

СТИКЕРПАК КАК ЦИФРОВОЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ СУВЕНИР

В. В. Дабезжа

*Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко,
ул. 25 Октября, 128, 3300, г. Тирасполь, Приднестровье,
dabezha2013@yandex.ru*

Анализируется новое для типологии сувениров понятие – «цифровой сувенир». Самым перспективным и востребованным видом цифрового сувенира, по мнению автора, являются стикерпаки мессенджеров, благодаря их полифункциональности и широкой тематической направленности. Описаны возможности применения сувенирных стикеров в туристической и музейной практике, а также в процессе брендинга территорий.

Ключевые слова: стикеры; стикерпаки; цифровой сувенир; сувенирные стикеры; интернет-искусство; бренд; брендинг территорий.

STICKER PACK AS A DIGITAL TOURIST SOUVENIR

V. V. Dabezha

*Shevchenko Pridnestrovian State University,
128, 25 th October Str., 3300, Tiraspol, Pridnestrovie
Corresponding author: V. V. Dabezha (dabezha2013@yandex.ru)*

The article analyzes a new concept for the typology of souvenirs – «digital souvenir». The most promising and popular type of digital souvenir, according to the author, are messengers sticker packs, due to their multifunctional nature and wide thematic focus. The article describes the possibilities of using souvenir stickers in tourist and museum practice, as well as in the process of branding territories.

Key words: stickers; sticker packs; digital souvenir; souvenir stickers; internet art; brand; branding of territories.

Существует множество определений понятия «сувенир» – это и художественное изделие, вещь как память о посещении страны, какого-нибудь места [1, с. 271], и актуальный элемент рекламы, который успешно применяется в маркетинговых целях [2, с. 163], и бесплатный

фирменный подарок, несущий в себе название торговой марки или другие отличительные знаки компании, используемые в целях имиджевой (корпоративной) рекламы [2, с. 165] и др. Существующие классификации сувениров рассматривают их как объекты материальной культуры [3, с. 39; 4, с. 310–311].

Однако в результате развития интернет-технологий, в частности распространения мобильных устройств и изобретения различных практик их использования, объекты материальной культуры «оцифровываются» и становятся частью культуры виртуальной. В связи с этим предлагаем дополнить типологию сувенирной продукции новым видом – цифровым сувениром.

К цифровым сувенирам можно отнести уникальные электронные открытки, заставки на экран телефона (здесь возможно использование технологии NFT), стикерпаки мессенджеров. В настоящее время создание стикерпаков является одним из направлений интернет-искусства (нет-арта).

Как и произведения искусства, стикеры являются результатом художественной деятельности человека; это объект нематериальной культуры, который обладает эстетическими или художественными свойствами, культурным кодом, вызывает определенные ассоциации. Более того, стикеры зачастую содержат в себе произведения искусства и переосмысливают их в духе постпостмодернизма (метамодернизма, цифромодернизма). Например, в телеграм-стикерпаке «Мона Лиза» знаменитая Джоконда то меняет лица, то примеряет на себя шапку-ушанку, то жует жвачку, то держит на руках рыжего кота. Примечателен и стикерпак Trunin Gallery. В подписи к каждому стикеру зашифрована фамилия художника: «Босхитительно!», «Весь в мункчениях!» и т. д. Через прием геймификации такие стикеры вовлекают интернет-пользователя в игру, активизируют память, эрудицию, ассоциативные связи.

Получить стикерпак в качестве цифрового сувенира просто: достаточно отсканировать QR-код, который содержит ссылку на скачивание (платное или безвозмездное). Варианты размещения QR-кодов разнообразны: у входа в музей или любой другой туристический объект, в информационных буклетах и др. Не так давно в Португалии такими кодами выложили мостовые, и теперь туристы могут читать информацию об истории страны и ее достопримечательностях [5]. Возможен и другой подход: коды могут располагаться в труднодоступных, незаметных местах туристической тропы, экскурсионного маршрута, тематического

квеста, и тогда их получают в качестве приза самые настойчивые, внимательные туристы. Главное условие – доступ к такому QR-коду должен осуществляться непосредственно в туристической локации. В этом случае коллекционеры стикеров с удовольствием отправятся на «трофейную охоту» именно в указанное место.

