

Визуальная коммуникация города Витебска

Н.А. Абрамович, Н.И. Тарабуко

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

E-mail: designimoda@vstu.by

Аннотация. Объектом исследования является визуальная коммуникация образа г. Витебска для потенциальных партнеров и потребителей услуг, информации, товаров Витебска и идентификация региона средствами дизайна. Целью работы является определение отличий, уникальных характеристик города и определение системы самоидентификации средствами трендовых графических систем, определение системы самоидентификации на базе значимых территориальных, исторических и культурологических особенностей.

Ключевые слова: брендинг, айдентика, фирменный стиль, логотип, рекламно-информационная поддержка, авангард, УНОВИС.

Visual Communication of Vitebsk City

N. Abramovich, N. Tarabuco

Vitebsk state technological university, Republic of Belarus

E-mail: designimoda@vstu.by

Annotation. The object of the study is the visual communication of the image of Vitebsk for potential partners and consumers of Vitebsk services, information, goods and identification of the region by means of design. The purpose of the work is to determine the differences, unique characteristics of the city; determine self-identification system using trending graphic systems; determine self-identification system based on significant territorial, historical and cultural features.

Key words: branding, identity, corporate style, logo, advertising and information support, avant-garde, UNOVIS.

Одним из важнейших направлений графического дизайна является создание айдентики для стран и городов. Айдентика помогает не только выделить конкретный город как туристическое направление, но и выстроить более эффективную и понятную коммуникацию с местными жителями. Каждый такой бренд – это четкое сообщение, которое часто основывается на очевидных ассоциациях с конкретным местом, а иногда наоборот – разбивает предубеждения вдребезги. Брендинг города или территории – это процесс поиска уникальности города или местности. Города во всем мире позиционируют себя так же, как товары или услуги. Они конкурируют за то, чтобы быть лучшими среди равных городов.

Несмотря на современную глобализацию, у современных городов, возникает необходимость подчеркнуть свои оригинальные особенности, индивидуальные черты для того, чтобы выгодно отличаться на фоне других, привлекать туристов, инвестиции, быть конкурентоспособными.

Витебск – город, который имеет богатую историю, обладает благоприятным природным и ресурсным потенциалом, имеет свои национально-культурные особенности. В процессе проектирования, на основе анализа существующих брендов городов и стран,

изучения современных тенденций графического дизайна, а также исследования темы было разработано концептуальное решение визуального образа Витебска. В основу ключевой идеи легли исторические аспекты города: Витебск – город художников, это фестивальное город, многие называют его северной столицей Беларуси – все это и легло в визуальный образ.

Именно авангардное наследие Витебска XX века способно выделить наш город, подчеркнуть его творческую ауру. Витебск волею судеб вошел во все каталоги по современному искусству XX века, благодаря приезду в 1919 году Казимира Малевича. Миронова так пишет об этом событии: «Центром революционных событий в искусстве XX века стал не только Париж, но и заштатный <...> городок Витебск» [4, с. 2]. «Витебская художественная школа <...> занимает выдающееся место в мировой культуре нынешнего столетия в связи с историей УНОВИС. Именно это художественное явление выделяется на фоне любых иных художественных школ» – пишет Татьяна Котович в своей статье «Витебская художественная школа: концептуализация термина» [1, с. 7].

Проработано несколько вариантов логотипа города. В первом варианте (рис. 1) получает развитие

идея с очертаниями карты города. Контур заливается сплошной заливкой и на заднем плане создает контраст форм.



Рисунок 1 – Первый вариант логотипа

Второй вариант (рис. 2) отображает силуэт, в котором прослеживается очертания главных достопримечательностей города: Ратуша, Художественный музей и Успенский собор. Они словно возвышаются над названием, а, следовательно, и над самим городом Витебском. Идея заключается в том, чтобы сам логотип отображал основные точки притяжения города. «В Витебске есть несколько священных пространств от времени его основания до нынешнего двадцатилетия XXI века. Но главный его центр

сосредоточен вокруг Ратуши. Эта площадь освещена историческими событиями, трагическими моментами человеческих судеб, величием и дыханием белокаменных храмов, художественских индивидуальных и групповых произведений» [3, с. 4].

