

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Карти міст в контексті процесів дигіталізації
(на прикладі дизайн-проєкту «Мапа-путівник по місту Київ»)

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн (за видами)

Виконала: студентка групи МГД1-23

Криворотько Г.А.

Науковий керівник д.мист., доц.,

Безугла Р.І.

Рецензент д.мист., проф.,

Чупріна Н.В.

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 022 Дизайн
Освітня програма Дизайн (за видами)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри графічного дизайну

д.мис., проф. Руслана БЕЗУГЛА
“ ___ ” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Криворотько Ганні Андріївні

1. Тема кваліфікаційної роботи Карти міст в контексті процесів дигіталізації (на прикладі дизайн-проєкту «Мапа-путівник по місту Київ»)

Науковий керівник роботи Безугла Руслана Іванівна, д.мист, доц., затверджені наказом КНУТД від «03» вересня 2024 р. № 188-уч

2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукові публікації та джерела за темою та дослідження основних візуальних характеристик сучасних цифрових карт.

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити): Вступ. Розділ 1. Теоретико- методологічні аспекти дослідження особливостей та тенденцій Мап-путівників. Розділ 2. Дослідження сфери споживачів та розробка творчої концепції проєкту. Розділ 3. Реалізація дизайн-проєкту «Мапи-путівника по місту Київ». Загальні висновки. Список використаних джерел. Додатки.

4. Дата видачі завдання серпень 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	серпень 2024	
2	Розділ 1. Теоретико-методологічні аспекти дослідження особливостей та тенденцій Мап-путівників	вересень 2024	
3	Розділ 2. Дослідження сфери споживачів та розробка творчої концепції проєкту	вересень 2024	
4	Розділ 3. Реалізація дизайн-проєкту «Мапи-путівника по місту Київ»	жовтень 2024	
5	Загальні висновки	жовтень 2024	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	листопад 2024	
7	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку (за 14 днів до захисту)	листопад 2024	
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	листопад 2024	
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату та текстових співпадінь (за 10 днів до захисту)	листопад 2024	
10	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	листопад 2024	

З завданням ознайомлений:

Студент _____

Ганна КРИВОРОТЬКО

Науковий керівник _____

Руслана БЕЗУГЛА

АНОТАЦІЯ

Криворотько Г.А. Карти міст в контексті процесів дигіталізації (на прикладі дизайн-проєкту «Мапа-путівник по місту Київ»). – Рукопис.

Дипломна магістерська робота за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

У дипломній роботі надані результати дослідження особливостей проєктування дизайн-проєкту мапи-путівника. Представлено аналіз візуального стилю в картографуванні як елементу візуальної комунікації. Піддана аналізу візуальна айдентика Києва. Розглянуто сучасні тенденції в картографічному дизайні: аналіз світових трендів, виявлення нових підходів до візуалізації географічної інформації.

Отримані результати дозволили розробити візуальний ряд та створити мудборд (*mood board*) для виявлення загального настрою проєкту. Виявлено особливості аспектів технологій, що лежать в основі сучасних цифрових карт. Встановлено, що завдяки своїй універсальності та зручності використання, електронні карти поступово витісняють паперові аналоги, стаючи незамінним помічником як для мандрівників, так і для місцевих жителів.

Ключові слова: мапа-путівник, Київ, картографічний дизайн, візуальний стиль, карта, благодійність, культурна спадщина, сучасні тенденції, аналіз, концепція.

ABSTRACT

Kryvorotko G.A. Maps of places in the context of digitalization processes (as applied to the design project “Map - a guide to the place of Kiev”).- Manuscript.

Master's thesis in the specialty 022 Design - Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2024.

The diploma work presents the results of the study of the design features of the design project of the guide map. The analysis of visual style in mapping as an element of visual communication is presented. Analyzed the visual identity of Kyiv. Current trends in cartographic design are considered: analysis of global trends, identification of new approaches to visualization of geographic information.

The obtained results made it possible to develop a visible series and create a mood board to reveal the general mood of the project. Features of aspects of technologies underlying modern digital maps are revealed. It has been established that due to its versatility and ease of use, electronic maps are increasingly displacing paper counterparts, remaining an indispensable assistant for both travelers and local residents.

Keywords: guide map, Kyiv, cartographic design, visual style, map, charity, cultural heritage, modern trends, analysis, concept.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ТЕНДЕНЦІЙ МАП-ПУТІВНИКІВ	13
1.1 Візуальний стиль в картографуванні як елемент візуальної комунікації ...	13
1.2 Візуальна айдентика Києва: традиції та сучасність.....	20
1.3 Дослідження історії міста Києва.....	31
1.4 Забезпечення інклюзивності карт для людей з вадами зору.....	35
1.5 Основа сучасних цифрових карт.....	38
Висновки до розділу 1.....	40
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ СПОЖИВАЧІВ ТА РОЗРОБКА ТВОРЧОЇ КОНЦЕПЦІЇ ПРОЄКТУ.....	42
2.1. Дослідження і аналіз аналогів мап-путівників	42
2.2 Визначення групи споживачів для розробки мапи-путівника по м. Київ.....	58
2.3 Картографічні принципи та особливості використання кольору для мапи-путівника по м. Київ	60
2.4. Авторська концепція мапи-путівника з врахуванням сучасних тенденцій у дизайні карт.....	64
Висновки до розділу 2	71
РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ «МАПИ-ПУТІВНИКА ПО МІСТУ КИЇВ».....	72
3.1. Основні етапи створення дизайн-проєкту мапа-путівник по м. Київ.....	72
3.2 Розробка ескізного ряду дизайн-проєкту мапа-путівник по місту Київ. Підбір референсів.....	77
3.3. Вибір програмного забезпечення для реалізації дизайн-проєкту.....	79
3.4 Виготовлення в матеріалі виробів дизайн-проєкту мапа-путівник по м. Київ.....	80

Висновки до розділу 3.....	93
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96
ДОДАТКИ.....	103
Додаток А.....	103
Додаток Б.....	112

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасне суспільство переживає безпрецедентний рівень цифрової трансформації, що глибоко впливає на всі сфери життя, включаючи й спосіб, яким ми сприймаємо та взаємодіємо зі своїм містом. Карти, як один із найдавніших інструментів пізнання світу, також зазнали значних змін. Від паперових аналогів ми перейшли до інтерактивних цифрових платформ, які пропонують безліч додаткових можливостей для дослідження міського простору.

Цифрові технології дозволили зробити карти більш інтерактивними, деталізованими та доступними. Сучасні карти містять величезний обсяг даних, включаючи інформацію про транспортну інфраструктуру, місця відпочинку, культурні об'єкти, а також дані про трафік, погоду та багато іншого. Це дозволяє користувачам не просто орієнтуватися в місті, а й планувати свої маршрути, знаходити цікаві місця та отримувати актуальну інформацію про місто в режимі реального часу.

Київ – це місто з багатою історією та культурою, яке має безліч таємниць і цікавих фактів. Подорожуючи містом разом з дітьми, батьки мають унікальну можливість не лише розважитися, але й познайомити своїх дітей з історією рідного міста, розвинути в них пізнавальний інтерес та поглибити їхні знання про світ. Путівник, який розроблено в контексті цієї кваліфікаційної роботи пропонує сімейні маршрути, які поєднують в собі розваги та пізнання, дозволяючи дітям граючись вивчати історію та культуру Києва, покликаний допомогти сім'ям з дітьми орієнтуватися в різноманітті київських розваг та знайти місця, які будуть цікаві як дітям, так і батькам.

Мета дослідження – створення детального та зручного путівника-мапи по Києву, який би охоплював різноманітні аспекти міста та був би корисним для широкого кола користувачів.

Завдання дослідження. Для досягнення поставленої мети було виконано наступні завдання:

- дослідити та визначити основні поняття та специфіку

картографування;

- проаналізувати історію розвитку картографії та основні теоретичні дослідження основних проблем у проектуванні сучасних карт;

- оцінити технологічні принципи та сучасні методи проектування карти;

- провести аналіз існуючих путівників по Києву;

- визначити основні критерії для створення ефективного путівника-мапи;

- скласти детальний перелік об'єктів, які варто включити до путівника.

- розробити оптимальну структуру та дизайн мапи-путівника.

- створити прототип путівника-мапи та провести його тестування.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є мапа-путівник по місту Києву.

Предмет дослідження – основні особливості карти міста в контексті процесів дигіталізації на прикладі дизайн-проєкту «Мапа-путівник по місту Київ».

Методи дослідження. Під час виконання дипломної роботи було застосовано методи:

- аналізу та систематизації. Цей метод дозволив провести глибоке дослідження існуючих карт міст, виявити їхні спільні та відмінні риси, а також систематизувати отриману інформацію для подальшого аналізу. Аналіз різноманітних картографічних продуктів, присвячених Києву, виокремив їхні функціональні можливості, візуальне оформлення та цільову аудиторію. Систематизація даних дозволила створити класифікацію карт за різними критеріями (тематика, масштаб, формат тощо);

- метод узагальнення дозволив сформулювати загальні висновки на основі отриманих даних. На підставі аналізу існуючих карт узагальнено основні тенденції в розвитку картографії міст, виявлено найбільш актуальні потреби користувачів та визначено потенційні напрямки розвитку міських карт;

– метод абстрагування допоміг сфокусуватися на найважливіших аспектах дослідження та відкинути другорядну інформацію. При розробці концепції мапи-путівника не розглядалися конкретні деталі, а зосереджено увагу на створенні узагальненої моделі міста, яка відображала б його основні характеристики та особливості;

– метод анкетування дозволив зібрати інформацію про потреби та очікування потенційних користувачів мапи-путівника. Було розроблено анкету, яка містила питання про те, яким бачать місто Київ респонденти, які функції їм найбільш важливі на карті та які недоліки вони бачать в існуючих продуктах. Отримані дані допомогли мені скоригувати концепцію мапи-путівника;

– методи картографічного проектування були застосовані для розробки візуального оформлення мапи-путівника. Використано різноманітні картографічні прийоми, такі як умовні знаки, шрифти, кольори, для створення чіткого та інформативного дизайну мапи;

– методи прогнозування і проектування дозволили оцінити потенційні наслідки впровадження мапи-путівника та розробити рекомендації щодо її подальшого розвитку. Спрогнозовано, як мапа-путівник може вплинути на поведінку користувачів, розвиток туризму в місті та інші суспільні процеси.

На основі отриманих результатів розроблено рекомендації щодо вдосконалення мапи та її інтеграції в міську інформаційну систему. Географічні інформаційні системи (ГІС). ГІС були використані для створення географічної основи мапи-путівника та візуалізації даних. За допомогою ГІС було оброблено різноманітні геопросторові дані, такі як карта вулиць, розташування об'єктів інфраструктури, громадського транспорту тощо. Це дозволило створити інтерактивну мапу з широкими можливостями пошуку та навігації.

Елементи наукової новизни. Наукова новизна отриманих результатів полягає у систематизації інформації щодо особливостей дизайн-проектування мапи-путівника та інтеграції різних типів інформації: об'єднання

географічних даних, історичної інформації, рекомендацій та відгуків користувачів.

Практичне значення одержаних результатів виявляється в можливості їх використання у навчальному процесі, у процесі висвітлення відповідних тем. Одержані матеріали також можуть бути використані при проєктуванні сучасних карт міст, у розробці інших картографічних продуктів, як прототип для створення подібних мап для інших міст, для розробки спеціалізованих карт (наприклад, для людей з особливими потребами). Розроблена авторська ілюстрована мапа-путівник по місту Київ може використовуватись різними організаціями, як от: міська адміністрація може використовувати мапу-путівник як інструмент для просування туризму та культурних заходів, для створення інтерактивних інформаційних систем міста. Також для розробки маршрутів громадського транспорту та велосипедних доріжок; в туристичних компаніях карта-путівник може слугувати як основа для створення індивідуальних та групових туристичних маршрутів. Для розробки мобільних додатків для туристів; у локальному бізнесі для залучення клієнтів та підвищення впізнаваності, створення спеціальних пропозицій та знижок для користувачів мапи; громадські організації можуть залучити мапу-путівник для проведення міських заходів та акцій, створення інформаційних ресурсів для місцевих жителів.

Апробація. Основні теоретичні та практичні результати роботи доповідались на наступних конференціях: VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» (м. Київ, 2024 р.)

Публікація. На тему магістерської роботи опубліковано 3 наукові праці, в тому числі: дві статті, що входять до переліку фахових видань України (категорії Б), одна наукова робота у збірниках тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції.

Структура та обсяг роботи: робота складається з анотації, вступу, 3 розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ТЕНДЕНЦІЙ МАП- ПУТІВНИКІВ

1.1. Візуальний стиль в картографуванні як елемент візуальної комунікації

Візуалізація інформації є важливим інструментом для розуміння складних явищ і процесів. Карти є одним з найпоширеніших видів візуалізації, і вони використовуються для різних цілей, від навігації до навчання. Візуальний стиль карти є одним з ключових факторів, який впливає на її сприйняття. Грамотно підібраний візуальний стиль може зробити карту більш ефективною і привабливою [29]. Стилiстична оформлення карт є важливим елементом їхнього візуального сприйняття та ефективності візуальної комунікації. Правильне оформлення карт дозволяє легко й швидко знайти потрібну інформацію, зрозуміти її та запам'ятати.

Карти застосовуються в різних сферах життя. Вони є інструментом в навігації, освіті, бізнесі, географії та інших сферах. Візуальний стиль карти може впливати на її ефективність [31]. Карти з добре продуманим візуальним стилем легше читати і розуміти, а також запам'ятовуються краще. Візуальний стиль карти може впливати на емоційне сприйняття. Карти з певним візуальним стилем можуть викликати певні емоції, такі як відчуття спокою або хвилювання.

У дослідженні В. Пересадька, Н. Попович, А. Мартиненка аналізуються тематичні історико-географічні карти Харківської області та міста Харкова за фондами ЦНБ Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна та Харківської державної наукової бібліотеки імені В.Г. Короленка [32].

Н. Попович репрезентувала структуру, напрями використання, зразки карт для «Стратегії соціально-економічного розвитку селища Пісочин на

2017-2020 роки», розроблених на кафедрі фізичної географії та картографії ХНУ імені В.Н. Каразіна з урахуванням наведених рекомендацій [34].

Робота таких авторів, як В. Грицеляк, І. Дикий, І. Ровенчак знайомить з картою «Український Крим», підготовленою фахівцями-географами, картографами та істориками. Дослідники привертають увагу до важливості протидії російській пропаганді в інформаційній війні та обґрунтовують підходи, які вони використали при створенні цієї картографічної роботи [30].

Л. Царик, І. Кузик, П. Царик узагальнили та систематизували підходи до картографування комплексної зеленої зони міста з урахуванням усіх структурних елементів та їх функціональних призначень [43].

О. Лейберюк у своїй праці «Інтерактивні веб-карти: сутність і основні етапи створення (на прикладі веб-ресурсу carto)» проводить етимологічний аналіз поняття «інтерактивність» та уточнює визначення поняття «інтерактивна веб-карта» [22].

Карти – це потужний інструмент для навігації та розуміння світу навколо нас. Вони можуть використовуватися для різних цілей, від планування подорожей до вивчення історії. Однак варто наголосити, що ефективність карт залежить не лише від їхньої точності, а й від візуального стилю.

Візуальний стиль карти – це сукупність елементів, які впливають на її зовнішній вигляд і сприйняття. Серед основних засобів, які потрібні для творчої реалізації візуального стилю, є:

- колір, який найчастіше використовується для виділення важливої інформації або створення певного настрою [55];

- форма – для представлення географічних об'єктів або для створення відчуття простору [57];

- лінія – для відображення кордонів або для створення відчуття руху;

- шрифт – для передачі інформації або для створення певного стилю [59].

