

**Правительство Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный университет**

Кафедра дизайна

Григорьева Валерия Витальевна, 4 курс

Пояснительная записка
к выпускной квалификационной работе
ТЕМА: «Имиджевое дизайн-графическое сопровождение
арт-пространства “Склад 17”»
Направление 54.03.01 «Дизайн»
квалификация: бакалавр дизайна (графический дизайн)

Руководитель: старший преподаватель, Азарян Вероника
Александровна

Руководитель теоретической части: кандидат искусствоведения,
доцент с возложенными обязанностями заведующего
кафедрой дизайна К.Г. Позднякова

Санкт-Петербург
2022 год

Вводная часть:

Тема работы _____	3
Основание для выполнения работы _____	3
Актуальность темы _____	3
Цель работы _____	3
Задачи _____	3-4
Практическая значимость разработки и возможности ее применения _____	4

Основные этапы работы:

Преддипломное исследование	
Анализ аналогов _____	4-6

Концепция проекта _____	7
Разработка проекта _____	7-8
Вывод на планируемые носители _____	8

Список использованной литературы _____	9
Список интернет-ресурсов _____	9

Графическое приложение _____	10-15
------------------------------	-------

Вводная часть

1. Тема работы

Темой данной работы является имиджевое дизайн-графическое сопровождение арт-пространства «Склад 17», которое находится в Санкт-Петербурге по адресу Литейный пр., 18/2.

2. Основание для выполнения работы

Тема проекта была выбрана в связи поступившим запросом от организации на ребрендинг дизайн-графического сопровождения пространства «Склад 17» с целью развития арт-пространства и улучшения качества визуального диалога между организацией и потребителями.

Тема проекта выбрана также в связи с личной заинтересованностью, так как я сама являюсь пользователем арт-пространств.

3. Актуальность темы

В последние годы арт-пространства стали набирать особую популярность в России, причём как большие лофт-проекты или кластеры, так и камерные заведения, расположенные в одном или в нескольких помещениях.

Арт-пространство может специализироваться, например, на кинопоказах авторских фильмов (пространство «Out Cinema» в Санкт-Петербурге), быть центром творческой индустрии с мастерскими («ЦТИ Фабрика» в Москве) и также развиваться в рамках другой организации (пространство «Stamba» появившееся при дизайн-отеле в Тбилиси).

Актуальность выбранной темы состоит в том, что данная сфера есть, она активно развивается и требует развития качества дизайн-коммуникации.

4. Цель работы

Цель работы заключается в разработке и создании комплексного дизайн-графического сопровождения для арт-пространства «Склад 17».

5. Задачи

- Собрать, изучить и проанализировать аналоги
- Провести работу с фокус-группой
- Проанализировать потребности арт-пространства (актуальный характер размещения рекламы, разработка интернет-платформ, визуальная графика в помещении)
- Изучить функциональную составляющую пространства (существующий графический язык взаимодействия пространства с пользователем)

- Разработать визуальный язык, который бы отражал заложенный концепт и был узнаваем
- Разработать ключевые элементы дизайн-графического сопровождения: логотип, графика, система цветов и шрифтов, имиджевый плакат, афиши к проводимым мероприятиям и т.д.

6. Практическая значимость разработки и возможности применения

Практическая значимость разработки заключается в ребрендинге имиджевого дизайна арт-пространства «Склад 17» с целью улучшения визуального языка и визуального диалога между организацией и потребителем, а также привлечения новых лиц: пользователей/потребителей, партнеров.

Реализация проекта возможна на интернет-платформах арт-пространства «Склад 17», а также в печатном виде (меню, указатели).

Основные этапы работы

Преддипломное исследование

Анализ аналогов:

Особое внимание я уделила тематическим аналогам — другим арт-пространствам Санкт-Петербурга, Москвы и других городов и стран. Я провела сравнительный анализ их визуального контента и дизайн-графического взаимодействия с целевой аудиторией.

1. Арт-пространство «Third Place» (Литейный пр., 62, Санкт-Петербург)

Название – отсылка к концепции американского социолога Рэя Ольденбурга, изложенной в книге *The Great Good Place*, согласно которой третье место – это часть городского пространства, которая не связана с домом ("первым местом") или с работой ("вторым местом").

