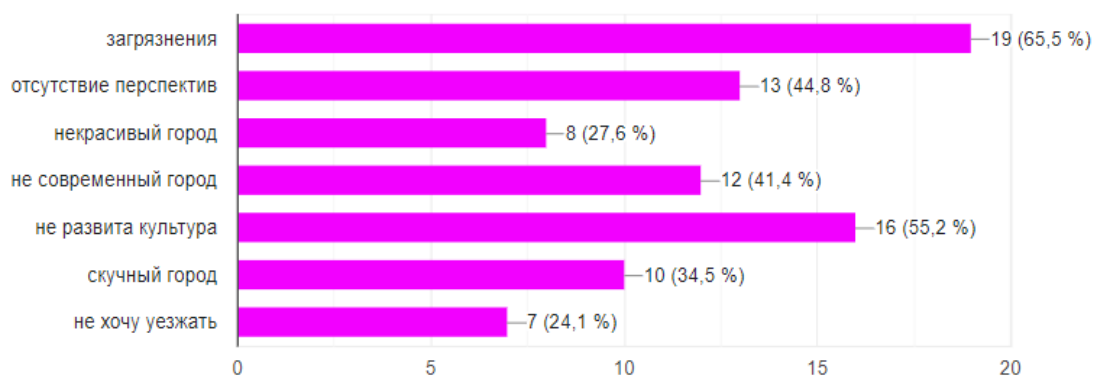


### Рисунок А.7 – Результаты интернет-исследования

По какой причине вы хотите уехать из Тольятти?

 Копировать

29 ответов



## Продолжение приложения А

Рисунок А.8 – Результаты интернет-исследования





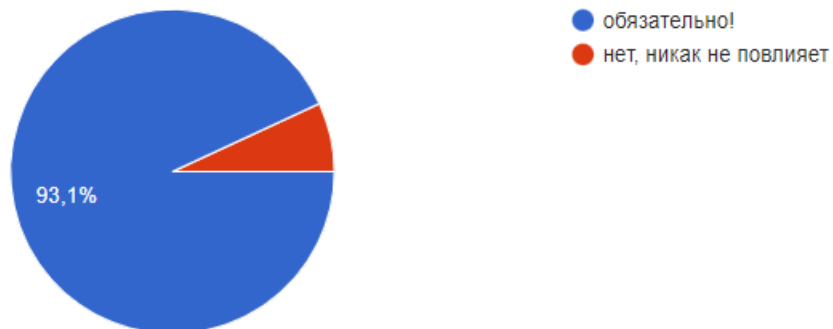
## Продолжение приложения А

### Рисунок А.9 – Результаты интернет-исследования

Считаете ли вы, что фестиваль от Центра дизайна ТГУ поможет привлечь к обучению в вузе на дизайнеров большее количество ребят?