При створенні візуального стилю карти потрібно враховувати такі чинники як:

1) призначення карти. Наприклад, для карт, які використовуються для навігації, більш вдалим буде візуальний стиль, який легко читати і розуміти. Для карт, які призначені для навчання або розваги, актуальним стане візуальний стиль [58], в якому переважають зрозумілість, привабливість і естетичність;

2) цільову аудиторію. Так, карти, цільовою аудиторією яких є діти, повинні мати яскравий і привабливий візуальний стиль, а карти для дорослої аудиторії, можуть мати більш реалістичний візуальний стиль [57];

3) носій на якому розташована карта, адже карта яка призначена для використання на електронних носіях, комп'ютері чи екрані мобільного телефона, може мати інший візуальний стиль, ніж карта, яка надрукована на папері.

Наукові дослідження підтвердили, що візуальний стиль карти має значний вплив на її сприйняття. Карти з добре продуманим візуальним стилем легше читати і розуміти адже за складові візуального стилю допомагають виділити важливу інформацію, створити структуру і порядок, а також зробити карту більш привабливою та цікавою. Наприклад, у дослідженні, проведеному в Університеті Каліфорнії в Берклі, було показано, що карти з яскравими кольорами і простими формами легше читати і розуміти, ніж карти з менш яскравими кольорами і складними формами [65].

У дослідженні, проведеному в Університеті Британської Колумбії, було показано, що студенти краще запам'ятовують інформацію з карт з яскравими кольорами і простими формами, ніж з карт зі стриманими кольорами і складними формами[52].



а



б



Рис.1.1.1 *Карти з візуальним стилем: а – «Весільна карта Стамбула», автор Рамазан Їлмаз (2020); б – «Старий Яффо, Ізраїль», автор Анат Сіфрі (2019); в – «Магічна Британія», автор Фінн Дін (2018); г – «Карта Токіо», авторка Софі Поттер (2022); д – «Видатні місця Запоріжжя», авторка Анна Криворотько (2023) [35].*

Доведено, що карти із візуальним стилем, на кшталт тих, що презентовані на рис. 1, за рахунок використання різних кольорів форм і образів викликають у людини різні емоції (наприклад, такі як відчуття спокою або хвилювання) та асоціації.

У дослідженні, проведеному в Університеті Міннесоти, було показано, що карти з теплими кольорами, такими як червоний і жовтий, викликають відчуття тепла і радості, тоді як карти з холодними кольорами, такими як синій і зелений, викликають відчуття спокою і умиротворення [52].

Слід зазначити, що карти не тільки можуть містити досить різну інформацію, зокрема текст, зображення, географічні координати тощо, але й мати зовсім різне призначення, різну мету та завдання та можуть використовуватися для різних цілей, таких як навігація, планування, дослідження.

За змістом карти поділяються на:

1. загальногеографічні карти, які відображають загальний характер поверхні Землі або її частин. На них показано всю сукупність природних і суспільних об'єктів, їх взаємозв'язки і закономірності поширення.

Загальногеографічні карти бувають різних масштабів, але завжди мають досить широкий охоплення території;

2. тематичні карти – відображають окремі властивості або явища земної поверхні. Вони поділяються на: фізико-географічні карти де показані природні особливості території, такі як рельєф, клімат, рослинність, тваринний світ, корисні копалини тощо та карти соціальних явищ (наприклад, економічні карти відображають економічні особливості території, такі як промисловість, сільське господарство, транспорт, туризм тощо, а соціально-політичні карти вreprезентують соціальні і політичні особливості території, такі як населення, адміністративно-територіальний поділ, міжнародні відносини тощо) [59].

Комплексний підхід до класифікації карт за змістом і призначенням дозволяє виокремити карту, яка найбільше відповідає поставленим завданням.

Фізико-географічні карти належать до класу науково-довідкових. Стиль науково-довідкової карти також залежить від її призначення та мети. Якщо карта використовується для наукових досліджень, вона повинна бути максимально точною та інформативною, містити стандартні знаки та символи, зрозумілі фахівцям. Для візуального стилю характерні нейтральні кольори та тони, щоб не відволікати від інформації [59].

Якщо карта призначена для навчання, основними вимогами є зрозумілість і доступність для широкого кола користувачів. Для досягнення цієї мети при створенні візуального стилю віддають перевагу яскравим кольорам та символам, які допомагають акцентувати найбільш важливі елементи карти. Карта може містити додаткові описи та ілюстрації.

Наведемо кілька основних критеріїв, які характерні для стилістики науково-довідкової карти:

1. точність. Карта повинна містити максимально точну інформацію і відображати реальний стан об'єктів, які на ній розміщено;
2. інформативність;

3. доступність і зрозумілість для широкого кола користувачів;
4. власний стиль, який безпосередньо пов'язаний із тематикою та призначенням карти.



Рис. 2.1.1 Фізико-географічні карти: а - Фізико-географічне районування України, підручник «Фізична географія України, 8 клас», автор В. Пестушко ; б - MS Міссісіпі - Історична карта USGS, автор Д. Артоніш (1939) [33, 25].

Зазначимо, що для створення візуального стилю фізико-географічних карт (рис. 2) зазвичай використовують нейтральну кольорову гаму серед кольорів якої переважають такі кольори, як-от: синій, зелений, коричневий. Також використовують стандартні символи для представлення місцевості, клімату, рослинності, тваринного світу та інших природних об'єктів[45].

Стиль науково-довідкової карти безпосередньо впливає її візуальне сприйняття, а дизайн карти впливає на зручність її використання, наочність та інформативність.

Основними складовими елементами науково-довідкової карти є:

- масштаб, який визначає ступінь деталізації картки адже чим більший масштаб, тим більше деталей може бути показано на карті;
- система координат, що визначає розташування об'єктів на карті;
- символи – спільні знаки, які використовуються для позначення об'єктів на карті[58];
- легенда – опис умовних позначень;

- допоміжні компоненти – елементи карти, які не несуть основного інформаційного навантаження, але необхідні при використанні карти, наприклад, компаси, азимути, шкали висот тощо [60].

Візуальне сприйняття науково-довідкової карти залежить від таких чинників, як-от:

1. рівень деталізації, адже чим детальніша карта, тим легше та швидше користувачам знайти потрібну інформацію;

2. якість (чіткість та простота) символів, що полегшує розуміння карти[65];

3. зручне розташування елементів. Елементи карти слід розташовувати так, щоб вони не накладались один на одного, легко і швидко візуально сприймалися;

4. відповідність вимогам цільової аудиторії. Стиль карти повинен враховувати особливості цільової аудиторії. Наприклад, карти для дітей мають бути виконані в більш яскравих кольорах та містити прості символи [52].

При створенні науково-довідкової карти слід враховувати всі чинники, що впливають її візуальне сприйняття. Тільки в цьому випадку карта буде зручною для використання, зрозумілою та інформативною.



а



б

Рис. 3.1.1 *Оглядові карти:* а - Оглядова карта України Боплана, (1648); б - Етнографічна оглядова карта України, Відень (1914) [59].

Проаналізуємо особливості наступного типу карт – оглядової карти (рис. 3). Це спрощена карта, де зображено велику територію. Масштаб оглядової картки зазвичай становить 1:1000000 або менше[45].

Оглядові карти призначені для отримання загального уявлення про територію. Вона може бути використана для: визначення загального стану об'єктів та явищ на території; вивчення природних та антропогенних особливостей території; планування маршрутів руху.

Існує два типи оглядових карт: загальногеографічні та тематичні. Загальногеографічні карти показують основні географічні об'єкти, такі як рельєф, водні шляхи, населені пункти та дороги. Тематичні оглядові карти показують конкретні явища або теми, такі як клімат, рослинність, населення тощо.

Слід зазначити, що оглядові карти створюються за допомогою спеціального обладнання та програмного забезпечення. Вони можуть бути друкованими або електронними.

Оглядова карта має наступні характеристики:

1. великий масштаб. Масштаб оглядових карт зазвичай менший за 1:1 000 000. Це дозволяє показати великі території на одному зображенні;
2. спрощений зміст. Оглядові карти містять лише основну інформацію про територію. Деталі та нюанси можуть бути опущені;
3. символи (умовні знаки), які застосовують для позначення географічних об'єктів та явищ.

Оглядові карти є важливим інструментом для вивчення і розуміння навколишнього світу. Вони можуть використовуватися для різних цілей, таких як навігація, планування, дослідження тощо. Візуальний стиль цих карт повинен враховувати мету, завдання і призначення оглядової карти

1.2. Візуальна айдентика Києва: традиції та сучасність

Вивчення візуальної ідентичності Києва актуально з кількох причин: Київ-одне з найстаріших міст Європи з багатою історією та культурою.

Візуальна ідентичність міста відображає його історичний етап, культурні цінності та прагнення до майбутнього. Вивчення візуального образу Києва допоможе нам краще зрозуміти місто, його жителів і його місце в світі. У сучасному світі візуальне спілкування відіграє все більш важливу роль, тому розуміння візуальної ідентичності міста є важливим для його просування та розвитку.

Сьогодні існує значна кількість досліджень, присвячених візуальній ідентичності міст. Деякі з цих досліджень присвячені історії геральдики і прапорів, інші акцентують увагу на еволюції міських карт, треті аналізують сучасні брендингові кампанії, їхню творчість та діяльність.

У роботі авторів Т. Кротової, О. Мазніченко, Є. Гули, А. Осадчої досліджено складові репутації міста, висловлено думку про те, який має бути новий логотип для міста Київ [21]. Робота О. Мадієвської присвячена оцінці дизайну міських логотипів [23], а О. Біловодська пропонує реалізовувати стратегію міського брендингу на певному наборі етапів, визначаючи цільову аудиторію в процесі формулювання суті бренду [24]. Узагальнення досвіду брендингу міст країн світу та України наведено у роботі авторів С. Шліпченка, В. Тимінського, А. Макаренка, Л. Малеса, І. Тищенка [26]. В контексті нашого дослідження важливим є підхід Ю. Моклиці, основою якого стала теорія С. Анхольта про брендування територій та адаптивна методологія яка враховує особливості українських міст і систематизує моделі міських брендів [27]. Основними ідентифікаторами моделі є природні об'єкти, символічні фігури та історичні події, інфраструктурні споруди, різні заходи та спеціалізація певних географічних територій.

Важливо зазначити, що «технологія» створення образу міста виникла досить давно і однією із ранніх візуальних форм стали геральдичні символи, які наділялись сакральними смислами та зберігали високий статус. Вважається, що найдавніші геральдичні зображення з'явилися в XV столітті. Герб міста в символічних формах відображав основи культури певної територіальної локації, основні історичні події, ремісничо-господарські

відносини міської спільноти тощо. Точний час виникнення герба Києва невідомий. Є припущення, що герб був подарований місту великим князем Київським. Протягом століть герб Києва змінювався, але його основні елементи залишались незмінними. Спочатку, аж до XVIII століття, герб прикрашала рука з арбалетом, символізуючи місто як фортецю. Згодом, приблизно з XVII століття, з'явився відомий образ Архангела Михаїла, який спочатку був гербом київських земель, а потім закріпився за самим містом. Незважаючи на різні варіації, Архангел залишався незмінним елементом герба аж до революції 1917 року [27].

Герб міста Києва: щит, на синьому полі якого зображено Архангела Михаїла у срібному вбранні, підперезаному золотим поясом, пурпуровому плащі та із золотим ореолом навколо голови. У правій руці він тримає вогняний золотий меч-промінь, а в лівій – срібний овальний щит із грецьким хрестом [10].

Символіка. Архангел Михаїл – це святий покровитель Києва, який символізує силу, мужність і перемогу добра над злом. Вогняний меч – це символ захисту та справедливості; синій щит – небо і вірність; срібний щит з грецьким хрестом – це символ християнської віри; пурпурний плащ – символ королівської влади; золотий німб – святість архангела Михаїла [10].

Кольорова гама. У гербі Києва використовуються наступні кольори: синій колір – символізує небо, вірність і спокій; срібний – чистоту, благородство і мудрість; золотий – багатство, славу і велич; фіолетовий – королівську владу, велич і розкіш; червоний – мужність, силу і кров, пролиту за Київ.

Конфігурація. Герб Києва має динамічну і симетричну композицію. Фігура Архангела Михаїла знаходиться в центрі щита, а інші елементи герба розташовані симетрично навколо неї. Це створює відчуття рівноваги і гармонії.

Значення герба: Герб Києва є важливим символом міста, відображає його багату історію, християнську віру та прагнення до свободи та

справедливості. Герб використовується в офіційних документах, будівлях, пам'ятниках і сувенірах [2].

Герб Києва є одним з найвідоміших символів України. Звичайно, як і у будь-якого іншого дизайнерського об'єкта, у герба Києва є критики. Деякі люди вважають, що він занадто релігійний або що його дизайн не відповідає сучасним естетичним уявленням. Але в цілому герб Києва – це виразний символ, який зберігався століттями [10].

У 2011 році, напередодні Євро-2012, Київ отримав новий імідж – «Місто, де все починається». Цей образ створювався для того, щоб позиціонувати столицю як сучасне європейське місто. Незважаючи на те, що візуальний образ Києва як «Міста, де все починається» був розроблений одними з найкращих українських дизайнерів, сьогодні він уже не відповідає сучасним вимогам. Засновник Fedoriv Андрій Федорів підкреслює, що візуальна айдентика Києва вимагає радикальних змін.

Розроблені Fedoriv логотип та слоган спочатку були призначені для промоції Києва на міжнародній туристичній виставці ITB Berlin. Після перемоги у конкурсі КМДА у 2011-2012 роках, вони стали офіційною візуальною айдентикою міста з 2015 року.

Логотип складається з 4 кольорних елементів: синій колір символізує Дніпро, річку, що протікає через місто, а також небо і свободу; зелений – символізує парки та зелені насадження, якими славиться Київ [38]; жовтий – сонце та оптимізм; червоний – історію та динамізм міста. Разом ці кольори створюють яскраву і динамічну палітру, що відображає енергію і позитивний дух Києва.

В основі логотипу лежить модульна сітка, яка забезпечує його чіткість і масштабованість. Ця сітка використовується для створення різних візуальних елементів айдентики, таких як візитні картки, бланки, веб-сайти та рекламні матеріали [38].

Чотири елементи логотипа розташовані динамічно і асиметрично. Така композиція створює відчуття руху і розвитку. Ці елементи логотипу також

можуть бути інтерпретовані як символи різних аспектів життя Києва: *крапля* – символізує Дніпро та водні ресурси міста; *каштан* – зелені насадження та парки; *купол* – архітектурну спадщину та релігійну культуру міста; *серце* – гостинність та щирість киян [40].

В цілому, візуальна айдентика «Місто, з якого все починається» вдала і ґрунтовно продумана. Вона чітко позиціонує Київ як сучасне, динамічне і гостинне місто. Його яскраві кольори, динамічна композиція і символічні елементи дозволяють легко запам'ятати і впізнати його.

Логотипи добре адаптуються до різних засобів масової інформації, від друкованих до цифрових платформ та використовуються в самих різних випадках – від офіційних документів до туристичних сувенірів.

Звичайно, як і у будь-якій іншій дизайнерській роботі, у айдентики «Міста, з якого все починається» є критики. За що критикують офіційний логотип? Існує думка, що це занадто складно або що кольори не відповідають духу міста. Наприклад, Ірина Метньова, креативний директор VANDOG Agency, вважає, що логотип Fedoriv виглядає так, ніби 10-річна дитина намагається скопіювати успіх Google Doodles [41].

