



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
КАФЕДРА ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ И
ПРЕДМЕТНЫХ МЕТОДИК

Дизайн сувенирной продукции музея-заповедника

Выпускная квалификационная работа по направлению
54.03.01 Дизайн

Направленность программы бакалавриата
«Графический дизайн»
Форма обучения очная

Проверка на объем заимствований:
29 % авторского текста

Работа рекомендована/не рекомендована
к защите

«28» июле 2024 г.
Зав. кафедрой ПППОиПМ
Н.Ю. Корнеева

Выполнил(а):
Студент(ка) группы ОФ-409-203-4-1
Мирошкина Валентина Сергеевна

Научный руководитель:
Д-р иск., профессор
Шабалина Н. М.

Челябинск
2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Теоретические аспекты развития дизайна сувенирной продукции	
1.1 Понятие сувенирной продукции, ее виды, группы, классификации.....	6
1.2 Способы изготовления сувенирной продукции.....	10
1.3 Тенденции современного рынка рекламно-сувенирной продукции	18
Вывод по главе 1	20
Глава 2. Разработка дизайна тематической сувенирной продукции музея-заповедника «Ильменский»	
2.1 Специфика национального и природного музея-заповедника «Ильменский» Роль сувенирной продукции в туризме.....	21
2.2 Содержание, форматы и материалы сувениров.....	27
2.3 Разработка дизайна сувенирной продукции музея- заповедника.....	37
Вывод по главе 2.....	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	38
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	40
ПРИЛОЖЕНИЕ А (Способы изготовления сувенирной продукции).....	44
ПРИЛОЖЕНИЕ Б (Выбор материала для сувенирной продукции).....	52
ПРИЛОЖЕНИЕ В (Разработка дизайна сувенирной продукции музея-заповедника	60

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Интерес к созданию современного и функционального дизайна сувениров для музеев-заповедников увеличивается среди профессионалов в сфере туризма и дизайна. В условиях растущего потока туристов создание уникальных изделий становится важным аспектом, способствующим развитию этой отрасли. Сохранение культурного наследия и экологическая чистота приобретают все большее значение в обществе, что подчеркивает роль музеев-заповедников как неотъемлемой части туристической индустрии.

Сувенирная продукция музея-заповедника играет важную роль в продвижении культурного наследия и природных красот региона. Разработка уникального и привлекательного дизайна сувенирной продукции для национального и природного парка "Ильменский" становится ключевой задачей в условиях повышенного интереса туристов и конкуренции на туристическом рынке. Тема дизайна сувенирной продукции музея-заповедника "Ильменский" представляет собой перспективное направление для развития туризма.

Историографический обзор. Статье Ершова К.О. рассматриваются особенности влияния информационного и смыслового наполнения сувенирной продукции на процесс визуальной коммуникации между туристом и интеллектуальными системами объекта. В статье Трофимова Р.А. приведены результаты изучения особенностей технологии изготовления сувенирной продукции в рамках компетенции «Туризм». На основе проведенной работы сделан вывод о том, что технологическая последовательность изготовления сувениров из стекла предполагает следующие этапы: подготовка инвентаря; обезжиривание изделия; нанесение рисунка с использованием трафарета; нанесение контура. Доброскоковой А.Р. представлен результат исследования сувенирной продукции на российском рынке. Исследования опубликованы Ассоциацией

коммуникационных агентств России (АКАР) и определены основные тенденции развития продукции в современных условиях. Материал публикации посвящён анализу продукции с 2013 года по 2020, а также определены положения новой реальности и новых возможностей российского рынка и сувенирных изделий.

Объект проектного исследования – сувенирная продукция музея-заповедника «Ильменского».

Предмет исследования - разработать концепцию сувенирной продукции для музея-заповедника «Ильменского».

Цель дипломной работы - дизайнерская разработка сувенирной продукции музея-заповедника «Ильменский» на основе изучения теоретических аспектов дизайна сувенирной продукции.

Для осуществления цели поставлены следующие **задачи**:

- раскрыть теоретические аспекты развития дизайна сувенирной продукции.
- рассмотреть аналогичные дизайнерские решения сувенирной продукции.
- выбрать стилевой и графический подход.
- разработать элементы фирменного стиля.
- разработать сувенирную продукцию с логотипом.

Методы исследования:

- теоретический анализ культурно-исторической, проектной, искусствоведческой, экономической и технической литературы исследуемой теме.
- информационный поиск об объекте.
- анализ и классификация изученной информации.
- проектная разработка.

Разработка дизайн-проекта сувенирной продукции использованы: Программы двухмерной графики – Adobe Photoshop, CorelDRAW, Adobe Illustrator.

Практическая значимость.

Главная задача сувенира - оставить память о Вашей компании или продукции. Сувенирная продукция напоминает клиенту о приобретенном, когда-то товаре или компании, с которой он имел дело. Также сувенир может стать предметом привлечения новых клиентов на протяжении долгого времени. Рекламный текст, отображающийся на сувенире должен нести полезную информацию о Вашей фирме или новом образце продукции, выпускаемой Вашей компанией.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1 Понятие сувенирной продукции, ее виды, группы, классификации

Сувени́р (фр. *souvenir* — воспоминание, память) — предмет, предназначенный напоминать о чём-то, например, о посещении страны, города, национального парка, музея, храма, объекта культуры, какого-то другого места или мероприятия туристами, паломниками и др.

В первом случае – это именно памятное вручение с определенным смыслом. И он со временем не теряется, а несет строго функциональную нагрузку. При этом действие всегда одинаковое. Часто выбирается по необходимости, с учетом определенных закономерностей и строго по поводу, пусть даже им становится первое знакомство с новым партнером или ежегодное продление контракта. Синонимом служит слово «гостинец», то есть подношение гостю.

В список эффективных входят те предметы, срок эксплуатации которых от года и больше. Стоит учитывать, что увеличенный тираж уменьшает себестоимость, поэтому выгодно приобретать сразу много. Виды сувенирной продукции для компании должны соответствовать определенным требованиям:

- приносить пользу, без функциональности они не транслируют нужную информацию.
- быть качественными, поскольку по этому показателю определяется уровень самой компании и ее степень успешности на рынке.
- соответствовать моменту и поводу вручения.

Примером могут послужить авторучки с логотипом заказчика и вставкой, определяющей мировое время либо с точечным фонариком. Востребованы календари с добрыми пожеланиями на каждой странице, которые работают как мотиваторы. Главное – грамотно подобрать вид и спланировать эффектное вручение, можно совместить его с мини-презентацией продукции, если это уместно. В таком ракурсе рассматривается любой предмет, который будет выполнять роль сувенира. [1]. Все огромное количество вариантов можно условно разделить на несколько групп. За основу берется 2 аспекта: кто и зачем это должен получить.

Виды сувениров

1. Массовые или промо-сувениры

Это самый внушительный раздел с наиболее низкой стоимостью, по значению приравниваются к листовке или буклету. Сюда относятся:

- ручки
- пакеты.
- флажки.
- брелоки.
- блокноты.

Обязательно должен быть логотип, в некоторых случаях принципиально использование цветовой гаммы компании, если она присутствует в самой продукции. Эти товары приносят пользу потребителю, а значит, гарантированно будут применяться, ненавязчиво напоминая об определенном бренде. И это полностью соответствует определению, если учитывать, что значит сувенир в переводе с французского – это «воспоминание».

2. Тематическая сувенирная продукция

Их готовят к какой-либо дате или событию. Здесь требования гораздо строже, но и выбор предметов больше. Они предназначены в первую очередь для сотрудников. А также востребованы в качестве призов беспроигрышной лотереи и подходят для вручения в профессиональный праздник. Надпись или логотип должны присутствовать в обязательном порядке, поскольку основное назначение, обновление информации о компании, никто не отменял.

При этом виды и значения сувениров могут различаться. В этом качестве рассматриваются:

- футболки.

- майки.

- ветровки.

- дождевики.

- банданы.

3. Бизнес-сувениры

Их задача – поднять имидж, и предназначены такие вещи для постоянных клиентов или партнеров. При этом функциональность не требуется, но качество обязательно должно быть высоким. В соответствии этими требованиями допускается вручение кубков, памятных медалей, текстиля, предметов для коллекционирования. Интересный вариант при долгосрочном сотрудничестве – ежегодное преподнесение нового экземпляра из одной серии.

4. VIP-подарки

Самая немногочисленная, дорогостоящая и сложная для подбора категория. Каждый презент должен отличаться оригинальностью, либо партия выпускается небольшим тиражом. Вручается при начале либо окончании сотрудничества, завершении совместного проекта, в качестве знака внимания на профессиональный праздник. Категория – равноправные партнеры и начальники. Описание сувенира такого класса уместится в 2 слова: стильно и дорого. Готовить их нужно заранее, поскольку придется потратить время и силы на подбор достойных вариантов.

Это может быть:

- шкатулка ручной работы, часы оригинального дизайна.
- набор сомелье
- портмоне-клатч.

Выбор очень большой. Важно, чтобы предмет обязательно напоминал о совместной работе. Что именно нанести, гравировку, печатный логотип или тиснение, решается с учетом выбранного презента.

В средние века сувениры стали популярными среди паломников, которые привозили себе памятные предметы с посещенных святых мест. В XIX веке сувениры стали популярными среди туристов, путешествующих по всему миру.