Арт-пространство находится во внутреннем дворе особняка (особняк Лопухиных-Нарышкиных) с богатой историей, имеет небольшой пляж с горящими кострами, золотым песком и шезлонгами. По выходным в «Третьем месте» проводятся вечеринки под открытым небом со специально созданным для пространства видео-артом на большом экране, а также специальной подборкой авторского кино. В летний сезон во дворе выставляются работы современных художников – как молодых/начинающих, так и известных широкой публике/арт-сообществу. В особняке также функционирует лекторий с образовательными программами и отдельными лекциями об искусстве, науке и технологиях, мастер-классами от действующих художников и скульпторов, а также кинозал, в котором проходят просмотры и обсуждения независимого кино.

В 2021 году, будучи Амбассадором блокчейн проекта Everscale, команда Third Place создала NFT-маркет, работающий в первую очередь с объектами реального мира и позволяющий галереям и художникам продвигать свои работы в новом формате.

Арт-пространство было полезно в качестве аналога для моего проекта, так как имеет продуманный концепт, единое современное стилевое решение как пространства, так и социальных сетей (сайт и Instagram-аккаунт): дизайн удобен и понятен. А также большое количество проводимых мероприятий на актуальную современную тематику; мероприятия сопровождаются дизайн-графикой, выдержанных также в одном стилевом решении.

<https://third.place/>

2. Пространство «Out cinema» (Ковенский пер., 14, Санкт-Петербург)

Out Cinema — это камерное пространство, которое больше базируется на кинопоказах авторских фильмов и современного артхауза, однако пространство предлагает не просто кино, но ещё и события — тематические показы с лекторами на площадке Ковенского, 14 и в городских пространствах. Цель проекта — сделать опыт кинопросмотра максимально комфортным и запоминающимся для зрителя до, во время и после сеанса. Также есть возможность арендовать зал и посмотреть любимые фильмы на большом экране в компании близких и друзей, устроить кинофестиваль или фотосессию, снять клип или провести встречу киноклуба.

У арт-пространства узнаваемый графический язык: цветовая гамма, шрифт, верстка страниц и постов. Отлично развиты интернет-платформы (сайт, Instagram-аккаунт), где всё также выдержано в единой стилистике. Так как информация постоянно обновляется и сотрудники следят за её актуальностью, созданы определенные шаблоны для скорости создания постов. Также в Out Cinema есть печатная продукция (подарочные сертификаты).

<https://outcinema.ru/>

3. Пространство «ЦТИ Фабрика» (Переведеновский пер., 18, Москва)

ЦТИ Фабрика — центр творческих индустрий, который объединил под своей крышей мастерские и студии представителей разных креативных направлений — от дизайна и архитектуры до театра, кино, мультипликации и современной музыки. Здесь можно приобщиться к современному искусству и расширить своё представление о креативной индустрии, а также подобрать мастерскую для создания собственных произведений. На территории находятся Актный бар и кафе Vegan.ФТК, лаборатория экспериментальной печати, выставочные пространства, проходят спектакли и фестивали.

Центр «ЦТИ Фабрика» имеет два варианта сайта — на новом сайте есть доступ к старой версии, которая на мой взгляд была более удачна с точки зрения дизайна: она визуальна интересна и при этом удобна. Арт-пространство имеет несколько логотипных блоков и использует их как целиком, так и фрагментарно, что

послужило для меня скорее анти-примером, так как при такой частой смене логотипа пространство теряет свою узнаваемость.

<http://new.fabrikacci.com/>

4. Площадка «Platoon Kunsthalle» (Schönhauser Allee 9, Berlin, Germany)

Platoon Kunsthalle – экспериментальная арт-площадка, собранная из 34 грузовых контейнеров. Здесь есть кафе, бар, коворкинг, место для выставок и вечеринок, а также пространство для семинаров, презентаций, кинопоказов и воркшопов. Главная миссия команды Platoon – поддержка инновационных проектов, субкультур, и любых творческих начинаний. Раз в месяц проходят винтажные маркеты, и почти каждые выходные – вечеринки с приглашенными диджеями и видео-перформансами.

Арт-площадка имеет удобный, большой, содержательный и продуманный сайт, который удачно выполнен как с точки зрения самого дизайна, так и функциональности – подачи информации. Разработана своя система графических знаков, которая используется, например, для обозначения направленности и тематики предстоящего мероприятия. Для новых пользователей, не знакомых с данной системой, рядом есть пояснение на английском языке.