Kor

29 ответов

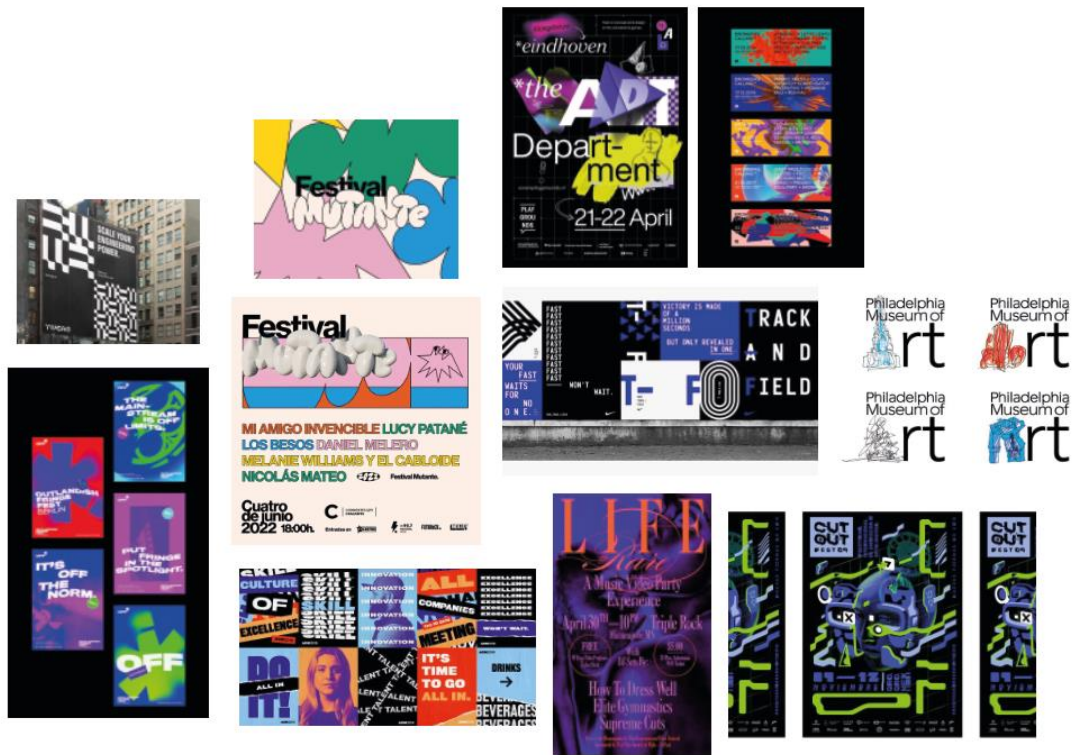


### Рисунок А.10 – Аналоги по содержанию



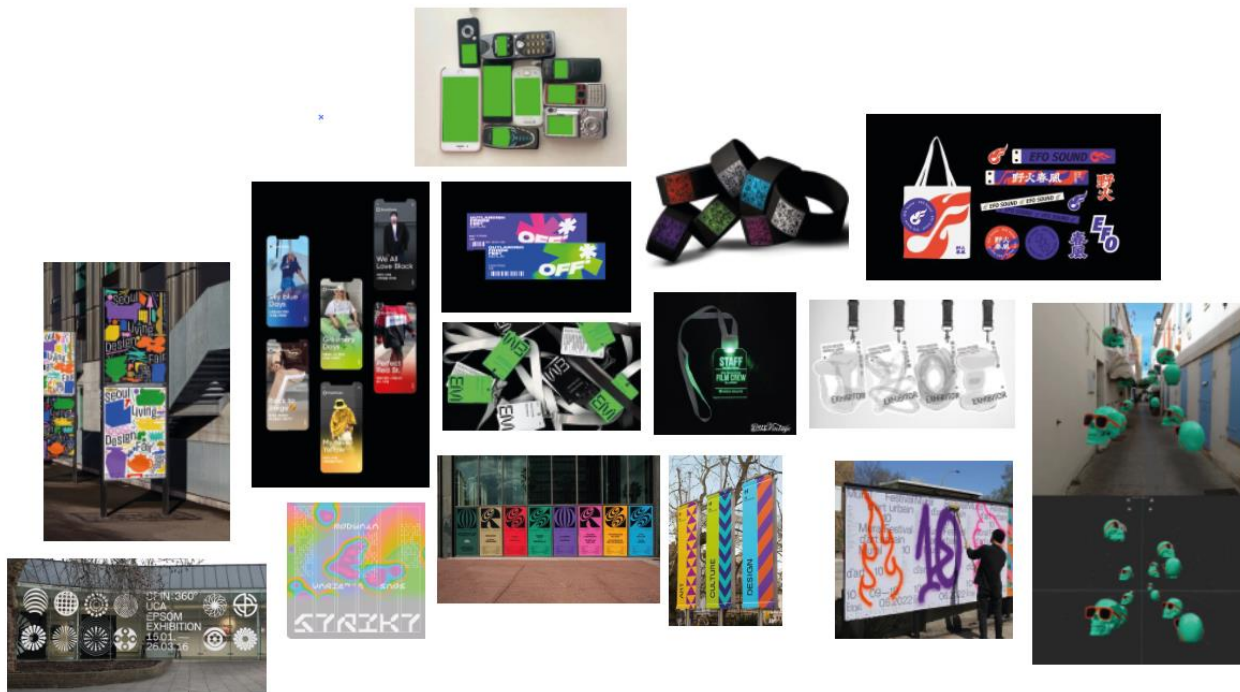
### Рисунок А.11 – Аналоги по форме

Продолжение приложения А



# Продолжение приложения А

## Рисунок А.12 – Аналоги по продукту



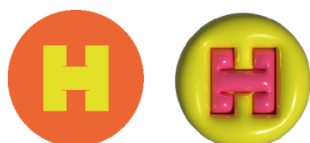
## Приложение В Эскизы дизайн-продуктов

Рисунок В.1 – разработки к 1 дизайн-концепции логотип

