**[У Сочи-2014 появились пиктограммы и слоган](http://www.dv-reclama.ru/russia/news/25792/sochi_2014_piktogrammy_i_slogan_zharkie_zimnie_tvoi_olimpiyskie_vidy_sporta_v_kartinkakh_olimpiada_s/)**

Олимпийские виды спорта на Играх 2014 года в Сочи получили свое визуальное представление. Оргкомитет "Сочи 2014" разработал и представил **набор пиктограмм - 22 стилизованных изображения видов спорта и дисциплин** для максимально наглядного визуального представления олимпийской программы. Они будут использованы для навигации на олимпийских объектах, появятся на билетах, в расписаниях соревнований и на лицензионной продукции "Сочи 2014". **Пиктограммы "Сочи 2014" выполнены в едином образе Игр 2014 года** и основаны на общепринятых международных стандартах визуальных олимпийских обозначений.

**При создании графического образа пиктограмм "Сочи 2014" художники вдохновлялись опытом и достижениями предыдущих поколений**. Они не перечёркивали прошлое, а плавно развивали самобытную визуальную историю московской Олимпиады с учетом современных взглядов. Стилистика пиктограмм Москвы-80, их изумительная пластика и эмоциональность - вот те объединяющие символы прошлого, которые понятны и легки для восприятия большинству россиян. Самоирония и внешняя простота, сочетание плавных и прямых линий, сглаженные углы - все это позволило придать пиктограммам "Сочи 2014" динамику и стремительность.

**Пиктограммы идеально вписываются в концепцию единого визуального Образа Игр в Сочи - лоскутного одеяла** (сочетание 16 орнаментов самых известных национальных промыслов России, от гжели до хохломы). Традиционно для фристайла и сноуборда создается сразу несколько олимпийских пиктограмм, так как виды соревнований внутри этих дисциплин значительно различаются. Поэтому количество пиктограмм отличается от количества дисциплин в Олимпийской программе (22 пиктограммы на 15 олимпийских дисциплин).

**22 иконки разработаны в двух цветовых решениях**. Первое, более строгое и лаконичное, выполнено в монохромной гамме. Желтый, фиолетовый, зеленый, синий и красный цвета использованы для создания второй версии пиктограмм, в основу которой как раз и легла концепция единого визуального Образа Игр "Сочи 2014" -**лоскутного одеяла России**. Эти пиктограммы планируется использовать в оформлении стадионов, билетов, а также для размещения на лицензионной продукции "Сочи 2014".

Президент Оргкомитета "Сочи 2014 **Дмитрий Чернышенко** отметил:

*"Новые пиктограммы "Сочи 2014" - неотъемлемый элемент Образа первых в истории нашей страны зимних Игр. Символические изображения видов спорта будут повсюду - на всех олимпийских объектах, на лицензионной продукции, на билетах. Пиктограммы получились интуитивно понятными. Уверен, что особенно близки они будут жителям нашей страны, ведь новые символы перекликаются с пиктограммами Московской Олимпиады-80, как бы "перекидывая мостик" из прошлого в будущее".*



Бобслей

Хоккей на льду



Скоростной бег на коньках

Санный спорт

Фристайл-Ски-кросс

Кёрлинг



Сноуборд-Слоупстайл

Фристайл-Хафпайп



Фигурное катание

Лыжное двоеборье

Фристайл-Могул

Горные лыжи



Фристайл акробатика

Биатлон



Шорт-трек

Сноуборд параллельные виды

Впервые **пиктограммы**, обозначающие **соревновательные спортивные дисциплины**, были использованы на Олимпийских играх 1948 года в Лондоне, а **официальный статус** неотъемлемого элемента Олимпийской символики приобрели в 1964 году на играх в Токио. Пиктограммы Олимпийских и Паралимпийских игр активно используются как на рекламных носителях и лицензионной продукции, так и в навигационной системе на всем пространстве, задействованном для проведения Игр.

**У Игр 2014 года в Сочи появился свой слоган**

За 500 дней до церемонии открытия Олимпийских игр в Сочи Оргкомитет "Сочи 2014" представил слоган Игр - "**Жаркие. Зимние. Твои.**".

Слоган состоит из двух частей - динамической (изменяемой) и постоянной. Он отражает национальный характер России, ценности бренда "Сочи 2014", а также прогрессивность и новаторский подход к организации и проведению Игр.

Динамическая часть позволяет точно построить коммуникацию под отдельные проекты, события и аудитории, и дает возможность придумать индивидуальный слоган под любой конкретный рекламный проект "Сочи 2014".**Постоянная часть слогана ("Твои")** служит преемственности коммуникации в различных рекламных кампаниях.

Первая, **"динамическая" часть слогана "Жаркие. Зимние."** дает возможность создания множества индивидуальных слоганов для любых рекламных кампаний олимпийского проекта. Вторая - "Твои." - постоянна и последовательно продолжает коммуникацию бренда "Сочи 2014", представление которого в декабре 2009 года состоялось под девизом "Это твоя Олимпиада".

**Слоган "Жаркие. Зимние. Твои." - это универсальное решение, которое удачно сочетает в себе новизну и динамику**. Первая часть слогана, состоящая из слов "Жаркие. Зимние." - динамическая, она символизирует движение, эволюцию и стремление вперед.

Слово "**Жаркие**" отражает накал спортивной борьбы и зрительских страстей и указывает на место проведения Игр - южный курортный город Сочи.

Слово "**Зимние**." говорит о времени проведения Игр, их типе, а также отражает традиционность восприятия России в глазах всего мира.

Последнее слово - "**Твои**." символизирует сопричастность и сокращение расстояний до порой очень далеких событий, говорит о том, что Игры - это масштабный комплексный проект, который, тем не менее, позволит каждому радоваться победам, испытывать гордость и сопереживать.

Точка после каждого слова проводит параллель с высокими технологиями (.ru) и эмблемой зимних Игр в Сочи.

Президент Оргкомитета "Сочи 2014" **Дмитрий Чернышенко** отметил:

*"Слоган зимних Игр в Сочи, на мой взгляд, удачно выражает многообразие национального характера России, при этом он получился очень личным, близким каждому. Слоган "Сочи 2014" говорит, что нельзя не участвовать, нельзя не смотреть, нельзя не переживать, и стоит гордиться потому, что это наши Игры".*

**Слоган - неотъемлемая часть образа Игр**. Слоганы прошлых Игр отражали национальный колорит страны, соответствовали олимпийским ценностям, и поддерживали основную тему и идеологию бренда.

Так, слоганом Лондона-2012 стал фраза "**Вдохновляя поколение**".

Ванкувер-2010 использовал строку из Гимна Канады - "**С пылающими сердцами**".

Слоган Пекина-2008 - "**Один мир - одна мечта**" отражает олимпийские идеалы и выражает общее стремление к миру и яркому будущему.

Слоган Турина-2006 - "**Страсть живет здесь**" отражает соответствие олимпийского духа страстному характеру итальянцев.

Слоган Афин-2004 - "**Добро пожаловать домой**" напоминает о давних традициях и родине Олимпийских игр.