В целом, сайт создаёт полное погружение в арт-пространство даже для тех пользователей, кто никогда не посещал данную площадку лично: есть обширный список мероприятий, новостей и событий с подробным описанием и визуальным сопровождением в виде фотографий и видеозаписей. Уже на главной странице пользователь может ознакомиться с идеологией арт-площадки «Platoon Kunsthalle».

“...PLATOON POSES QUESTIONS, IRRITATES, INSPIRES THOUGHTS AND CONVEYS REALITY. PLATOON DOES NOT ENTERTAIN. PLATOON COMMUNICATES”.

(“...Platoon задаёт вопросы, раздражает, вдохновляет мысли и передает реальность. Platoon не развлекает. Platoon общается/связывает”).

<http://www.platoon.org/>

5. Арт-пространство «Stamba» (14 Merab Kostava St., Tbilisi, Georgia)

Арт-пространство появилось при дизайн-отеле Stamba. Когда-то здесь располагался коньячный завод, затем в этих стенах функционировал самый знаменитый в Грузии издательский дом и, следовательно, важнейшая культурная достопримечательность Тбилиси XX века, поэтому для создателей Stamba было очень важно, чтобы архитектурная целостность не была нарушена в процессе реконструкции. Здесь располагается как и сам отель, так и кафе, бар, казино Aviator, небольшая зелёная ферма, созданная Adjara Group, музей фотографии и мультимедиа, амфитеатр, где проводятся лекции и другие мероприятия.

Данное пространство было выбрано мной в качестве аналога по причине того, что

оно интересно и впечатляет своей архитектурой и интерьерами, а также проводимыми выставками и пространствами, которых становится всё больше и больше в пределах площадки. Само появление такого большого и при этом развивающегося арт-пространства при отеле — довольно необычное явление.

Проект имеет собственный сайт и Instagram-аккаунты, выполненные в духе пространства. И если официальный сайт лишь знакомит нас с проектом «Stamba» и рассказывает более подробно о пространствах, которые включает в себя, то Instagram-аккаунты служат скорее для новостей и более приближены к пользователю.

<https://stambahotel.com/>

Концепция проекта

Основная идея проекта — создать ребрендинг дизайн-графического сопровождения с актуальным и работающим визуальным языком, визуальной коммуникацией между арт-пространством и пользователем, с учетом целевой аудитории (большую часть которой занимает молодое поколение от 18 до 30) и с учётом самого пространства (интерьер, тематика проводимых мероприятий).

На данный момент арт-пространство имеет разрозненный, «любительский» дизайн: все посты в соцсетях, физические носители в самом пространстве не подкреплены общим стилем (приложение 2, рис.1). И в следствии этого, скорее отталкивают пользователей — подтверждением являются комментарии в соцсетях от посетителей данного пространства.

При создании проекта я в первую очередь ориентировалась на подобранные аналоги, которых оказалось очень много как в городе, так и в других странах. На их примере можно проследить, какой графический визуальный язык сейчас является более актуальным и удобным в использовании. При анализе аналогов я также обратила внимание, что удачное дизайн-графическое сопровождение арт-пространств во многом заключается во взаимосвязи визуального языка и интерьера пространства. Следовательно, при создании проекта я опиралась на существующие интерьеры помещений арт-пространства «Склад 17», учитывала стиль и заданную цветовую гамму.

Работа с фокус-группой «Склада 17» помогла мне более точно понять целевую аудиторию и её интересы. С одной стороны, из-за удобного местоположения в городе пространство используется как коворкинг и место для утренних и дневных встреч. В вечернее же время чаще всего проводятся различные мероприятия: кинопоказы, лекции, мастер-классы и др. Арт-пространство также имеет выставочную зону, где примерно раз в месяц сменяется экспозиция. Интересы целевой аудитории и характер проводимых мероприятий также повлияли на визуальный язык проекта.

В качестве опорного слова я выбрала слово «vivid!» (англ. яркий/живой/ясный/пылкий), как отражение главной идеи и главного принципа визуального графического языка проекта — яркая, «живая», активная графика на контрастном

чёрном фоне, которая взаимодействует как с типографикой, так и с самим пространством, перекликаясь с его интерьерами (приложение 2, рис.2). Также слово «vivid!» для меня является неким отражением молодости духа: яркого энтузиазма, интереса к новому и внутреннего запала — именно такое впечатление производит целевая аудитория.