Сувениры часто продаются в туристических магазинах, на рынках и ярмарках. Они помогают сохранить память о посещенных местах и делают поездку более яркой и запоминающейся. Сувениры могут быть изготовлены из различных материалов: дерева, металла, керамики, стекла, текстиля и других. Они могут иметь

национальные или тематические элементы, культуру и традиции страны.[2] Таким образом, сувениры являются важной частью культуры и туризма, помогая сохранить и передать наследие и историю различных мест.

Классификация сувенирной продукции

К этой категории относится практически любая вещь, имеющая привлекательный вид, и, желательно, практическое значение. Основное требование – они должны быть полезны, востребованы. Если человек единожды взял предмет в руки и переставил на дальнюю полку, то задача, постоянное напоминание о фирме, останется невыполненной и затраты не окупятся.

В принципе, список того, что относится к сувенирам, достаточно широкий.

Самые популярные позиции:

- канцелярские товары, аксессуары.
- посуда, сладкие наборы.
- макеты продукции компании с логотипом, полиграфия.

1.2 Способы изготовления сувенирной продукции

Сувенирная продукция находит применение в различных сферах и областях. В эту категорию включаются предметы, обладающие не только функциональным значением. Сделать из обычного предмета эффективный инструмент рекламы или оригинальное изделие позволяет персонализация сувенирной продукции – нанесение на поверхность изображений, логотипов, фотографий или фирменных знаков компании.[3] Получить красивую и качественную сувенирную продукцию позволяют современные техники печати на ткани и пластике, керамической, металлической и других поверхностях.

Способы изготовления сувенирной продукции:

1. Шолкография

Суть данной технологии заключается в продавливании краски через мелкоячеистую сетку по определенному трафарету. За один прокат можно нанести одну краску. Используется для нанесения изображения на плоские, реже цилиндрические поверхности, при тиражах, превышающих 50 экземпляров. При этом размер изображения ограничен размером сетки. Предметы: таблички, указатели, пиктограммы, бейджи, дипломы, плоские сувениры.

Плюсы: идентичность изделий в одном тираже, низкая себестоимость при больших тиражах.

Минусы: длительный подготовительный процесс до печати, подходят только гладкие поверхности, при малых тиражах себестоимость слишком высока.

К методу шелкографии относится также и шелкография по ткани. Технология та же, однако изображения переносятся специальным каруселевидным станком. Сушка текстиля производится в специальной сушилке. Приложение А, рисунок 1

2. Тампопечать

Используется для печати по плоским и криволинейным поверхностям при тиражах от 50 экземпляров. Технология основана на перенесении краски с помощью клише через эластичный силиконовый тампон, повторяющий кривизну поверхности. Размер изображения ограничен величиной тампона и клише.

Предметы: бейджи, ручки, брелоки, посуда, инструменты, таблички, сувениры.

Плюсы: те же, что и при шелкографии, а также возможность печати по криволинейным поверхностям.

Минусы: те же, что при использовании шелкографии. Приложение А, рисунок 2

3. Металлофото

Технология основана на нанесении анодно-окисного металлографического покрытия на алюминиевые сплавы специальных марок. Оптическое разрешение печати 10000 dpi, что позволяет размещать микротекст (как способ защиты). Максимальный размер наносимого изображения зависит от возможностей фотовывода.

Предметы: таблички и т. п. изделия, приборные панели, значки.

Плюсы: довольно низкая стоимость при больших тиражах, очень высокая стойкость к агрессивным средам, полная идентичность всех изделий в тираже, высокое разрешение печати.

Минусы: ограниченный набор цветов для технологии (черный, синий, красный, зеленый). Приложение А, рисунок 3

4. Химическое травление

Используется для нанесения изображения на медные сплавы (латунь, медь и т. д.), а также дюралюминий и нержавеющей сталь. Травление производится парами кислоты по нанесенному на пластину трафарету. После травления изображение заполняется эмалью или специальными компаундами. Используется для изготовления единичных либо малотиражных предметов, так как идентичность изделий при большом тираже трудно достижима. Размер нанесения ограничен размером металлической пластины.

Плюсы: презентабельный вид готового предмета, изделия пригодны для наружного применения, возможность реставрации вместо полной замены.

Минусы: очень трудоемкий процесс изготовления, включающий большое количество операций, высокая стоимость изделия, небольшие тиражи, длительное время изготовления, требуется постоянный уход за изделиями (при наружном применении). Приложение А, рисунок 4

5. Механическая гравировка и фрезеровка

Для использования данной технологии необходимо наличие механического устройства. Фреза или бор, повторяя определенный контур, оставляют в металле борозду. Размер обрабатываемого изделия, как правило, ограничен размером рабочего поля станка. Возможна обработка практически любых видов материалов.

Предметы: спектр изделий очень велик даже для рекламной деятельности - от табличек и шильдов, объемных букв и дипломов до трехмерных форм, используемых при вакуумной формовке.

Плюсы: высокая технологичность обработки материалов, изготовление как единичных, так и многотиражных изделий, огромный спектр обрабатываемых материалов, нанесенное изображение не подвержено истиранию.

Минусы: изображение должно быть подготовлено специальным образом; в некоторых случаях необходимо применение программирования, что сильно влияет на стоимость изготовления единичных изделий; невысокая скорость нанесения при использовании сложных изображений, высокая стоимость оборудования. Приложение А, рисунок 5

6. Лазерная гравировка

Различают два типа лазерных установок: газовые СО₂-лазеры и твердотельные. В рекламно-сувенирной продукции в основном используются СО₂-лазеры, которые позволяют наносить изображение практически на любой материал: дерево, пластики, кожа, стекло органическое и оптическое, крашеные и никелированные металлы. При наличии устройства для гравировки цилиндрических поверхностей возможно нанесение изображения по всей окружности: например, на бокалы, кружки и ручки.

Плюсы: высокая технологичность обработки материалов, изготовление как единичных, так и многотиражных изделий, огромный спектр обрабатываемых материалов.

Минусы: те же, что и в случае с механической гравировкой.

7. Вышивка

Машинная вышивка изображения специальными вышивальными станками. Нанесение возможно сразу в несколько цветов, в зависимости от вышивального оборудования. Возможна вышивка металлизированными красками, золотом или серебром. Производится вышивка на текстиле - футболки, майки, кепки, спецодежда.

Смета по вышиванию выставляется по конкретному оригинал-макету, т.к. определяется конкретное количество стежков и площадь вышивания. Количество цветов нитей используемых при вышивании логотипа не ограничено, однако по качеству и точности передачи рисунка данная технология имеет вполне определённые пределы. Приложение А, рисунок 7

8. Термотрансфер

В основе технологии лежит термоперенос изображения на подходящую поверхность через промежуточный носитель. Носителем служит обычная бумага, на которой печатается изображение с помощью обычного лазерного принтера. В зависимости от оборудования и поверхности используют несколько разных видов бумаг - ТТС для ткани и тканевой поверхности, СРМ для керамики (кружки) или же какие либо гладкие и ровные поверхности. При наличии термопресса для переноса на кружки возможно полноцветное нанесение на кружки. Положительным моментом является возможность изготовления единичных экземпляров, а весь процесс укладывается в 5-10 минут. Большим плюсом является нанесение сразу полноцветного изображения без дополнительной разбивки на цвета. Приложение А, рисунок 8

9. Деколь

Суть нанесения изображения примерно такая же как и у термотрансфера. Перенос изображения на подходящую поверхность производится через промежуточный носитель, коим является специальная бумага, на которую с помощью шелкографии наносится изображение, затем бумага покрывается лаком, потом отмачивается в воде и переносится на керамическую или стеклянную поверхность и изделие кладется в печь, которая в течении нескольких часов разогревается до необходимой температуры.. Средняя температура от 600 до 800 градусов. Во время обжига краска впекается в поверхностный слой, образуя твёрдую однородную массу с неограниченным сроком использования

С помощью подобной технологии изображения наносятся на любые не пластиковые кружки, тарелки, любые столовые стеклянные, керамические или фарфоровые изделия, бутылки и любая другая стеклянная посуда, емкости и т.д.

Плюсы нанесения - нестираемое изображение, возможность нанесения глянцевого золота и серебра, независимость от кривизны объекта.

Минусы - высокая стоимость при малых тиражах, наличие дорогостоящего оборудования, длительный способ переноса изображения. Приложение А, рисунок 9

10. Тиснение

Применяется при нанесении вдавленного (тиснёного) рельефного рисунка на поверхность кожи или кожзаменителя, а также на деревянную поверхность.

Во время обработки, поверхность кожаной обложки сувенирного изделия кратковременно, но сильно нагревается для стойкого изменения формы её рельефа. Обработка происходит в термопрессе, в котором закрепляется полимерное или металлическое клише, входящее в тесное соприкосновение в поверхность обрабатываемого изделия при воздействии высокой температуры. Если при тиснении используется фольга, она оплавляется и оставляет на поверхности металлический. Приложение А, рисунок 10

11. Наклейки

Наклейки (или "стикеры") представляют собой покрытую прозрачной плёнкой подложку с нанесённой на неё фирменной символикой. Обратная сторона подложки покрыта липким слоем и защищена от высыхания. Для подложки используют бумагу, картон или пластик.

Так как наклейки могут быть нанесены практически на любую поверхность (на которую, например, не ложатся краски), и размещены там, где позволяет фантазия рекламодателя, область их применения очень широка, - от вагонов Метрополитена до оформления рабочих мест служащих. Если логотип на наклейке сверху залит смолой, - она может использоваться в виде

эффектного фирменного знака для крепления к офисной аппаратуре, компьютерным корпусам. Приложение А, рисунок 11

12. Термотрансферный перенос (Термоперенос)

Технология, предполагающая отпечатку изображения в зеркальном виде на специальной переносной бумаге или пленке для последующего перевода картинке с помощью прижимного пресса на основу.

