

буквально за десятилетие вывел вытинанку в число наиболее популярных видов современного народного искусства. При этом заметно изменился и ее характер - от достаточно простых, скромных в художественных отношениях изделий к высокодекоративным произведениям. Процессы возрождения на новом уровне забытых страниц национальной культуры вызывают необходимость изучения традиций наших предков.

Использование элементов национальной культуры и привнесение ее в современный дизайн тканей, как нельзя актуально для художников - текстильщиков.

Результатом исследования является создание коллекции эскизов ковров для ОАО «Витебские ковры». Размер шестцветного жаккардового двухполотного ковра 200 X 300 см.

УДК 7:004.9(476.5)

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ «УНОВИС-ФОРУМ»

Тарабуко Н.И., доц., Мартынова О.В., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы о создании фирменного стиля для объединения авангардного искусства Витебской художественной школы. Проект включает разработку основных констант и носителей фирменного стиля, а также карт с туристическими маршрутами.

Ключевые слова: логотип, фирменный стиль, УНОВИС-ФОРУМ, черный квадрат, авангард, Витебск.

Тема проекта «УНОВИС-ФОРУМ» – ревитализация историко-культурного наследия объединения авангардного искусства Витебской художественной школы. Цель проекта – создание программы национального и международного признания ценностей наследия УНОВИС, как ключа постоянного процесса развития диалога и партнерства, стратегического развития историко-культурного наследия «УНОВИС-ФОРУМ» для введения в систему современного развития города Витебска на институциональном и общественном уровнях. Проект включает в себя разработку логотипа, определение фирменных шрифтов и фирменных цветов, а также разработку элементов и носителей фирменного стиля. Также для данного форума разрабатывается визуализация карт с туристическими маршрутами. Создание форума является необходимым, так как проект может способствовать повышению туризма в городе, что будет благотворно влиять на экономику, повышаться уровень жизни жителей в Витебске, развиваться работа с партнерами и представителями малого и среднего бизнеса. К форуму будут привлекаться студенты и школьники, составлена программа, в рамках которой будут проводиться творческие конкурсы, выставки, пленеры. Проект экономически полезен стране, а также городу, в рамках которого реализуется. Социальное и функциональное назначение айдентики «УНОВИС-ФОРУМ»:

- помочь Витебску заявить о себе как о туристическом городе, путём создания визуальной коммуникации.
- вовлечение всей целевой аудитории (как туристов, так и жителей города);
- придать проекту единый образ, чтобы товары, услуги, информация предлагаемая регионом воспринимались как одно целое.

Историко-культурное наследие авангардного искусства активно влияет на трансформацию культуры современного общества. « Витебский супрематический ренессанс » является одной из географических точек на карте культурного взрыва в начале XX века. Эмоциональные характеристики бренда: динамичность, современность, яркость, запоминаемость, диалог культурного пространства/времени, передаваемые посредством цвета и графики. Территориальные рамки проекта: места, где жили и творили такие мастера, как Шагал и Малевич, Витебская художественная школа, набережная Западной Двины. Портрет целевой аудитории: в первую очередь – жители региона различных социальных групп и различных возрастных категорий, туристы, а также потенциальные партнеры. Задачей проектирования айдентики для «УНОВИС-ФОРУМ» является создание и сохранение положительного имиджа территории культурного пространства города для туристов и жителей, возрождение и продвижение методик учения авангардной школы,

возможность сделать город интересным и увлекательным. Проект должен придать территории единый образ и стиль. Бренд территории взаимодействует с большой аудиторией, которая включает в себя разные целевые группы, разный возраст, национальность, профессии, поэтому в процессе проектирования важно найти такое художественное решение, которое повлечет за собой позитивный отклик у всех групп аудитории. В процессе проектирования было разработано концептуальное решение визуального образа «УНОВИС-ФОРУМ». Витебск – это город, который обладает уникальным прошлым, имеет свои национально-культурные особенности. Выявленные ценности являются основой благоприятного имиджа территории и являются привлекательными для жителей и туристов.

