

древнейших символов человечества, возникших еще в доисторическое время, как знак Солнца и произошел от изображения двух перекладин, спиц «солнечного колеса».

В языческих солнечных культах крест или перекрещенное колесо служат как знаки Солнца – символы жизни, ибо солнце и свет – есть жизнь (рисунок 1 в - е). В христианской символике крест также символизирует жизнь или спасение ради жизни загробной. Так что этот знак сохранил и после перехода в христианскую символику свое жизнеутверждающее значение.

Мотив восьмиконечной звезды в народном белорусском ткачестве появляется в XVII веке после церковного раскола в России с приходом на территорию Речи Посполитой церковников – старообрядцев (рисунок 1 в - г). Восьмиконечный семантический знак, символ бога Саваофа, отца бога сил-воинов, использовался в русской иконописи и христианской православной символике дониконианских времен и сохранился в искусстве старообрядцев Русского Севера и Беларуси [5]. В декоративном решении обычно использовался зеленый верхний четырехугольник и красный цвет, подстилающий его. Проведенный анализ образцов показал, что постилки на рисунке 1 в - е могли служить атрибутом оберега жилища, предметом интерьера, носящим сакральный, обрядовый смысл, защитой от потусторонних сил и связующим звеном с загробной жизнью.

В рамках исследования была проведена работа по выполнению копий фрагментов образцов текстиля различными графическими средствами. Далее, на основе фрагментов мотивов узора, присутствующих в образцах постилок, созданы форэскизы портьерных, мебельно-декоративных тканей и скатертных полотен.

Для ткачества характерной особенностью является использование натурального цвета материала: сурового тона льняной нити, коричневых оттенков шерстяной пряжи. Частыми сочетаниями цветов в тканях были красный и зеленый с синим или белым, черный с желтым. Со временем пришли в забвение символический смысл древних мотивов и традиционные композиционные взаимосвязи между отдельными элементами орнамента разрушались. В настоящее время традиционный геометрический орнамент был заменен на растительный, знаковые абстрактно-универсальные форм орнаментики – на конкретно-изобразительные мотивы, а символической гармонии белого и красного цвета на буйную полихромия. Это и было взято в основу колористического решения форэскизов разрабатываемых тканей.

Список использованных источников

1. Белорусский орнамент в его многообразии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=723579>. – Дата доступа 14.10.2014.
2. Рисунок и фактура ткани [Электронный ресурс] / О тканях.- Москва, 2012. – Режим доступа : <http://archvuz.ru/>. – Дата доступа 21.05.2014.
3. Модные цветовые сочетания [Электронный ресурс] / Famteo.ru.- Москва, 2012. – Режим доступа : <http://allmoda.net/>. – Дата доступа 21.05.2014.
4. Маслова, Г. С. Народная одежда в восточнославянских традиционных обрядах XIX – начала XX века / Г. С. Маслова. – Москва : Изд-во Наука, 1998 – 214 С.
5. Похлебкин, В. В. Словарь международной символики и эмблематики / В. В. Похлебкин. – Москва : Изд-во Международные отношения, 2001 – 558 С.

УДК 659 : 747. 012

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ «АРТ-МАРШРУТ ВИТЕБСК»

Студ. Ходько Р.С., доц. Тарабуко Н.И.

Витебский государственный технологический университет

В современном мире туризм является одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики. Белорусская туристическая индустрия все более активно включается в мировой рынок. Важнейшим направлением деятельности фирм, работающих в туристической сфере, является продвижение новых продуктов, реклама и реализация пакетов инновационных туристических предложений. Средства массовой информации, специальные издания, рекламные проспекты переполнены разнообразными туристическими предложениями, и путь к успеху заключается в том, чтобы довести до потенциального клиента соответствующую информацию и вызвать его ответные действия. Выделяется в отдельную категорию такой вид туризма, как культурный, или познавательный. Культурный туризм – это духовное присвоение личностью подлинников культуры в идентичном пространстве страны или города. «Арт-маршрут Витебск» – это туристический проект, предоставляющий все возможности для ознакомления с историей, культурой, традициями Витебска.