Разработка проекта

На начальном этапе разработки проекта, после проделанного анализа аналогов, работы с фокус-группой, изучения истории пространства и его уже существующего визуального языка, я приступила к созданию графики, которая бы отражала мою концепцию и перекликалась с интерьерами пространства (приложение 3, рис.1). Данный этап проектирования помог мне с поиском и созданием базы для собственного визуального языка проекта.

Также я изучила значение слова «склад», его семиотическую функцию, какие ассоциации чаще всего с ним связаны. В дальнейшем данное исследование позволило определиться с выбором основного шрифта и логотипа (приложение 3, рис. 3). Было выбрано «трафаретное» начертание как прямая и наиболее популярная ассоциация со словом «склад».

Важной составляющей проекта является имиджевый плакат. В его визуальном решении реализуется концепция проекта через взаимодействие яркой, живой графики с типографикой. Данный носитель является ядром проекта и задаёт общее стилистическое решение остальным единицам проекта.

Большой упор в моём проекте я сделала на физические и печатные носители, так как было важно создать дизайн-графическое сопровождение в первую очередь в самом арт-пространстве и поднять его узнаваемость. Также планируется размещение имиджевого плаката в окрестностях организации в городской среде и в дружественных пространствах подобной тематики (принцип B2B).

Вывод на планируемые носители:

1. Имиджевый плакат (формат А1)
2. Серия афиш к проводимым мероприятиям (формат А3)
3. Меню гастробара (формат 180 x 230 мм)
4. Флаер (формат 210 x 148 мм)
5. Визитка (формат 50 x 90 мм)
6. Табличка для экспозиции (формат 80 x 150 мм)
7. Набор стикеров
8. Сайт (формат 1920 x 1080 px)
9. Интерьерное оформление (логотип)

Список использованной литературы:

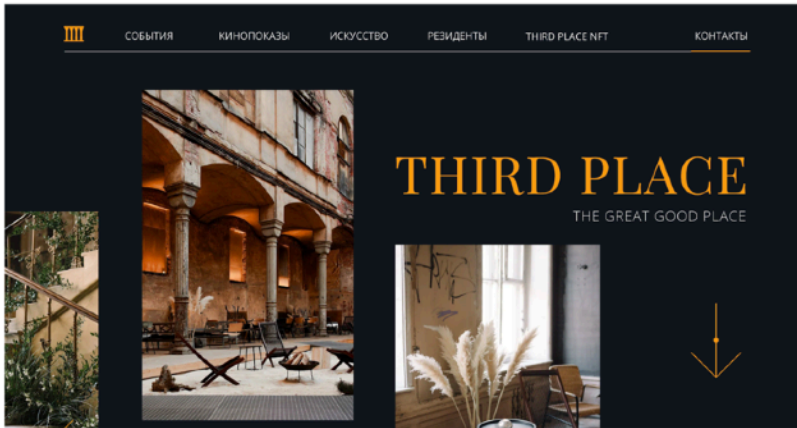
1. Лола Г.Н. Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования / Г.Н. Лола. — Санкт-Петербург: ИПК Береста, 2019.
2. Васильева Е. Фотография и внелогическая форма. М.: Новое литературное обозрение, 2019.
3. Йоханнес И. Искусство цвета / Пер. С немецкого; 12-е издание; Предисловие Л. Монаховой. — М.: Изд. Д. Аронов, 2018.
4. Мюллер-Брокманн. Й. Модульные системы в графическом дизайне. Пособие для графиков, типографов и оформителей выставок. — Издательство Студии Артемия Лебедева, 2018.
5. Рудер Э. Типографика. — Издательство Дмитрий Аронов, 2017.
6. Чихольд Я. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике. — Издательство Студии Артемия Лебедева, 2018.
7. Budelmann K. Brand Identity Essentials: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands. — Rockport Publishers, 2010.
8. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team — John Wiley and Sons; Fourth Edition, 2012.
9. Казаринова Н.В. Межличностная коммуникация: социально-конструкционистский анализ. — СПб, 2006.
10. Zantides E. Semiotics and Visual Communication III: Cultures of Branding. — Cambridge Scholars Publishing, 2019.
11. Vihma S. Design Semiotics in Use. — Helsinki.; Aalto University, 2010
12. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. М.: Аронов, 2018.