Термоперенос как способ изготовления сувенирных изделий используется в основном для текстильной продукции. Применяется следующими преимуществами:

- Высокое качество и насыщенные оттенки переносимых картинок. Изображение получается реалистичным, обеспечивает точную передачу цветов, устойчивость к внешним воздействиям. Нанесенные на футболку материалы способны выдержать машинную стирку (до 80°C включительно).
- Универсальность. Термотрансфер позволяет переносить графику на материалы без использования дополнительного полимерного закрепляющего слоя.
- Скорость исполнения, малая стоимость. Технология позволяет недорого получить многотысячный тираж. Приложение А, рисунок 12

13. Сублимация

Суть метода основывается на использовании особого красителя, который нагревается и становится газообразным, что позволяет ему легче проникнуть в поверхностный слой окрашиваемого предмета. Технология позволяет таким способом печатать логотипы и картинки на широком спектре материалов, выдерживающих температуру до 180 градусов. Получение изображений на заготовках для сублимации осуществляется

прямой печатью либо с помощью промежуточного носителя. Прямая печать подразумевает перенос рисунка непосредственно на изделие, во втором случае дополнительно задействуется сублимационная бумага: картинка печатается, накладывается на предмет, после чего посредством термопресса переносится на поверхность. Технология получила широкое распространение за счет возможности переносить изображения на предметы из различных материалов. Заготовки для сублимации изготавливаются из синтетических тканей, бумаги, керамики. Изображения получаются качественными, стойкими, нестирающимися от внешних воздействий и многочисленных стирок. Доступная стоимость сублимационной и термотрансферной печати сделала эти технологии популярными при необходимости изготовить небольшие партии брендированных товаров.[4] Компания «RDM Technology» предлагает купить в Кирове заготовки для изготовления сувениров с использованием всех типов печати. Мы предлагаем большой выбор кружек, футболок для сублимации, а также специальных чернил и бумаги, используемых при создании рекламной продукции. Приложение А, рисунок 14

1.3 Тенденции современного рынка рекламно-сувенирной продукции

Сувенирные изделия и изделия художественных народных промыслов является важным элементом имиджа страны или компании и прекрасным способом напомнить о себе. Сувениры содержат в себе колорит места, в котором они были приобретены и изготовлены, и положительные эмоции, связанные с определенными событиями, свидетелями которых был тот или иной человек.

Рынок сувенирной продукции в еще очень молодой, а потому находится на стадии становления. Инфраструктура продажи сувенирной продукции сформирована, однако, представленный ассортимент не расширяется и

недостаточно удовлетворяет растущие потребности.[5] Поэтому появилась необходимость возрождения ремесел и промыслов сувениров.

Каждый сувенир должен выполнять познавательную, рекламную, ассоциативную, психологическую и другие функции, поэтому требования к сувенирной продукции особые, ведь признаки и функции сувенира должны воспроизводиться в своей индивидуальной манере, доступно, понятно и ненавязчиво. Для этого необходимо сформулировать номенклатуру признаков и установить связи сувенирной продукции с украинской средой, неповторимой и самобытной.

В современных условиях государство недостаточно заботится о национальное сознание и самобытность, поэтому сфера сувенирной продукции и изделий декоративно-прикладного искусства не до конца исследована и изучена. Значительного усовершенствования требует система классификации сувенирной продукции. Следует также отметить отсутствие специальных исследований в этой сфере. Отрасль развивается стихийно, поэтому данная проблематика актуальна, а ее изучение имеет практическое значение.

По разным оценкам, сувенирной продукции характеризуется достаточно высоким уровнем конкуренции, однако, некоторые эксперты считают, что этим можно пренебречь, поскольку в результате каждая компания идет своим путем, имеет различное оборудование и тому подобное.

Компания «Доходные материалы» предлагает ознакомиться с ассортиментом продукции, которую можно заказать для продвижения и рекламы собственного товара или услуги, а также провести необходимые сопутствующие работы. Условно, можно выделить следующие типы сувенирных фирм: Фирмы, которые занимаются поставками рекламно-сувенирной продукции от зарубежных производителей, по каталогам. Компании, которые предлагают свои услуги в комплексе: разработку

логотипа, дизайна, фирменного стиля и изготовление собственно сувенирной продукции, часто через посредников.

В общем, наблюдается такая ситуация: 30% компаний имеют собственную производственную базу для изготовления сувениров, по поставкам, то 65,71% таких происходит с внутреннего рынка, 32,86% – из Европы, 21,43% – из Азии. На рынке сувениров заметны несколько тенденций. С одной стороны – он активно разрастается благодаря появлению новых сувенирных лавочек и салонов, с другой – подавляющее большинство продукции в них, как правило, китайского производства.

Выводы по главе 1

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что сувениры были и остаются неотъемлемой частью мирового туризма, а также культурного наследия стран и народов. Они имеют историческое и культурное значение, подчеркивают национальные особенности и традиции, а также являются важным источником дохода для местного населения и экономики в целом. Сувенирная продукция также вносит свой вклад в развитие путешественников, потому что каждый сувенир представляет собой уникальный образ страны и может стать причиной повторного визита туриста в будущем.

Глава 2. Разработка дизайна тематической сувенирной продукции музея-заповедника «Ильменский»

2.1 Специфика национального и природного музея-заповедника

Исследования Ильменского заповедника начались более двух столетий тому назад, когда велик Русский и Европейский ученый обнаружили уникальные Ильменские горы. Первые экспедиции немецких минералогов и коллекционеров проходили на этих землях в разные периоды. Основание Ильменского государственного заповедника относится к 1912 году, когда благодаря усилиям академика В. И. Вернадского был введен запрет на промысел в горах. Формально заповедник был учрежден 14 мая 1920 года по указу СНК РСФСР, подписанному В. И. Лениным.[10] На сегодняшний день Ильменский заповедник представляет собой научно-исследовательское учреждение в составе уральского отделения российской академии наук. [6] Основной целью его работы является сохранение природного комплекса и проведение научных исследований в области геологии, минералогии, экологии и биологии. Первые коллекции минералов и горных пород начали формироваться в 1925 году под руководством директора Д. И. Руденко. [14] С 1931 года экспонаты экспонировались в Миасском краеведческом музее, а с 1935 года заповедник стал комплексным объектом для изучения флоры, фауны и минералов. В музее, построенном в 1936 году, было представлено более 4.5 тысяч экспонатов.

Рельеф западной части низкогорный. Средние высоты хребтов (Ильменского и Ишкульского) 400—450 м над уровнем моря, максимальная отметка 747 м. Восточные предгорья образованы невысокими возвышенностями. Более 85 % площади занято лесами, около 6 % — лугами и степями. Вершины гор покрыты лиственнично-сосновыми лесами. На юге преобладают сосновые леса, на севере — сосново-берёзовые и берёзовые.

На западных склонах Ильменских гор расположен массив старого соснового леса. Встречаются участки лиственничников, каменистых, злаково-разнотравных и кустарниковых степей, моховые болота с клюквой и багульником. Во флоре отмечено более 1200 видов растений, много эндемичных, реликтовых и редких видов. Обитают горностай, лесной хорёк, колонок, волк, рысь, белка-летяга, зайцы — беляк и русак, заходит бурый медведь. Лось и косуля немногочисленны. Акклиматизированы пятнистый олень и бобр. Из птиц обычны тетеревиные — глухарь, тетерев-косач, рябчик, серая куропатка. В заповеднике гнездятся лебедь-кликун и серый журавль, отмечены редкие птицы — орлан-белохвост, могильник, сапсан, скопа, балобан, стрепет.

С 1930 г. существует минералогический музей, основанный А. Е. Ферсманом, в котором представлено более 200 различных минералов, обнаруженных в Ильменском хребте, в том числе топазы, корунды, амазониты и др.

В 1991 году организован филиал — историко-ландшафтный археологический памятник «Аркаим» площадью 3,8 тыс.га. Расположен в степных предгорьях восточного Урала, в Караганской долине. Здесь сохраняются более 50 археологических памятников: мезолитические и неолитические стоянки, могильники, поселения бронзового века, другие исторические объекты. Особое значение имеет укрепленное поселение Аркаим XVII—XVI вв. до н. э.

- Площадь заповедника — 303,8 км²
- Длина Ильменского хребта с севера на юг — 41 км.
- Гидрологическая сеть Заповедника составляет 9 % от территории.
- В заповеднике 30 озёр.

- Самое глубокое озеро — Большой Кисегач, глубиной 34 метра.

- Самая длинная речка — Большая Черемшанка — 9,8 километра.

Ильменогорский комплекс расположен в южной части Сысертско-Ильменогорского антиклинория Восточно-Уральского поднятия, имеет складчато-блоковое строение и сложен различными по составу магматическими и метаморфическими породами. Наибольший интерес представляют здесь многочисленные уникальные пегматитовые жилы, в которых встречаются топаз, аквамарин, фенакит, циркон, сапфир, турмалин, амазонит, различные редкометалльные минералы. Здесь впервые в мире были открыты 16 минералов — ильменит, ильменорутит, калийсаданагаит (калийферрисаданагаит), канкринит, макарочкинит, монацит-(Ce), поляковит-(Ce), самарскит-(Y), свяжинит, ушковит, фергусонит-бета-(Ce), фторомагнезиоарфведсонит, фторорихтерит, хиолит, чевкинит-(Ce), эшинит-(Ce).