В логотипе появляется геометрическая форма – квадрат, как отправная точка авангарда, зародившегося в Витебске благодаря УНОВИСу и нашедшем свое продолжение в известном витебском творческом объединении «Квадрат». Творческое объединение «Квадрат» в Витебске – это социокультурный проект. «КВАДРАТ – художественный мост между событиями 1910–1920-х гг., событиями, активированными Казимиром Малевичем, его учениками и сподвижниками, и – художниками 1980-х гг.» [2, с. 10].

Следующий вариант самый лаконичный (рис. 3). Знак символизирует пантограф трамвая. Витебск – первый белорусский город, в котором запустили трамвай, и трамвай – один из культовых исторических символов города. Витебский трамвай – первая в Беларуси, и одна из первых трамвайных систем на территории Российской империи. Запуск состоялся в июне 1898 года.



Рисунок 2 – Второй вариант логотипа



Рисунок 3 – Базовый вариант логотипа

В настоящее время витебский трамвай является наиболее разветвленной трамвайной системой в Беларуси. Кроме того, важным в символике трамвая является его семантика движения и возможность передвижения по всему городу. Трамвай как механизм, как фрагмент городского пространства XX в.

Выражает настроение гремящего города, его нового времени, выражает настроение утреннего города, в котором все спешат по делам, и в котором трамвай связывает локальные пространства, выражает настроение вечернего одиночества, света центрального трамвайного луча, выхватывающего из темноты не-

большой островок погружающегося в темноту ночи города. Трамвай в искусстве авангардистов – всегда часть движения города, его грохота и металла, его ритма и взаимодействия, его времени и пространства.

Формобразование знака основано на геометрии, стиль имеет супрематический посыл и отсылки к образу квадрата Малевича и продолжателей его идей, при этом его иконичность узнаваема и хорошо читается. Для большей узнаваемости образов используется квадрат с вырубкой под стилизованный пантограф. Такой прием оживляет знак, придает образу бренда характер роста и распространения, а также позволяет адаптироваться к разным ситуациям [5].

Знак хорошо масштабируется и легко может вписаться в любой рекламно-информационный объект. Логотип создан на трех языках: английском, белорусском и русском. Помимо очевидной выгоды в привлечении внимания людей разной национально-

сти, это может стать интересным акцентом в брендинге города. Из-за особенностей написания букв на разных языках, они не идентичны. Отталкиваясь от общей схемы, каждый логотип дорабатывается индивидуально в зависимости от начертания букв. Такой прием оживляет знак, а также позволяет адаптироваться к разным ситуациям. Были выбраны три слогана: «город фестивальный», «город художников» и «город древний». Поскольку логотипы сделаны на трех языках, то и слоганы переведены на три языка: «city of festivals», «город художников» и «город старожытны». Они были написаны как дескрипторы под логотипами.

Выбранным вектором колористического решения стали приглушенные тона синего и фиолетового, а также бледные тона зеленого, желтого, оранжевого и розового, помимо них используется и чисто белый цвет (рис. 4).

