

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТИРОВАНИИ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

На современном этапе своего развития сувенирная продукция стала одним из важных и неотъемлемых элементов рекламы, маркетинга и выстраивания отношений с целевыми аудиториями компаний. Спектр возможных вариантов реализации сувенирной продукции широк. Обычно, он включает в себя различную мелкую продукцию: ручки, брелоки, магниты, чашки, футболки, кепки и др., но не ограничивается только этими видами.

Как правило, компании используют сувенирную продукцию для проведения разного рода кампаний, акций, конференций, продвижения брендов, стимулирования и повышения лояльности сотрудников, экипировки персонала в соответствии с фирменным стилем и прочее.

Одна из особенностей современного этапа развития сувенирной продукции заключается в том, что ее использование в обозначенных выше целях требует промышленного подхода к моделированию и производству. Промышленный подход здесь выражается во внедрении методов образного моделирования, планирования, рационализации в сферу производства сувениров. Значительная роль на этапах создания художественного образа и подготовки к производству отводится информационным технологиям.

Следует так же отметить и то, что применение сувенирной продукции не ограничивается лишь реализацией айдентики (общий визуальный стиль бренда). Она используется для пропаганды культурных и национальных ценностей, может быть приурочена к каким-либо праздничным, спортивным и другим крупным событиям.

В переводе с французского языка, слово «souvenir» означает «воспоминание, память». Сувенирам свойственен колорит места, где они были произведены и/или приобретены — это может быть эмблема города, изображение памятного места, объект культуры и прочее [2].

Таким образом, сувенир является предметом, прямое предназначение которого – напоминать о чем-либо, будь то событие или место. Такой «предмет», в большинстве случаев, представляет собой изделие декоративно-прикладного искусства и/или художественной промышленности.

К сувенирам относятся изделия, обладающие четко определенными признаками: оригинальные, художественно оформленные в традиционном для республики, края или области стиле, отображающие национальные или местные особенности, выдающиеся события, памятные даты, достижения отечественной науки, культуры, искусства, спорта [2].

Сувениры, тем самым, выполняют не только познавательную роль, но и способствуют взаимопониманию, духовному и культурному обогащению, сближению людей и народов, отражая жизнь и культуру страны, которую они представляют.

Развитие промышленного производства сувениров массовыми тиражами оказало прямое влияние на разделение понятий «подарочное изделие» и «сувенирное изделие». Если любой сувенир, изготовленный промышленным предприятием или предприятием народного художественного промысла, может служить подарком, то подарочное изделие, не обладающее способностью вызывать общезначимые, понятные всем памятные ассоциации, не может считаться сувениром, так как не выполняет его основной функции.

Одновременно с этим произошло разделение понятий «декоративное изделие» и «сувенирное изделие». Любое высокохудожественное декоративное изделие может быть приобретено в качестве подарка, но полноценным сувениром оно будет только в том случае, когда его общее образное решение вызовет вполне определенные ассоциации с местом, где оно было приобретено, с определенной народностью, национальностью или страной, либо же с каким-либо памятным событием. Поэтому декоративные изделия народных художественных промыслов всегда являются сувенирами. А декоративные изделия (настенные украшения, вазы, шкатулки, и др.),

выполненные художниками декоративно-прикладного искусства или промышленными предприятиями по проектам художников, смогут считаться сувенирами лишь при наличии в их художественном образе ассоциативного памятного начала.

Между понятиями «сувенир» и «изделие народных художественных промыслов» так же существует важная принципиальная разница. Изделия народных художественных промыслов – оригинальные, неповторимые произведения искусства, так как каждое изделие создается индивидуально мастером-художником. Сувенир, в свою очередь, является копией созданного художником оригинала, механически воспроизведенного промышленностью в больших тиражах.

Технологии изготовления сувениров, применяемые сегодня в промышленном производстве, достаточно разнообразны. Их спектр зависит, в основном, от прямого назначения и тиража сувенирной продукции, а так же от специализации предприятия на создании конкретных образцов. Наиболее распространенными технологиями являются следующие: офсетная и цифровая печать, деколь, флексопечать, штаповка, литье, шелкография, прямая печать, тампопечать, термотрансфер, лазерная и механическая гравировка, химическое травление, тиснение, цифровая компьютерная вышивка и другие [1].

Во всех вышеперечисленных технологиях, используемых при изготовлении сувенирной продукции, на различных этапах, так или иначе, применяются информационные технологии: будь то изготовление клише для тиснения, где необходимо использовать программное обеспечение (ПО) трехмерного моделирования для изготовления формы штампа; или цифровая компьютерная вышивка, где форма рисунка стежков программируется в специализированном ПО [1].

Таким образом, на современном этапе изготовления сувенирной продукции на различных стадиях значительную роль играют информационные технологии, профессиональное владение которыми

позволяет автоматизировать многие процессы, сократить время разработки проекта и производства изделия и создать условия для творчества.

-
1. Миронов, Д.Ф. Компьютерная графика в дизайне: учебник для вузов / Д.Ф. Миронов. – СПб. : Питер, 2004. – 224с.
 2. Кантес, К. Обзор методов нанесения / К. Кантес // Сувенирка. – 2006. – №10. – С. 31–33.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