Список интернет-ресурсов:

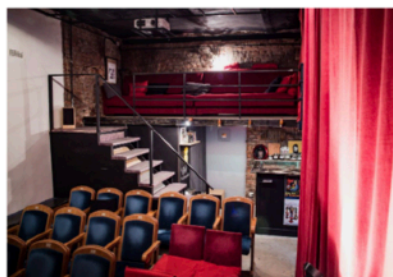
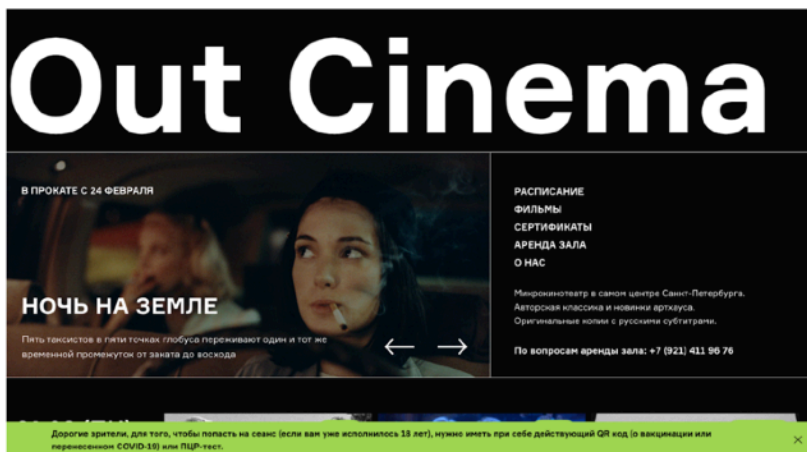
1. Арт-пространство «Third Place»: <https://third.place/>
2. Пространство «Out Cinema»: <https://outcinema.ru/>
3. Пространство «ЦТИ Фабрика»: <http://new.fabrikacci.com/>
4. Площадка «Platoon Kunsthalle»: <http://www.platoon.org/>
5. Пространство «Stamba»: <https://stambahotel.com/>
6. Клфейни «Surf Coffee»: <https://www.surfcffee.ru/>

Графическое приложение

Приложение 1 (аналоги):



1. Third Place




2. Out Cinema

ФАБРИКА
• ТЕРРИТОРИЯ •

посетителям художникам резиденты **о фабрике** eng

ВЫСТАВКИ

Оливье

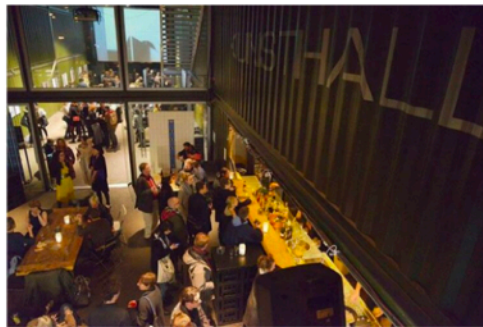


«СТОЯ НА ПЕРЕКРЕСТКЕ»

Центр творческих индустрий «Фабрика» представляет международный выставочный проект «Стоя на перекрестке».