В качестве художественного решения были использованы следующие средства:

- базовые графические формы, положенные в основу супрематизма;
- динамика и минимализм графического решения, придающие визуализации отточенность и четкость;

цветовая гамма, состоящая из 3 цветов: черный, белый, красный – базовые цвета УНОВИС. Эти цвета соответствуют бренду проекта «УНОВИС-ФОРУМ» по духу и характеру. Главенствующим цветом в проекте является черный цвет. Активность и лапидарность черного взяты из главной работы Казимира Малевича «Черный квадрат».

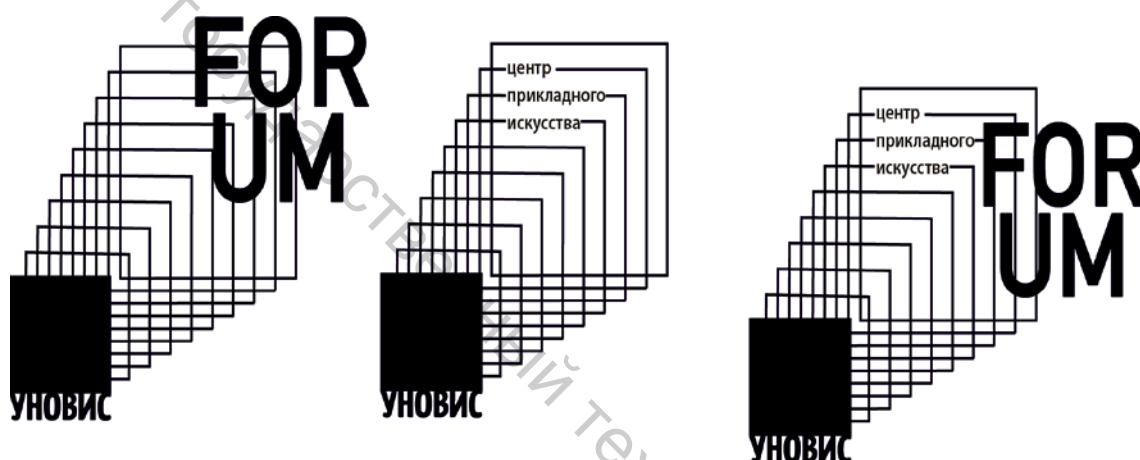


Рисунок 1 – Варианты знака «УНОВИС-ФОРУМ»

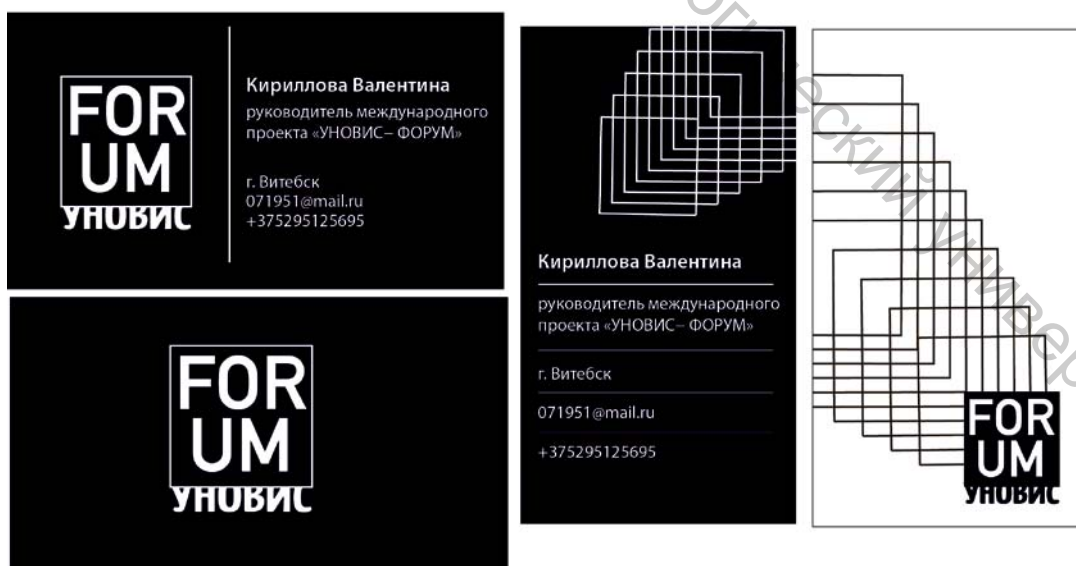


Рисунок 2 – Варианты визиток «УНОВИС-ФОРУМ»