Кирило Ткачов, відомий український дизайнер, висловив критичні зауваження щодо логотипу Києва. Зокрема, він зазначив, що градієнти в логотипі виглядають недоречно, а білі літери всередині знаку – безхарактерними. Дизайнер також вважає, що дескриптор виконаний курсивом «Місто, де все починається», не відповідає сучасному візуальному мовленню [41].

Критики відзначають невдалу стилістику: дивні сторонні кольори, градієнти, характер, наївність, інфантильні форми. Вибір символів також викликає питання: Дніпро, каштан, храм і любов мало що говорять про Київ як про сучасний мегаполіс, який в останні роки пережив конфлікти і трансформацію в центр ділової та творчої активності. Крім того, цей логотип створювався давно і для певної цільової аудиторії – туристів.

На думку деяких дизайнерів-графіків, що працюють у сфері брендингу та айдентики, для цього логотипу характерна «невизначність і трохи нудотна м'якотілість у характері символів» [42]. Емоційне забарвлення 4-х різнокольорових символів зчитується як «інфантильне, нейтральне, з відсутністю чіткого заявленого характеру міста. Хіба Київ такий? Чотири пухкі символи: крапля, каштан, купол і серце + заявлений меседж «місто можливостей»?», так зазначає Дмитро Буланов, дизайнер, автор нового логотипу [41].

Але головне, на що акцентують увагу майже всі, — цей логотип не працює, він не користується популярністю і його не використовують.

У 2019 році Київська міська державна адміністрація оголосила про необхідність оновити логотип міста. За словами колишнього начальника управління туризму КМДА Антона Тараненка, планувалося зберегти бренд, але провести ребрендинг, щоб зробити візуальний образ Києва більш сучасним. Незважаючи на оголошені плани, наразі оновлення логотипу так і не відбулося. Вже у квітні 2019 року Олександр Трегуб, керівник дизайнерського відділу Projector, запропонував новий візуальний символ для Києва – каштанове листя. Ця ідея викликала великий інтерес у дизайнерському співтоваристві. Завдяки таланту Дмитра Буланова та Катерини Яцушек, які візуалізували цей символ і зробили його доступним для всіх, каштанове листя швидко стало популярним і стало прикрашати різні об'єкти в місті та онлайн.

Як каштан став символом Києва? Після нагородження Києва званням Міста-героя у 1965 році виникла потреба в новому гербі, який би відображав цей значний статус. Оскільки радянська символіка того часу виключала традиційні релігійні образи, такі як архангел, було розроблено новий дизайн. Автори проекту, які були знайомі з творчістю Флоріана Юр'єва та Бориса Добгана, вирішили поєднати радянські символи – серп і молот, зірку Героя – із стародавнім символом міста – луком. Як центральний елемент було обрано

золоте зображення квітучої гілки каштана, яке символізувало розквіт соціалістичного Києва (див. рис. 1д) [39].

З тих пір каштанові дерева стали асоціюватися з Києвом, а листя каштана використовують в якості фірмових елементів міста з жетонами метро, коробками київських тортів, корпоративними, телевізійними каналами і логотипами політичних партій (рис. 1е).

Антон Тараненко, начальник управління просування туризму КМДА зазначав, що в міській адміністрації усвідомлюють необхідність оновлення логотипу Києва, розробленого студією Fedoriv. За його словами, департамент туризму вже розпочав роботу над цим питанням, залучивши до обговорення автора оригінального логотипу та інших дизайнерів. При цьому Тараненко підкреслив, що мова йде не про повну заміну логотипу, а про його оновлення та модернізацію [41]. Наголосимо, що 2018 року КМДА вже робила деякі кроки в цьому напрямі — тоді хотіли створити талісман Києва. Але це не вдалося: на конкурс було надіслано понад 100 робіт, жодна з них не була визнана гідною журі, і конкурс було скасовано.

Олександр Трегуб та Дмитро Буланов продовжують активно популяризувати свій варіант логотипу Києва за допомогою кампанії #newkyivlogo. Вони заохочують всіх використовувати цей логотип у будь-яких проектах, включаючи комерційні, і надають для цього вільний доступ.

Паралельно з кампанією Newkyivlogo, у Києві активно розвивається цифрова інфраструктура. Зокрема, восени 2020 року розпочалася розробка нового дизайну для цифрових сервісів міста, а вже на початку наступного року було оновлено інтерфейс мобільного додатка та зовнішній вигляд транспортних карт. «Київ цифровий» – це амбітна ініціатива, спрямована на створення зручного та інтуїтивного цифрового простору для взаємодії мешканців міста з муніципальними послугами. Це платформа, яка покликана зблизити міську владу та громадян.

Логотип «Київ цифровий» – це більше, ніж просто графічний елемент. Він розповідає історію про місто, яке поєднує в собі сучасність і традиції.

Образи щита і кишені символізують безпеку та зручність, які прагнуть створити для киян. Це місто, де кожен може відчутися частиною великої спільноти. Зазначена візуальна айдентика відображає динамічний характер столиці та її прагнення до розвитку.

Буква «К» має унікальну впізнавану форму, що відсилає до стилізованого символу міста – Каштан. Фірмовим шрифтом бренду є *Kyiv Type Sans* з сімейства варіативних шрифтів, *Kyiv Type*, створений шрифтовим дизайнером Дмитром Солутцевим.

Шрифт *Kyiv Type Sans* став невід'ємною частиною візуальної ідентичності «Київ цифровий». Він відображає сучасний і динамічний характер столиці, а також підкреслює її зв'язок з цифровими технологіями. Цей шрифт був створений на замовлення школи *Projector*, бюро Олександра Трегуба та Дмитра Буланова та Інституту *Vanda* в рамках альтернативного символу та ініціативи Києва *#newkyivlogo*. Для забезпечення чіткості та легкості читання технічних текстів автори обрали шрифт *Daikon*. Цей геометричний гротеск, розроблений українським дизайнером Олегом Ліщуком, має широкий набір функцій та ідеально підходить для передачі технічної інформації.

Щоб створити атмосферу доброзичливого і динамічного спілкування, Київський цифровий бренд розробив графічний дизайн, який включає в себе весь набір візуальної айдентики від абстракції до іконок та ілюстрацій. В процесі роботи над корпоративними ілюстраціями була розроблена фірмова палітра бренду [41], сформована в основному виразними яскравими і доброзичливими кольорами із ключовим синім.

Знак у вигляді літери «К» в логотипі є самодостатнім візуальним елементом стилю. Автори розробили варіативний метод використання цього ключового візуального образу бренду, наприклад: в шаблоні використовується літера «К» в обсязі в якості фірмової фотографії, самодостатніх скульптурних об'єктів, різних офлайн – і онлайн-медіа. Для

брендування фотографії використовується техніка «вікна», при якій буква К – це форма, в яку вставляється фрагмент фотографії.

Три фірмових візерунка «Каштан», «клітка» і «Ешер» також засновані на інженерному футуристичному настрої і елементі «К». Вони є декоративним доповненням до комунікації Київського цифрового бренду. Для цифрового середовища автори створили анімовану версію цих шаблонів. Для верстки офлайн – та онлайн-медіа автори розробили гнучку модульну сітку для різних форматів, ключовим принципом якої є розміщення логотипів та інших елементів щодо неї. Також, в межах розробки айдентики запропоновано концепції дизайну транспортної картки, а також учнівського і студентського квитка у єдиному системному рішенні. Студентський квиток повторює дизайн транспортної карти і відрізняється за кольором. Для студентського квитка винайдено додатковий символ з двокрапки і букви «К» зверху, що відсилає до букви «І» в назві Києва, і символ буде дружнім. Остаточний дизайн синьої транспортної карти був розроблений командою ГіОЦ в рамках створеного фірмового стилю. У майбутньому дизайнери команди ГіОЦ будуть самостійно створювати медіа та візуальні комунікації Kiev Digital, використовуючи розроблений брендбук [38].

Ще десять років тому в Україні не було успішних місцевих туристичних брендів, але завдяки зусиллям дизайнерів ситуація змінюється і таких проєктів стає все більше. В цьому контексті важливо зазначити, що туристична галузь столиці й всієї країни загалом через війну переживає важкі часи. На початку повномасштабного вторгнення туристичний бізнес перепрофілювався, щоб допомагати військовим і малозахищеним верствам населення. Проте, оскільки Київ має значний туристичний потенціал, після перемоги над російськими загарбниками, мирний Київ очікує на мільйони туристів з усього світу, й відповідно значення оновленої візуальної айдентики міста збільшується. Марина Радова, начальниця Управління туризму та промоцій КМДА, також наголошує на необхідності оновлення

візуальної айдентики Києва, проте зазначає, що до перемоги «ми залишаємося з нинішніми логотипом та айдентикою» [41].

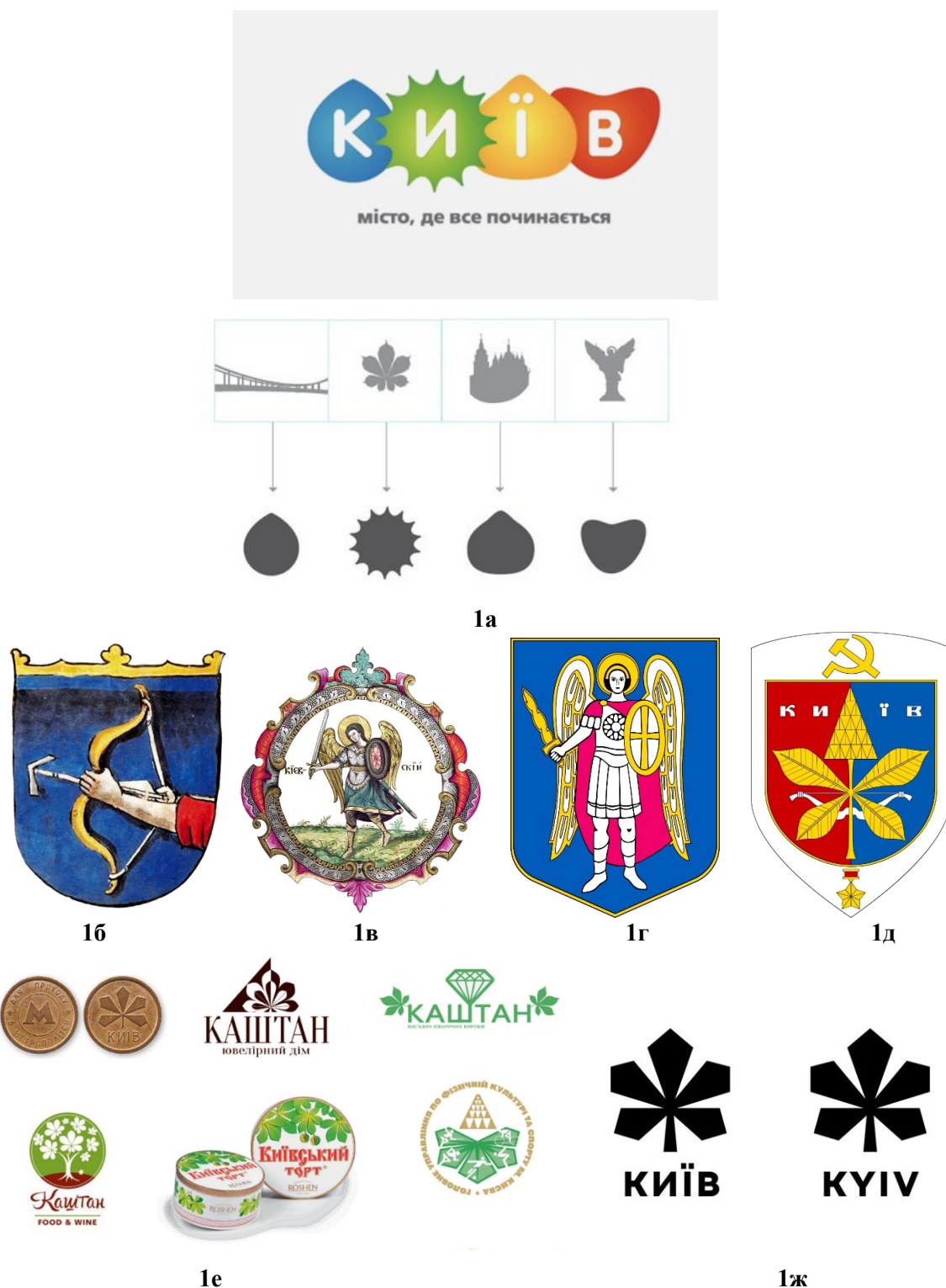
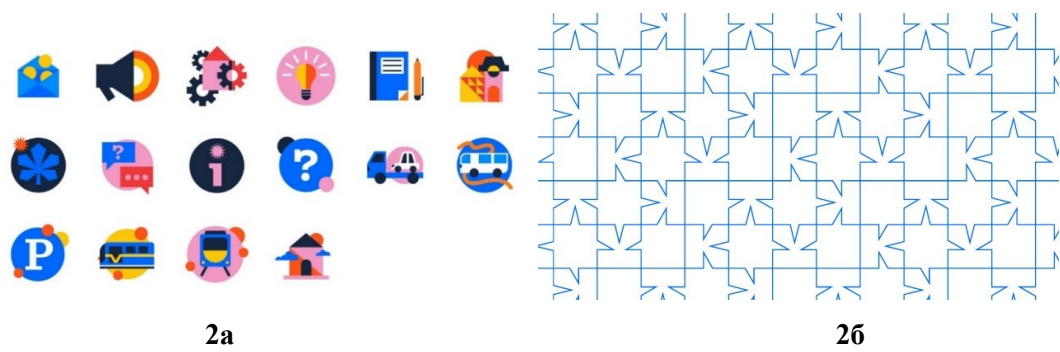


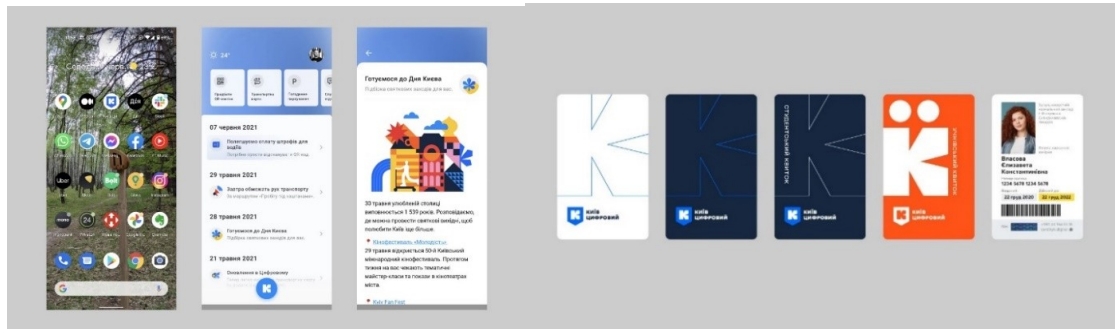
Рис. 1.1.2 Еволюція брендингу міста Києва:

а – чинний логотип міста Києва, автор Frolov, 2011; **б** – герб Києва до XVIII ст.; **в** – герб Києва з XVII ст. революції 1917 року; **г** – чинний герб міста Київа; **д** – радянський герб Києва, автори Флоріан Юр'єв та Борис Довгань; **е** – логотипи підприємств, пов'язаних з Києвом, де використаний символ міста – каштан; **ж** – новий, не офіційний логотип Києва, автори Олександр Трегуб та Дмитро Буланов.[51]



2а

2б



2в

2г



2д



2е

Рис. 2.1.2 Дизайн додатку **Київ цифровий**, автори Vulanov vigo спільно з ІТ-командою КП "ГІОЦ", 2020р.: **а** – іконки додатку; **б** – патерн; **в** – дизайн сторінок додатку; **г** – дизайн проїздної картки; **д** – складові елементи логотипу додатку; **е** – плакат. [51]

Брендинг і айдентика – це два інструменти, сумісні між собою, в той же час вони відрізняються. Завдання брендингу– створити зміст, саму філософію. Айдентика ж – це візуальна комунікація. В айдентики є ціла візуальна система з кольорами, шрифтами, прикладами використання та правилами [40].

