

рекламного образа. Конечно же, их намного больше. Выбор того или иного приёма зависит от характеристик товара и целевой аудитории, а так же от маркетинговых целей, стоящих перед данным рекламным обращением.

#### Список использованных источников

1. Вагин, Ю. Креативные и примитивные / Ю. Вагин. – Пермь: РГИУ, 2002.
2. Имшинецкая, И. Креатив в рекламе / И. Имшинецкая. – М.: РИП-Холдинг, 2006. – 174 с.
3. Нёльке, М. Креативные технологии / М. Нёльке. – М.: Изд-во Омега-Л, 2006. – 144 с.
4. Чернышёв, Д. 10 приёмов в рекламе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/articles/10-priemov-v-reklame-102031/>

УДК 659

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ «СВЕТ: ДИЗАЙН И ИННОВАЦИИ» ДЛЯ ЦЕНТРА УРБАНИСТИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ И ИНИЦИАТИВ «ПРАСТОРА»

*Попова А.В., доц., Крупина О.В., студ.*

*Витебский государственный технологический университет,*

*г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены особенности проектирования айдентики для II Урбанистического форума «Дизайн-коды города», проанализированы цели, идея, целевая аудитория проекта. Разработаны логотип, афиша, буклет.

Ключевые слова: айдентика, логотип, фирменный стиль, афиша, «Дизайн-коды города», форум, II Урбанистического форума.

Современная городская политика всё больше концентрируется на формировании имиджа территории. Каждый город хочет иметь своё лицо, которое поможет привлечь туристов, а также удовлетворить его экономические, социальные и культурные потребности. Один из способов стать конкурентоспособным – это стать креативным, то есть выявить и максимально задействовать городские, прежде всего культурные ресурсы.

«Креативный город» – это технология создания стратегии развития локального сообщества (поселения, города, района, региона) и ее реализации, которая преемственно основывается на индивидуальном культурно-историческом прошлом сообщества и развивает социально-экономические возможности, заложенные в данном конкретном сообществе.

В современной урбанистической теории понятие о «креативном городе» связано с представлением о распространенной и даже популярной градостроительной стратегии планирования и переустройства городов, которая не зависит ни от характеристик самого города, ни от его размера или известности.

Цель данного проекта – вовлечение горожан и активистов в совместную деятельность по «перезагрузке» общественных городских пространств. Организация городского праздника в совершенно новом для Витебска формате, с открытым оргкомитетом, в который может войти любая городская инициатива. «Прастора» – это потенциальное возможное пространство, где могут быть реализованы сотни современных инициатив направленных на системное улучшение городской среды разного масштаба: от планирования до проведения городских событий.

Целевая аудитория форума обширная, это горожане, а также гости города, которые заинтересованы в данном проекте быть не только зрителем и обозревателем, но и участником. По организационным признакам форум является краткосрочным, по месту организации – мобильный, на разных площадках одной территории одновременно происходит несколько событий.

На основе требований для форума «Дизайн-коды города» в данной работе стоит задача разработать логотип и айдентика, которые будут отличаться новизной, актуальностью и современностью.

Использование айдентики предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, технической и деловой документации.

Все преимущества, которые дает использования фирменного стиля, можно назвать его одним из главных средств формирования благоприятного имиджа мероприятия.

На данном этапе работы был разработан логотип форума, основная задача в разработке логотипа II Урбанистического форума «Дизайн-коды города», исходила из специфики данного мероприятия. В связи с этим было выбрано решение, за основу знака брать город. Он представлен в лаконичной форме, в виде стилизованного города со своим штрих кодом (рисунок 1). В качестве цветового решения использованы голубой цвет, что символизирует пространство и чистый воздух, синий цвет символизирует концентрацию энергии, а зеленый – сама жизнь, природа, гармония (рисунок 2). Для написания названия использовался герметичный, лаконичный шрифт, без засечек.



