

Источник: «Минский курьер» - 2012-12-14

Ну не бренд ли



Что такое «минскость» и как ее выразить, чтобы не было мучительно стыдно?

Логотип или нет?

Тема создания бренда Минска всю неделю держится среди самых обсуждаемых городских новостей. Внимание к ней обострило появление иллюстрации в Интернете (смотрите изображение). Картинку приняли за логотип Минска, после чего посыпались комментарии. Смысл их, если коротко и корректно: почему символ Минска напоминает компьютерную плату?

Как пояснил руководитель британской компании INSTID Александр Гранд, никакой это не логотип. Иллюстрация была показана коллегам на форуме, посвященном обсуждению имиджа Беларуси. Это рабочий вариант, пример того, как может выглядеть графика при оформлении выставочных стендов, городских сайтов.

Зачем все это нужно?

Заказчиком разработки бренда выступил информационно-туристский центр «Минск». Задача — создать фирменный стиль города.

— Декоративный графический символ делать не будем. На сегодня не сформирован единый символ Минска. А если он не сложился, будет неверно, если дизайнеры создадут его искусственно. Будут разработаны минский шрифт, графический стиль, символическая музыка Минска, аромат. И предложены варианты, как это можно применять в оформлении выставочных стендов, во время проведения презентаций, в полиграфии, создании сувениров, — пояснил Гранд.

Понятно, логотип, шрифт, цвет — это внешнее выражение бренда. В основе — уникальная черта, качество. Поэтому сначала надо выяснить, что есть в Минске особенного, чем он отличается от других больших городов.

— Простой вариант, когда идентичность исторически сформирована и работает. Но в случае с белорусской столицей этого нет. На вопрос о «минскости» горожане отвечали штампами: «В Минске чистые улицы», «Минск — столица Беларуси», — говорит Александр Гранд.

Ирина Юдина, Вероника Молокова. Ну не бренд ли

Почему бело-голубой цвет?

Вот как объясняют выбор цветовой гаммы разработчики:

— Наша задача — чтобы у инвесторов, квалифицированных специалистов и туристов сложилась четкая ассоциация: Минск равно интеллект, Минск — разумный город. Для этого выбран один цвет, универсально обозначающий интеллект и коммуникацию, — голубой, одна геометрическая форма — линия — как символ эффективности, гибкости, оптимального инженерного решения, чистой неискаженной коммуникации.

— **Вы делаете ставку на понятия «технология», «процесс», «ритм». По вашему мнению, они наиболее точно определяют сегодняшний Минск или тот, что будет лет через «надцать»?**

— Пока жители города воспринимают интеллектуальность, как что-то само собой разумеющееся: «Да, мы такие». Но нет осознания, что это качество можно позиционировать.

Что думают о паттерне цвета минской лазури горожане?

Сергей Гапоненко, доктор физико-математических наук, член-корреспондент [Национальной академии наук Беларуси](#):

— Цвет рисунка хорош. А вот линии напоминают дорожки печатной платы в электронном устройстве. Или транспортные линии. Не похоже это на наш город. Think Minsk звучит неплохо. Но я бы предложил Minsk magic. Так говорили, когда наша команда по хоккею обыграла шведов в 2002 году.

Всеволод Саута, программист отдела семантики компании Itransition:

— На мой взгляд, это изображение похоже на системную плату, но с Минском оно никак не соотносится. В городе не такое уж высокотехнологичное техническое оснащение. Откуда такие ассоциации?

Не могу выделить какое-то особенное качество столицы. Когда каждый день видишь одно и то же по дороге из дома на работу, мало на что обращаешь внимание. Для меня Минск — это просто улицы и дома.

Руслан Вашкевич, художник:

— У меня Минск ассоциируется с серым и белым. Лазурный цвет можно связать с небом или комфортом и светлым будущим. Изображение на логотипе видится мне сетевой микросхемой. Но это очень прямой образ — расхождение улиц, транспортные развязки. Само по себе имеет право на существование. А вот насколько соотносится с Минском — другой вопрос. Мне кажется, тут в целом все не сошлось, не получился образ. Насколько я знаю, на начальных этапах разработки бренда проводился художественный проект, в котором участвовали дети. Я бы опирался на их видение города.

Сергей Криштапович, художник:

— По-моему, лазурный — слишком сентиментальный цвет для Минска. Он больше подходит какому-нибудь портовому городу, где море и много неба. Я идеалист, которому хочется точно найденного решения. И я люблю свой город, но мне не

Ирина Юдина, Вероника Молокова. Ну не бренд ли

нравится среда, которая окружает, — винегретная, необоснованная, с абсурдной архитектурой. Какие она может вызывать правдивые ассоциации? А человек, который приехал из Праги, Брюсселя, Кракова, где есть дизайн-среда, созданная из того, что было построено предками много лет назад, сразу это ощутит. И вряд ли соотнесет увиденное у нас с цветом лазури.

Елена Задворная, доктор филологических наук, профессор Минского государственного лингвистического университета:

— Think Minsk с точки зрения длины фразы, фонетического согласования и других классических требований хорош, не вызывает претензий. Но просчитать реакцию иностранцев на эти слова я, конечно, не могу. А вот русскоязычный вариант слогана «Минск. Интересно» достаточно спорный вариант. В современном русском языке слово «интересно» многозначно. Помимо классических словарных трактовок есть и трактовки с негативным оттенком. Представьте ситуацию, когда вам скептическим тоном говорят: «Да... Интересно». Вы же сразу понимаете, что это оценка со знаком минус. Поэтому для городского слогана такое сочетание слов, по-моему, не самое лучшее.

Елена Масло, писательница:

— Успешны те страны, которые презентуют свое. Именно тогда и возникают бренды. Ведь туристы приезжают посмотреть не Лондон номер 2, они хотят увидеть то, чего у них нет. Сочетание «Минск. Интересно» совершенно безликое. Его можно произнести с разной интонацией, при этом возникает двоякое прочтение.

Татьяна Скрипченко, ученый секретарь Минского НИИ социально-экономических проблем, кандидат исторических наук:

— Единственное, что в этом символе есть от Минска, — сочетание бело-голубого. Это цвета герба и флага нашего города. За каждым образом должна стоять информация. О чем говорит этот символ? Он напомнил мне ситуацию, когда человек приезжает в Минск из маленького города и ничего не знает о столице. Символ необязательно должен быть иллюстрацией какого-то объекта архитектуры. Это может быть и абстрактный образ, но в котором прослеживается связь «прошлое — настоящее — будущее». Я минчанка в третьем поколении, и для меня «минскость» ассоциируется с такими понятиями, как созидание, спокойствие, уют.

Ирина ЮДИНА, Вероника МОЛОКОВА, «МК»