1.3 Дослідження історії міста Києва

Київ, як одне з найдавніших міст Східної Європи, має багату історичну спадщину, яка відображена у його архітектурних ансамблях, парках та інших об'єктах культурної спадщини. Розглянемо докладніше історію кількох знакових пам'яток міста.

Ботанічний сад ім. Гришка. Ботанічний сад, заснований у 1936 році, є не лише науково-дослідним центром, а й місцем відпочинку для киян. Колекція рослин з усього світу має велику цінність для ботаніки та збереження біорізноманіття. Історія ботанічного саду тісно пов'язана з розвитком ботаніки в Україні та збереженням природного середовища столиці. Заснований у 1936 році, сад спочатку мав вузькоспеціалізоване призначення – вирощування лікарських рослин. З часом він перетворився на величезний науково-дослідний центр з унікальними колекціями рослин з різних куточків світу [16]. На території саду представлені різноманітні рослинні угруповання: від альпійських луків до тропічних лісів. Особливою гордістю саду є колекції хвойних, троянд, ірисів та інших декоративних рослин. Ботанічний сад є базою для проведення наукових досліджень у галузі ботаніки, екології та інтродукції рослин. Крім наукової діяльності, сад є улюбленим місцем відпочинку киян. Тут можна прогулятися алеями, відвідати оранжереї, насолодитися красою квітів та відпочити на лавах [16].

Пейзажна алея. Історія Пейзажної алеї сягає корінням у давнину [39]. Спочатку вона була частиною оборонних укріплень Києва, а згодом стала прогулянковим маршрутом для киян. Протягом століть алея зазнала численних трансформацій, що відображали зміни міської культури та естетичних смаків. Сьогодні це один з найпопулярніших парків Києва, що поєднує в собі історичні та ландшафтні особливості. Історія алеї тісно пов'язана з історією Києва. Спочатку це була частина оборонних укріплень міста, згодом – місце для прогулянок киян. У XIX столітті алею перебудували у вишуканий ландшафтний парк у стилі англійського саду.

Сьогодні Пейзажна алея – це мальовничий парк з пагорбами, сходами, фонтанами та скульптурами. З алеї відкривається панорамний вид на місто. XXI столітті алея зазнала масштабної реконструкції, в результаті якої вона стала ще більш привабливою для відвідувачів.

Софійський собор. Софійський собор – це шедевр давньоруської архітектури XI століття, який є символом Київської Русі. Його будівництво було ініційовано великим князем Ярославом Мудрим. Собор виражає свою величчю, багатим оздобленням і унікальними мозаїками та фресками. Впродовж століть він був центром релігійного життя Київської Русі, а нині є одним із найвідоміших музеїв України [28]. Заснований у XI столітті за наказом великого князя Ярослава Мудрого, Софійський собор є одним з найдавніших і найвизначніших пам'яток Київської Русі. Його будівництво було пов'язане з утвердженням християнства на Русі та посиленням міжнародного авторитету Київської держави. Собор являє собою унікальний зразок давньоруської архітектури. Його хрестово-купольний храм з 13-ма куполами, мозаїки та фрески створюють вражаючий ансамбль. Особливої уваги заслуговують мозаїки, що збереглися з XI століття і є одними з найдавніших в Європі. Софійський собор протягом століть був центром релігійного, культурного та політичного життя Київської Русі [28]. Сьогодні він є символом української державності та одним з найвідоміших музеїв світу. Софійський собор включений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО і є одним з найпопулярніших туристичних об'єктів Києва. Регулярно проводяться реставраційні роботи, спрямовані на збереження цього унікального пам'ятника культури.

Державний прапор України. З моменту своєї появи у 2007 році Великий Державний Прапор України став символом національної незалежності та одним з найвідоміших образів Києва. Встановлення прапора пов'язане з процесом українського державотворення та прагненням підкреслити національну ідентичність [48]. Прапор був встановлений у 2007 році і став символом незалежності України. Його розміри вражають: висота –

близько 60 метрів, ширина – 35 метрів. Прапор є не лише символом державності, а й місцем патріотичних зібрань та святкувань [49]. Великий прапор став популярним туристичним об'єктом, з якого відкривається чудовий вид на місто.

Платформа Арт – завод. Платформа Арт-завод – це сучасний культурний центр на території колишнього заводу, який розпочав свою діяльність у 2009 році і відтоді став одним із найпопулярніших майданчиків для проведення культурних подій, виставок, фестивалів та концертів [49]. Перетворення занедбаного промислового комплексу на сучасний арт-простір відбувається завдяки зусиллям ентузіастів, які побачили потенціал для культурно-мистецького розвитку Києва. Платформа Арт-заводу характеризується своєю багатофункціональністю. Тут відвідувачі можуть відвідати галереї, майстерні, кафе та ресторани, а також взяти участь у різноманітних творчих воркшопах. Платформа є не лише місцем для відпочинку та розваг, а й важливим осередком сучасного мистецтва, що сприяє розвитку креативної індустрії України.

Міст Хвиля Азову. Міст Хвиля Азову – це пішохідний міст, який з'єднує набережну Дніпра з Трухановим островом. Він був відкритий у 2012 році і швидко став однією з нових визначних пам'яток Києва. Міст має незвичайну хвилеподібну форму, яка нагадує морську хвилю. Його конструкція виконана з металу і скла, що надає йому легкості та прозорості. Міст Хвиля Азову став популярним місцем для прогулянок, фотосесій та відпочинку. Він також є частиною велосипедної доріжки, що проходить уздовж набережної Дніпра. Форма мосту асоціюється з морською тематикою і символізує зв'язок Києва з Азовським морем.

Цікаві факти про міст Хвиля Азову: Міст підсвічується вночі, що створює особливу атмосферу. На мосту регулярно проводяться різноманітні культурні заходи. Міст став одним з найпопулярніших місць для побачень у Києві [49].

Національний комплекс – «Експоцентр України». Всеукраїнський виставковий центр (ВДНГ) був створений у середині 20-го століття як вітрина науково-технічних та сільськогосподарських досягнень СРСР. Протягом десятиліть ВДНГ зазнав значних змін, що відображали зміни в економіці та суспільному житті країни. Сьогодні це багатофункціональний комплекс, що поєднує в собі елементи парку, виставкових павільйонів та розважальних закладів [49]. Заснований у 1958 році, ВДНГ спочатку був виставковим майданчиком, де демонструвалися досягнення радянської науки, техніки та сільського господарства. Сьогодні ВДНГ – це багатофункціональний комплекс, де розташовані виставкові павільйони, торгові центри, розважальні заклади, парки та сквери. На території ВДНГ регулярно проводяться різноманітні заходи: виставки, фестивалі, концерти, ярмарки.

Золоті ворота. Золоті ворота - одна з найвідоміших архітектурних пам'яток Києва, що датується XI століттям. Колись вони були частиною оборонної системи міста. Сьогодні збереглися лише фрагменти воріт, але вони є важливим свідченням давньоруської архітектури та історії Києва [44]. Сьогодні збереглися лише фрагменти воріт, але вони є важливим свідченням давньоруської архітектури. Золоті ворота є символом Київської Русі [54] і одним з найвідоміших історичних пам'ятників України.

Стадіон «Олімпійський». Стадіон «Олімпійський» має довгу і багату історію. Будівництво стадіону розпочалося у 1923 році, і з того часу стадіон зазнав численних реконструкцій та приймав багато важливих спортивних подій, включаючи Чемпіонат Європи з футболу 2012 року. Стадіон був побудований у 1923 році і неодноразово реконструювався [49]. Стадіон є головною ареною для проведення футбольних матчів, концертів та інших масових заходів.

Кожна з розглянутих пам'яток Києва має свою унікальну історію і є невід'ємною частиною культурної спадщини міста. Вивчення їх історії дозволяє глибше зрозуміти розвиток Києва як міста і держави.

1.4. Забезпечення інклюзивності карт для людей з вадами зору

Інклюзивні карти – це карти, які доступні для людей з різними типами інвалідності, включаючи людей з вадами зору, слуху, когнітивними порушеннями та порушеннями моторики.

За даними ВООЗ, близько 300 мільйонів людей в світі страждає від порушень зору, з них майже 40 мільйонів незрячі. Щорічно кількість сліпих зростає на 1-2 млн. осіб, адже що п'ять секунд втрачає зір один дорослий, а кожну хвилину – 1 дитина [56]. Щоб орієнтуватися в просторі, люди з вадами зору потребують тактильних карт. Ці карти дають їм уявлення про місцевість через дотик. Існує кілька технік для створення карт для людей з вадами зору: рельєфне тиснення, 3D-друк та тактильні екрани з аудіо інформацією. Розробка таких карт – це складне багатофакторне завдання. Для вирішення якого необхідно одночасно враховувати такі фактори, як: тяжкість порушення зору, досвід користувача, технічні обмеження в наданні великих об'ємів тактильної інформації та багато інших. Тому пошук нових рішень по створенню або удосконаленню карт для людей з вадами зору є актуальною задачею сьогодення.

Для вирішення поставленої задачі необхідно: проаналізувати існуючі карти для людей з вадами зору визначивши подібні та відмінні ознаки, систематизувати отриману інформацію, проаналізувати існуючу інформацію щодо шляхів поліпшення таких карт та запропонувати свій варіант вирішення поставленої задачі.

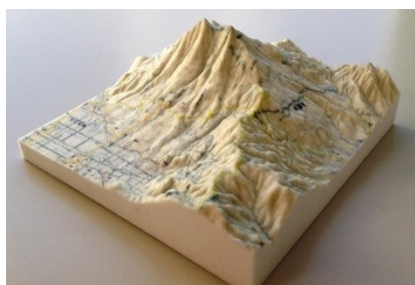
На першому етапі роботи було проведено аналіз існуючих карт для людей з вадами зору. За результатами аналізу було встановлено, що більшу частину таких карт становлять тактильні карти.

Тактильні карти – це такі карти які допомагають людям з порушеннями зору орієнтуватися в просторі. Їх виготовляють з рельєфних матеріалів, таких як пластик, дерево, картон або тканина, щоб люди могли відчувати різні

форми, текстури та контури. Існуючі тактильні карти можна розділити на наступні категорії: рельєфні, аудіотактильні та тактильно-кольорові.

Рельєфні карти, це карти на яких подано інформацію шляхом утворення на гладкій поверхні певних виступів або втиснень. До рельєфних карт відносяться, карти світу з рельєфними континентами та океанами (рис. 1) [22], карта міста з дорогами та будівлями, позначеними шрифтом Брайля [30].

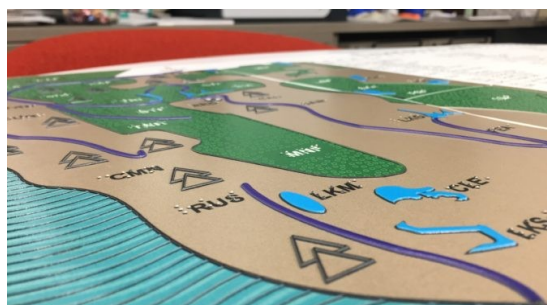
Рельєфні карти створюються різними способами: створенням випуклих елементів на поверхні, тисненням, 3-D друком [58,59,60].



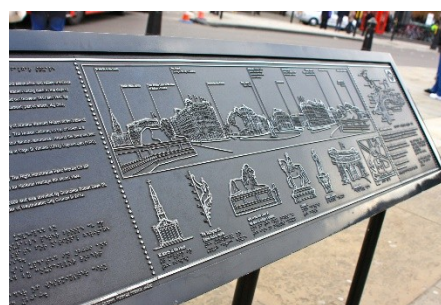
а



б



в



г

Рис. 1.1.4 а - Рельєфна гіпсова карта, Treatstock; б - 3D-друкована модель ландшафту області на заході Техасу, Treatstock; в- тактильна карта Каліфорнії; г - тактильна карта Брайля на Трафальгарській площі [51]

Аудіо-тактильні карти – це такі карти, які поєднують тактильні елементи з аудіо супроводом. Прикладом таких карт є: Аудіо тактильна карта Мумбаї

від Maiara Technologies, аудіо-тактильний стенд у київському метро (Рис. 2) [17].

Тактильно- кольорові карти – це такі, в яких використовують контрастні кольори та рельєфні зображення. Прикладом такої карти є тактильна температурна карта (рис.3) [33].

За результатами проведеного аналізу було розроблено класифікацію карт для людей з вадами зору.

Варто також зауважити, що основним недоліком усіх видів тактильних карт є їх висока вартість, яка обумовлена підвищеною складністю у виготовленні [66].



а



б

Рис. 2.1.4 а-Аудіо тактильна карта Мумбаї від Maiara Technologies; б - Аудіо-тактильний стенд у київському метро [51]

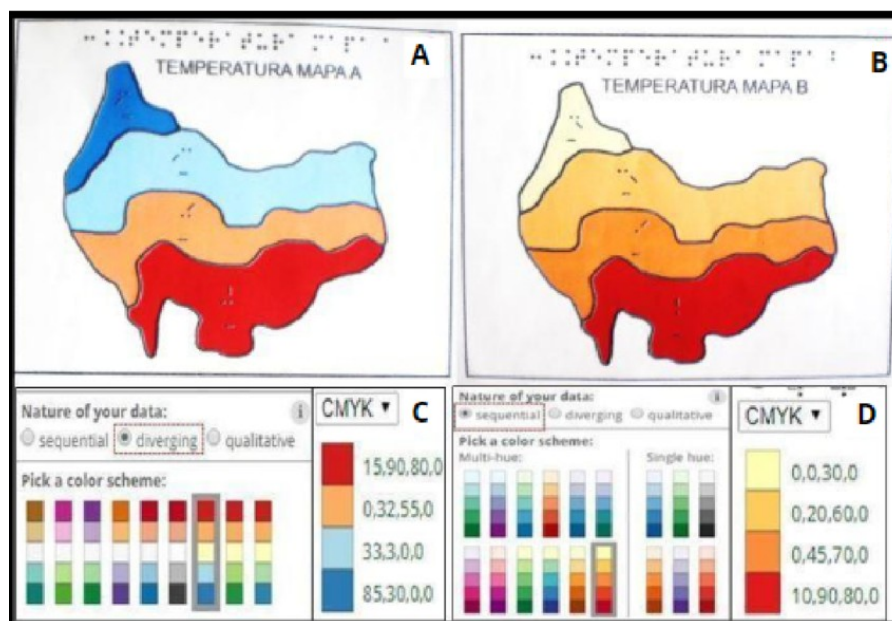


Рис. 3.1.4 Тактильно-кольорові карти (А -Температурна карта ; В -Температурна карта; С - Колірна схема, використана на Kartі А; D - Колірна схема, використана на Kartі В). Araújo et al. 2020 [51].

На наступному етапі роботи було проведено аналіз шляхів підвищення інклюзивності карт для людей з вадами зору. В результаті проведеного аналізу було встановлено, що останнім часом спостерігається ряд позитивних тенденцій у розвитку в цьому напрямі. Дедалі більше організацій розробляють і публікують нові інклюзивні карти. Також розвиток технологій впливає на збільшення їх різноманітності та обсягів виготовлення. Розширення асортименту тактильних карт значно сприяє залученню та інтеграції людей з різними видами вад до повноцінного і активного життя [22].

