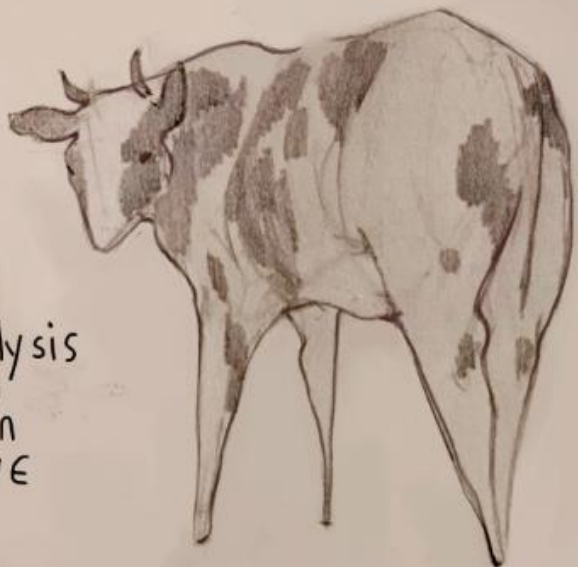


a deep
self-analysis
led me to
conclusion
that I love
cows.



Bruno Visser

OLGA
Kiparina

Portfolio

Проект для LAMA x МТБанк (пересечение социального, творческого и академического достижения, лингво-визуальные исследования).

o.oddinss@gmail.
com

+375333407272



3 место и спец. номинация «Art-inspiration» на конкурсе «Young Creators»
в рамках Фестиваля рекламы LAMA x МТБанк.

ДВОРОВОЕ НАСЛЕДИЕ

КАК РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКИХ ГОРОДОВ И РЕГИОНОВ



ЕСЛИ Я АССОЦИИРУЮ ДОМ С КОФЕ, КОШКОЙ И ЖЁЛТЫМ, ЧТОБЫ В ГОРОДЕ Я ПОЧУВСТВОВАЛА СЕБЯ, КАК ДОМА, МЕНЯ НУЖНО ОТВЕСТИ В МУЗЕЙ КОТА И НАПОИТЬ КАПУЧИНО ИЗ ЖЁЛТОЙ КРУЖКИ.

Я ПОПРОСИЛА ПРИМЕРНУЮ АУДИТОРИЮ БЛОГА НАЗВАТЬ АССОЦИИЦИИ С ДОМОМ: 2-3 СЛОВА И 1 ЦВЕТ. ПОЛУЧИВШАЯ ЦВЕТО-ОБРАЗНУЮ ПАЛИТРУ — ФУНДАМЕНТ НЕВЕРБАЛЬНОГО ЯЗЫКА КОММУНИКАЦИИ.

ПРИВЕТ

МЕНЯ ЗОВУТ ОЛЯ.

Я ХОЧУ СДЕЛАТЬ МЕДИА-БЛОГ ПРО БЕЛОРУССКИЕ ДВОРЫ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ ВЫМИРАЮЩИМ РЕГИОНАМ.

ГОД МАЛОЙ РОДИНЫ НЕ СМОГ, А БЛОГ СМОЖЕТ? ДА, ПОЙДЁМ ПУТЁМ МИНИМАЛЬНОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ, БЕЛОРУСЫ САМИ ЗАХОТЯТ ВЕРНУТЬСЯ В РОДНЫЕ ГОРОДА. ПОТОМУ НАША АУДИТОРИЯ — ИМИТАТИВНЫЕ ЛЮДИ (18-35 ЛЕТ), А ПЛОЩАДКА ЗАПУСКА — ИНСТАГРАМ. ВЕДЬ ВИЗУАЛЬНЫЙ КАНАЛ ВОСПРИЯТИЯ ОБЩЕГО ОСТАЛСЯ.

О ЦЕЛИ

ЗАЧЕМ ЧИНИТЬ ДОМ, КОТОРЫЙ НЕ ЦЕНИШЬ?

НУЖНО ФОРМИРОВАТЬ У БЕЛОРУСА ЦЕННОСТЬ РЕГИОНОВ ЧЕРЕЗ АССОЦИАЦИЮ С ДОМОМ.

О ЗАДАЧАХ

КАК ПОЧИНИТЬ ДОМ, О ПОЛОМКЕ КОТОРОГО НЕ ЗНАЕШЬ?