Рисунок 1 – Логотип форума



Рисунок 2 – Цветовое решение логотипа и айдентики

Для разработки знака были изучены современные тенденции, одна из тенденций, которая легла в основу разработки знака, является плоский дизайн (flat-дизайн). Этот вид дизайна прекрасно сочетает в себе эстетику и удобство в использовании, здесь нет ни градиентных переходов, ни теней, ни малейших намеков на объем и текстуры. Основные принципы flat-стиля – простота, лаконичность и минимализм. Основные отличительные черты – это те вещи, на которых можно акцентировать внимание – яркие необычные цвета,

нестандартная типографика, графические примитивы.

В данной стилистике продумана визуализация, которая будет использоваться в фирменном стиле и полиграфии II Урбанистического форума.

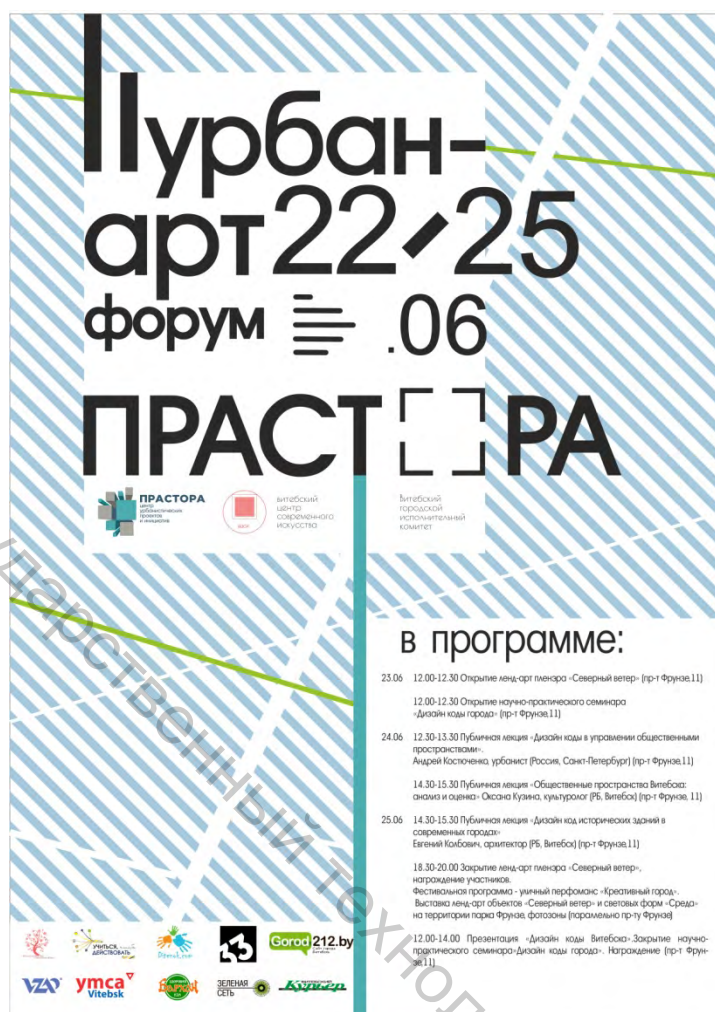


Рисунок 3 – Афиша форума

Концепция визуально-графической поддержки – линии как элемент графического дизайна. Наиболее часто линии используются для того, чтобы организовать, соединить или разделить различные элементы дизайна, а также для заострения внимания зрителя в определенном направлении. С помощью линий можно создать эффект движения и текстуру. Линии могут придать акцент, определить форму, а также передать настроение и эмоции.

С помощью разработанного оригинального фирменного стиля будет создан привлекательный имидж мероприятия, который подчеркнет его оригинальность и творческий характер, позволит форуму выгодно отличаться от других фестивалей, занять свою нишу. Также яркий образ форума, безусловно, привлечет в Витебск, как новых участников мероприятия, так и туристов, поскольку форум ежегодный.

#### Список использованных источников

1. Волков, А. И. Основы психологии рекламы / А. И. Волков. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 415 с.
2. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы : учеб. пособие / Р. И. Мокшанцев ; науч. ред. М. В. Удальцова. – Москва : ИНФРА-М, Новосибирск : Сибирское соглашение, 2001. – 230 с. – (Серия «Высшее образование»)
3. Креативный город : источник [www.pekar.in.ua] / – Режим доступа [http://www.pekar.in.ua/Creative%20City.htm]