3. ЦТИ Фабрика



ALLIANCE - MAGAZINE -

REPORT

GARDEN OF UNITY 2021
JOIN US FROM EVERYWHERE

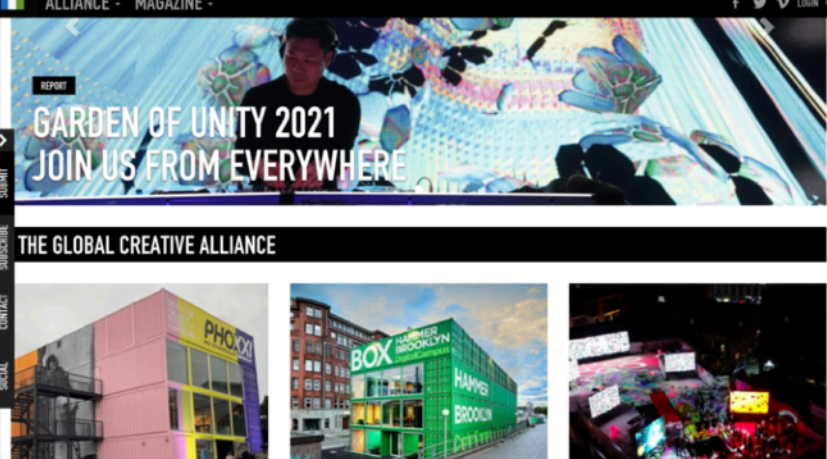
THE GLOBAL CREATIVE ALLIANCE

SUBMIT

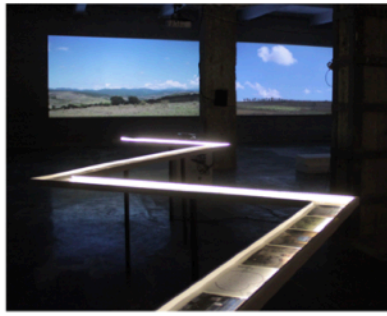
SUBSCRIBE

CONTACT

SOCIAL

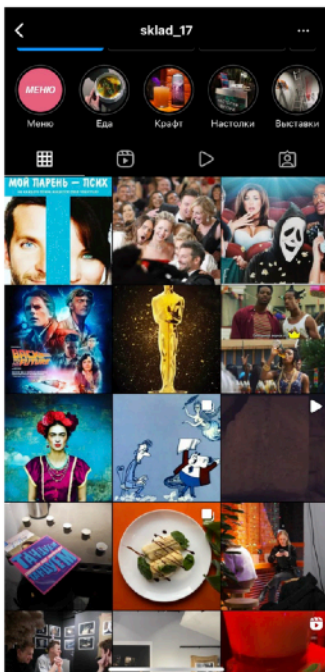


4. Platoon Kunsthalle

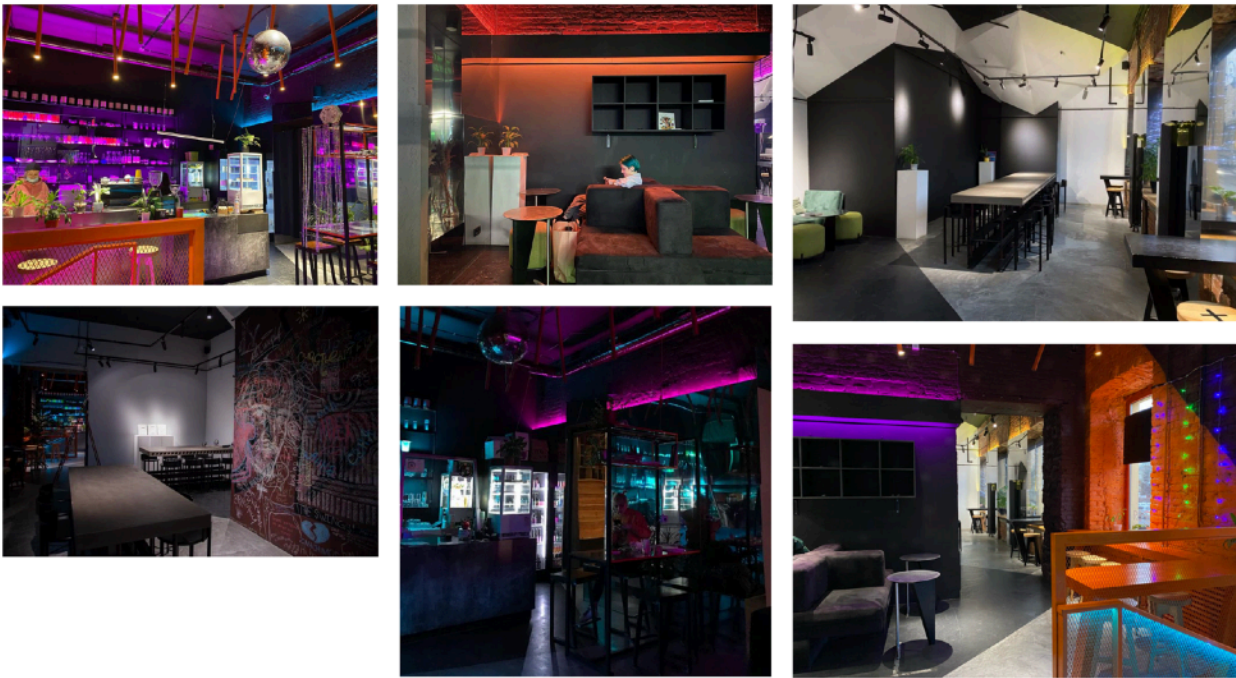


5. Stamba

Приложение 2 («Склад 17» сейчас):