Важным этапом стало открытие нового здания музея в 1944 году, после сбора более 600 экспонатов в период с 1941 по 1943 год.[7] Успешная работа музея продолжает укреплять его репутацию научного и культурного центра.

Консультации по оформлению геологического отдела осуществлял профессор В.И. Крыжановский. С.Л. Ушков изготовил и смонтировал около 90 чучел птиц и зверей, в том числе биогруппу «Нападение волков на косулю». В отделах музея было представлено около тысячи экспонатов.

Культурно-просветительская деятельность музея велась по двум направлениям:

- знакомство с минеральным и фаунистическим разнообразием региона, представленным в экспозиционных залах.
- экскурсиями по копам, дабы воочию увидеть минеральное разнообразие Ильменского комплекса и получить наглядное представление о процессах минералообразования в природе.

В конце 50-х–60-е годы среди задач музея большое значение приобрела пропаганда естественно-научных знаний.[16] В 70-е годы Ильменский заповедник входил в состав Уральского научного центра АН СССР как комплексное природоохранное научно-исследовательское учреждение. Культурно-просветительская работа в заповеднике осуществлялась через музей.

В музее было два основных отдела:

- геологический, в котором были представлены коллекция горных пород с кратким описанием и химическим составом (1.5 тыс. экспонатов), коллекция драгоценных и поделочных камней Ильменских гор. В отделе находились геологическая карта заповедника, стенды с материалами по истории исследования Ильмен, истории заповедника, макет территории заповедника.
- зоологический, имени С. Л. Ушкова, где была представлена фауна заповедника (около 300 экспонатов) и флора лесов, полей, болот и водоемов; гербарии лекарственных растений.

Основной объем поступлений в 1986–1991 годах составляют полевые сборы на объектах, расположенных практически по всей территории бывшего

СССР. Современный период в истории музея ИГЗ начинается с открытия 14 мая 1990 года нового здания музея, которое было построено по специальному проекту, общей площадью 4500 кв. м. Современное здание музея, принимающее посетителей с 1990 г.[15] Идейным центром естественно-научного музея ИГЗ является Ильменский зал (площадью 600 кв. м).

Геолого-минералогическая экспозиция (1500 образцов) включает следующие разделы:

- систематика.
- петрография.
- минералогия различных типов пегматитов.

Зал «Минералогия месторождений» представляет тематические коллекции месторождений Урала и других регионов. В отдельном зале расположена систематическая коллекция минералов.[8] В Биологическом зале им. С.Л. Ушкова представлен животный и растительный мир Ильменского заповедника и Южного Урала. В центральной части зала диорама «Времена года» длиной 33 м, осматривая которую, посетители как бы пересекают Ильменский хребет с запада на восток, попадая в различные сезоны года.

В малых диорамах и витринах показано разнообразие флоры и фауны природных зон Челябинской области. В центре зала расположены витрины с гнездами птиц, разными видами летучих мышей, черепами хищных млекопитающих. Минералогические фонды музея насчитывают около 20 000 единиц хранения, 40 процентов из них характеризуют минеральное разнообразие Ильменских гор. Биологические фонды музея составляют 5150 единиц хранения. Художественное оформление музея выполнено специалистами Санкт-Петербургского комбината живописно-оформительского искусства.[9] В настоящее время естественнонаучный

музей Ильменского заповедника входит в пятерку крупнейших геолого-минералогических музеев России.

С точки зрения теории туризма, сувениры являются одним из специфических туристических товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туристов. Туристические товары, необходимые для удовлетворения потребностей туристов. Туристский товар, необходимый для удовлетворения потребностей туриста, который возникает во время путешествия туриста и вызван именно этим путешествием.

Покупка сувениров-важный элемент туристической поездки.[17] Трата денег входит в список удовольствий, которые желают и получают путешественники. В марте 2003 года в Ханты-Мансийске прошел чемпионат мира по биатлону. Чемпионат мира по биатлону По мнению экспертов туристического и экскурсионного бизнеса, спрос на некоторые виды сувениров очень важен для туристического и экскурсионного бизнеса. В странах мира, принимающих подобные мероприятия, большое внимание уделяется производству и реализации сувениров, которые большое внимание уделяется производству и реализации сувениров с символикой.[11] Это связано с тем, что она позволяет окупить затраты на организацию спортивных мероприятий.

Примером тому может служить опыт проведения зимних Олимпийских игр в Лиллихаммеле(Норвегия), пользовался большим коммерческим успехом, в том числе за счет активной торговли сувенирами с символикой.

По мимо экономического значения, сувенирная индустрия имеет и социальное значение для региона. Это связано с тем, что производство и продажа сувениров создает рабочие места для местного населения. Спрос на оригинальные сувениры, передающие национальные особенности, растет. Традиционные сувениры возрождаются, чтобы передать колорит страны. Оказывает положительное влияние на местную культуру,

поскольку возрождается народное искусство и ремесла.[12] Туристические центры активно способствуют привлечению новых туристов.

Вывод :сувениры являются одним из компонентов туристического продукта и удовлетворяют различные потребности туристов и приносят ощутимую пользу индустрии туризма.

2.2 Содержание, форматы и материалы сувениров

Рекламно-сувенирная продукция — это вид изделий, используемых в качестве подарков, призов, раздаточных материалов в рекламных кампаниях, а также в виде корпоративных и бизнес-сувениров.

Чаще всего на продукт или его упаковку наносится логотип или фирменный стиль заказчика.

Цели использования рекламных сувениров:

- узнаваемость бренда.
- выстраивание отношений между сотрудниками и проведение корпоративных мероприятий.
- увеличение покупательского потока на выставках.
- пиар.
- привлечение новых клиентов.
- дилерские и дистрибьюторские программы.
- презентации новых продуктов.
- награды и премии сотрудникам.
- некоммерческие программы.

- программы внутреннего стимулирования.

Большую часть рынка полиграфических услуг занимает сувенирная продукция (папки, ежедневники, подарочные блокноты), которая является важным дополнением к стилю и имиджу компании, сложная упаковка для дорогих товаров (коробки и упаковочные материалы для парфюмерии, косметики и ювелирных изделий) и праздничная атрибутика (открытки, дипломы, приглашения).[13] Конечно, качество конечного продукта напрямую зависит от выбора материалов. Интересные материалы способны придать блеск обычным предметам, сделать их оригинальными и сохранить память о дарителе на долгие годы.

Выбор материала для сувенирной продукции:

1.Материалы к сувенирным пакетам

Очень часто подарки помещают в привлекательные сувенирные пакеты. Помимо упаковочной функции, такие пакеты выполняют и рекламную роль. Нанесение символа или логотипа компании - это, пожалуй, один из самых эффективных и популярных рекламных приемов для компаний. Сумки практичны и служат изысканными повседневными аксессуарами, которые многие замечают и ценят.

Как правило, подарочные пакеты и сумки чаще всего изготавливаются из эфалина (ZANDERS, Германия) - прочного материала, имеющего множество преимуществ перед другими бумажными материалами. Эфалин изготавливается из длиноволокнистой целлюлозы и обладает высокой прочностью на разрыв. Он может использоваться для всех видов печати и идеально подходит для тиснения фольгой. Эфалин выпускается в основном плотностью 120 г/м², без тиснения и с тиснением: "Тонкий лен" (25 цветов), "Новый лен", "Куб" и "Баржа" (10 цветов).[18] Для особо важных изданий мы рекомендуем использовать "Тонкий лен", "Новый лен" и "Куб"

с тиснением на белом 280 г/м² и 350 г/м². Этот материал производится экологически безопасным способом. Приложение Б, рисунок 1

2. Материалы для ежедневников и папок

Достаточно большая доля сувенирной продукции — различные ежедневники и папки. Для подобных изделий подойдут покровные переплетные материалы торговой марки Balacron (BN International, Голландия). Бумажная основа этого материала производится из специальной коротковолокнистой целлюлозы для того, чтобы добиться однородности характеристик вдоль и поперек машинного направления. На бумажную основу наносится ПВХ-покрытие разных цветов и фактур. В последнее время большой популярностью пользуется «Африканская» серия, отличающаяся очень яркими, радостными цветами. Иногда для большей пухлости в переплет включают поролон, прикрепляя его к картону, а сверху наносят полимерное покрытие. К этой торговой марке относится более 700 видов материалов, различающихся как составом сырья, так и цветовыми решениями и видами поверхности.

Переплетные материалы серии «Танго» смотрятся удивительно нарядно, благодаря своей фактуре, в точности имитирующей атлас. Для переплетов дорогих книг, фотоальбомов, различных папок и подарочных упаковочных коробок можно использовать также тканевые переплетные материалы.

Основные способы обработки — блинтовое тиснение и тиснение фольгой, реже — шелкография. Ассортимент формируется на основе комбинации цветовых оттенков, видов тиснения и нанесенного печатного рисунка.

Тиснение выполняется специальным тиснильным валом. [19] Очень интересен Balacron Thermo, который при блинтовом тиснении меняет цвет, что позволяет добиться эффекта печати и тиснения одновременно.

