



УДК 659

## КОНЦЕПЦИЯ СУВЕНИРНОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ НАЦИОНАЛЬНОГО АКАДЕМИЧЕСКОГО ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА ИМ. ЯКУБА КОЛАСА

ПОПОВА Александра, ХОНЯК Юлия  
Витебский государственный технологический университет, Республика  
Беларусь  
*sashka\_20@mail.ru*

*Рассматриваются вопросы создания рекламно-сувенирной продукции для Национального Академического драматического театра им. Якуба Коласа. Проанализирована практическая разработка сувенирной продукции для пьесы «Звериные истории». Проект современный и отличается нестандартным графическим решением, что привлечет новую целевую аудиторию.*

**Ключевые слова:** сувенирная реклама, сувенирная продукция, театр, пьеса «Звериные истории», реклама, фирменный стиль.

### ВВЕДЕНИЕ

В современном мире, как и любой другой, арт-рынок не может существовать без поддержки таких технологий, которые способны перманентно поддерживать интерес к создаваемым на нём продуктам, формировать позитивное мнение и отношение потребителей к арт-продуктам, оценивать настроение и отношение публики к тем или иным проявлениям искусства. Поэтому влияние рекламы и PR-технологий для развития сферы искусств становится как никогда востребованным и актуальным.

Данная проблема видится особенно актуальной, учитывая тот факт, что в Беларуси в последнее десятилетие рынок искусства достаточно активно развивается и модифицируется.

В театральной сфере используемая в Беларуси реклама занимает достаточно скромное место и носит в основном информационный характер.

В условиях происходящего сейчас реформирования театров, смены стиля театрального плаката, сувенирной рекламной продукции и требований к ним, важно заострить особое внимание на значении рекламно-сувенирной продукции.

### ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Актуальность проекта связана с осознанием значимости сувенирной продукции в процессе коммуникации театра со зрителем.

Целью является создание сувенирной рекламной продукции для пьесы «Звериные истории» для Национального Академического драматического театра им. Якуба Коласа.



## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ**

Сувениры являются уникальным носителем рекламы. Рекламные сувенирная продукция помогает рекламодателю реализовать прямые контакты с его партнёрами и клиентами. Как оценкам экспертов, за последнее время сфера рынка сувенирной продукции продолжает совершенствоваться. Основная масса клиентов, обращаясь в компанию по вопросам заказа сувениров уже достаточно точно знают, что им нужно, и какие цели преследуются. Вместе с тем спрос на сувенирную продукцию растёт, а у заказчиков повышаются требования к качеству сувенирной рекламной продукции.

Сувенирная коммуникация – это коммуникация, имеющая эстетическую или символическую ценность для получателя. Сувениры – это предметы, соотносимые получателем с рекламодателем вследствие нанесения фирменного логотипа или дарственной надписи, это предметы, предоставляющиеся получателю безвозмездно.

В рамках проекта рекламной поддержки Национального Академического драматического театра имени Якуба Коласа, разработаны носители фирменного стиля и сувенирной продукции для спектакля: программа, бейдж, календари, билеты, наклейки, кружка, майка. Все элементы выполнены в едином ключе. Обязательными элементами сувенирной продукции является наличие логотипа театра, использование фирменных шрифтов, элементов общей верстки. Сувенирная продукция, как носитель фирменного стиля, эффективный способ вызвать интерес к проекту.

Идея проекта в эффектах, цветовой контрастности, применения коллажей и особого шрифтового решения.

Для продукции были выбраны не характерные цвета. Фоновые цвета разнятся от темно-синего до оттенков фиолетового. Представлена достаточно широкая гамма, используются два акцентных цвета зеленый и маджента, и аналогия из тёплых цветов жёлтый, оранжевый, коралловый. Это привносит разнообразие в общую стилистику и делает продукцию более дружелюбной, также это связано с нахождением рекламной продукции в пространственной среде, требующей особого внимания связи в ней элементов.

В проекте была использована гарнитура «Helvetica», с изменением кернинга. У нее идеальное соотношение «белого» и «черного», благодаря чему все слова на латинице, набранные этим шрифтом, кажутся законченными и красивыми. Шрифт очень гармоничный и нейтральный – именно эти качества определили его выбор для написания информации.

Сувениры же, рассчитанные на массового клиента, заказываются в больших объемах, а потому отличаются универсальностью (такой презент как наклейка или календарь будет приятен любому) и экономичностью (выбирается бюджетная модель и способ нанесения). Сувенирная продукция оказывает положительное влияние на привлечение новых зрителей. Повышает уровень доверия и побуждает к последующему обращению к бренду (рис. 1).



**Рис. 1.** Сувенирная продукция для Национального Академического театра имени Якуба Коласа

Связь всех объектов проекта определяет общая стилистика, что задается с помощью цвета, формы, второстепенных элементов. Успехом построения графических элементов является их собранность и целостное восприятие в единой системе. Будучи основным элементом графического дизайна, линии передают форму и природу объекта. Геометрические линии иллюстрируют объекты, тогда как извилистые – представляют более естественные и органические формы. Объединяют эти разные стили линий для создания фантастических фигур.

Этот дизайн основывается на стабильной геометрии, но при этом воспринимается как нечто временное и неземное. Современность проекта заключается в использовании простых форм, неоновых цветовых схем, органическую геометрию и динамические линии. Можно наблюдать компьютерную магию в реальном времени со стильными шрифтами, системность и логика построения. Взгляд плавно переходит от одного элемента к другому. Использование инфографических элементов в форме звезд, кругов и более сложных геометрических форм, как способ подачи информации. Всё это соответствует современной направленности.



## **ВЫВОДЫ**

Сувенирная продукция отличается своей современностью, нестандартным подходом. Новизна разработанного проекта заметна в сравнении с существующей сувенирной рекламой Национального Академического драматического театра имени Якуба Коласа.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Попова А. В. Исследование и анализ процесса проектирования гайдбука для туристско-гостиничного комплекса «Лучеса» с учетом современных тенденций в дизайне / А. В. Попова, Ю. А. Хоняк; А. В. Попова, Ю. А. Хоняк // Материалы докладов 52-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». Витебск, 2019. Т. 2. С. 92–94.
2. Попова А. В. Дизайн-технологии в разработке интернет-сайтов / А. В. Попова, Е. И. Павловская / Международный научно-практический симпозиум «Прогрессивные технологии и оборудование: текстиль, одежда, обувь», октябрь 2020/ УО «ВГТУ». Витебск, 2020. С. 221–224.
3. Попова А. В. Специфика продвижения фирменного стиля для кафе и кондитерской «Бисквит» в условиях ребрендинга / А. В. Попова, В. А. Янковская // Материалы международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве» (8 апреля 2020 г.). В 6 ч. Ч. 4. Международная научно-практическая конференция «Экономика и управление в условиях кризиса»: сборник научных статей / ГГУ. Гжель, 2020. С. 329–330.

**POPOVA A., HONYAK J.**

## **THE CONCEPT OF SOUVENIR ADVERTISING PRODUCTS FOR THE NATIONAL MARKET YAKUB KOLAS ACADEMIC DRAMA THEATER**

*The article deals with the creation of advertising and souvenir products for the National Academic Drama Theater. Yakub Kolas. The article analyzes the practical development of a souvenir product for the play «Animal Stories». The project is modern and has a non-standard graphic design that will attract a new target audience.*

*Keywords: souvenir advertising, souvenir products, teatr, play «Animal Stories», advertising, corporate identity.*