

Быстрецкий Н. Р.

Научный руководитель: Лутова Н. В.

Уральский федеральный университет имени

первого Президента России Н.Б. Ельцина

Екатеринбург

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА ЮГОРСКА

Аннотация: Диссертация посвящена исследованию возможностей повышения привлекательности города Югорска для молодежи с использованием средств графического дизайна. В работе рассматривается роль графического дизайна в воздействии на восприятие городской среды молодым населением, анализируются особенности восприятия городского пространства молодым поколением и выявляются факторы, которые могут сделать город более привлекательным для данной аудитории. Также проводится разработка и применение графического дизайна для улучшения имиджа города Югорска среди молодежи, исследуется влияние графического дизайна на стимулирование культурной жизни и туризма в городе. Статья также содержит оценку эффективности мероприятий, направленных на улучшение имиджа города среди молодежи с использованием средств графического дизайна. Полученные результаты могут быть использованы для разработки практических рекомендаций по улучшению городской среды и повышению ее привлекательности для молодежи с помощью графического дизайна.

Ключевые слова: город Югорск, молодежь, графический дизайн, привлекательность, восприятие, имидж, культурная жизнь, туризм, улучшение городской среды

Bystretsky N. R.

Scientific adviser: Lutova N.V.

Ural Federal University

named after the First President of Russia B. N. Yeltsin

Ekaterinburg

INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF THE CITY OF YUGORSK FOR YOUNG PEOPLE USING GRAPHIC DESIGN

Annotation: The dissertation is devoted to exploring the possibilities of increasing the attractiveness of the city of Yugorsk for young people using graphic design tools. The work examines the role of graphic design in influencing the perception of the urban environment by young people, analyzes the features of the perception of urban space by young people and identifies factors that can make the city more attractive to this audience. The development and application of graphic design is also being carried out to improve the image of the city of Yugorsk among young people, and the influence of graphic design on stimulating cultural life and tourism in the city is being explored. The dissertation also contains an assessment of the effectiveness of measures aimed at improving the image of the city among young people using graphic design tools. The results obtained can be used to develop practical recommendations for improving the urban environment and increasing its attractiveness for young people through graphic design.

Keywords: city of Yugorsk, youth, graphic design, attractiveness, perception, image, cultural life, tourism, improvement of the urban environment.

Использование современного графического дизайна для создания привлекательной городской среды для молодежи в городе Югорске

В XXI веке все больше усиливается соперничество между производителями самых разных товаров и услуг. Все они вступают в

соревновательную гонку за спрос потребителя, что порождает важный вопрос, как оставаться конкурентноспособным в данной ситуации? Один из способов решить данную проблему – выделиться среди остальных, дифференцировать свой продукт так, чтобы он отличался, был уникальным и неповторимым – такого эффекта и позволяет достичь бренд. Следует отметить, что под брендом понимают – «набор качеств, связанный с именем бренда и символ, который усиливает (или ослабляет) ценность продукта или услуги, предлагаемых под этим символом». Как следует из определения данный инструмент дает возможность производителю повысить ценность своего продукта в глазах потребителя, позволяет упорядочить информацию о товаре, сделать акцент на его сильных сторонах. В свою очередь, процесс формирования бренда называется брендингом. Важно отметить, что практически для любого объекта можно создать свой бренд, территории городов в данном случае не стали исключением. Именно территориальный брендинг стал предметом исследования данной выпускной квалификационной работы. Для того, чтобы раскрыть данное исследование, по существу, необходимо обратиться к теоретическим аспектам территориального брендинга.

В современном мире наблюдается тенденция повышения конкуренции среди городов, они соревнуются за приток инвестиций, за наплыв туристов или за сохранение количества местных жителей. Практика показывает, что со временем географическое положение мест оказывает все меньшее воздействие на их привлекательность для различных целевых аудиторий. Для привлечения и удержания людей и активов территориям необходимо выделяться среди остальных, транслировать внешнему миру свои преимущества, быть ярче и лучше других. Выделить подобные преимущества позволяет такой инструмент, как ребрендинг территории. Впервые данный термин был упомянут С. Анхольтом в 2002 году, именно он положил начало для поиска ответов на этот вопрос. Однако несмотря на то, что данная тема существует уже

практически 20 лет, специалисты так и не смогли сойтись во мнении о дефиниции термина территориальный брендинг. Анхолт определил локальный маркетинг как «процесс создания бренда места, который основан на идентичности места и на формировании позитивных образов в сознании заинтересованных групп»². Балдерьян считает, что территориальный брендинг – «это процесс осознанного и целенаправленного формирования бренда, то есть поиска, выражения и развития местной идентичности и представления ее в виде ярких образов, привлекательных для целевой аудитории»³.