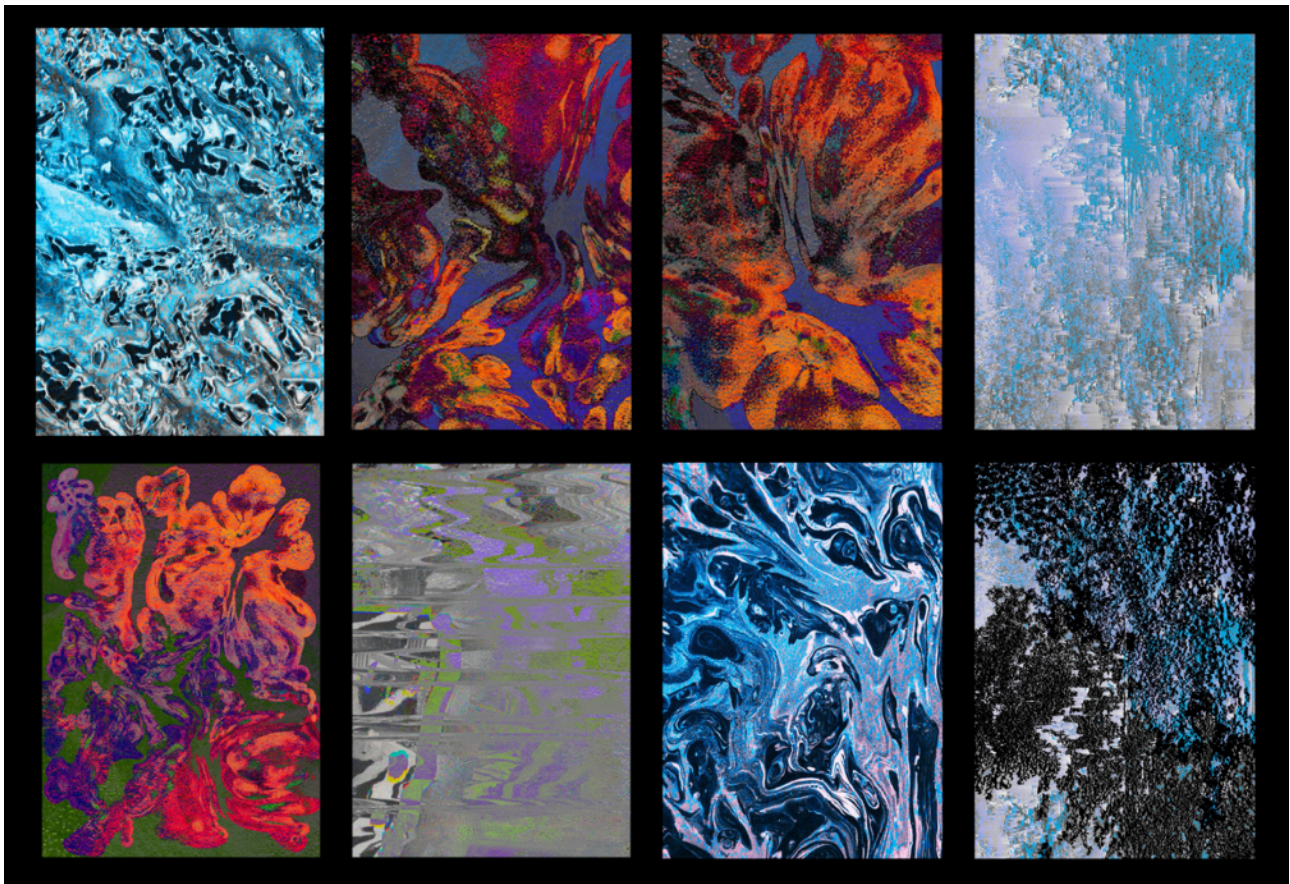


1. Визуальный контент арт-пространства «Склад 17»



2. Интерьеры арт-пространства «Склад 17»

Приложение 3 (проектирование):



1. Эскизирование. Создание текстур. Поиск визуального языка



2. Эскизирование. Плакаты



3. Логотип

Приложение 3 (дипломный проект):