Приложение Б, рисунок 2

3. Фольга для горячего тиснения

Одним из наиболее популярных у нас в стране способов отделки полиграфической продукции является горячее тиснение фольгой. Фольгой украшают и упомянутые нами пакеты и переплеты книг, записных книжек и ежедневников, и поздравительные открытки, и всевозможные дипломы. Для различных покровных материалов, будь то бумажные, бумажные с ПВХ-покрытием, ламинированные или тканые, а также для разных видов тиснения существуют соответствующие серии фольги. На отечественном полиграфическом рынке популярностью пользуется фольга производства германской компании Leonhard KURZ. Приложение Б, рисунок 3

4. Переплетный картон

Переплетный картон серии Eska Board изготавливают полностью из вторичного сырья. Он отличается исключительно высокими и стабильными характеристиками, прежде всего твердостью, прочностью, гладкостью и однородностью, обуславливающими легкость и скорость его обработки и в конечном счете высокое качество готового переплета.

Так, исключительная планарность листов картона Eska в сочетании со стабильной толщиной и размерами прекрасно подходит для производства детской игры Puzzle. Приложение Б, рисунок 4

Картон серии EskaPuzzle создан специально для игры Puzzle — мозаики. Производится серого и зеленого цвета толщиной от 0,9 до 4,0 мм. Форматы — от 500x500 до 1200x1600 мм. Картон толщиной до 1,5 мм — однослойные, большей толщины — склеенные из трех слоев клеем ПВА на водной основе. Супергладкость картона достигается за счет технологии его литья, при которой используется сверхтонкая нейлоновая сетка каландрирования.

Картон Eska легко режется, штампуются, сверлятся, бигуются и фальцуются. Хорошее восприятие клея облегчает переплетные работы и сокращает их время, а благодаря высокой гладкости снижается количество потребляемого клея. [20] Ровные края листов делают производство практически безотходным. Помимо переплетов для книг картон Eska Board часто используют для папок, альбомов, записных книжек. Картон имеет несколько сертификатов: сертификат качества, экологический, пищевой, его также разрешено применять в производстве детских игрушек

5. Богатство дизайнерских бумаг

Говоря о различных материалах для сувенирной продукции, конечно же, нельзя не упомянуть дизайнерские бумаги различных элитных линеек. Как правило, подобные линейки включают бумаги различной плотности и цвета для создания всего спектра фирменной полиграфической продукции в едином стиле.

Дизайнерская коллекция Lake Paper представлена классическими сериями приятных пастельных тонов и бумагами с различным видом тиснения («микровельвет», «дорожка»). Все они производятся из отборной ТCF-целлюлозы. Приложение Б, рисунок 5. Не так давно в моду вошла бумага Bloom в стиле поп из серии Lake Paper. Она изготавливается из двухслойного тонированного в массе картона интенсивных цветов, дающих радостное и летнее настроение. Уникальная находка — каждая сторона картона имеет свой цвет. Эта бумага как будто создана для оригинальных дизайнерских решений. Кроме того, она обладает более высокими показателями жесткости по сравнению с другими бумагами такой же плотности за счет склейки двух видов бумаги. Эта же бумага бывает с легким фетровым тиснением.

Недавно на нашем рынке появилась новая линия серии Lake Paper — Sugar. Это чистоцеллюлозные бумаги с легким серебристым напылением,

они имеют блестящие металлизированные вкрапления, удачно имитирующие кристаллики сахарного песка. [21] Представлены бумаги разных цветов: чисто-белого, натурально-белого, светло-серого, цвета слоновой кости, темно-бордового, темно-серого, темно-синего, черного. Бумаги этой серии производятся из отборной ТСФ эвкалиптовой целлюлозы, не имеют в своем составе хлористых и кислотных соединений, фактор нейтральный, поэтому они так долговечны. Печать красками светлых тонов позволяет добиться эффекта трехмерного изображения. Очень нарядно выглядят напечатанные на Sugar приглашения, поздравительные открытки и конверты. Приложение Б, рисунок 6

Большой популярностью сегодня пользуется бумага Comet — это коллекция тонированных в массу бумаг с двусторонним металлизированным покрытием светлых и темных оттенков (11 цветов). Представлены бумаги с гладкой фактурой — это строгая линейка для дизайнеров, предпочитающих классику. В новом сезоне в коллекции появились также бумаги с односторонним тиснением «вельвет» и «микровельвет». Плотность бумаги Comet от 120 до 300 г/м². Особенно часто ее используют для изготовления папок и обложек. Бумаги Comet подходят для офсетной и трафаретной печати; при офсетной печати предпочтительно использовать фольговые краски. Приложение Б, рисунок 4

Если к юбилею компания хочет выпустить сувенирные денежные купюры с фирменной символикой или с портретами почетных сотрудников фирмы, то для этой цели прекрасно подойдет дизайнерский картон, например Keaucolour производства компании Arjo Wiggins (плотность от 250 до 400 г/м², достаточно большой спектр классических цветов: белый, слоновая кость, светло-коричневый, темно-красный, бордовый, синий, темно-зеленый и др., как с тиснением, так и без). Приложение Б, рисунок 7

Другая коллекция, которую дизайнеры охотно используют для создания обложек, приглашений, пакетов, коробочек, — Marble Cover немецкой

компании Koehler, включающая бумагу и картон, имитирующие текстуру мрамора. Наиболее очевидное преимущество этой коллекции — удачное сочетание цены и качества.

итальянская бумага StarDream. Так, для торжества в честь команды «Спартак», состоявшееся в Кремлевском дворце, были изготовлены пригласительные билеты из бумаги StarDream золотого цвета. К сфальцованному прямоугольнику с текстом приглашения прилагалась символическая медаль, играющая блеском тиснения, легкая и одновременно похожая на настоящую, из золота. Приложение Б, рисунок 8

Организаторы церемонии награждения ТЭФИ-2002 для презентационной продукции (каталоги, приглашения, дипломы и т.п.) выбрали бумагу из различных дизайнерских коллекций: «Стардрим», «Веницелюкс», мелованную бумагу «Галери Арт». Золото и серебро бумаги «Стардрим» подчеркивало соответствующий статус дипломов, а матовая бумага «Галери Арт», на которой был напечатан каталог церемонии, помогла подчеркнуть элитарность мероприятия. Приложение Б, рисунок 9

Новогодняя сувенирная продукция прежде всего должна настраивать на праздничный лад, и к дизайнерским бумагам предъявляются соответствующие требования: яркие искрящиеся цвета, вкрапления из блесток, металлизированный оттенок, напыление.[22] Как правило, предпочтение отдается золоту и серебру, а для изготовления новогодних поздравительных открыток выбирают белую, жемчужную, перламутровую бумагу. Из нестандартных видов новогодней сувенирной продукции можно назвать елочные украшения из дизайнерской бумаги в форме различных фигурок с символикой компании; открытки, созданные из дизайнерской бумаги вручную без использования ножниц; головные уборы для новогодней вечеринки, маски.

Если говорить об имидже компании и о бумаге для сувенирной продукции как средстве воплощения этого имиджа, то логично предположить, что,

скажем, для создания стиля High Tech, скорее всего, будет использована металлизированная бумага серебряного цвета. Для создания стиля Natural отлично подойдет картон Keaykolour Natural от компании Arjo Wiggins. Это цветной картон, тонированный в массе, имитирующий поверхность разных минералов: мела, известняка, кварца, сланца, камня. Если бумага ручного изготовления не всем по карману, то Keaykolour Natural вполне доступна и поможет подчеркнуть экологичность выбранного стиля.

По-прежнему пользуется популярностью калька. Она применяется для вкладышей в открытки, для конвертов, разделителей в каталогах.

ZANDERS Spectral — чистоцеллюлозная тонированная калька плотностью 100 и 200 г/м². Поставщики предлагают огромный спектр оттенков кальки. Как и все кальки, эта линия капризна в печати и обработке и требует определенного опыта.

6. Картоны элитные и демократичные

Картон для сувенирки — это тема неисчерпаемая. Его можно использовать для изготовления больших календарей, календариков, праздничных открыток, коробочек для парфюмерии, коробок для упаковки шампанских вин, ликеров и др.

Если для упаковки достаточно мелованного с одной стороны картона, то для календарей нужен белый двусторонний картон. Это может быть хорошо известный финский картон Ensogloss или недавно появившийся на российском рынке шведский картон Chromocard производства концерна Stora Enso. Приложение Б, рисунок 10

Для печати календарей прекрасно подойдет также элитный картон серии Chromolux. В коллекции есть несколько новинок — это металлизированные односторонние картоны: глянцевый красный, красный, розовый, лиловый. Эти же картоны подойдут и для поздравительных открыток. На всех этих материалах возможна любая послепечатная

обработка: конгревное и блинтовое тиснение, тиснение фольгой, лакирование.

7. Этикетка и упаковка — наряд сувенира

Говоря о сувенирной продукции, нельзя не упомянуть о ликеро-водочной продукции, ведь редкий праздник обходится без подобного «сувенира». Большое количество этикеток для вина печатается на бумаге с различными видами тиснения: «лен», «верже», например на чистоцеллюлозных бумагах, таких как французская Chantelor с благородным тиснением «лен», финская Kaubillprint 300 с тиснением «лен» производства концерна Ahlstrom Paper Group или бумага UniSet концерна Stora Enso с тиснением «лен» и «верже». Приложение Б, рисунок 11

Неотбеленные бумаги, бумаги с содержанием древесной массы, такие как TerraSet или MatisSet производства концерна Stora Enso, имеют приятный бежевый оттенок, и вино в бутылке с этикеткой из такой бумаги смотрится очень стильно, напоминая о старинных замках и винных подвалах.

Гладкая высокоглянцевая супербелая бумага Masterlux и аналогичная ей Masterchrom производства концерна Ahlstrom Paper Group в основном используются для производства этикеток для ликеров и водок в предновогодний период, а в жаркое время года — для пива. Блеск и высокая белизна бумаги напоминают о морозе и прохладе.