Идея создания туристических арт-маршрутов в Витебске просто витала в городе, пронизанном культурным пространством художественных музеев, выставочных залов, мастерских художников и художественных факультетов вузов и колледжей, а так же исторической парадигмой авангардного искусства, прописанного в Витебске в начале XX века. Уникальность города, родины Иегуды Пэна и Марка Шагала, УНОВИСа, художественных традиций и инноваций не подвергается сомнению. Стоит задача показать привлекательность проекта в глазах туристов, желающих увидеть не просто красоту природы и архитектуры Витебска, а прочувствовать творческую атмосферу, неповторимость города, его культурную значимость. В программу Арт-маршрута может входить как посещение мест, связанных с темой маршрута, например, музея Шагала, его дома, так и мест с ним связанных – старого Витебска, сувенирных лавок, тематических кафе и многое другое. Концепция проекта Витебских Арт-маршрутов реализовалась одновременно с обсуждением создания «Зеленой карты Витебска», это общественная инициатива, которую

поддержали участники общественного объединения «Экопроект», Витебский центр современного искусства и представители высших учебных заведений города, ВГУ имени П. Машерова и Витебский государственный технологический университет. Задача распределилась следующим образом – ВЦСИ и ВГУ имени П. Машерова обеспечивают наполнение и составление Арт-маршрутов, выбор и описание связанных с культурным наследием мест и территорий Витебска. Кафедра дизайна ВГТУ создает рекламно-информационную поддержку проекта для привлечения целевой аудитории как элемент брендинга Витебска, позволяющего не только завоевать туристов, но и развивать инфраструктуру города, встраивать его в мировое культурно-информационное пространство, расширять международные связи. Фирменный стиль «Арт-маршрут Витебск» играет ключевую роль в дальнейшем развитии всего туристического проекта. Для создания всех элементов айдентики и визуальной поддержки «Арт-маршрут Витебск» необходимо учитывать много компонентов, но главное – это культурный и исторический образ города, он должен быть доминирующим, ясно и четко читаемым. Дизайн проекта актуальным, вне моды, «брошенным» вперед, а также эмоционально привлекательным для целевой аудитории – тех, кто любопытен, хорошо разбирается и любит искусство, стремится окунуться в новые впечатления. На первом этапе предлагается разработать четыре самых актуальных маршрута, посвященных Витебской художественной школе, Марку Шагалу, Казимиру Малевичу, а также творчеству современных художников города. Тематика маршрутов может и должна расширяться – это позволяет весомое культурно-историческое наследие Витебска – Илья Репин и усадьба Здравнево, объединение «Квадрат», народные промыслы Витебщины и многое другое. Проводить арт-маршруты предполагается силами искусствоведов ВЦСИ и студентов профильных специальностей. В будущем не исключается и создание туристического агентства со специализацией на культурном туризме. Подкупает в проекте возможность проведения индивидуальных маршрутов, которые будут составлены исходя из пожеланий и предпочтений туристов, времени года и других контекстов. Брендинг Витебска как северной столицы Беларуси включает и проведение в 2015 году мероприятий, в рамках культурного проекта «Свадебная феерия «Влюбленные над городом». Это комплекс мероприятий, связанных единой концепцией. Задачами проекта, в том числе являются: популяризация туристической и инвестиционной привлекательности Витебска; развитие рынка свадебной индустрии; продвижение товаров и услуг в сфере организации торжеств.

Для «Арт-маршрут Витебск» в качестве логотипа выбрано стилизованное изображение компаса, как символа туризма, направленного действия, поиска маршрута, путешествия, в центре которого основной образ герба Витебска (рисунок 1).