В подальшій своїй роботі автори планують обрати декілька існуючих карт та на їх основі створити текстильні карти застосовуючи сучасні технології та методи дизайн-проекування.

1.5 Основа сучасних цифрових карт

Цифрова карта місцевості (ЦКМ) - Це модель місцевості, яка зберігається в пам'яті комп'ютера [30]. За точністю та змістом вона відповідає

первинним картографічним джерелам. Карта відповідає математичній основі, методам проекції та побудови, необхідним для картографії, і узгоджується з основними картографічними джерелами за точністю та змістом. Цифрові карти місцевості призначені для автоматизованого ведення земельного, містобудівного, лісового, водного та інших видів кадастрів; проектування будівельних об'єктів; системи автоматизованого проектування; Моделювання та прогнозування техногенних і природних аварій, катастроф та інших надзвичайних ситуацій; створення ГІС-систем різної спрямованості; основа для створення тематичних та інших електронних карт; Впровадження, компіляція та впровадження нових технологій полегшує сприянню обміну інформацією між компаніями та організаціями і створювати галузеві та міжгалузеві бази даних; сприяє візуалізації та прискоренню обробки даних. сприяння створенню галузевих та міжгалузевих баз даних, що зменшує витрати на проведення статистичних досліджень у різних галузях; зменшує витрати на статистичні дослідження в різних галузях.

Процес створення цифрової карти включає такі основні етапи: 1) автоматичне перетворення вихідної картографічної інформації в цифровий формат; 2) символізація цифрової картографічної інформації та автоматичне редагування цифрової карти; 3) розробка системи управління базами даних (СУБД), призначеної для електронних карт.

Перший етап передбачає проведення комплексу робіт з оцифрування та векторизації різноманітних картографічних джерел для побудови векторної основи майбутньої електронної карти. Завдання вирішується двома основними методами: ручним оцифруванням та скануванням з подальшою векторизацією. Обидва методи передбачають введення атрибутивної інформації та структурування отриманих даних.

Другий етап включає такі процеси:

– Символізація: Вибір відповідних графічних символів для кожного типу об'єктів на карті (ліній, точок, полігонів) з метою забезпечення наочності та чіткості відображення інформації.

- Структурування: Створення багат шарової структури карти, що дозволяє відобразити різні типи інформації на окремих шарах (наприклад, рельєф, рослинність, інфраструктура).

- Контроль якості: Виконання ретельного візуального та аналітичного контролю для виявлення та виправлення помилок у символізації та структурі карти.

- Архівування: Створення архівної копії готової електронної карти у відповідному форматі для подальшого використання та зберігання.

Кожен об'єкт на карті отримує свій умовний знак згідно з класифікатором. Цей процес автоматизовано. Карта створюється в різних рівнях деталізації: від загального огляду до детального плану [29].

Процес створення цифрової карти є складним і багатоетапним. Він включає в себе кілька ключових стадій, кожна з яких відіграє важливу роль у формуванні кінцевого продукту.

Висновки до розділу 1

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що візуальний стиль є складовою візуальної комунікації та інформаційного повідомлення, яке здатне впливати на сприйняття більшості видів карт, забезпечуючи чітку передачу інформації. Візуальний стиль карти безпосередньо впливає на видову ідентифікацію карти, адже саме візуальний стиль допомагає з'ясувати для чого створена певна карта, привертає увагу цільової аудиторії, формує неповторний імідж карти, закріплюючи асоціативний образ у пам'яті споживача. Вдало вибраний візуальний стиль допоможе зробити карту більш ефективною та привабливою, а стилістичне оформлення карти залишається важливим елементом, що впливає на її візуальне сприйняття та ефективність візуальної комунікації.

Візуальна айдентика Києва є складною та багатогранною, протягом століть зазнавала значних змін, відображаючи історію, еволюцію міста, його культуру та цінності. Герб Києва, який зображує Архангела Михаїла, що

вважає вогняним мечем змія, є одним із найдавніших та найвідоміших символів міста. Він символізує силу, мужність та перемогу добра над злом та свідчить про силу, стійкість та прагнення до краси та гармонії, які протягом століть характеризували це дивовижне місто.

Констатовано, що візуальна айдентика Києва не є статичною, вона постійно еволюціонує, щоб відображати нові реалії та прагнення міста.

З'ясовано, що на сучасному етапі в контексті соціокультурних трансформацій, з розвитком всіх рівнів та галузей культури, із збільшенням ролі інформаційних потоків та візуальних образів, візуальна айдентика отримує імпульс для розвитку та виходить поза межі геральдичної традиції.

Наголошено, що дослідження візуальної айдентики міст має важливе значення, оскільки допомагає глибше зрозуміти, як візуальні образи міста формують його сприйняття та впливають на життя містян.

В результаті проведеного дослідження було встановлено, що:

- доступність та інклюзивність карт є важливою проблемою, яка потребує вирішення;
- вибір карти користувачем залежить від індивідуальних потреб і здібностей людини;
- інтерактивні карти мають потужний потенціал для надання просторових знань широкому спектру населення, незалежно від віку, вад, рівня навичок та інших факторів;
- існуючі інклюзивні карти мають ряд особливостей, які обумовлюють їх призначення;
- для людей з вадами зору та незрячих виготовляються тактильні карти, які розподіляються на: рельєфні, аудіотактильні та тактильно-кольорові;
- забезпечення інклюзивності карт залежить від збільшення їх асортименту та розвитку технологій і методів надання інформації.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ СПОЖИВАЧІВ ТА РОЗРОБКА ТВОРЧОЇ КОНЦЕПЦІЇ ПРОЄКТУ

2.1. Дослідження і аналіз аналогів мап-путівників

Аналіз картографічних путівників є важливим інструментом для дослідників у різних галузях, включаючи географію, туризм, історію та культуру. Він дозволяє оцінити достовірність інформації, виявити тенденції і зміни, порівняти різні джерела, оцінити якість туристичних продуктів і створити свої власні маршрути. В ході аналізу можна звернути увагу на географічну, історичну, культурну та туристичну інформацію, мову і стиль викладу, візуальне оформлення путівника. Для проведення аналізу використовуються різні методи, такі як порівняльний аналіз, змістовний аналіз та географічний аналіз.

Аналог перший (рис. 1.2.1).



Рис. 1.2.1 Аналог 1 [51]

Карта-путівник по Стамбулу розрахована на туристів, місцевих жителів, які зацікавлені темою весілля. Автор: Ramazan Yılmaz. Охоплює аудиторію від молоді до людей середнього віку. Рік створення: 2020р. Розміри: Плакат

800x600 пкс. Призначення: допомога туристам в орієнтуванні містом, розміщення на весільних запрошеннях, прикрашання приміщення.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, статична. Основна композиційна ідея: На плакаті зображена карта Стамбулу із зображеннями весільної тематики. Карта містить багато деталей, які допомагають глядачеві зрозуміти особливості міста. Це включає в себе назви районів, історичні місця та інші цікаві факти. Наприклад, в центрі карти зображені молодята, що стоїть на тлі Босфору. Це додає карті романтичного характеру і допомагає глядачеві зрозуміти, що це карта для особливої нагоди.

За рахунок чого вибудовується зміст форми: Композиційні елементи: графічне зображення, шрифтові блоки. Структура композиції: композиція горизонтальна. Прагне до симетрії. Композиційний центр зосереджено зліва на парі молодят. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми і одному стилю графічних зображень. Єдність характеру форми – досягнута.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія. Використано контраст і нюанс. Використано ритм. Масштаб: 1:100000 Карта використовує м'які, пастельні кольори, щоб створити романтичний і водночас сучасний вигляд. Це допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш привабливою. У плакаті використано рожевий, червоний, чорний, білий кольори. Композиція виразна, елементи гармоніюють між собою.

Шрифт використано вдало, це open sans. Текст на карті чіткий і зрозумілий. Він легко читається і містить всю необхідну інформацію. Наприклад, назви районів написані великими літерами, що полегшує їх читання.

Аналіз конструкції: лист 800x600 пкс.

Недоліки: Карта не дуже добре організована. Деякі елементи, такі як назви районів, розташовані не дуже компактно. Наприклад, назва району "Ататюрк" розташована як на північній, так і на південній частині карти. Усі

елементи (будинки) однієї величини, що виглядає трохи нудно. Назви районів можуть бути важко прочитати, якщо ви дивитеся на карту з далекої відстані.

Позитивні сторони: карта виповнена в єдиній кольоровій гаммі, продуманий стиль. Кольорова гамма допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш привабливою.

Висновки: Дизайнер використовує м'які кольори, цікаві деталі та чіткий текст, щоб створити привабливу та інформативну картину міста. Використання контрастних кольорів в роботі над картою вдала ідея. Нейтральний тон на позначені землі добре гармоніює і підкреслює зображення.

Аналог другий (рис. 2.2.1).



Рис. 2.2.1 Аналог 2 [51]

Карта-путівник по Яффо, Ізраїль, розрахована на туристів, так як вона саме на англійській мові. Це молодь, переважно до 40 років з середнім доходом. Автор: Анат Сіфрі. Рік створення: 2019р. Розміри: 1200x450 пкс. Призначення: допомога туристам в орієнтуванні містом.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, динамічна. Основна композиційна ідея: карта має певну орієнтованість, на плакаті зображена карта старого Яффо з видатними місцями та місцевими жителями, які займаються повсякденними справами, такими як риболовля чи прогулянка з песиком. Карта містить багато деталей, які допомагають глядачеві зрозуміти

особливості міста. Це включає в себе назви вулиць, історичні місця та інші цікаві факти. Зміст форми вибудовується за пахунок композиційних елементів: графічне зображення, шрифтові блоки. Структура композиції: композиція горизонтальна. Використана асиметрія. Композиційний центр зосереджено в середині на зеленому тлі саду зображеному на карті. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми і одному стилю графічних зображень. Єдність характеру форми – досягнута.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія.
Використано нюанс. Використано ритм. Масштаб: 1:10000000

Кольорова гамма: дизайнер використовує широкий спектр яскравих кольорів, щоб створити привабливий і енергійний вигляд. Це допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш легкою для розуміння. Використано відтінки жовтого, блакитний, зелений.

Композиція не виразна, елементи гармоніюють з фоном.

Шрифт використано вдало, це леттерінг, популярний модний наразі шрифт, який часто використовує саме молодь.

Аналіз конструкції: лист 1200x450 пкс.

Недоліки: Карта не дуже добре організована. Деякі елементи, такі як назви вулиць, розташовані не дуже компактно. Використання дитячого стилю в ілюстрації виглядає не дуже акуратно. Шрифтові блоки також виглядають не акуратно. Позитивні сторони: Теплі кольори формують приємний сонячний настрій Ізраїлю.

Висновки: враження – невідмінна складова для карти-путівника, розробляти карту треба так, щоб турист поглянувши на неї захотів приїхати у це місто чи країну і досліджувати її пам'ятки і традиції. Хоч цю карту не можна назвати акуратно зробленою, але вона має вигляд карти міста, яке хочеться відвідати. Карта Яффи є чудовим прикладом візуальної комунікації. Вона використовує яскраві кольори та цікаві деталі щоб створити привабливу

та інформативну картину міста. Однак, існують деякі негативні сторони композиції, які можуть ускладнити розуміння карти.

Аналог третій (рис. 3.2.1).



Рис. 3.2.1 Аналог 3 [51]

Карта-путівник по місту Веллінгтон. Карта створена для туристів та місцевих жителів які прагнуть прикрасити свою кімнату, кав'ярню, кабінет гарним плакатом. Автор: Amelia Flower. Розрахована на дітей, молодь, студентів. Стаття не важлива. Рік створення: 2019 р. Габаритні розміри: плакат А3. Призначення: допомога туристам в орієнтуванні містом, прикрашання приміщення.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, статична. Основна композиційна ідея: На плакаті зображена карта Веллінгтону з позначенням деяких вулиць міста та видатних забудовель, людей та місцевих рослин. Карта містить багато деталей, які допомагають глядачеві зрозуміти особливості міста, допомагає глядачеві уявити, як виглядає місто.

Зміст форми вибудовується за рахунок композиційних елементів: графічне зображення, шрифтові блоки, лінійки. Структура композиції:

композиція обмежена колом. Використана асиметрія. Композиційний центр зосереджено на лайнері, який розташований на воді. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми. Єдність характеру форми – не досягнута. Будиночки що в житті менші за великі будівлі, на карті мають протилежний характер.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія. Карта використовує сильний контраст між світлими та темними кольорами, щоб створити драматичний і атмосферний вигляд. Це допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш легкою для розуміння. Використано ритм. Масштаб: 1:1000

Кольорова гамма підкреслює ідею карти орієнтованої на молодь і дітей. У плакаті використано багато різних кольорів, це добре гармоніює, адже місто знаходиться в Океанії.

Композиція не виразна, багато малих елементів.

Шрифти використано вдало, вони гарно доповнюють композицію і не відволікають увагу на себе. Це лєттерінг.

Аналіз конструкції: лист а3.

Недоліки: карта не дуже добре організована. Деякі елементи, такі як назви вулиць, розташовані не дуже компактно. Наприклад, назва вулиці "Cuba St" розташована як на північній, так і на південній частині карти. Зображення рослин дуже контрастне, і одразу забирає на себе увагу. Люди дуже маленькі і їх багато, одразу усіх і не помітно. Позитивні сторони: Карта візуально гарна, позитивна, добре поєднається з інтер'єром модної кав'ярні, чи дитячої кімнати.

Висновки: якщо багато деталей, краще використати шрифтову гарнітуру, яка не привертає на себе увагу. Для вдалої роботи треба використовувати обмежену кількість кольорів. Карта обмежена у коло добре виглядає. Карта використовує сильний контраст, цікаві деталі та чіткій текст, щоб створити привабливу та інформативну картину міста.

Аналог четвертий (рис. 4.2.1).



Рис. 4.2.1 Аналог 4 [51]

Карта-путівник по Львову розрахована на туристів, місцевих жителів. Автор: Ксенія Лозицька. Орієнтована на молодь, переважно до 40 років з середнім доходом. Рік створення: 2021р. Розміри: плакат 1000x749 пкс. Призначення: допомога туристам в орієнтуванні містом, прикрашання приміщення.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, статична. Основна композиційна ідея: Карта містить багато деталей, які допомагають глядачеві зрозуміти особливості міста. Це включає в себе назви вулиць, історичні місця та інші цікаві факти. Наприклад, на карті зображені головні будівлі міста, такі як Львівський оперний театр, Високий замок та Вірменський собор. Це допомагає глядачеві уявити, як виглядає місто.

Зміст форми вибудовується за рахунок композиційних елементів: графічне зображення, шрифтові блоки. Структура композиції: композиція горизонтальна. Використана асиметрія. Композиційний центр зосереджено в середині на палаці Потоцьких. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми і одному стилю графічних зображень. Єдність характеру форми – досягнута.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія.
Використано контраст. Використано ритм. Масштаб: 1:10000000

Карта використовує яскраві кольори, щоб створити привабливий і енергійний вигляд. У плакаті використано зелений, червоний, білий.
Композиція виразна, елементи гармоніюють з фоном.

Шрифт використано вдало, це arial.

Аналіз конструкції: лист 1000x749 пкс.