**ЛОГОТИП**

**НАНО.ВЫЙ ГОРОД**

**краткая версия**



**вариации логотипа**

**НАНО.ВЫЙ  
ГОРОД**

**НАНО.ВЫЙ  
ГОРОД**

**СЛОГАН:**

**ВЗГЛЯНИ НА ТОЛЬЯТТИ ПО НАНО.ВОМУ**

Рисунок В.2 – разработки к 1 дизайн-концепции графика

## ГРАФИКА

**Макроуровень:**

городские объекты, изменив которые  
мы можем изменить и общую среду

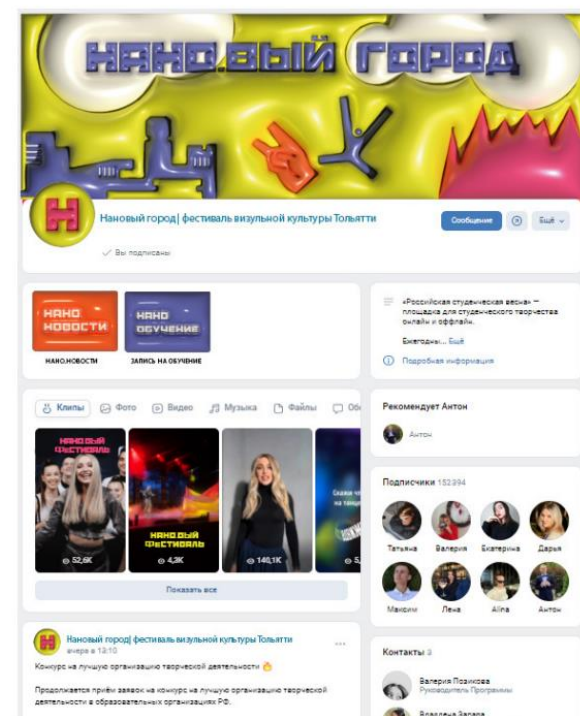
- здания
- объекты малой архитектуры
- деревья, сады, кусты