Другой пример — упаковка для элитного шоколада. Шоколад заворачивают в плотную этикеточную бумагу, предохраняющую продукт от впитывания посторонних запахов и обеспечивающую дополнительную защиту.

В этикеточную бумагу можно заворачивать не только продукты питания, но и, например, ювелирные изделия. Прежде чем перстень упаковывается в красивую бархатную коробочку, он заворачивается в белоснежную

глянцевую бумагу Extrachrome производства концерна Ahlstrom Paper Group. Сверкание перстня предваряется блеском бумаги

Иногда для заворачивания небольших предметов используется этикеточная бумага, внешняя, мелованная сторона которой остается нетронутой, а на оборотной печатается информация о продукте. Для таких случаев подходит невлагостойкая бумага Jamsa Coat производства концерна UPM-Kymmene.

Для нужд парфюмерной промышленности подойдут финские картоны Tamwhite или Tambrite с бежевым оборотом или же, если нужен белый оборот, шведский картон Chromocard производства концерна Stora Enso. Кроме того, технические параметры картонов Chromocard, средний слой которых изготовлен по специальной технологии, позволяют делать из них маленькие коробочки, например для губной помады, так как эти картоны хорошо держат форму. Приложение Б, рисунок 12

Картоны Tamwhite и Tambrite часто используются также для изготовления упаковки для шоколада и коробок для шоколадных конфет. Картон Chromocard выпускается также с кремовым оборотом. Нужно сказать, что картоны производства концерна Stora Enso хорошо держат запах, то есть их запах не проникает в продукт на протяжении 100 недель, что позволяет применять их для упаковки пищевых продуктов.

Кроме того, картон Chromocard поставляется с тиснением «лен». Он может быть интересен не только тем, кто изготавливает упаковку, но и издателям печатной продукции, которые могут применять его для печати обложек для книг.

2.3 Разработка дизайна сувенирной продукции музея-заповедника

Разработка дизайн-проекта сувенирной продукции, был разработан логотип, а также выбрана цветовая гамма и подобран шрифт.

С помощью программы двухмерной графики – Adobe Photoshop, CorelDRAW, Adobe Illustrator. Приложение В

Вывод по 2 главе

Таким образом можно сделать вывод, что разработка тематической сувенирной продукции является важным этапом в продвижении музея-заповедника на туристическом рынке. В случае с национальным и природным парком «Ильменский» разработка продукции основывается на актуальности, экологичности и практичности.

Тематические сувениры должны отразить уникальность и красоту природы и культуры местности, а также богатую историю. Такая продукция будет интересна как для туристов, так и для местных жителей, так как она напоминает им об уникальных и прекрасных местах в регионе. В контексте разработки тематической сувенирной продукции, потребности и предпочтения туристов, чтобы продукция была продуктивна и продавалась успешно в туристических зонах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения данной квалификационной работы была проведена разработка тематической сувенирной продукции для музея-заповедника. Была проанализирована история происхождения сувениров, и их значимая роль в культуре и наследии местных народов и регионов. Была проанализирована роль сувенирной продукции в туристической индустрии, в развитии экономики региона и в привлечении новых путешественников.

В результате проделанной работы можно сделать выводы о том, что сувениры существуют очень давно, и в разных странах подарки и виды их подношения разнообразны. А традиция обмениваться ими уходит корнями в далекое прошлое. В ходе анализа, был сделан вывод, о том, что в современном обществе разные сувениры уместны для разных ситуаций

Кроме того, была проведена аналитическая работа по исследованию предпочтений и потребностей туристов, что помогло определить наиболее желательные элементы и тематики для будущих сувениров.

Также данная работа может быть полезной для других музеев и культурных учреждений, которые также стремятся к развитию своей сувенирной продукции и увеличению своей привлекательности для посетителей. Кроме того, результаты исследования могут быть использованы для дальнейших исследований в области сувенирной продукции и туристической индустрии в целом. В целом, данная работа представляет собой важный шаг в развитии туристической индустрии региона и его культурного наследия.

Наиболее популярные и востребованные среди туристов темы, и элементы дизайна, а также подобраны материалы, соответствующие заданным критериям качества и экологической безопасности.

В результате выполненной работы была разработана тематических сувениров, соответствующих требованиям экологической безопасности, качества и дизайна. Таким образом, данная работа имеет высокую практическую значимость, так как созданная тематическая продукция может быть использована продукции музея-заповедника на туристическом рынке, привлечения большего количества туристов и увеличения доходов от туризма в регионе.

Список литературы

- 1) Арестова О.Н. Исследование культурных особенностей опосредствованного запоминания с помощью методики пиктограмм / Прикладная юридическая психология. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-kulturnyh-osobennostey-oposredstvovannogo-zapominaniya-s-pomoschyu-metodiki-piktogramm> (дата обращения: 07.11.2023).
- 2) Абдульманова Н.Д. Основные этапы развития графического дизайна / Форум молодых ученых. 2023. №2 (78). / Н.Д. Абдульманова, Д.Ф. Кошкин URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-etapy-razvitiya-graficheskogo-dizayna> (дата обращения: 07.11.2023).
- 3) Белова И.Л. Графический дизайнер как визуальный информатор и коммуникатор / И.Л. Белова, Е.Н. Гурьянчева, А.И.Кучкин. БГЖ. 2022. №4 (41). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/graficheskii-dizayner-kak-vizualnyy-informator-i-kommunikator> (дата обращения: 07.11.2023).
- 4) Бекишев М. А. Ориентирующая графика на транспортных объектах / Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2013. №1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/orientiruyuschaya-grafika-na-transportnyh-obektah> (дата обращения: 07.11.2023).
- 5) Белова И. Л, Быстрова Н. В, Воронина И. Р. Дизайн-проектирование в процессе развития художественно-проектной компетенции студентов вуза при обучении графическому дизайну / И.Л. Белова, Н.В. Быстрова, И.Р. Воронина. Проблемы современного педагогического образования. 2023. №78-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-proektirovanie-v-protssesse-razvitiya-hudozhestvenno-proektnoy-kompetentsii-studentov-vuza-pri-obuchenii-graficheskomu> (дата обращения: 07.11.2023).

- 6) Губко Г. В. Механизмы оценки безопасности заповедника / УБС. 2008. №21.
- 7) Ерошкин В. Ф. Пиктографика в пространстве городской среды / Евразийский Союз Ученых. 2015. №7-4 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/piktografika-v-prostranstve-gorodskoy-sredy> (дата обращения: 07.11.2023).
- 8) Захаров В. Д. Анализ видового разнообразия населения птиц Ильменского заповедника / Вестник ОГУ. 2008. №5-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vidovogo-raznoobraziya-naseleniya-ptits-ilmenskogo-zapovednika> (дата обращения: 07.11.2023).
- 9) Задорожная Н. В. Региональный репозиторий как инструмент создания современной образовательной среды / Н.В. Задорожна ,Е.С. Николаева. Инновационное развитие профессионального образования. 2022. №4 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-repozitoriy-kak-instrument-sozdaniya-sovremennoy-obrazovatelnoy-sredy> (дата обращения: 07.11.2023).
- 10) Ильменский заповедник (национальный парк) — Википедия (wikipedia.org) URL: <https://museum.chelscience.ru/>
- 11) Корпан Л. М. Признаки культурного феномена в дизайне графических пользовательских интерфейсов / Logos et Praxis. 2016. №1 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/priznaki-kulturnogo-fenomena-v-dizayne-graficheskikh-polzovatelskih-interfeysov> (дата обращения: 07.11.2023).
- 12) Кузнецова Е. Ю. Интерпретация исторических символов посредством графического дизайна в современной электронной коммуникации / Е.Ю. Кузнецова, Т.В. Белько. Известия Самарского научного центра РАН. 2015. №1-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-istoricheskikh-simvolov-posredstvom-graficheskogo-dizayna-v-sovremennoy-elektronnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 07.11.2023).

- 13) Киселева Н. В. Современное состояние фауны млекопитающих Ильменского заповедника // Вестник Башкирск. ун-та. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-fauny-mlekoritayuschih-ilmenskogo-zapovednika> (дата обращения: 07.11.2023).
- 14) Михеева Е.С. Навигация в городской среде как компонент системы сопутствующего обслуживания на примере города Хабаровска / Е.С. Михеева, Н.Н. Дорофеева. Инновации и инвестиции. 2021. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/navigatsiya-v-gorodskoy-srede-kak-komponent-sistemy-soputstvuyuschego-obsluzhivaniya-na-primere-goroda-habarovska> (дата обращения: 07.11.2023).
- 15) Михеенкова Е.С. Многообразие способов получения графических изображений / Е.С. Михеенкова, В.И. Смирнова. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. №4-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mnogoobrazie-sposobov-polucheniya-graficheskikh-izobrazheniy> (дата обращения: 07.11.2023).
- 16) Михайлов С. М. Дизайн города в историческом аспекте / С.М. Михайлов, А.С. Михайлова. Вестник ОГУ. 2011. №9 (128). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-goroda-v-istoricheskom-aspekte> (дата обращения: 07.11.2023).
- 17) Мосин В. С. Исследования в Ильменском государственном заповеднике на Южном Урале / История и современное мировоззрение. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovaniya-v-ilmenskom-gosudarstvennom-zapovednike-na-yuzhnom-urale> (дата обращения: 07.11.2023).
- 18) Новичкова О. Г. Дизайн навигационных систем как одно из направлений современного дизайна / О.Г. Новичкова, Н.И. Натус. Царскосельские чтения. 2014. №XVIII. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-navigatsionnyh-sistem-kak-odno-iz-napravleniy-sovremennogo-dizayna> (дата обращения: 07.11.2023).