Тематика сувенирных стикеров может быть разнообразной:

1) масштабные события, привлекающие туристов (Олимпиада, чемпионат мира по футболу, музыкальный фестиваль и др.);

2) фразы известного писателя (цитаты из его произведений), дом-музей которого посетили туристы (например, стикерпак «Мудрость Толстого») или его портреты. Еще один пример – новосибирская художница Ольга Токарь разработала лермонтовский стикерпак для музея в Пятигорске;

3) известные картины, персонажей которых анимировали (например, стикерпак World Art для Telegram);

4) достопримечательности города (стикерпак для Viber «В Новосибирке поймут!»);

5) известные жители города (например, в 2020 году в преддверии дня святого Валентина во Владимире выпустили креативные «валентинки», на которых изображены известные владимирцы с крылатыми фразами на тему праздника [6]. Это отличная идея и для создания стикерпака);

6) исторические личности (например, Эрмитаж выпустил стикерпак в соцсети «ВКонтакте» с изображением императора Петра I);

7) изделия народных промыслов, национальные узоры и в целом вся национальная айдентика (стикерпаки для Viber «Сибирь», «Карелия», «Матрешка»);

8) природа региона, его флора и фауна (например, стикерпак «Сибирский валенок» для Telegram). Интересна деятельность в этом направлении Прибайкальского национального парка, который выпустил два стикерпака для привлечения внимания туристов к редким животным, которые являются важной частью экосистемы Байкала. Героями стикерпаков стали байкальская нерпа и ольхонская полевка;

9) стикеры для фанатов спортивной команды (стикерпаки футбольных клубов ЦСКА, «Батэ» и др.);

10) известные бренды, торговые марки региона (города, села);

11) национальная и государственная символика (флаг, герб);

12) региональные интернет-мемы. Некоторые из этих шуток связаны с какими-то специфическими местными особенностями: криминальны-

ми районами, «знаменитыми» магазинами и местами. Но есть мемы, которые будут понятны и жителям других городов благодаря резонансными высказываниям или случаям, произошедшим в этих городах. Например, падение метеорита в Челябинске и блины на лопате во время празднования Масленицы в Ставрополе. Подборки таких мемов регулярно публикуют в интернете, их можно взять за основу при создании стикеров.

Таким образом, стикерпаки мессенджеров и социальных сетей весьма перспективны в качестве цифровых туристических сувениров при соблюдении ряда условий. Во-первых, они должны быть красивыми, детализированными, то есть своего рода произведениями искусства. Во-вторых, они должны быть труднодоступными (т. е. доступ к ним можно получить только в туристической локации). В-третьих, в стикерах должны быть отражены элементы айдентики региона (города), т. е. изделия народных промыслов, национальные узоры, достопримечательности, флора и фауна и др.

Библиографические ссылки

1. *Бардина Р. А.* Изделия народных художественных промыслов и сувениров. М.: Высшая школа, 1990. 304 с.
2. *Рябчиков А. В.* К определению рекламного сувенира // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 1. С. 160–166.
3. *Быстрова Т. Ю., Хисматулин А. К.* Сувенир – это серьезно. Социально-коммуникативный анализ сувенира. Екатеринбург, 2009. 94 с.
4. *Акинфеева И. И., Железняк О. Е.* Сувенир как феномен культуры: специфика и классификационные признаки // Вестник ИрГТУ. 2015. № 5 (100). С. 305–313.
5. QR-код в архитектуре [Электронный ресурс]. URL: <https://giesgrat.ru/architecture/qr-kod/> (дата обращения: 30.08.2022).
6. Левитан, Аникеев и Иван Грозный помогут владимирцам признаться в любви [Электронный ресурс]. URL: <https://kluch.media/materials/levitan-anikeev-i-ivan-groznyu-pomogut-vladimirtsam-priznatsya-v-lyubvi> (дата обращения: 30.08.2022).