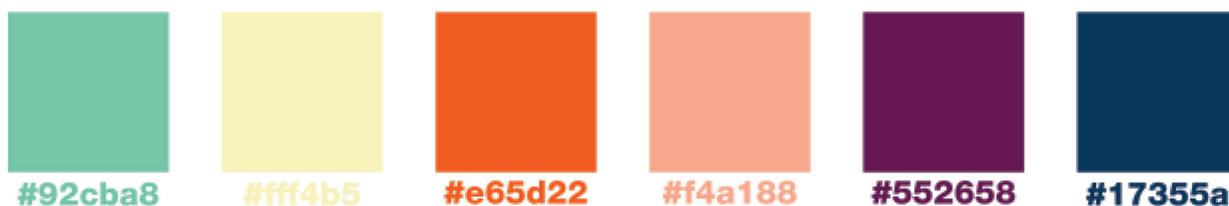


Рисунок 4 – Цветовое решение проекта

Под каждым цветом скрывается определенная символика в проекте. Белый цвет несет в себе свет и чистоту, в восточной философии он символизирует физическое и духовное пространство. Зеленый – рост, развитие, процветание, стабильность, новые начинания. Синий – цвет постоянства. Кроме того, он используется как основной в айдентике, символизируя Витебск как северную столицу Беларуси с ее холодной аурой и энергетикой. Оранжевый – вызывает широкий спектр положительных ассоциаций: он символизирует радость и полноту жизни, энергию и силу эмоций. Желтый пробуждает в людях позитивное настроение. Розовый – это цвет мечты, цвет надежды. Фиолетовый – мудрость, свобода, богатство. Каждый цвет был подобран с определенной целью.

В информационном проекте бренда Витебска выбор гарнитуры был сделан в пользу шрифта Helvetica (рис. 5).

Одно из лучших свойств Helvetica – это её нейтралитет. Благодаря этому его можно легко адаптировать к различным дизайн-проектам. У него достаточное количество начертаний [6].

Helvetica – весьма своеобразный шрифт. Есть несколько характеристик, которые отличают его от многих других шрифтов и делают уникальным:

- у символов Helvetica всегда есть вертикальные или горизонтальные окончания на штрихах, а не диагональные;

- Helvetica больше касается пространства вокруг букв, чем линий, составляющих сами символы;

- отрицательное пространство, заключенное в строчную букву «а», очень похоже на слезу;

- остается читаемым даже если человек находится в движении, это является одной из причин, по которым шрифт Helvetica используется для написания вывесок и билбордов, что является хорошим показателем для данного проекта.

Шрифт был разработан так, чтобы не производить впечатление и не иметь никакого внутреннего значения. Благодаря этому его можно легко адаптировать к различным дизайн-проектам. Это одна из причин,



Рисунок 5 – Шрифт Helvetica

почему его использовали многие крупные компании.

Для информационного проекта бренда Витебска был выбран последний вариант логотипа, который использован в целях продвижения бренда. Для большей узнаваемости образов в логотипе используется такой элемент как квадрат с вырубкой под стилизованный пантограф, что будет в дальнейшем использоваться как отдельный графический элемент. Также возможен выход графических элементов за границы основной формы [7]. Такой прием оживляет знак, придает образу бренда характер роста и распростра-

нения, а также позволяет адаптироваться к разным ситуациям.

Также разработаны следующие элементы айдентики: деловая документация (бланк письма, конверт), листовки, сити-форматы, билборды, карта города и стикеры. Дизайн деловой документации для бренда Витебска сдержан и минималистичен. Конверт содержит логотип и графические элементы в виде стилизованного пантографа [8]. Помимо этого, на нем расположена нужная информация, такая как адрес, почтовый индекс, номера телефонов и e-mail (рис. 6).



Рисунок 6 – Деловая документация

Новая айдентика позволит городу стать ярче, звучнее и благодаря динамичному трамваю-логотипу узнаваемым и оригинальным.

Витебск – это город, который имеет огромный туристический потенциал. Его образ складывается из многих составляющих. Поэтому самое главное при проектировании элементов айдентики сделать их максимально запоминающимися и ориентированными на широкую целевую аудиторию. В процессе проектирования было разработано концептуальное решение визуального образа бренда Витебска, в основу которого легли исторические аспекты [9].

К основным изобразительным средствам проекта относятся лаконичность, минималистичность графического решения, которые должны придать визуальному решению легкость, прозрачность и чистоту, цветовая гамма, которая состоит из приглушенных цветов: оранжевый, синий, зеленый, розовый, желтый и белый цвета, которые несут в себе определенную символику, как основу формообразования логотипа и использование таких графических элементов, как трамвай и трамвайные пути, из которых складывается образ бренда Витебска. Четко обозначенные отличия и уникальные характеристики места этому будут способствовать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котович, Т. В. Витебская художественная школа: концептуализация термина / Т. В. Котович // Искусство и культура. – 2013. – № 4 (12). – С. 6–13.
2. Котович, Т. В. Квадрат: пространство действия : монография / Т. В. Котович ; М-во образования Республики Беларусь, Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова». – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. – 115 с.
3. Котович, Т. В. Сакральный центр Витебска: стенопись : монография / Т. В. Котович. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2017. – 54 с.
4. Миронова, Л. Н. Constructio / Л. Н. Миронова, Т. В. Котович, О. Архипова. – Минск, 2012. – 16 с.
5. Тарабуко, Н. И. Знаки и знаковые системы в дизайне / Н. И. Тарабуко. – Витебск : УО «ВГТУ», 2009. – 284 с.
6. Абрамович, Н. А. Эстетические и технические особенности шрифта типа Гротеск / Н. А. Абрамович, Я. В. Гуняга // Тезисы докладов 55-й Междунар. науч.-техн. конф. преподавателей и студентов / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. – Витебск, 2022. – С. 170–171.
7. Абрамович, Н. А. Графический язык в дизайне / Н. А. Абрамович, Д. А. Столбанова // Тезисы докладов

55-й Междунар. науч.-техн. конф. преподавателей и студентов / УО «ВГТУ»; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. – Витебск, 2022. – С. 171–172.

8. Тарабуко, Н. И. Новые технологии и стратегии в продвижении Витебского авангарда / Н. И. Тарабуко, Н. А. Абрамович, П. Евдокимов // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 22 квітня 2021 р. : в 2 т. / КНУТД. – Київ, 2021. – Т. 2. – С. 175–178.

9. Тарабуко, Н. И. Разработка айдентики арт-событий, посвященных 100-летию юбилею УНОВИС / Н. И. Тарабуко, Н. А. Абрамович, Т. Р. Горвая // Фундаментальные и прикладные научные исследования в области инклюзивного дизайна и технологий: опыт, практика и перспективы : сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф., Москва, 24–26 марта 2021 г. / РГУ им. А. Н. Косыгина. – Москва, 2021. – Ч. 1. – С. 75–81.

REFERENCES

1. Kotovich, T. V. Vitebsk art school: conceptualization of the term / T. V. Kotovich // Art and Culture. – 2013. – № 4 (12). – P. 6–13.

2. Kotovich, T. V. Square: space of action : monograph / T. V. Kotovich ; Ministry of Education of the Republic of Belarus, Educational Institution "Vitebsk State University named after P. M. Masherov". – Vitebsk : VSU named after P. M. Masherov, 2021. – 115 p.

3. Kotovich, T. V. Sacral center of Vitebsk: mural painting : monograph / T. V. Kotovich. – Vitebsk : VSU named after P. M. Masherov, 2017. – 54 p.

4. Mironova, L. N. Constructio / L. N. Mironova, T. V. Kotovich, O. Arkhipova. – Minsk, 2012. – 16 p.

5. Tarabuko, N. I. Signs and sign systems in design / N. I. Tarabuko. – Vitebsk : EE "VSTU", 2009. – 284 p.

6. Abramovich, N. A. Aesthetic and technical features of the Grotesque type font / N. A. Abramovich, Ya. V. Gunyaga // Abstracts of the 55th International Scientific and Technical Conference of Teachers and Students / EE "VGTU" ; editorial board: E. V. Vankevich [et al.]. – Vitebsk, 2022. – P. 170–171.

7. Abramovich, N. A. Graphic language in design / N. A. Abramovich, D. A. Stolbanova // Abstracts of the 55th International Scientific and Technical Conference of Teachers and Students / EE "VGTU" ; editorial board: E. V. Vankevich [et al.]. – Vitebsk, 2022. – P. 171–172.