РАССКАЗЫВАТЬ ПРО ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНОВ; РЕКЛАМИРОВАТЬ РЕГИОНЫ, ЧТОБЫ ПОПУЛЯРИЗИРОВАТЬ ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ.

О МЕТОДЕ

НА КАКОМ ЯЗЫКЕ ГОВОРЯТ БЕЛОРУСЫ?

УЗНАЕМ, О ЧЁМ ГОВОРЯТ (ИСТИННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ И ЦЕННОСТИ) И КАК (АССОЦИИ ЦВЕТА И ОБРАЗА).

РЕГИОНЫ — ЭТО ДИНОЗАВРЫ? НЕ СОВСЕМ.
РЕГИОНЫ — ЗАТЁКШАЯ НОГА. А ЛЮДИ — ЭТО КРОВЬ.

НАСЕЛЕНИЕ БЕЛОРУСИ ПО ДАННЫМ БЕЛСТАТА:

Год	Всёго	Город	Село
2000	10	6.9	3
2010	9.4	7	2.4
2020	9.4	7.3	2.1
2022	9.2	7.2	2

МЛН. ЧЕЛ.

ПОЛИТИКА

ЭКОНОМИКА

КРИЗИС + СТАГНАЦИЯ = МАЛО ДЕНЕГ;
МЕСТНЫЕ БЮДЖЕТЫ СОКРАЩАЮТСЯ;
СТРАДАЕТ И ЧАСТНЫЙ БИЗНЕС, И
ГРАДОБРАЗУЮЩИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ;
РАСХОДЫ > ДОХОДЫ;
ЛЮДИ НЕ МОГУТ ЗАРАБОТАТЬ И УЕЗЖАЮТ.

СОЦИУМ

ДОМА СТРАШНО

КАЧЕСТВО ИНФРАСТРУКТУРЫ, ЖКХ, ОБРАЗОВАНИЯ, МЕДИЦИНЫ;
КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ КАДРЫ;
ОБЩЕСТВЕННАЯ ИНИЦИАТИВА,
ТУРИСТОРИЕНТИРОВАННОСТЬ;
ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ.

ДУХОВНОЕ

ГДЕ ВСЕ?



ЛЮДИ



РАССКАЖЕМ ИСТОРИИ ЛЮДЕЙ:

О ДВОРЕ-ФЕРМЕ ЮРИЯ, САМОГО ПОПУЛЯРНОГО ПРОДАВЦА КОМАРОВОК;

О ДВОРЕ НА ГРОМОВА, ТАМ ЖИВЁТ СЕМЕЙСТВО КОЗ С ВЕКОВОЙ ИСТОРИЕЙ;

О ТЕМ, ЧТО ВОЗНИКЕТ ПОДЪЕЗДНЫХ БАБУШЕК;

О ДВОРОВЫХ ЧЕМПИОНАТАХ И ЧЕМПИОНАХ ШАШЕК, ШАХМАТ И ДОМИНО;

О ДВОРАХ-ПРИЮТАХ ДЛЯ БЕЗДОМНЫХ;

О ТЕХ, КОТОРЫЕ СУЩЕСТВУЮТ ВО ДВОРАХ;

О ТЕХ, КОТОРЫЕ ЗАБОТСЯ О ДВОРОВЫХ КЛУМБАХ;

- СЕМЬЯ
- МАМА
- РОДИТЕЛИ
- ДРЪЗКА
- ПОДНЬЕ
- БЛИЗКИЕ
- Я
- ВАНЯ
- ЛЮДИ
- ТЕПЛО
- ГОСТИ
- ВМЕСТЕ
- РЕБЕНОК
- ЛЮБИМЫЕ
- БЕСЕДА
- НАРОД



ИНТЕРЬЕР

(0) КОВАШКА, БЕЛЫЙ КОВАШКА, (0) ОКОНО, ДВЕРЬ, БАРАНА, ПУТЕД, (0) ЗАБОР, ОДЕРЖИ, РАСНОК, КОБЕР, КОМНАТА, КУХНЯ, (0) ПЛАНТА, ЧАЙНИК, ЛЕСТНИЦА, КИРКА, ШТОРЫ, ДВЕРЬ, ПЕНКА, (0) ТАКЖЕ, БАЛКА, ТУРКА, АНТИКВА, СТОЛ, КУХОННЫЙ СТОЛ, ПОСТИЛКА, ПОСТИЛКА, ДВОР, КОРОБКА, СОВА, БАНИА С ПЕНОЙ, СТОЛ, ИНТЕРЬЕР, ТАРЕЛКА, КВАРТИРА, ТОРШЕР, ВЕЗАННЕ, САЛЕТКИ, ПОЛОДНИКИ, ПОДЪЕЗД, КОВАШКА, КАЧКИ, СЕВЕР.