- 19) Патрушева Е. Н. Опыт проведения учебной зональной практики в Ильменском государственном заповеднике // АТПС. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-provedeniya-uchebnoy-zonalnoy-praktiki-v-ilmenskom-gosudarstvennom-zapovednike> (дата обращения: 07.11.2023).
- 20) Поляков В. Е. Интересные встречи птиц в Ильменском заповеднике и городе Челябинске // Фауна Урала и Сибири . 2002. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interesnye-vstrechi-ptits-v-ilmenskom-zapovednike-i-gorode-chelyabinske> (дата обращения: 07.11.2023).
- 21) Рогов А. А. Информационные и коммуникативные технологии в полиграфии и дизайне // Наука. Искусство. Культура. 2017. №2 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-i-kommunikativnye-tehnologii-v-poligrafii-i-dizayne> (дата обращения: 07.11.2023).
- 22) Шевцова В.В., Нагорная М.С., Воробьева О.И. Разработка визуальной системы навигации остановочных комплексов города Челябинска / В.В. Шевцова, М.С. Нагорная, О.И. Воробьева. Управление в современных системах. 2020. №3 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-vizualnoy-sistemy-navigatsii-ostanovochnyh-kompleksov-goroda-chelyabinska> (дата обращения: 07.11.2023)

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Способы изготовления сувенирной продукции



Рисунок 1 – Шелкография



Рисунок 2 – Тампопечать



Рисунок 3 – Гравертон (Grawerton)



Рисунок 4 – Химическое травление

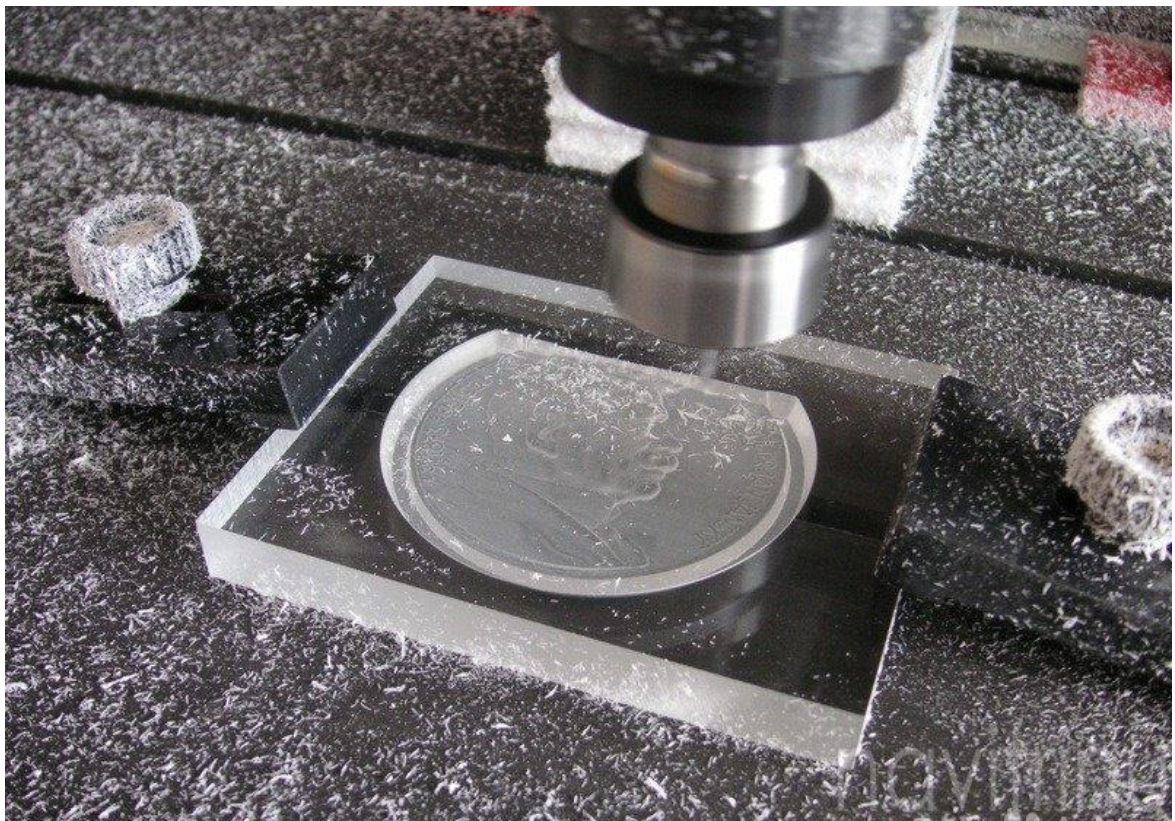


Рисунок 5 – Механическая гравировка и фрезеровка

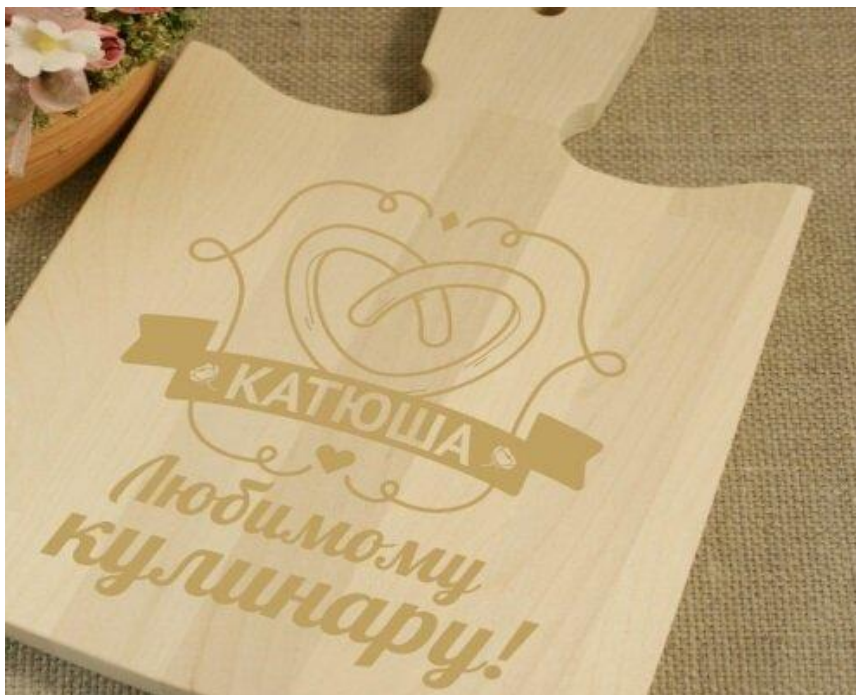
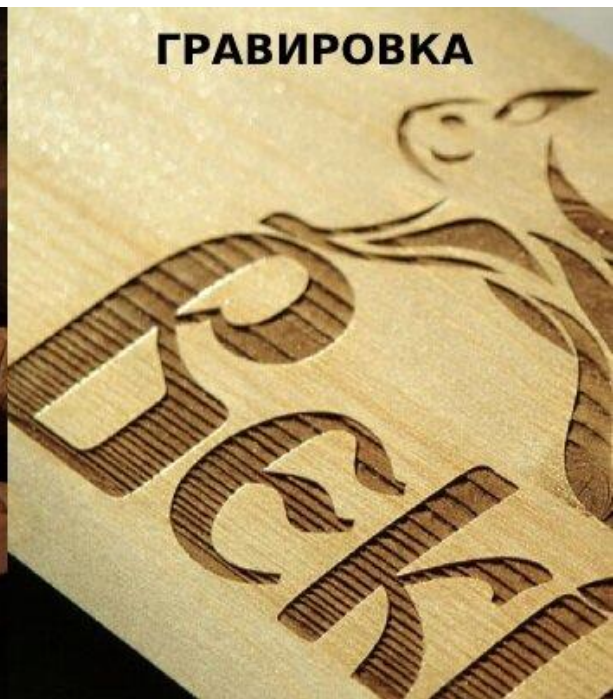
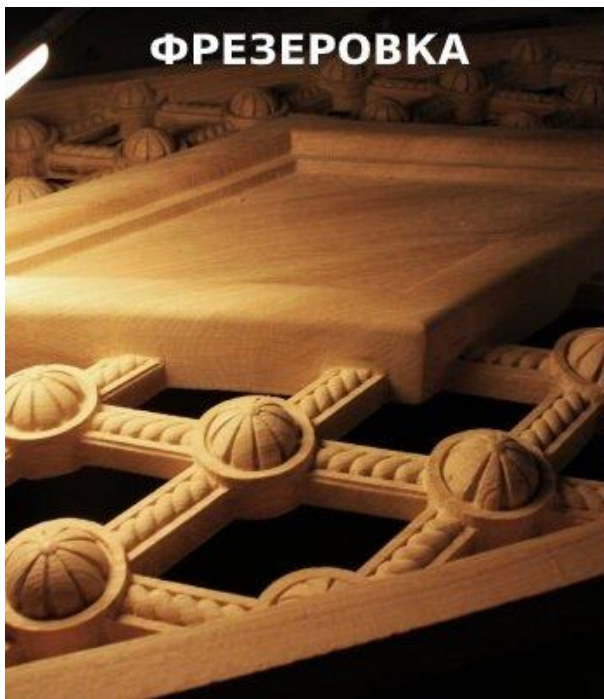