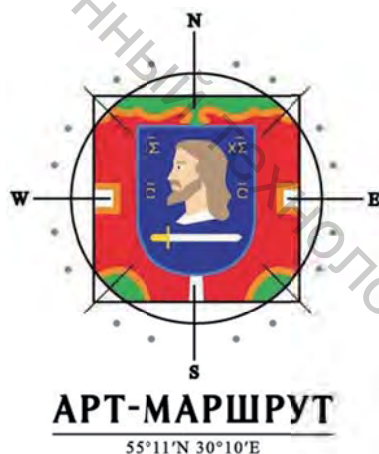


Рисунок 1 – Логотип для «Арт-маршрут Витебск»

Логотип, набор цветов и шрифтов, схема верстки для полиграфической продукции, система образов и система графических элементов визуальной поддержки – вот то, что необходимо для создания визуального образа. В последние годы произошел сдвиг в направлении создания более «органичных» брендов, использующих гибкие и переменные элементы. Новые технологии сделали возможным использовать не статические и застывшие формы, а системы, позволяющие представить проблему объемно и всесторонне. В разработке логотипов для разных направлений «Арт-маршрутов Витебска» использован приём динамической айдентики. Изображение компаса служит объединяющим элементом, а его внутреннее наполнение зависит от темы маршрута (рисунок 2,3). Таким образом, логотип становится более мобильным. При разработке новых маршрутов его всегда можно будет модернизировать. Также этот приём используется из-за разных векторов тем самих маршрутов. Например, маршрут по современному искусству Витебска или витебским граффити совершенно противоположны маршрутам по искусству Малевича или Шагала. И чтобы не перегружать один логотип большим количеством образов и атрибутов, выбран путь динамической айдентики, что подразумевает подход к логотипу, как к коробке, в которой может постоянно изменяться ее содержание. Играя лишь с одной или несколькими переменными, такими как цвет или изображение, ритм, можно создать невероятное разнообразие логотипов, оставаясь при этом узнаваемым. Для создания логотипа и фирменного стиля в динамической айдентике необходимо следовать следующим принципам:

- графическая система бренда должна быть гибкой;
- логотип – ясным и запоминающимся;
- логотип должен отображать концептуальный образ бренда;

РАЗДЕЛ 4

– логотип должен создаваться не для застывшего бренда, а для развивающегося, живущего в настоящем и будущем.

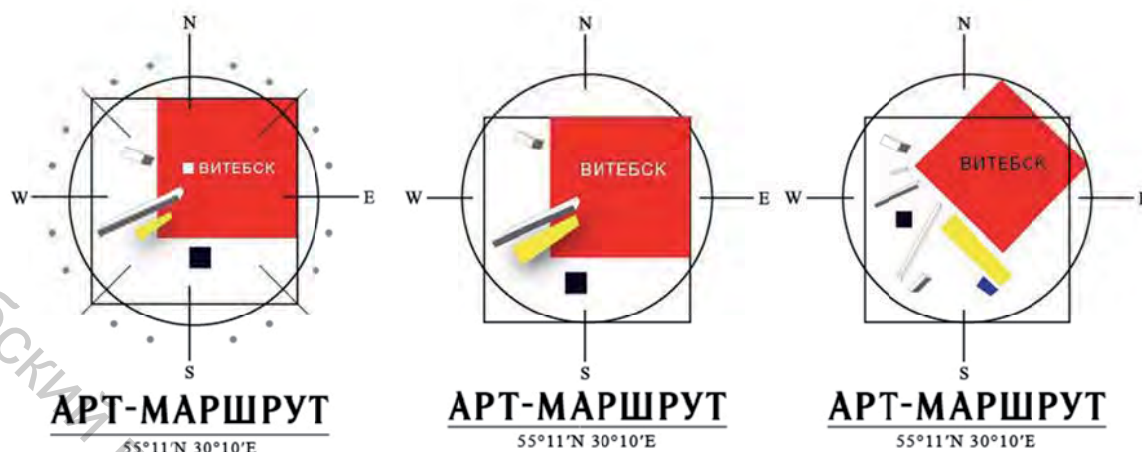


Рисунок 2 – Варианты логотипа для «Арт-маршрут «Малевич в Витебске»