СТРОЕНИЕ

(0) УБЕЖИЩЕ, ЗДАНИЕ, ПАНЕЛЬНЫЙ, (0) КАТА, ТЕРМОК, КОТТЕДЖ, КРАМ, ПЕНТАХАУС, СТРОЕНИЕ.

МАТЕРИАЛ

(0) КАРТЕР, (0) ДЕРЕВЯННЫЙ, (0) КРУСТАЛЬ



ПРИРОДА

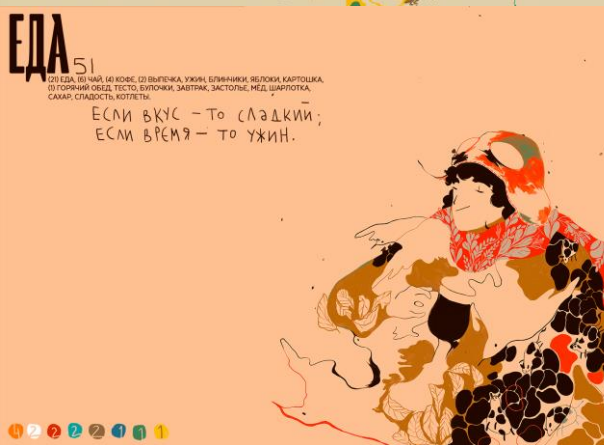
(0) ДЕРЕВЬЯ, ИЗ ДЕРЕВЬЯ, ЛЕС, (0) ПОЛЕ, НЕБО, МОЛНИЯ, СОЛНЦЕ, (0) ПРИРОДА, ВЕНЕР, РЕКА, (0) ПОЛЕ, ДОЖДЕМ, ЛЕТО, (0) КОСТЬ, ОБЕДА, ЦИТРИН, ЗЕМЛЯ, ВЕТЕР, МОРЕ, ЗАПОВЕД, ПУТЕД, ОГОНИ, КОЛОТКО, ВОДА, ЛЕСА.

ЖИВОТНЫЕ

(0) КОШКА, (0) СОБАКА, (0) АКУС, (0) ПТИЦЫ, КОМНОК, ПЬИВ, ПИТОМЦЕ.

РАСТЕНИЯ

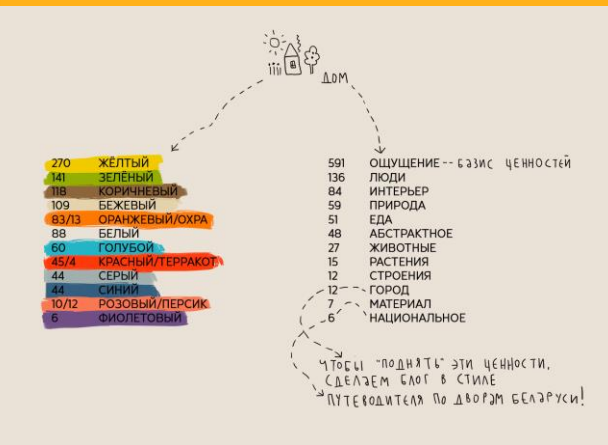
(0) ЦВЕТА, (0) ВАСИЛЕК, (0) ТРАВА, ПОПЫН, КЛУМБА, ВАСИЛЬКИ, ФЛОКС, КОРУНОВОЕ ПОЛЕ, ПОСЛЕДНИЕ ЦВЕТА.



ЕДА

(0) ЕДА, (0) ЧАЙ, (0) КОФЕ, (0) ВЫПЕЧКА, УЖИН, ВЛИВНИКИ, ЖЕЛЮДИ, КАРТОШКА, (0) ГОРЯЧИЙ ОБЕД, ТЕСТО, БУЛОЧКИ, ЗАПЕКА, ЗАСТОЛЫЕ, МЕД, ШАЛОПЛА, САХАР, СЛАДОСТЬ, КОТЛЕТЫ.

ЕСЛИ ВКУС — ТО СЛАДКИЙ;
ЕСЛИ ВРЕМЯ — ТО УЖИН.