Недоліки: поєднання червоного і зеленого кольорів, на мою думку, не гармоніюють з образом міста Львів. Карта не дуже добре організована. Деякі елементи, такі як назви вулиць, розташовані не дуже компактно. Позитивні сторони: Карта привертає увагу, є легкою для розуміння. Як гарнітуру шрифту так і його колір використано дуже вдало.

Висновки: Загалом, карта Львова є чудовим прикладом того, як візуальна комунікація може бути ефективною. Вона використовує яскраві кольори, цікаві деталі та чіткий текст, щоб створити привабливу та інформативну картину міста. Однак, існують деякі негативні сторони композиції, які можуть ускладнити розуміння карти.

Аналог п'ятий (рис. 5.2.1).



Рис. 5.2.1 Аналог 5 [51]

Карта-путівник по Британії. Ця карта призначена для туристів, які цікавляться історією та культурою Великобританії. Вона також може бути

цікавою для людей, які люблять фентезі та магію. Автор: Фінн Дін. Охоплює аудиторію від дітей, підлітків до молоді. Рік створення: 2018р. Розміри: Плакат 750x983 пкс. Призначення: допомога туристам в орієнтуванні материком, також виконує функцію прикрашання приміщення.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, статична. Основна композиційна ідея: Ця карта зображує найчарівніші місця Великобританії. На карті зображені такі місця, як: Сторроу (Шотландія), відомий своїми скелястими утвореннями, які нагадують обличчя людини. Лох-Несс (Шотландія), озеро, в якому, за легендою, живе чудовисько. Единбург (Шотландія), столиця Шотландії, відома своїми середньовічними замками та музеями. Шервудський ліс (Англія), ліс, у якому, за легендою, жив Робін Гуд. Тінтернське абатство (Англія), середньовічне абатство, розташоване в графстві Херефордшир. Стоунхендж (Англія), стародавній пам'ятник, призначення якого досі невідомо, та інші.

Зміст форми вибудовується за рахунок композиційних елементів: графічне зображення, шрифтові блоки. Композиція карти добре продумана. Карта розділена на три основні частини: Шотландію, Уельс та Англію. Кожна частина містить список місць, розташованих у цьому регіоні. Місця розташовані в порядку з півночі на південь. Карта також містить візуальні елементи, які допомагають читачеві зрозуміти інформацію. Наприклад, місця, пов'язані з легендами та міфами, позначені зірками.

Структура композиції: композиція вертикальна. Антисиметрична. Композиційний центр зосереджено на зеленому тлі карти. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми і одному стилю графічних зображень. Єдність характеру форми – досягнута.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія. Використано нюанс. Використано ритм. Масштаб: 1:100000. Карта використовує темно-синій, зелений, коричневий кольори. Композиція виразна, елементи гармоніюють між собою. Шрифт використано вдало, це

леттерінг. Текст на карті чіткий і зрозумілий, виділений білим кольором. Він легко читається і містить всю необхідну інформацію. Наприклад, усі пам'ятки написані великими літерами, що полегшує їх читання.

Аналіз конструкції: лист 750x983 пкс.

Недоліки: Карта не містить масштабу, тому неможливо точно визначити відстані між місцями. Деякі місця позначені занадто дрібно, що може ускладнити їхнє читання. Позитивні сторони: карта виповнена в єдиній кольоровій гаммі, продуманий стиль [44] – магічний, нічний. Кольорова гамма допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш привабливою. Вона добре продумана та легко читається. Вона містить візуальні елементи, які допомагають читачеві зрозуміти інформацію.

Висновки: Ця карта є хорошим прикладом того, як можна створити інформативну та цікаву карту. Вона добре продумана та легко читається. Вона також містить візуальні елементи, які допомагають читачеві зрозуміти інформацію. Ця карта буде цікава туристам, які цікавляться історією та культурою Великобританії, людям, які люблять фентезі та магію.

Аналог п'ятий (рис. 6.2.1).



Рис. 6.2.1 Аналог 6 [51]

Карта-путівник по Східній Фризії. Карта створена для туристів та місцевих жителів які прагнуть прикрасити дитячу кімнату гарним плакатом.

Автор: Мартін Хааке. Розрахована на дітей. Стаття не важлива. Рік створення: 2022 р.

Габаритні розміри: 1200x963 пкс. Призначення: допомога туристам в орієнтуванні містом, прикрашання приміщення, ілюстрація до дитячої книжки.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, статична. Основна композиційна ідея: На плакаті зображена карта Східної Фризії з позначенням деяких районів і міст. Карта містить багато деталей, які допомагають зрозуміти особливості, допомагає глядачеві уявити, як виглядає місцевість. Також на карті зображені місцеві жителі, які займаються своїми справами.

Зміст форми вибудовується за рахунок композиційних елементів: графічне зображення, шрифтові блоки, лінійки.

Структура композиції: композиція горизонтальна. Асиметрична. Композиційний центр зосереджено на корові. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми. Єдність характеру форми – не досягнута.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія. Карта використовує контраст між світлими та темними кольорами, Це допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш легкою для розуміння. Використано ритм. Масштаб: 1:1000.

Кольорова гамма підкреслює ідею карти орієнтованої на дітей. У карті використано багато різних кольорів, це добре гармоніює такі як зелений, білий, коричневий, синій кольори. Композиція не виразна, дуже багато малих елементів.

Шрифти використано вдало, вони гарно доповнюють композицію і не відволікають увагу на себе. Це лінтерінг.

Аналіз конструкції: 1200x963 пкс.

Недоліки: карта не дуже добре організована. Карта має багато мілких деталей, що відвертає увагу, особливо дитячу. Немає напису що це за

місцевіть. Позитивні сторони: Карта візуально гарна, позитивна, діти будуть у захваті.

Висновки: якщо багато деталей, краще використати шрифтову гарнітуру, яка не привертає на себе увагу. Для вдалої роботи треба використовувати обмежену кількість кольорів. Карта використовує сильний контраст, цікаві деталі та чіткій текст, щоб створити привабливу та інформативну картину міста. Треба додавати головний напис місцевості, щоб карта була більш інформативною.

Аналог сьомий (рис. 7.2.1).



Рис. 7.2.1 Аналог 7 [51]

Карта-путівник по Лос Анджелес. Розрахована на туристів чи місцевих які прагнуть придбати нерухомість. Автор: Оуен Гатлі. Аудиторія мапи - це люди переважно від 35 років з високим доходом. Рік створення: 2021р. Розміри: 977x1247 пкс. Призначення: допомога туристам і місцевим в орієнтуванні містом і цінами при придбанні нерухомості.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, динамічна. Основна композиційна ідея: карта має певну орієнтованість, на плакаті зображена карта Лос Анжелес з районами, видатними місцями та місцевими жителями.

Карта містить багато деталей, які допомагають глядачеві зрозуміти особливості міста. Це включає в себе назви районів і ціну на нерухомість.

Зміст форми вибудовується за рахунок композиційних елементів: Композиційні елементи: графічне зображення, шрифтові блоки. Структура композиції: композиція вписана у квадрат, асиметрична. Композиційний центр зосереджено на пончику. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми і одному стилю графічних зображень. Єдність характеру форми – досягнута.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія. Використано нюанс і контраст. Використано ритм. Масштаб: 1:10000000

Кольорова гамма: дизайнер використовує широкий спектр яскравих кольорів, щоб створити привабливий і енергійний вигляд. Це допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш легкою для розуміння. Використано фіолетовий, коричневий, зелений, білий, жовтий, червоний. Композиція не виразна, елементи гармоніюють з фоном. Місто Лос-Анджелес розташоване в центрі, а найвідоміші місця позначені великими, яскравими значками. Значки розташовані таким чином, щоб їх легко було знайти, але при цьому вони не заважають один одному.

Шрифт використано вдало, це леттерінг, популярний модний наразі шрифт, який часто використовує саме молодь.

Аналіз конструкції: лист 977x1247 пкс.

Недоліки: В даній карті прийом контрасту виглядає не дуже доречно. Нуже багато відтінків, які не відповідають змісту карти орієнтованої на середнє і доросле покоління. Карта не показує деталі міської забудови. Вона не показує дороги та інші транспортні маршрути. Позитивні сторони: В кольоровій гаммі, за винятком деяких кольорів формується Американський стиль[44]. Вона добре інформує про найвідоміші місця в Лос-Анджелесі. Вона має привабливий вигляд. Карта проста для читання.

Висновки: Карта є хорошим інструментом для ознайомлення з найвідомішими місцями в Лос-Анджелесі. Вона має привабливий вигляд і проста для читання. Однак, вона не показує деталі міської забудови та транспортні маршрути. Важливо додавати до карти інформацію про деталі міської забудови, такі як вулиці, парки та інші громадські місця.

Аналог восьмий (рис. 8.2.1).

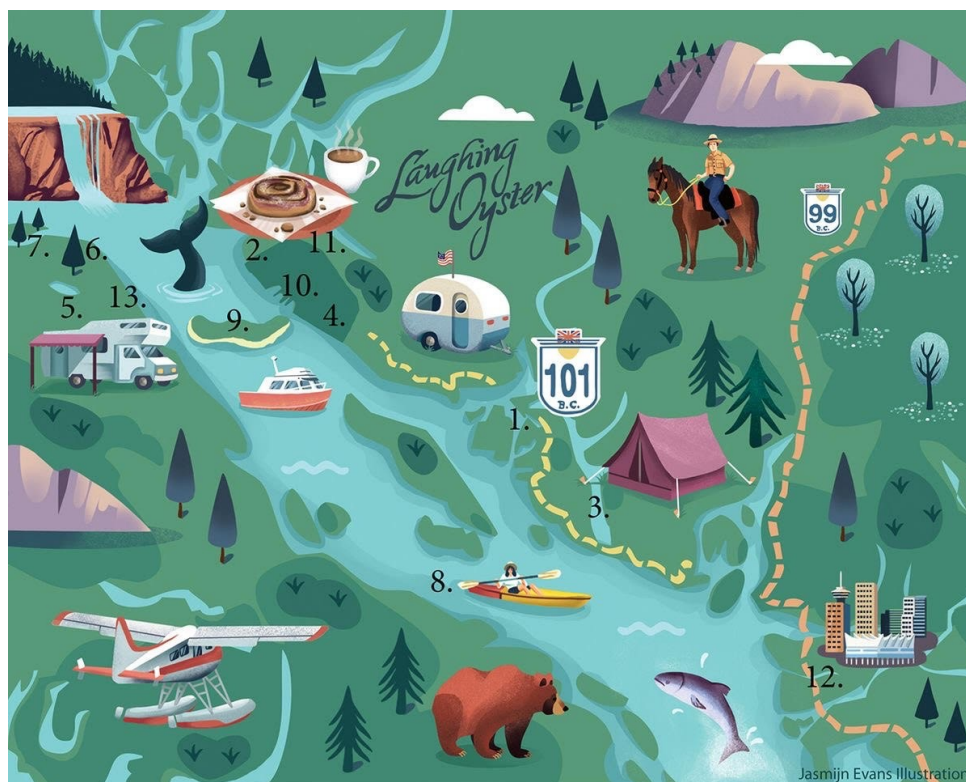


Рис. 8.2.1 Аналог 8 [51]

Карта-путівник по Британській Колумбії. Розрахована на туристів чи місцевих які прагнуть більше подорожувати і відкривати нові куточки світу.

Автор: Жасмін Еванс. Розрахована на молодь. Рік створення: 2022р. Розміри: 1200x960 пкс. Призначення: допомога туристам і місцевим в орієнтуванні місцевістю.

Вид композиції: сюжетна, поліцентрична, статична. Основна композиційна ідея: карта має певну орієнтованість на кемпінг туристів, карта має простий сюжет. Вона показує річку та її береги, а також деякі важливі місця, розташовані в цьому районі.

Зміст форми вибудовується за рахунок композиційних елементів: Композиційні елементи: графічне зображення, шрифтові блоки. Структура

композиції: композиція горизонтальна. Асиметрична композиція. Композиційний центр зосереджено на написі. Елементи відповідають змісту. Частини співмірні з цілим. Досягнута цілісність за рахунок використаної кольорової гамми і одному стилю графічних зображень. Єдність характеру форми – досягнута.

Досягнуто виразності ідеї за рахунок: Графічна мова: пляма, лінія. Використано нюанс і контраст. Використано ритм. Масштаб: 1:10000000

Кольорова гамма: дизайнер використовує широкий спектр яскравих кольорів, щоб створити привабливий і енергійний вигляд. Це допомагає залучити увагу глядача та зробити карту більш легкою для розуміння. Використано фіолетовий, коричневий, зелений, голубий.

Композиція виразна. Карта має добре продуману композицію. Річка розташована в центрі, а її береги позначені яскравими кольорами. Знаки, що вказують на різні місця, розташовані в гармонійному порядку.

Шрифт використано вдало, це Arial.

Аналіз конструкції: лист 1200x960 пкс.

Недоліки: Карта немає підписів пам'яток. Вона не показує деталі берегової лінії. Карта не показує дороги та інші транспортні маршрути. Позитивні сторони: Кольорова гамма добре підібрана. Карта добре інформує про основні особливості річки та її берегів. Вона має привабливий вигляд, проста для читання.

Висновки: Для розробки вдалої карти треба додавати інформацію про деталі берегової лінії, такі як затоки, острови та інші природні особливості. Також було б добре позначити інформацію про дороги та інші транспортні маршрути.

Таблиця 1.2.1

Аналіз моделей аналогів мап-путівників

Назва вимоги	Назва одиничних складових вимог	Кількісний або якісний показник за одиничною складовою вимогою	Макс оцінка	1. Карта-путівник по Стамбулу, Туреччина.	2. Карта-путівник по Яффо, Ізраїль.	3. Карта-путівник по місту Веллінгтон, Нова Зеландія.	4. Карта-путівник по Львову, Україна.	5. Карта-путівник по Британії.	6. Карта-путівник по Східній Фризії, Німеччина.	7. Карта-путівник по Лос Анджелесу, США.	Результат загального аналізу (Кз)
Відповідність виробу основному функціональному призначенню	Цільова спрямованість	Активний відпочинок	3	2	3	3	3	3	3	2	0.95
	Габітус споживача	Помірне відношення до моди	3	3	2	3	3	3	3	3	0.95
Відповідність виробу розмірній та повнотній групі	Вікова група	Середня	3	3	3	2	2	2	2	3	0.80
Відповідність сезону, сфері застосування та умовам експлуатації	Сезон	Літо, весна, осінь	3	3	3	3	3	3	2	3	0.95
	Термін разового використання	6 годин	3	3	3	3	3	3	3	3	1
	Параметри середовища	$t=(17-32)$ 0 підвищена вологість	3	2	2	2	3	2	2	3	0.76
Відповідність матеріалів та фурнітури	Термін фізичного старіння	3 сезони	3	2	3	3	3	3	3	3	0.95
	Види та місця навантажень	Стойкість до світлопогоди	3	1	1	2	3	2	2	3	0.66
		Розривні навантаження		3	2	3	3	3	3	2	3

Продовження таблиці 1.2.1

Назва вимоги	Назва одиничних складових вимог	Кількісний або якісний показник за одиничною складовою вимогою	Макс оцінка	1. Карта-путівник по Стамбулу, Туреччина.	2. Карта-путівник по Яффо, Ізраїль.	3. Карта-путівник по місту Веллінгтон, Нова Зеландія.	4. Карта-путівник по Львову, Україна.	5. Карта-путівник по Британії.	6. Карта-путівник по Східній Фризії, Німеччина.	7. Карта-путівник по Лос Анджелесу, США.	Результат загального аналізу (Кз)
Зручність використання	Конструктивний устрій	Конструктивний устрій	3	3	3	3	3	3	3	3	1
Відповідність напрямку моди	Геометричний вид форми	Прямокутник	3	3	2	2	3	3	3	2	0.86
	Кольорова гама	Насичена за спектром	3	2	3	2	2	2	3	2	0.76
	Види декору	Тиснення	3	1	1	1	1	1	1	1	0.33
Разом у балах			39	30	32	32	35	33	32	34	0.84
Разом у відсотках до максимальної оцінки			100	77	82	82	90	85	82	87	0.83

Аналіз представлених карт дозволяє зробити висновок про те, що ефективна карта має поєднувати в собі естетичну привабливість, інформативність та функціональність.