Важную роль в продвижении туристических маршрутов сегодня играют новые средства массовой информации – это сайты, страницы в популярных социальных сетях, которые становятся все популярнее. Примером продвижения туристических предложений может служить сайт <http://www.latvia.travel/> Латвии. На страницах туристического сайта размещаются информационные брошюры и карты для гостей города. Они все выполняются в едином стиле и разбиты на категории. Таким образом, путешественник сам может выбирать интересующие его аспекты. И может как самостоятельно, так и в составе небольшой группы посещать все достопримечательности Витебска. Сайт и буклеты должны быть доступны как минимум на 5-7 языках. На сайте должно быть удобно выбрать нужный язык и маршрут. Предусмотрена возможность распечатать эту карту и самостоятельно наслаждаться отдыхом. А для более продвинутых пользователей просто сохранить ее себе на телефон или планшет. Так же на сайте будет постоянно обновляться информация о выставках, концертах, фестивалях, что для Витебска очень актуально. Обязательно должна быть колонка с прогнозом погоды и выбор раздела по категориям: Витебск для молодежи, Витебск для почитателей Шагала, Витебск для влюбленных в искусство и т. д. И предложения по маршрутам согласно предпочтениям и настроению туристов.

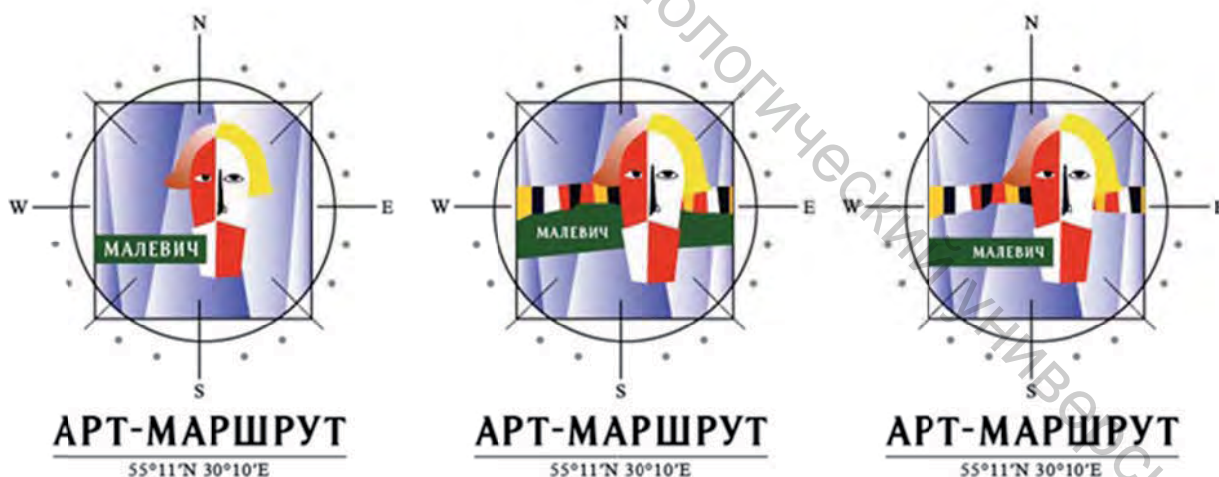


Рисунок 3 – Варианты логотипа для «Арт-маршрут «Витебская художественная школа»

Рекламная поддержка с помощью сайта для «Арт-маршрут Витебск» должна быть построена на общих визуальных компонентах с фирменным стилем, поддерживать и развивать его в виртуальном пространстве на принципах динамической айдентики. Все компоненты рекламной поддержки позволяют создать у потребителя органичный и цельный образ бренда туристического проекта «Арт-маршрут Витебск»