Рисунок 6 - Лазерная гравировка



Рисунок 7 – Вышивка



Рисунок 8 – Термотрансферная печать



Рисунок 9 – Деколь



Рисунок 10 – Тиснение



Рисунок 11 – Наклейки



Рисунок 12 – Термотрансферный перенос (Термоперенос)



Рисунок 13 – Сублимация

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Выбор материала для сувенирной продукции



Рисунок 1 - Как правило, подарочные пакеты и сумки чаще всего изготавливаются из эфалина (ZANDERS, Германия)

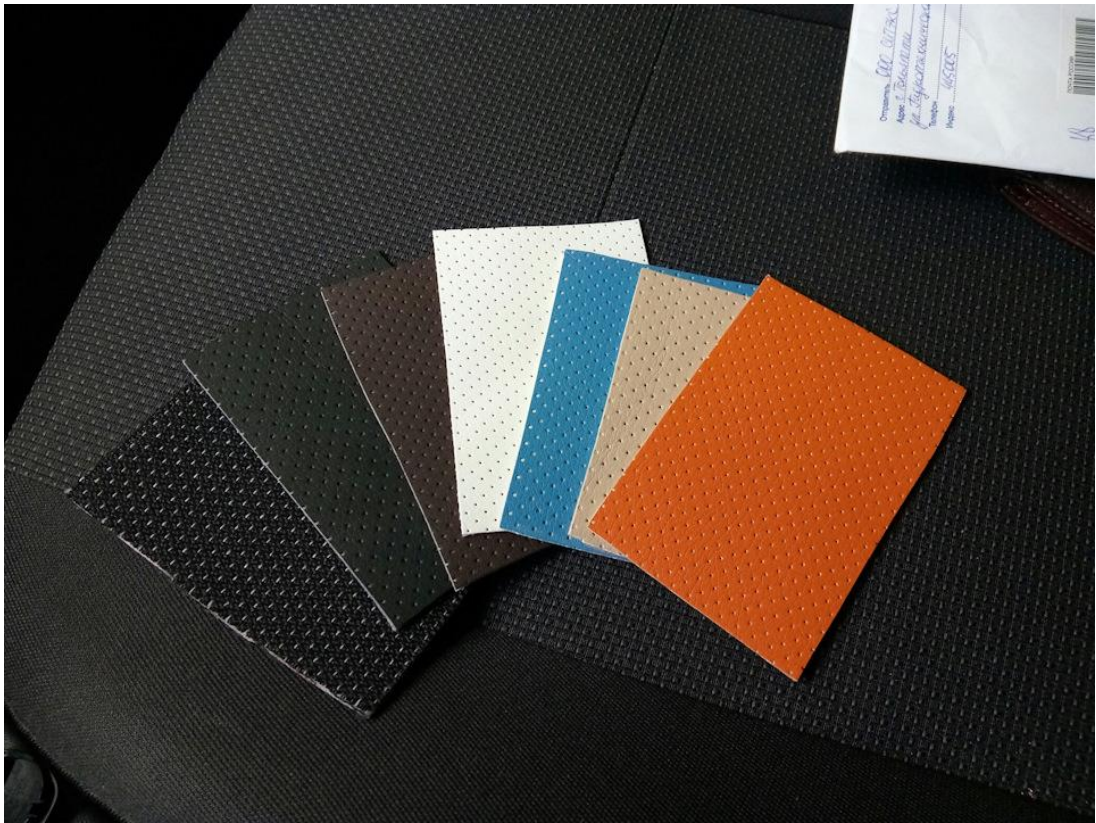


Рисунок 2 - Материалы для ежедневников и папок

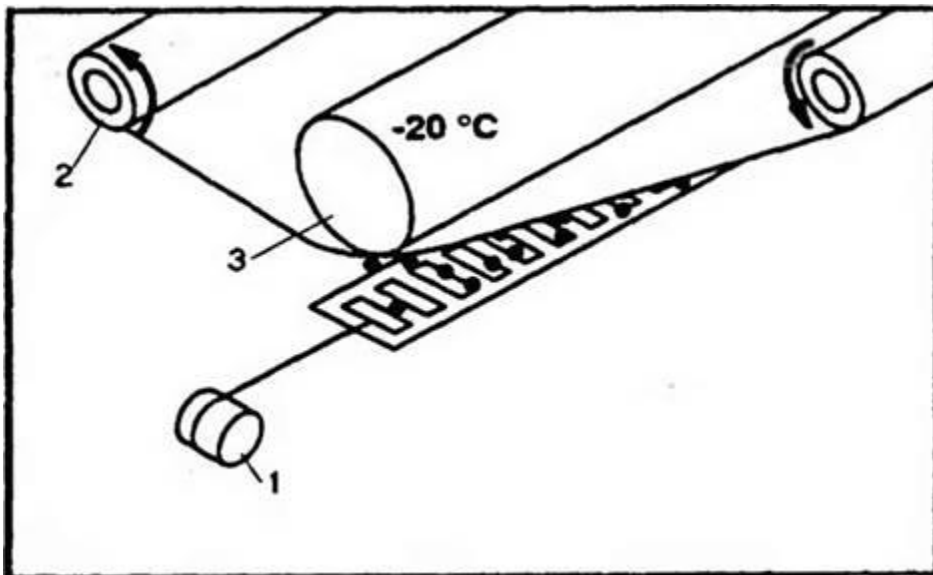
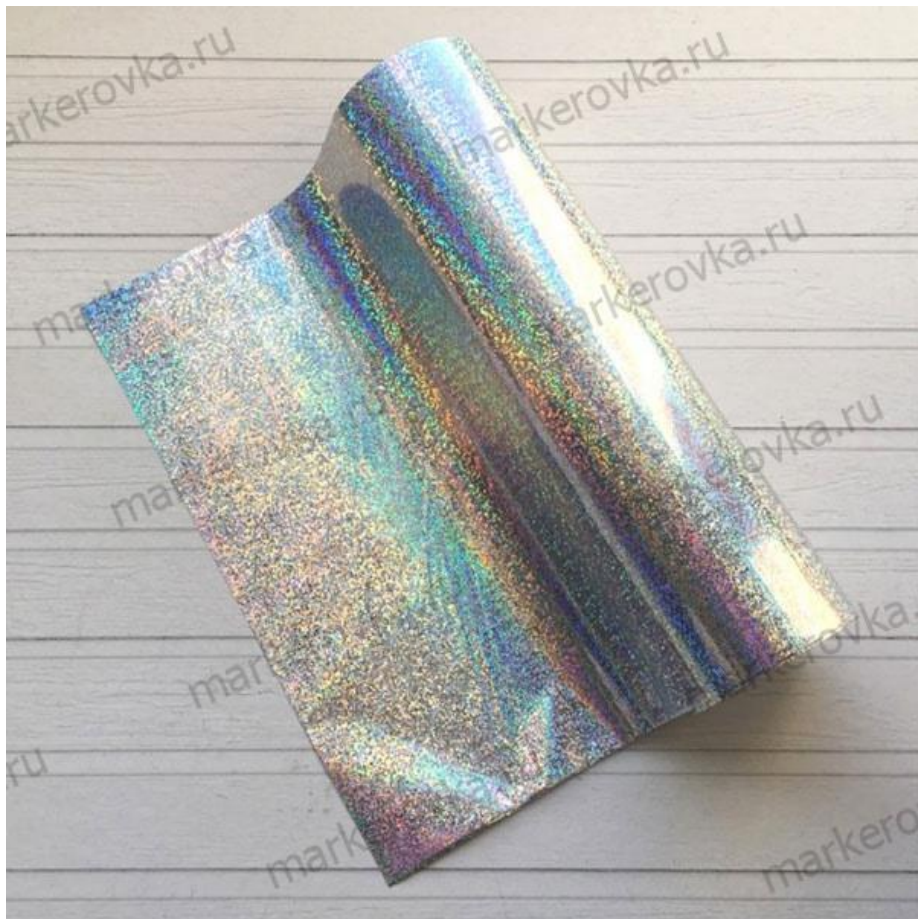


Рисунок 3- Фольга для горячего тиснения



Рисунок 4 - Пакет, запечатанный УФ-красками, которые имеют большую плотность и повышенный глянец, заметен издалека. Достигнут эффект, подобный тому, что возникает при выборочном лакировании.



Рисунок 5 - Матовая фактура «Балакрон Танго» выглядит одновременно и сдержанно, и элегантно, и роскошно, а ее шелковистая, нежная, слегка прохладная поверхность на ощупь, как лепесток розы. При этом бумага устойчива к истиранию и грязнению.



Рисунок 6 - Бумага LakePaper Bloom довольно прочна благодаря двухслойной структуре.



Рисунок 7- Эфалиновая сумочка — прекрасный способ упаковать косметику или парфюм. Сумочка с логотипом косметической линии Золотое яблоко



Рисунок 8 - Ежедневник с покрытием «Балакрон Сертесса»



Рисунок 9 - В последнее время модно делать тиснение фольгой с голографическим эффектом.



Рисунок 10 – Календарь, изготовленный из элитного картона серии Chromolux, сочетает в себе красоту материала и оригинальность стереометрической дизайнерской задумки.



Рисунок 11 - Очень эффектно выглядят на Sugar приглашения, поздравительные открытки, конверты



Рисунок 12 - Золотая медаль из бумаги StarDream

Приложение В



Разработка дизайна сувенирной продукции музея-заповедника