Ключовими елементами успішної карти є чітка візуалізація географічних об'єктів (берегової лінії, рельєфу, рослинності), детальна міська інфраструктура (дороги, парки, інженерні комунікації) та зручна система навігації. Оптимальний вибір кольорів, шрифтів і композиції сприяє кращому сприйняттю інформації та робить карту корисним інструментом для орієнтування на місцевості.

2.2 Дослідження сфери споживання, визначення групи споживачів для розробки мапи-путівника по місту Київ

За допомогою методу «Persona»: створення детальних портретів ідеальних клієнтів для більш точного орієнтування, було проведено аналіз споживачів мапи-путівника. Так, данні о біосоціальной характеристиці споживачів мапи-путівника представлені в таблиці 2. В таблиці проаналізовано чотири основних групи споживачів.

Таблиця 1.2.2

Біосоціальна характеристика споживачів для мапи-путівника

Найменування ознак	Склад ознаки	Варіанти			
Біоморфологічні	Вік	До 18 років	18-30 років	31-45 років	46-60+
	Стать	Жіноча\чоловіча			
	Фізичні можливості	Високі\обмежені	Високі\обмежені	Середні\обмежені	Середні\обмежені
	Особливості зору	Нормальний зір, потребують окулярів, потребують контактних лінз			
Соціальні	Місце проживання	Велике місто (Київ), невелике містечко			
	Рід діяльності	Представницька, непередставницька, творча			
	Соціальний стан	Студенти, туристи	Студенти, працюючі, туристи	Студенти, працюючі, пенсіонери, туристи	Працюючі, пенсіонери, туристи
	Рівень доходу	Низький, середній, високий			
	Сімейний стан	Самотні, сімейні, з дітьми			
Психологічні	Стиль життя	Активний, пасивний, здоровий, нездоровий			
	Інтереси	Історія, культура, мистецтво, архітектура, природа, розваги			
	Мотивація	Ознайомитися з містом; відвідати визначні пам'ятки; знайти цікаві місця; скласти маршрут; зробити гарні фото			
Поведінкові ознаки	Особистість	Екстраверт, інтроверт, креативний, практичний, соціальний, незалежний			
	Досвід користування картами	Початківець, досвідчений, професіонал			
	Спосіб використання карти	Паперова карта, електронна карта, мобільний додаток			
	Частота використання карти	Рідко			
	Відношення до нових технологій	Позитивне	Позитивне	Позитивне Нейтральне	Позитивне Нейтральне
	Індивідуальні особливості	Активні; цікавляться розвагами; цікавляться новими технологіями; віддають перевагу мобільним додаткам; не завжди мають багато вільного часу; бюджет може бути обмежений		Шукають місця для відвідування з дітьми; цінують зручність та практичність; віддають перевагу перевіреним та безпечним варіантам; мають обмежений бюджет; можуть потребувати додаткової інформації про доступність та зручності для дітей	Можуть мати обмежені фізичні можливості; цінують комфорт та доступність; мають більше вільного часу; можуть бути зацікавлені в історії та культурі; можуть мати більший бюджет

Таблицю можна редагувати та звітувати в процесі розповсюдження продукту. Щоб отримати більш точні дані, також можна вивчити відгуки покупців і проаналізувати нові мінуси і плюси продукту. Ця таблиця полегшує орієнтування в ключових моментах під час створення продукту. Вся необхідна інформація є в одному місці.

Так, типовий споживач - це жінки віком 25-30 років. Місце проживання: м. Київ.

Рівень достатку: середній. Рід діяльності: представницька. Сімейний стан: заміжні, мають одну дитину дошкільного віку.

– Психологічні ознаки:

Темперамент: сангвінік

Відношення до моди: помірне

– Цінність для дизайн-проекту:

Ця група споживачів є платоспроможною та зацікавленою в якісному продукті.

Їхні потреби та вподобання можуть допомогти створити мапу-путівник, яка буде корисною та зручною для широкого кола користувачів.

Звички: дослідження нових місць, вивчення своєї культури, історії. Прогулянки на свіжому повітрі. Проведення часу з сім'єю.

Вподобання: цінують якість та практичність. Віддають перевагу зручному та стильному одягу. Шукають цікаві та екскурсійні місця для прогулянок. Цінують інформативність та зручність навігації. Мають обмежений час. Можуть потребувати додаткової інформації про транспорт, проживання та харчування. Готові витратити більше на якісний продукт.

Поведінкові характеристики. Мотиви покупки таких споживачів це отримати позитивні емоції, прийняти участь у добрій справі – благодійності, насолодитися атмосферою міста Києва. Значення має також хто приймає рішення про покупку: жінка чи чоловік, також дитина може попросити про покупку батьків. Рішення приймає дома, в офісі, на прогулянці. На рішення впливає бажання допомогти країні та місту. Бажання дізнатися нове про

місто Київ, тим самим урізноманітнити прогулянку. Характер рішення спонтанний.

Психологічне очікування це гарний настрій від зробленої доброї справи, естетичне задоволення від дизайну, подорожі містом Київ за мапою [6]. Психологічний бар'єр, що треба здолати - не важлива сума благодійної допомоги, а важливий сам намір зробити добро.

2.3 Картографічні принципи. Аспекти використання кольору для мапи-путівника по місту Київ

Мапа-путівник по місту Київ призначена для туристичної інформації та публікації в Інтернеті. Колірний простір документа – СМΥК. При створенні плакатів використано кольори, що базуються на кольоровій гамі муніципалітету м. Києва. Кольори, обрані як засіб художньо-образної виразності, є насамперед засобом кодування інформації.

Основи кольору. Коли електромагнітне випромінювання (ER) передається хвилями від сонця (або лампочки) до об'єктів на землі, частини спектра ER поглинаються, розсіюються або відбиваються різними об'єктами. Властивості поглинання, розсіювання та відбиття ER, що виникають в результаті, називаються «кольором». Білий – це колір з повного візуального спектру, тому він вважається еталоном кольору, відносно якого вимірюються всі інші кольори. Чорний – це колір без ER. Всі інші кольори є результатом часткової взаємодії зі спектром ER.

Три основні аспекти кольору, які необхідно враховувати при створенні карти, – це відтінок, значення і насиченість. Відтінок – це домінуюча довжина хвилі або колір, пов'язаний з об'єктом, що відбиває світло. Відтінок є найпростішим елементом кольору і включає червоний, синій, жовтий і фіолетовий. Насиченість – це кількість білого або чорного. Насиченість часто є синонімом контрасту. Зміна значення певного відтінку призводить до відмінностей у ступені світлості або темряви цього кольору.

Світліші кольори мають вищу цінність, а темніші – нижчу. Монохроматичні кольори - це групи кольорів з однаковим відтінком, але з поступовою зміною цінності.

При правильному використанні колір може значно покращити та підтримати дизайн картки. З іншого боку, надмірне використання кольору може погіршити презентацію продукту. Щоб правильно використовувати колір, необхідно враховувати призначення карти. У деяких випадках використання кольору не є виправданим. Карта у відтінках сірого може бути настільки ж ефективною, як і кольорова, якщо тематика карти підходить для неї.

Друга причина використання кольору – висвітлення та акцентування. Теплі кольори, такі як червоний і жовтий, добре підкреслюють просторові особливості. Ці кольори часто виділяються на сторінці і, як правило, першими привертають увагу читача, особливо якщо вони збалансовані з холодними кольорами, такими як синій і зелений. Крім того, використання насичених відтінків виділить їх серед подібних відтінків меншої насиченості.

Використання кольору також важливе для створення естетично привабливих карт. Одним із найскладніших аспектів дизайну карти є розробка ефективною кольоровою палітри. Коли ми дивимося на мапу через естетичну призму, то починаємо сприймати її як ілюстрацію.

Не можна не уточнити, що використання кольору – це абстрагування. Колірна абстракція є ефективним способом пояснення кількісних та якісних даних, особливо для тематичних продуктів.

На відміну від абстракції, кольори іноді використовуються для відображення реальності (рис. 1.2.3). На картах, що показують рельєф (наприклад, цифрові моделі рельєфу або DEMs), часто використовують фальшиві кольори для наближення до реальності. Низини зафарбовують зеленим кольором, щоб показати пишну рослинність. Проміжні висоти (або низькі пустельні ділянки) позначені коричневим кольором для позначення

ділянок з низькою рослинністю. Гірські хребти та вершини зафарбовані білим кольором для позначення снігового покриву. Водотоки та водойми позначені синім кольором. Якщо немає особливих причин не робити цього, природні об'єкти, зображені на картах, завжди слід позначати кольором, близьким до їхнього реального кольору, щоб полегшити інтерпретацію і зменшити плутанину [30].



Рис. 1.2.3 Карта світу. Зелені, бірюзові та коричневі використовуються для імітації реальних явищ. Цифрова модель рельєфу. [60]

Психологія кольору вивчає вплив кольорів на людей, їхні почуття, поведінку, сприйняття та емоційні стани. Різні відтінки можуть стимулювати суспільство до певної поведінки. Наприклад, червоний - це колір заборони та загрози. Зелений - це колір дозволу та процвітання.

Ми вже знаємо, що існує два спектри кольорів - холодний і теплий. Маркетингові та рекламні компанії часто використовують ці знання для створення продуктів, які є популярними, впізнаваними та спонукають до покупки і дії. Багато компаній витрачають величезні гроші на дослідження кольорів і створення найкращих відтінків для своєї роботи.

Важливо розуміти, що кольори мають різне значення в різних країнах і культурах. Те, що сприймається позитивно і цінується в одній країні, може сприйматися як образливе або неприйнятне в іншій. Цю різницю

потрібно враховувати не лише компаніям, що виходять на міжнародні ринки, але й тим, хто любить подорожувати.

У різних країнах синій колір трактується по-різному. Ця розбіжність може бути пов'язана з різницею у відтінках. Наприклад, у Китаї світло-блакитні (сині) очі та стрічки приносять невдачу. Натомість темно-синій асоціюється з освітою, духовністю, безсмертям та інтелектом. У США це колір смутку, самотності та меланхолії, але також означає свободу і простір. В Японії синій - колір підлості та обману, але також уособлює гармонію та відкритість. В Єгипті та Африці - це колір жалоби, в Китаї - колір безсмертя, в Індії - колір мудрості. У Європі синій символізує владу, простір і спокій.

Використання синього і зеленого кольору в концепції мапи Києва не випадкове. Зелений символізує розвиток, інтелект, зростання та молодість, а також є кольором весни, природи, надії та нового життя. У багатьох людей зелений колір асоціюється із зеленню, квітами та деревами. Київ - зелене місто з деревами та рослинами, якими приємно милуватися навесні та влітку.

Синій – колір спокою та умиротворення. Згідно з дослідженнями кольорології, синій - найпопулярніший колір серед людей у всьому світі. Це колір неба і моря, він асоціюється з ясністю і комунікацією. Доведено, що робота в блакитному приміщенні підвищує продуктивність, заспокоює та концентрує увагу. Доступний у широкому діапазоні відтінків від яскраво-блакитного до класичного синього і темно-синього, синій колір вважається безпечним, консервативним і традиційним. Багато успішних брендів, таких як Facebook та American Express, обрали синій як наріжний камінь своєї візуальної ідентичності, оскільки він вважається ознакою стабільності та надійності. Хоча синій також асоціюється із сумом та емоційною холодністю, загалом він заспокоює та розслабляє.

2.4 Розробка творчої концепції. Дослідження елементів мапи-путівника

Путівники - важливий інструмент, який допомагає туристам зорієнтуватися в новому місці. Карти допомагають туристам зрозуміти план місцевості, знайти орієнтири та визначні пам'ятки, а також ефективно спланувати свій маршрут. Карти повинні бути чіткими, лаконічними і простими для розуміння. Карти повинні бути розроблені таким чином, щоб їх легко читали і розуміли люди, які не володіють місцевою мовою.

На додаток до ефективного використання кольору та символів, добре розроблена карта значно покращує здатність донести відповідну просторову інформацію до глядача. Належне використання елементів карти, типографіки/маркування та принципів дизайну призведе до створення карти, яка мінімізує плутанину та максимізує інтерпретацію. Крім того, використання цих елементів має ґрунтуватися на чіткому розумінні мети карти, цільової аудиторії, тематики, масштабу та методів виробництва/відтворення. Щоб зробити карти більш зручними для користувачів, важливо використовувати символи та піктограми, які може розпізнати кожен. Наприклад, піктограми фотоапаратів для туристичних визначних пам'яток та виделок і ножів для ресторанів. Таким чином, відвідувачі можуть швидко визначити тип закладу, який вони шукають, без необхідності читати текст. Текст на картах дуже важливий, але його слід звести до мінімуму. Занадто багато тексту робить карту захаращеною і важкою для читання.

Кольорове кодування - це ефективний спосіб розрізнення різних типів місць на карті. Наприклад, зелений колір позначає парк, а синій - набережну. Таким чином, відвідувачі можуть швидко визначити тип місця, яке вони шукають, і ефективніше орієнтуватися на карті.

На данному етапі дослідження було застосовано метод анкетування. Учасникам пропонувалось описати м. Київ у трьох словах, розказати які періоди історії та пам'ятки краще висвітлити на мапі, відповісти на питання: в яку пору року м. Київ особливо гарне, та ін.

В ході опитування було з'ясовано, що блакитний і зелений кольори розділили першість асоціації з містом. Зелений, живий, яскравий, рідний і водночас чужий, вільний, жвавий, виличний - ось як описали м. Київ респонденти. Серед пор року, які личать місту, люди вибрали весну. Згідно 50% респондентів, на карті краще висвітлити усі історичні періоди. На питання, яку пам'ятку м. Києва ви вважаєте гідною уваги, люди відповідали так: НСК Олімпійський, Ботанічний сад, Софія Київська, Золоті ворота, театр на Подолі, Бабин Яр, Андріївська церква, пейзажна алея. У рейтингу улюблених районів Києва для прогулянки лідирує Дарницький з 40%, далі Подільський, Печерський та Шевченківський, в них по 20%.

Паралельно з цим було проведено аналіз конкурентного середовища. Дослідження існуючих мап-путівників по Києву допомогло виявити їхні сильні та слабкі сторони, а також визначити ніші, які можна заповнити.

На основі отриманих даних було розроблено основну ідею путівника. Ідея полягала в тому, щоб створити справжню ілюстровану історію про місто, а не просто карту з позначеними на ній об'єктами. Карта мала стати не лише практичним інструментом для орієнтування в просторі, а й джерелом натхнення для подорожей та відкриття нових місць.

Визначення ключових елементів концепції

Для того, щоб реалізувати головну мету, були визначені ключові елементи концепції:

- Стильове рішення: карта в форматі ілюстрації в поєднанні з технікою колаж [42].
- Об'ємність форми: А4, плоска.
- Характер членування: сторона А: розміщення ілюстрацій та фото шляхом колажування, шрифтові блоки. Сторона В: ілюстративна мапа міста Києва, шрифтові блоки.
- Функціональний елемент: позначки основних пам'яток, деталі оформлення.
- Візуальний стиль: було обрано яскравий та стильний візуальний

стиль [42], з елементами, які будуть цікаві дітям, що відображає динамічність та різноманітність Києва.