## Продолжение приложения В

Рисунок В.3 – разработки к 1 дизайн-концепции баннеры



## Продолжение приложения В

Рисунок В.4 – Фирменная графика

город



человек



ТЕХНОЛОГИИ



Продолжение приложения В

Рисунок В.5 – Фирменная цветовая гамма



Рисунок В.6 – Логотип: полная и краткая версия

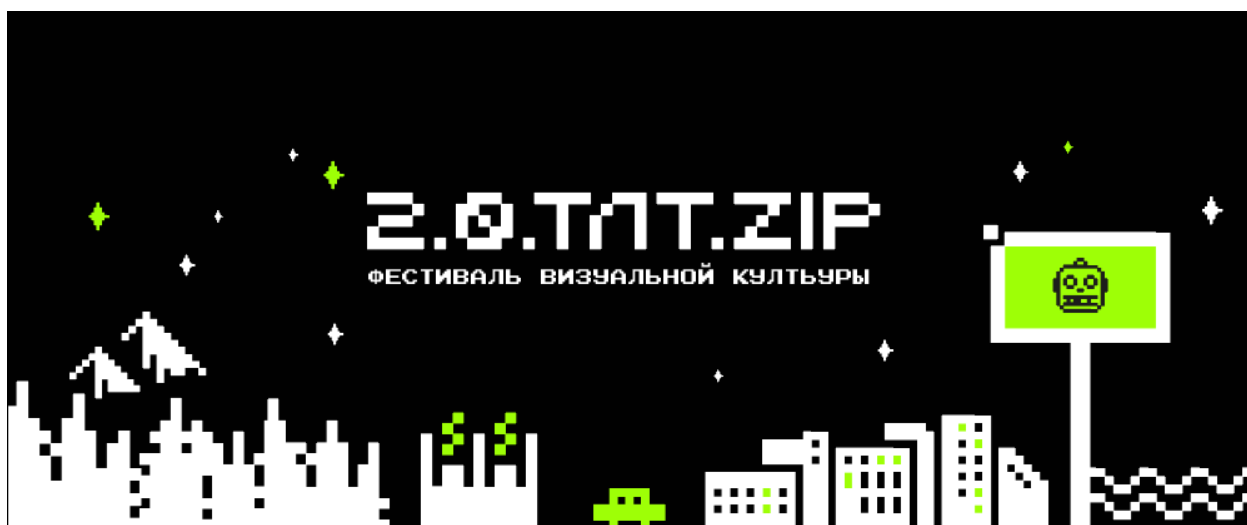


## Продолжение приложения В

Рисунок В.7 – оформление постов вк



Рисунок В.8 – оформление шапки вк





## Продолжение приложения В

Рисунок В.9 – Оформление группы ВКонтакте

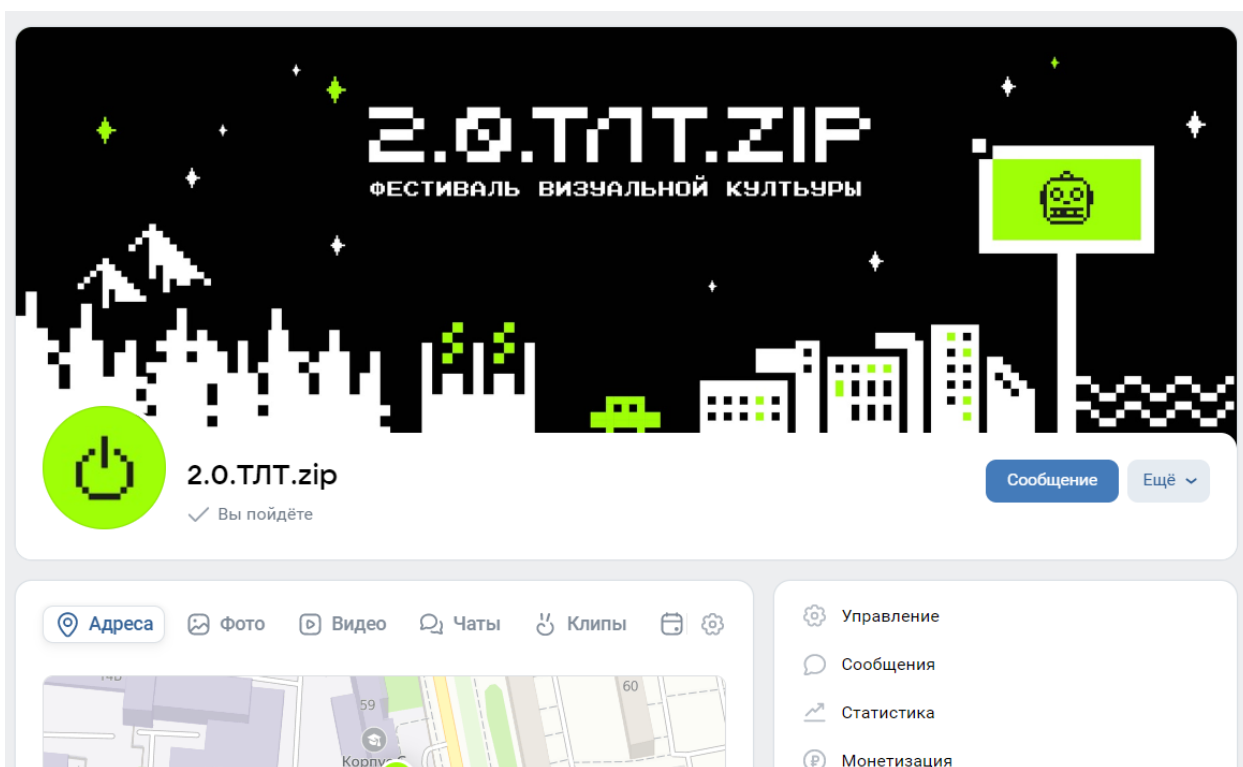


Рисунок В.10 – постеры для прогрева