Первое что будет видеть зритель, пришедший на форум – это логотип мероприятия. Для привлечения и акцентуации внимания также был выбран произведение-флагман

авангардного искусства «Черный квадрат». Контур основы логотипа (квадрата) как бы увеличивается в геометрической прогрессии создавая эффект звуковой волны, отражая суть форума – донести до каждого принципы авангардного искусства. Также в шрифтовой части знака был использован приятный глазу искусственного зрителя образец шрифта с первого логотипа УНОВИСА, который подготовил в 1920 году Эль Лисицкий. В дальнейшем могут использоваться 3 вида фирменного блока: отдельно шрифтовое начертание, изобразительный знак, изобразительный знак со шрифтовой частью. Знак имеет линейное исполнение, что придает ему легкость, прозрачность и чистоту.

Все элементы айдентики подчеркивают и усиливают идею проекта – вызвать отклик, рассказать о Витебском Ренессансе современным языком дизайна, выразительные средства и динамичность пластического решения хорошо запоминаются, и достойны внедрения.

УДК 004.9:339.138(476.5)

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ «ЕВРОРЕГИОН ПРИДВИНЬЕ – ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ И ПАРТНЕРСТВА»

Тарабуко Н.И., доц., Миклушова Е.П., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы о создании фирменного стиля, о брендинге территории, что является актуальным на сегодняшний день. Проект включает разработку логотипа и рекламно-информационную поддержку для Еврорегиона Придвинье.

Ключевые слова: логотип, фирменный стиль, территориальный брендинг, Еврорегион Придвинье, зерно, точка, динамическая айдентика.

Тема проекта «Информационный проект «Еврорегион Придвинье – территория развития и партнерства» подсажана реалиями современной действительности. Цель работы – формирование благоприятного имиджа региона, посредством разработки информационной поддержки Еврорегиона Придвинье, которая включает в себя разработку логотипа и рекламно-информационной поддержки. Проект должен придать территории единый образ, который сможет закрепиться в сознании целевой аудитории. Создание фирменного стиля для Еврорегиона Придвинье является актуальным на сегодняшний день. Популярности и значимости брендинга способствуют также успешность ярких и выразительных реализованных проектов в мире. Территориальный брендинг предоставляет большие возможности, он связан с созданием айдентики места, наполненной смыслом и возможностью ее интеграции в систему коммуникаций. На начальном этапе разработки бренда задачи сводятся к выявлению стереотипов, представлений и ассоциаций, которые затем ложатся в основу айдентики. Для эффективной разработки бренда территории необходим анализ большого массива данных, сбор социологической информации, привлечение специалистов в области маркетинга, брендинга, дизайна, рекламы и пиара. Хороший бренд территории основан на ее аутентичности, которая крайне консервативна и меняется поколениями. Стратегия развития города или региона должна учитывать бренд этих территорий, а не наоборот. Социальная значимость проекта заключается в поддержке бренда, цель которого – повышение уровня жизни жителей территории, на которой реализуется проект, а также привлечение представителей малого, среднего и крупного бизнеса, индивидуальных предпринимателей, потенциальных предпринимателей, учащейся молодежи. Экономическая значимость представляет собой следующее: проект экономически полезен стране, а также региону, в рамках которого реализуется. Уникальная запоминающаяся айдентика поможет бренду выделиться среди конкурентов. Кроме того, экономическая значимость проекта представляет собой выход региона на более высокий уровень развития. Социальное и функциональное назначение айдентики: помочь территории «Еврорегион Придвинье» заявить о себе, путём создания визуальной коммуникации, тем самым выделив её из массы конкурентов. Позиционирование проекта: Еврорегион Придвинье – территория, которая обладает благоприятным природным и ресурсным потенциалом, имеет свои национально-культурные особенности, это территория, которая является привлекательной для местных жителей, а также потенциальных потребителей и партнеров. Эмоциональные характеристики бренда: