



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: программка, 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).



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.