8. Tarabuko, N. I. New technologies and strategies in promoting the Vitebsk avant-garde / N. I. Tarabuko, N. A. Abramovich, P. Evdokimov // Current problems of modern design: collection of materials of the III International Scientific and Practical Conference, Kiev, April 22, 2021 : in 2 vol. / КНУТД. – Киев, 2021. – Vol. 2. – P. 175–178.

9. Tarabuko, N. I. Development of identity for art events dedicated to the 100th anniversary of UNOVIS / N. I. Tarabuko, N. A. Abramovich, T. R. Gorovaya // Fundamental and applied scientific research in the field of inclusive design and technologies: experience, practice and prospects : collection of scientific papers of the international scientific and practical conference, Moscow, March 24–26, 2021 / Russian State University. A. N. Kosygina. – Moscow, 2021. – Part 1. – P. 75–81.

SPISOK LITERATURY

1. Kotovich, T. V. Vitebskaya hudozhestvennaya shkola: konceptualizaciya termina / T. V. Kotovich // Iskusstvo i kul'tura. – 2013. – № 4 (12). – S. 6–13.

2. Kotovich, T. V. Kvadrat: prostranstvo dejstviya : monografiya / T. V. Kotovich ; M-vo obrazovaniya Respubliki Belarus', Uchrezhdenie obrazovaniya «Vitebskij gosudarstvennyj universitet imeni P. M. Masherova». – Vitebsk : VGU imeni P. M. Masherova, 2021. – 115 s.

3. Kotovich, T. V. Sakral'nyj centr Vitebska: stenopis' : monografiya / T. V. Kotovich. – Vitebsk : VGU imeni P. M. Masherova, 2017. – 54 s.

4. Mironova, L. N. Constructio / L. N. Mironova, T. V. Kotovich, O. Arhipova. – Minsk, 2012. – 16 s.

5. Tarabuko, N. I. Znaki i znakovye sistemy v dizajne / N. I. Tarabuko. – Vitebsk : UO «VGTU», 2009. – 284 s.

6. Abramovich, N. A. Esteticheskie i tekhnicheskie osobennosti shrifta tipa Grotesk / N. A. Abramovich, Ya. V. Gunyaga // Tezisy dokladov 55-j Mezhdunar. nauch.-tekhn. konf. prepodavatelej i studentov / UO «VGTU» ; redkol.: E. V. Vankevich [i dr.]. – Vitebsk, 2022. – S. 170–171.

7. Abramovich, N. A. Graficheskij yazyk v dizajne / N. A. Abramovich, D. A. Stolbanova // Tezisy dokladov 55-j Mezhdunar. nauch.-tekhn. konf. prepodavatelej i studentov / UO «VGTU» ; redkol.: E. V. Vankevich [i dr.]. – Vitebsk, 2022. – S. 171–172.

8. Tarabuko, N. I. Novye tekhnologii i strategii v prodvizhenii Vitebskogo avangarda / N. I. Tarabuko, N. A. Abramovich, P. Evdokimov // Aktual'ni problemi suchasnoho dizajnu : zbirnik materialiv III Mizhnarodnoi naukovo-praktichnoi konferencii, Kiiv, 22 kvitnya 2021 r. : v 2 t. / КНУТД. – Київ, 2021. – Т. 2. – S. 175–178.

9. Tarabuko, N. I. Razrabotka ajdentiki art-sobytij, posvyashchennyh 100-letnemu yubileyu UNOVIS / N. I. Tarabuko, N. A. Abramovich, T. R. Gorovaya // Fundamental'nye i prikladnye nauchnye issledovaniya v oblasti inklyuzivnogo dizajna i tekhnologij: opyt, praktika i perspektivy : sb. nauch. tr. mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Moskva, 24–26 marta 2021 g. / RGU im. A. N. Kosygina. – Moskva, 2021. – Ch. 1. – S. 75–81.

Статья поступила в редакцию 11.12.2023.