В наше время графический дизайн играет важную роль в создании привлекательной и современной городской среды. Особенно важно учитывать интересы молодежи, так как именно она формирует будущее города. В работе был рассмотрен вопрос использования современного графического дизайна для создания уникальной и привлекательной городской среды для молодежи в городе Югорске.

Графический дизайн представляет собой мощное средство коммуникации, которое может быть использовано для передачи определенных идей, ценностей и образа города. В рамках молодежи, это означает возможность создания городской среды, которая будет отражать ее интересы, стиль и взгляды на мир. В свою очередь, это может привести к увеличению привлекательности города для молодежи и усилить ее вовлеченность в городскую жизнь. Графический дизайн может охватывать широкий спектр элементов, начиная от уличных вывесок, билбордов, фасадов зданий и витрин магазинов до оформления общественных пространств, установки скульптур и арт-объектов, а также создания уникального бренда города. В дополнение, он может включать создание интерактивных элементов, таких как граффити, муралы, уличное

² Anholt S. Competitive Identity: New Brand Management for Different places [Электронный ресурс] / S. Anholt // Palgrave Macmillan. — 2007. — P. 30

³ Балдерьян И. Маркетинг территории: Учебное пособие / Под науч. ред. профессора Г.Л. Багиева. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. — 267 с.

искусство, световые инсталляции, аудиовизуальные проекты и публичные перформансы, которые могут стимулировать воображение, провоцировать диалог и способствовать гармоничному взаимодействию в городской среде, привлекая внимание и вовлекая общественность, включая молодежь.

Необходимо уделить особое внимание созданию эстетических элементов городского пространства, способных вовлечь молодежь и сформировать благоприятное впечатление о городе. Такие элементы в городской среде могут включать не только яркую рекламу и информационные плакаты, но также общественные инсталляции, уличные муралы, скульптуры, интересные архитектурные объекты, нестандартные дизайнерские решения и креативные декоративные элементы, способные привлечь внимание и воображение молодых людей, а также придать городской среде уникальный и привлекательный характер.

Цветовая гамма, использование современных графических элементов и гротескных шрифтов также играют важную роль в создании благоприятной городской атмосферы для молодежи. Неподвижные объекты, такие как здания, мосты, скамейки и даже мусорные контейнеры, могут стать холстами для графического дизайна, который будет вызывать положительные эмоции у молодежи и улучшать их визуальный опыт в городе.

Для усиления привязанности молодого населения путем создания уникального бренда города с помощью графического дизайна, можно использовать разнообразные методы. Например, привлекательные цветовые схемы и контрастные цвета могут притянуть внимание молодежи и сделать бренд города более заметным. Интересные формы и графические элементы, такие как современные и стильные линии, абстрактные фигуры или уникальные текстуры, могут придать образу города современный вид. Также специально разработанные шрифты и

типографика могут добавить дизайнерский шарм бренду города. Все эти компоненты могут помочь создать узнаваемый образ города, который ассоциируется с молодежной культурой и может завлечь больше молодых людей, вызвать у них чувство гордости и принадлежности к своему городу.

Нельзя также забывать об интерактивных элементах графического дизайна, которые могут стимулировать взаимодействие молодежи с городской средой. Граффити, уличное искусство, проекции и другие нестандартные формы дизайна могут стать мощным инструментом привлечения внимания молодежи, их вовлечения в активности и общения с городом.

Таким образом, использование современного графического дизайна для создания привлекательной городской среды для молодежи в городе Югорске не только способствует украшению и оживлению городского пространства, но также позволяет учитывать интересы и потребности молодежи, привлекать их к участию в жизни города, формировать их позитивное отношение к месту проживания и создавать условия для развития разнообразных интеллектуальных, творческих и социальных активностей. Этот подход может способствовать не только привлечению молодежи, но и ее удержанию в городе, создавая благоприятные условия для развития и самореализации молодых людей.

Библиографические ссылки

1. *Адамс Ш.* Словарь цвета для дизайнеров / Ш. Адамс. — М.: КоЛибри, 2018. — 272 с.
2. *Алексеев А. Г.* Дизайн-проектирование. — М.: Юрайт, 2020. — 91 с.
3. *Аллен Дж.* Базовые геометрические формы для дизайнеров и архитекторов / Дж. Аллен. — СПб.: Питер, 2017. — 85 с.
4. *Балдерьян И.* Маркетинг территории: Учебное пособие / Под науч. ред. профессора Г.Л. Багиева. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. — 267 с.