

CIECHOCINEK UZDRAWIA POTĘŻNIE

O potrzebie stworzenia nowego znaku graficznego, który ma się kojarzyć z Ciechocinkiem, mówiło wiele osób. 12 września rozstrzygnięto konkurs na nowe logo uzdrowiska. Nagrodę w wysokości 1,5 tys. zł otrzymała Magdalena Szumska z Piły, której projekt prezentujemy poniżej (w kolorze można go obejrzeć na okładce).



Na ogłoszony konkurs wpłynęło 61 prac, wymogi formalne spełniło 58 projektów. Wyborem zwycięskiej pracy zajęła się komisja konkursowa w składzie: Janusz Hawik - przewodniczący komisji, Aldona Nocna - radna Ciechocinka, Paweł Kanaś - radny Ciechocinka, Andrzej Soborski - prezes Sanatorium „Wrzos”, Barbara Kawczyńska - dyrektor Miejskiego Centrum Kultury, Marian Gawinecki - prezes Towarzystwa Przyjaciół Ciechocinka. Komisja brała pod uwagę nawiązanie projektów zarówno do historii jak i teraźniejszości Ciechocinka oraz walory artystyczne. Po wnikliwej analizie na placu boju pozostały trzy projekty, spośród nich wybrano pracę Magdaleny Szumskiej.

Poniżej przedstawiamy uzasadnienie komisji.

Wybrane logo to stylizowana na kształt słońca literka C - pierwsza litera nazwy miasta - oraz trzy barwne paski nawiązujące do najbardziej znanego zabytku Ciechocinka - tężni. Logo jest wesołe, pogodne, budzi miłe i przyjemne skojarzenia, wywołuje pozytywne emocje. Ma nawiązywać do pięknych krajobrazów i widoków otaczających miasto, zdrowego klimatu sprzyjającego turystyce, ośrodkom zdrowotnym i wypoczynkowym.

Paski przypominają swym kształtem drewniane podpory tężni, które związane są zarówno z historią,

jak również z teraźniejszością miasta i stały się charakterystycznym symbolem Ciechocinka.

Kształt logo jest nowoczesny, oryginalny i przyciągający uwagę. Jest to znak łatwo rozpoznawalny i łatwy do zapamiętania, a przede wszystkim łatwy do skojarzenia z Ciechocinkiem, ponieważ zawiera literkę C - inicjał miasta.

Barwy zastosowane w logo to czerwony, zielony, niebieski i żółty. Logotyp (nazwa miasta) jest czarny. A wszystkie kolory znakomicie ze sobą współgrają i tworzą barwną, wesołą i lekką całość. Jednak logo ciekawie wygląda także w wersji jednobarwnej.

Symbolika kolorów:

- Czerwony - to kolor gorący, który wzbudza intensywne emocje. Przykuwa uwagę i budzi czujność (czerwone światło). W niektórych kulturach czerwony oznacza radość, odświętność, czystość. W Chinach jest kolorem szczęścia i prosperity i może przyciągać powodzenie. Kolor ten wykorzystuje się dla przyciągnięcia uwagi, dla zasugerowania tempa i pewności, dynamizmu. Jednak bardziej efektywne są małe dawki czerwieni, aniżeli jej obfitość. Tu symbolizuje rozwój miasta i jego dynamikę.

- Zielony - oznacza życie, wzrost, ożywienie, zdrowie. Także kojarzy się z wiosną. Zielony oznacza równowagę, harmonię, stabilność, świeżość. Nawiązuje do przyrody i uzdrowiskowego charakteru miasta.

- Niebieski - ma działanie kojące. Pomaga zasnąć. Symbolizuje zaufanie i kojarzony jest z inteligencją, stabilnością, jednością. Natomiast na zachodzie często jest kojarzony z miłością i spotykany przy ceremoniach ślubnych. Głęboki królewski niebieski albo lazurowy kojarzy się z bogactwem. Tu nawiązuje do wód uzdrowiskowych i pogodnego nieba nad Ciechocinkiem.

- Żółty - oznacza nadzieję i szczęście. Koloru żółtego używa się dla oddania klimatu lata, świeżości, zdrowia. Żółty i niebieski są bardzo kontrastowe i znakomicie przyciągają uwagę.

Czarny - to kolor konserwatywny, dobrze współgra z większością kolorów, oprócz tych bardzo ciemnych. Kolor ten wywołuje wrażenie elegancji, wyrafinowania, a także ciemną tajemniczość, przez co pobudza wyobraźnię i wzmaga zainteresowanie.

Hasło - UZDRAWIA POTĘŻNIE - nawiązuje do uzdrowiskowego charakteru miasta, budzi pozytywne skojarzenia i jednocześnie zwraca uwagę na jeden z najważniejszych jego zabytków - ciechocińskie tężnie.

Red.