

Сувенирные изделия с логотипом города

Е.А. РАДИОНЧИК, Н.Н. САМУТИНА

(Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь)

Культура корпоративных сувениров и бизнес-подарков развивается быстрыми темпами. Сувенирная продукция – это коммуникация, имеющая эстетическую или символическую ценность для получателя, является сильным средством создания положительного впечатления, в том числе и в рекламных целях. В современной мире рекламно-сувенирная продукция является значимой частью рекламного рынка и ее разработка актуальна.

Цель работы – создать серию сувенирных изделий с логотипом города. Задачи: разработать логотип, продумать его цветовое решение и визуал, изучить целевую аудиторию пользователей сувениров и изделия, которые могли бы войти в коллекцию.

Для первой задачи исследования изучен материал и выявлен образ. Для чего проанализирован социокультурный контекст. Развитие туристической индустрии ставит задачу поиска запоминаемого и конкурентоспособного образа. И при этом сувенир уже не просто обезличен, а является изделие, которое используется в повседневной жизни и напоминает чувства и эмоции от поездки.

В 2024 году г. Витебск праздновал свое 1050-летие, поэтому в работе решено создать логотип с символикой города, которая является актуальной, отражает традиции и современность и сможет быть использована как уникальная подарочная продукция на различных мероприятиях. В качестве символа г. Витебска решено избрать яркую личность, которая будет отражать стойкость и твердый характер самого города – княгиню Ольгу – официальную его основательницу и святую. В Витебской летописи говорится: «В лето 974 Ольга, победив ятвягов и печенегов, переправилась через реку Двину и с войском заночевала. Понравилась ей гора, и она основала деревянный замок, назвав его, от реки Витьбы, Витебском». Тем самым символика будет ассоциироваться с городом, его историей и традициями.



а



б

Рис. 1. Символ Витебска (а) и кружка с разработанным символом (б)

Символ решено отрисовать в минималистичном стиле, линейно-пятновой графике. Стилизованное изображение разместили в форме круга, выполнив тем самым

закрытую композицию, практически симметричную. Круг с точки зрения семиотики символизирует миролюбие, дружбу и единство. Является популярной формой в дизайне логотипов, означает стабильность и целостность, ассоциируется с землей и солнцем, планетой и природой. Ритм проявляется в элементах декора и украшениях (рис.1, а).

Разработанный символ решено выполнить в традиционных для современной витебской геральдики синих тонах. Этот оттенок символизирует спокойствие, гармонию, духовность, а также является цветом лепестков василька – цветка, который является как символом города, так и негласным символом страны. Ассоциируется с небом и вечностью, добротой и верностью, постоянством и расположением. Является основным на гербе г. Витебска и обозначает целомудрие, честность, добрую славу и верность. Цветовое решение логотипа контрастное, вторым выбран белый, как знак чистоты, простоты и возвышенности.

Современным этапом развития подарков следует считать появление возможностей для выражения себя через них. Особенно приятно, когда этими предметами будут пользоваться длительное время и каждый день. Установлено, что такими подарками являются чашка, майка, бейсболка, кепка и другие предметы одежды с уникальным рисунком.

Кружки являются первым по популярности предметом, который, являясь сувениром, может использоваться в повседневной жизни, поэтому логотип с символом города будет все время на виду у потребителя. Эта особенность позволит напоминать о туристической поездке. Кружки могут иметь любые формы и размеры, предназначаться для разнообразных групп людей и использоваться для любых напитков как дома, так и в офисе. Выбраны простые формы кружки и бумажного стакана, что повышает эффективность использования для массовой рекламы (рис 1, б).

Вторым по популярности сувениром считается текстильный, а именно сумка всех форм и размеров. Шоппер – это сумка строгой геометрической формы на прочных ручках. По декору она выделяется минимальным набором, ограниченным принтом, без замков и застежек. Форма и материал позволяет быть изделию универсальным элементом любого цвета и гардероба, сезона и назначения. При создании шопперов предполагается использовать натуральные материалы (рис.2).



Рис. 2. Шоппер с разработанным символом

В последние годы сувенирные футболки из натуральных материалов, льна и хлопка с логотипами городов пользуются популярностью. Использование в качестве

сувенирного подарка майки с принтом является самым выгодным воздействием на целевую аудиторию, способным повысить узнаваемость территории, бренда города и отрекламировать туристическое направление, транслировать традиции и новаторства конкретной местности.



Рис. 3. Футболки с разработанным символом

В результате проведенной работы выполнены все поставленные задачи, разработан логотип, предложено его цветовое решение, а также сувенирные изделия наиболее популярные у потребителей. Создание сувенирной продукции к празднику города позволит продвинуть лимитированную коллекцию среди гостей, повысить привлекательность региона, расширить потребительские предпочтения и сформировать эмоциональный отклик у туристов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быстрова, Т.Ю. Социокультурный подход к проектированию туристических и музейных сувениров // Человек в мире культуры. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyy-podhod-k-proektirovaniyu-turisticheskikh-i-muzeynyh-suvениров> (дата обращения: 12.03.2025).
2. Босых И.Б. Дизайн сувенира как репрезентация визуального образа городского пространства // Управление культурой. 2023. №1 (5). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-suvенира-kak-reprezentatsiya-vizualnogo-obraza-gorodskogo-prostranstva> (дата обращения: 07.10.2024).
3. Самутина Н.Н., Соснина А.М. Семиотика городской среды // Тезисы докладов 51-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, 2018. С. 180-181.
4. Войтова, Н.Е. Использование народных мотивов при создании логотипа города и применение его в коллекции сувенирной продукции / Н.Е.Войтова, Н.Н. Самутина // Мотивы культурных традиций и народных промыслов в коллекциях современной одежды, обуви и аксессуаров / Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции (7 ноября 2024 г.). Часть 1. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2024. – С. 64-70.