ДОМ

- 270 ЖЕЛТЫЙ
- 141 ЗЕЛЕНый
- 118 КОРИЧНЕВый
- 109 БЕЖЕВый
- 83/13 ОРАНЖЕВый/ОХРА
- 88 БЕЛый
- 60 ГОЛУБый
- 45/4 КРАСНый/ТЕРАКОТ
- 44 СЕРый
- 44 СИНИй
- 10/12 РОЗОВый/ПЕРСИК
- 6 ФИОЛЕТОВый

- 591 ОЩУЩЕНИЕ -- БАЗИС ЦЕННОСТЕЙ
- 136 ЛЮДИ
- 84 ИНТЕРЬЕР
- 59 ПРИРОДА
- 51 ЕДА
- 48 АБСТРАКТНОЕ
- 27 ЖИВОТНЫЕ
- 15 РАСТЕНИЯ
- 12 СТРОЕНИЯ
- 12 ГОРОД
- 7 МАТЕРИАЛ
- 6 НАЦИОНАЛЬНОЕ

ЧТОБЫ "ПОДНЯТЬ" ЭТИ ЦЕННОСТИ, СДЕЛАЕМ БЛОГ В СТИЛЕ ПИТЕВОДЕТЕЛЯ ПО ДВОРАМ БЕЛОРУСИ!

презентация

Я создала идею проекта по [брифу](#) конкурса. Меня волновала судьба малых городов Беларуси, и я придумала проект-путеводитель по белорусским дворам, чтобы поднять волну внутреннего туризма. Для этого я участвовала в школе белорусских урбанистов, ссылку на которых смисли обстоятельства времени, социума (кажется, их уже нет), стажировалась в BBDO (бренд-стратегия), самостоятельно изучала ТРИЗ, латеральное и системное мышление, а также теорию креативности.

Сердце проекта — механика эффективной лингво-визуальной коммуникации профиля Instagram. Мне хочется отполировать её с профессорами и профессионалами, ведь, сформулированная верно, она может стать новой методикой подхода к созданию контента и проработке/трансляции ценностей и философии бренда. Цепкая, интересная идея, безусловно, стоит во главе всего, но внешний вид (текст/дизайн) — важный инструмент, и к нему важно грамотно подойти, чтобы корректно донести смысл.

Я выдвинула и аргументировала гипотезу, что у белоруса нарушена смысловая ассоциация «Беларусь = Дом». Чтобы ее восстановить через контент блога, я выяснила цветовые и лингвистические образы на которых говорит потенциальная аудитория (рассмотрела ее лингво-визуальную картину мира и призму восприятия, когда речь идет о Доме, т.е. Беларуси), создала иллюстрированную презентацию.

Меня также расстроило, что, хотя проект был социальной направленности, у МТБанка абсолютно не было идейной философии, что я и пыталась также подчеркнуть в презентации — и вдохновить банк на более четкое обозначение социальной идеи своего существования, чтобы социальные проекты в их исполнении не казались способом поднятия репутации, а действительно шли от сердца.

Также хочется отметить, что это не первое мое лингво-визуальное исследование причем во имя Беларуси или белорусской культуры, и моя когниция существует именно в этой парадигме, какой-то транс-предметной...

Полная презентация [тут](#). А о конкурсе [тут](#).



И С С Л Е Д О В А Н И Я

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ
АНАЛИЗ
ЦВЕТОВЫХ ТЕРМИНОВ
С ЭЛЕМЕНТОМ
КРАСНЫЙ / RED
В ПРЕССЕ

КАК ПОДСОЗНАТЕЛЬНОЕ
ОТРАЖАЕТСЯ В ЯЗЫКЕ
ПУБЛИЦИСТИКИ
ЧЕРЕЗ ЦВЕТОАССОЦИИ.



СТИЛИ
ОРНАМЕНТА
БЕЛОРУССКИХ
РУКОПИСЕЙ

ОСОЗНАНИЕ ПУТЕЙ
ВЛИЯНИЯ МИРОВОГО
ИСКУССТВА НА
СТАНОВЛЕНИЕ БЕЛОРУССКОЙ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕИ.

ОРНАМЕНТ И
ГЕРАЛЬДИКА
В ГРАФИЧЕСКОМ
ОФОРМЛЕНИИ
ПРЕССЫ
ИСТОРИЧЕСКИЙ
АСПЕКТ

ИЛИ
ПСИХОЛОГИЯ
ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ
ДИЗАЙНА ЧЕРЕЗ
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ЦЕННОСТИ.

(тезисы — [Ссылка](#))