

УДК 332.1:659.126

КОНКУРСНАЯ МОДЕЛЬ РАЗРАБОТКИ АЙДЕНТИКИ ГОРОДА НОВОПОЛОЦКА**А.Н. КОЗЫРЕНКО***(Представлено: А.В. Фёдорова)*

В статье приводится оригинальное решение для брендинга промышленных городов с ограниченным бюджетом, на примере города Новополоцка. На основе проведенных исследований предлагается использовать ежегодный конкурс для молодых дизайнеров. Метод позволит сэкономить средства, обеспечить постоянное обновление визуального языка, решить задачи вовлечения молодежи и поддержки местных талантов, формируя динамичный бренд города.

Актуальность разработки целостной айдентики для современных промышленных городов, в частности Новополоцка, не вызывает сомнений. Однако ключевым барьером на пути ее реализации часто становится ограниченность бюджетных ресурсов. Традиционная модель, предполагающая разовую разработку стиля силами профессиональной студии, сопряжена с высокими единовременными затратами, что делает ее малоприменимой в условиях бюджетного дефицита. В связи с этим возникает необходимость в поиске альтернативных, экономически рациональных, но не менее эффективных моделей. Данная статья предлагает и обосновывает конкурсную модель как оптимальный инструмент для формирования и постоянного обновления айдентики Новополоцка.

При исследовании детальный расчет затрат на реализацию комплексной айдентики для Новополоцка выявил существенные финансовые обязательства. Суммарные единовременные затраты при реализации силами наемных сотрудников составляют порядка 17,4 тыс. условных единиц, а при обращении в дизайн-студию – возрастают до 21 тыс. условных единиц. В структуре расходов значительную долю занимают не только производство физических носителей (баннеры, сувенирная продукция, навигация), но и затраты на проектирование и обслуживание веб-сайта, а главное – фонд оплаты труда разработчиков.

Проведенный анализ демонстрирует, что выделение средств в таком объеме является экономически невыгодным для муниципального бюджета. В качестве решения данной проблемы предлагается система, кардинально снижающая одну из ключевых статей расходов – оплату труда профессиональных дизайнеров. Основой этой системы является организация ежегодного открытого графического конкурса на лучший вариант айдентики, приуроченного, например, ко Дню города.

Мотивационной основой для участия молодых художников и дизайнеров выступает не финансовое вознаграждение, а возможность приобретения весомой работы в профессиональное портфолио и публичное признание от администрации города. Данный подход позволяет не только минимизировать прямые затраты на разработку, но и создать устойчивый механизм ежегодного обновления визуального языка, делая его более динамичным и отвечающим актуальным трендам.

Предлагаемая конкурсная модель обладает рядом стратегических преимуществ, выходящих за рамки прямой экономии бюджета.

Во-первых, она обеспечивает постоянное обновление и актуализацию визуального языка города. В отличие от статичного брендбука, который может устаревать морально, ежегодный конкурс позволяет гибко реагировать на изменения в дизайне, молодежной культуре и городской среде. Это создает живую, эволюционирующую визуальную историю территории.

Во-вторых, модель решает важную социальную задачу по вовлечению молодежи в процессы развития города. Участие в создании официальной символики формирует у молодого поколения чувство сопричастности, ответственности и гордости за свой город, превращая их из пассивных наблюдателей в соавторов городского бренда.

В-третьих, конкурс выполняет функцию выявления и поддержки местных талантов, создавая кадровый резерв для креативной индустрии региона. Он становится социальным лифтом для молодых дизайнеров, предоставляя им уникальную возможность для старта профессиональной карьеры.

Для города Новополоцка как промышленного центра данная модель особенно актуальна, так как позволяет рационально использовать ограниченные ресурсы, одновременно развивая местное креативное сообщество и формируя уникальный, динамичный бренд без крупных капиталовложений.

В рамках исследования была разработана примерная графическая концепция, иллюстрирующая потенциал подхода. При проведении предпроектного и поискового этапа были изучены существующие визуальные коды города (герб, флаг, графические решения различных памятных мероприятий прошлых лет), а также проведен опрос местного населения о предпочтениях [1, 2]. По итогу проектного этапа за основу была взята цветовая палитра, отражающая дуальность идентичности Новополоцка: белый, черный, оранжевый (символизирующий энергию и промышленность) и синий (ассоциирующийся с рекой Западной

Двиной и технологиями). Ключевым графическим элементом выступили линейные изображения, отсылающие к истории и символам города, такие как стилизованное изображение палатки – метафора первостроителей и начала городской истории.

Были разработаны макеты ключевых носителей: логотип, растяжки, плакаты, листовки, а также сувенирная продукция (шоперы, блокноты, брелоки). Данные примеры демонстрируют, как предложенная концепция может быть адаптирована для различных форматов, обеспечивая целостность и узнаваемость визуальной коммуникации во время городских мероприятий (рис.1).



Рисунок 1. – Пример сувенирной продукции

Таким образом, разработка молодежного конкурса на создание айдентики представляет собой экономически выгодную и стратегически перспективную модель для формирования современного визуального образа города Новополоцка. Она позволяет преодолеть ключевое ограничение, связанное с объемом финансирования, и трансформирует его в конкурентное преимущество, заключающееся в динамичности, актуальности и высокой степени вовлеченности местного сообщества.

Реализация данного подхода позволит городу не только решить тактическую задачу по оформлению мероприятий, но и сформировать устойчивую систему постоянного обновления городской идентичности. Эта система будет способствовать переходу от имиджа монофункционального промышленного центра к позиционированию «города будущего» – креативного, открытого для молодежи и привлекательного для жизни и инвестиций. Дальнейшее развитие проекта должно быть связано с совершенствованием механизмов проведения конкурса, расширением форматов применения работ-победителей и внедрением системы оценки эффективности принимаемых визуальных решений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Символика города Новополоцка [Электронный ресурс] / Официальный сайт Новополоцкого городского исполнительного комитета. – URL: <https://www.novopolotsk.gov.by/ru/nash-gorod/simvolika> (дата обращения: 07.10.2025).
2. Архивные материалы и публикации по истории городов Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Научно-популярный блог Национального архива Республики Беларусь. – URL: <https://archives.gov.by/blog/news/1040867>. (дата обращения: 07.10.2025).