- Ілюстрації: наскільки це було можливо, на карті були використані ілюстрації, щоб передати атмосферу різних районів Києва та розповісти історію кожної пам'ятки [39].

- Інформативність: окрім основних туристичних об'єктів, карта має містити інформацію про маловідомі місця, а також рекомендації, як провести час.

- Інтерактивність: передбачається, що інтерактивні елементи, такі як QR-коди, що ведуть до додаткових матеріалів, будуть додані для збільшення залученості користувачів.

- Розробка структури мапи

Наступним кроком стала розробка структури карти. Структура карти-путівника по місту - це своєрідний скелет, який визначає, як користувачі взаємодіють з інформацією. Вона має бути логічною, інтуїтивно зрозумілою та відображати характер міста.

Фактори, що впливають на структуру:

- Цільова аудиторія: інтереси та рівень залученості різних груп користувачів визначатимуть, яку інформацію слід подавати і в якому форматі.

- Масштаб карти: це має бути загальна карта міста чи детальний путівник окремими районами?

- Тематична спрямованість: чи має карта бути універсальною, чи зосереджуватися на конкретній темі (історія, культура, гастрономія тощо)?

- Формат карти: це впливає на користувацький досвід.

Було вирішено розділити місто на тематичні зони, кожна з яких має власну візуальну концепцію. Такий підхід зробив карту цікавішою та зручнішою для користування.

Також карта має географічну зональність: розподіл міста на райони, квартали або історичні частини.

Візуальна ієрархія

- Розмір шрифту: важливі об'єкти виділено більшим шрифтом.
- Колір: різні категорії об'єктів мають кольорове кодування.
- Графіка: для представлення різних типів об'єктів використовуються різні типи ліній та піктограм [1].

В ході дослідження було проведено аналіз вимог до мапи-путівника. Результати представлені в таблиці 3.

Таблиця 1.2.4

Аналіз вимог до мапи-путівника

1. Показники призначення

Найменування вимоги	Одиничні складові вимоги	Кількісні або якісні показники за вимогою
1. Відповідність продукту основному функціональному призначенню	<ul style="list-style-type: none">• Призначення• Цільове спрямування• Габітус споживача	<ul style="list-style-type: none">• Мапа-путівник по Києву• Туристи, жителі міста, гості• Різний вік, стать, рівень знань про Київ• Продукт спрямований на задоволення потреб споживачів.
1.2. Відповідність виробу розмірній та віковій групі людини	<ul style="list-style-type: none">• Вік• Базовий розміро-зріст	<ul style="list-style-type: none">• Універсальний• Базовий розміро-зріст А4
1.3. Відповідність виробу сезону, сфері використання, умовам експлуатації	<ul style="list-style-type: none">• Сезон• Кліматична зона• Параметри навколишнього середовища• Термін разового використання	<ul style="list-style-type: none">• Усесезонний• Кліматична зона помірна континентальний клімат• Вулиця, транспорт, приміщення• Багаторазовий
1.4. Відповідність матеріалів, оздоблення та фурнітури призначенню виробу	<ul style="list-style-type: none">• Термін фізичного старіння• Види та місця основних експлуатаційних навантажень	<ul style="list-style-type: none">• Високий (зносостійкі матеріали)• Згинання, розгортання, тертя, вплив вологості

Продовження таблиці 1.2.4

2. Показники стійкості до зовнішніх дій. 3. Ергономічні показники

Найменування вимоги	Одиничні складові вимоги	Кількісні або якісні показники за вимогою
2.1. Можливість догляду за виробом	<ul style="list-style-type: none">• Вид догляду	<ul style="list-style-type: none">• Сухе чищення• Вологе чищення (для ламінованих карт)• Дезінфекція (для цифрових карт)
2.2. Стійкість з'єднання деталей	<ul style="list-style-type: none">• Місце та характер підвищених експлуатаційних навантажень• Формостійкість	<ul style="list-style-type: none">• Згини мапи• Збереження форми при багаторазовому використанні• Стійкість до розтягування та деформації
3.1.1. Статична відповідність	<ul style="list-style-type: none">• Параметри	<ul style="list-style-type: none">• Розмір та вага мапи• Розмір та розташування текстових блоків• Розмір та чіткість символів
3.1.2. Динамічна відповідність	<ul style="list-style-type: none">• Найважливіші рухи при експлуатації	<ul style="list-style-type: none">• Розгортання та складання мапи• Утримання мапи однією рукою• Перегортання сторінок (для паперових карт)
3.2. Зручність користування	<ul style="list-style-type: none">• Функціональнонеобхідні елементи• Зручність користування та розташування елементів	<ul style="list-style-type: none">• Легенда, Масштаб, Сітка координат, Позначки основних пам'яток, Маршрути, Контактна інформація.• Елементи повинні бути легко знаходимими та читабельними. Елементи не повинні заважати один одному. Мапа повинна бути збалансованою та візуально привабливою
3.3. Пігментні показники	<ul style="list-style-type: none">• Матеріал	<ul style="list-style-type: none">• Нетоксичний Гіпоалергенний Легко чиститься

4. Естетичні показники

Найменування вимоги	Одиничні складові вимоги	Кількісні або якісні показники за вимогою
4.1. Відповідність виробу сучасному напрямку моди	<ul style="list-style-type: none"> • Форма • Характер членування форми • Фактура та колір матеріалу 	<ul style="list-style-type: none"> • Сучасна та лаконічна • Відповідна цільовій аудиторії • Чітке та логічне • Візуально привабливе • Приємні на дотик • Відповідні загальному дизайну мапи
4.2. Рівень обробки та оздоблення виробу	<ul style="list-style-type: none"> • Зовнішній вигляд та внутрішня обробка • Вимоги до допоміжних матеріалів • Рівень технологічної складності • Рівень уніфікації та стандартизації 	<ul style="list-style-type: none"> • Паперова, ламінована, цифрова • Використання якісних матеріалів та друку • Привабливий та сучасний дизайн • Чітке та читабельне зображення • Інші допоміжні матеріали (наприклад, наклейки, маркер) • Використання сучасних технологій друку та оздоблення • Забезпечення високої якості продукції • Відповідність стандартам картографічної продукції • Використання єдиної системи позначень та символів • Уніфікація розміру та формату мап
4.3. Чіткість та виразність товарних знаків та ярликів	<ul style="list-style-type: none"> • Наявність та характер фірмових знаків • Місце розташування фірмових знаків 	<ul style="list-style-type: none"> • Логотип виробника або розробника мапи • Інші фірмові знаки (якщо є) • На обкладинці мапи • На зворотному боці мапи • В інших місцях (наприклад, на сторінках з легендою або маршрутами)

Елементи карти-путівника. Усі карти повинні мати назву. Оскільки заголовок є одним з перших елементів карти, який привертає увагу глядача, слід подбати про те, щоб цей текст якомога ефективніше виражав мету карти. Назва має чітко і стисло пояснювати мету карти і конкретно орієнтуватися на цільову аудиторію. Невдалий заголовок, занадто багатослівний або загадково скорочений, дуже ускладнює остаточну інтерпретацію карти. Назви повинні бути нанесені на карту найбільшим шрифтом і, за можливості, обмежені одним рядком. Якщо немає особливих причин не робити цього, розміщуйте їх у верхній центральній частині карти. Альтернативне місце для назви - безпосередньо над легендою [7].

Легенда дає чітке визначення всіх символів, що використовуються на зображеній території. При розробці цього елемента карти слід бути обережним. Це пов'язано з тим, що легенда може стати занадто складною, якщо кількість об'єктів у наборі даних велика. Легенду можна розміщувати довільно, але вона має бути на вільному місці на карті і не повинна затінювати інші елементи карти. Над полем легенди з'являється необов'язковий заголовок легенди. Заголовок легенди не повинен просто повторювати інформацію в назві або містити сторонню інформацію, що не стосується легенди.

Напрямок мапи інформує користувача про орієнтацію мапи. Щоб зробити напрямок зрозумілим, в область відображення може бути включено графічне зображення. Більшість мап розроблено таким чином, що верхня частина сторінки спрямована на північ (тобто мапи спрямовані на північ). Якщо карта не спрямована на північ, на це має бути вагома причина. Азимут найчастіше позначається стрілкою на північ, і в сучасних програмних пакетах географічних інформаційних систем (ГІС) доступно багато стилістичних варіантів [30]. Однією з найпоширеніших картографічних помилок є використання занадто великих або надмірно прикрашених стрілок півночі. Північна стрілка має бути досить ненав'язливою, оскільки читач має побачити її лише один раз.

Ці елементи карти повинні працювати разом для досягнення мети створення чіткого, впорядкованого, збалансованого та уніфікованого картографічного продукту. Оскільки сучасні ГІС-пакети дозволяють користувачам додавати і видаляти ці графічні елементи без особливих зусиль, необхідно подбати про те, щоб користувачі не використовували ці компоненти без належного обмірковування, як це було при їх створенні.

Варто згадати, група з дизайну Британського картографічного товариства опублікувала п'ять «Принципів картографічного дизайну» у своєму списку від 26 листопада 1999 року. Ці принципи та короткий опис кожного з них наведені нижче:

1. Базове розуміння перед картографуванням. Щоб створити ефективну карту, необхідно чітко визначити її мету та цільову аудиторію ще перед початком роботи. Без розуміння цих аспектів неможливо вибрати релевантну інформацію та обрати відповідний стиль відображення. Це можна порівняти з будівництвом будинку: без чіткого плану та розуміння потреб мешканців, будинок буде незручним і нефункціональним.

2. Ієрархія та гармонія в дизайні карти. Важлива інформація на карті повинна бути легко помітна, а другорядна – не відволікати увагу. Збалансований дизайн, де головні елементи чітко виділяються на фоні інших, забезпечує ефективне сприйняття карти. Цей принцип можна порівняти з написанням тексту: головна думка повинна бути чітко виражена, а деталі – підтримувати її.

3. Простота – запорука ефективності. Чим простіша карта, тим вона ефективніша. Надмірність деталей може заплутати користувача і ускладнити сприйняття інформації. Це схоже на правило "менше – значить більше" у дизайні. Кожен елемент карти повинен бути виправданим і нести певну функцію.

4. Максимальна інформація при мінімальних витратах. Мета карти – донести якомога більше інформації максимально зрозуміло і швидко. Дизайн карти повинен бути інтуїтивно зрозумілим, щоб користувач міг легко орієнтуватися і знаходити необхідні дані. Це можна порівняти з хорошою інфографікою: вона дозволяє швидко зрозуміти складні дані завдяки візуальному представленню.

5. Емоції та розуміння. Карта – це не просто набір даних, а й засіб комунікації. Емоційна складова грає важливу роль у сприйнятті карти. Гарна карта викликає певні відчуття і запам'ятовується. Як і будь-який вид мистецтва, карта може викликати різні емоції: захоплення, цікавість, подив. Це робить її більш привабливою і запам'ятовуваною.

Контекст: Важливо враховувати контекст, в якому буде використовуватися карта. Наприклад, карта для дітей буде відрізнятися від карти для наукових досліджень.

Технології: Сучасні технології дозволяють створювати інтерактивні карти з додатковими функціями (наприклад, пошук, масштабування, з'єднання з іншими даними) [22].

Доступність: Карта повинна бути доступною для широкого кола користувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями.

Таким чином, путівники є важливим інструментом для ефективної навігації в нових місцевостях. Щоб бути ефективними, карти повинні бути чіткими, лаконічними і простими для розуміння. Цього можна досягти шляхом використання чітких і точних карт, символів і піктограм, мінімальної кількості тексту і кольорового кодування. Структура мапи-путівника є одним з найважливіших елементів, який визначає зручність використання та загальне враження від продукту. Вона повинна бути гнучкою, щоб адаптуватися до змінних потреб користувачів, і водночас чіткою та зрозумілою.

Висновки до розділу 2

Протягом дослідження аналогів мап-путівників та аналізу вимог до продукту, з'ясовано, що сучасний турист шукає не просто збірку фактів, а емоційний досвід. Мапа-путівник має бути не лише інформативною, а й естетично привабливою, інтерактивною та персоналізованою.

Визначено, що наша мапа-путівник має бути не просто збіркою туристичних локацій, а розповідати історію міста через призму певних тем або маршрутів. Це може бути, наприклад, "Київ для дітей", "Київ зелених легенд" або "Київ смаку". Важливу роль відіграватиме візуальний стиль. Він має бути сучасним, стильним та відповідати обраній концепції.

Для залучення аудиторії передбачено використання додаткових інтерактивних елементів, таких як QR-коди, які ведуть в онлайн простір.

РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН- ПРОЄКТУ МАПА-ПУТІВНИК ПО МІСТУ КИЇВ

3.1. Етапи та принципи створення дизайн-проєкту мапа-путівник по місту Київ

У магістерській роботі практична частина полягає в розробці мапи-путівника по місту Київ в контексті процесів дигіталізації. За основу було взято результати опитування респондентів, які показали, улюблені видатні місця міста Києва.

Київ – столиця і найбільше місто України. Розташоване в середній течії Дніпра, на півночі Наддніпрянщини. Це політичний, соціально-економічний, транспортний, освітній, науковий, історико-культурний і духовний центр України. У системі адміністративно-територіального устрою України Київ має спеціальний конституційний статус і є адміністративним центром Київської області, але не належить до жодного регіону [19]. У ньому розташовані штаб-квартири центральних органів державної влади України, іноземних представництв та більшості компаній і громадських організацій, що діють в Україні.

Згідно з «Повістю временних літ», Київ був заснований полянським князем Києм, його братами Щеком і Хоривом та сестрою Либідь. Згідно з археологічними та документальними даними, початок безперервного розвитку Києва датується кінцем V– початком VI століття, а центром розширення Києва були Замкові гори [19]. Протягом своєї історії Київ був столицею полян, Русі та України, а також адміністративним центром однойменного князівства, земель, воєводств, повітів, полків, патріархатів, губерній, повітів та генеральних округів, особливо православної митрополії, патріархату та військових округів. Один із найстаріших історичних центрів Східної Європи та християнства — Собор Святої Софії та Києво-Печерська лавра включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [28].

Мапа-путівник по місту Київ розрахований на сім'ї з дітьми. Адже мапа-путівник насичена цікавими композиційними деталями, яскравими кольорами

та несе в собі пізнавальний зміст. Мапа-путівник знайомить дитину з естетикою міста Києва, історією та його культурою.

Під час створення мапи-путівника були поставлені наступні завдання:

- створити логічну та зв'язну легенду в межах мапи-путівника;
- знаходження оригінального та цікавого композиційного рішення;
- ретельно продумувати образ міста відображеного на мапі;
- виявлення візуального стилю мапи;
- підбирати кольорову гаму, що відповідає настрою мапи-путівника.

Таблиця 1.3.1

Етапи створення мапи-путівника по місту Київ:



Перед тим як перейти до розробки мапи-путівника, треба дібрати легенду для мапи.

Легенда мапи — це текстовий опис, стислий виклад умовних позначень, що використовуються на карті. Зазвичай легенда карти ґрунтується на класифікації зображуваного об'єкта чи явища і слугує його схематичною моделлю, часто будуючи класифікатор [22].

Зазначимо, що перед створенням мапи-путівника, було детально проаналізовано видатні місця міста Києва. Мапа-путівник має такі складові [48]:

1. Київський Зоопарк;
2. Національний музей історії України;
3. Дзвіниця Софії Київської;
4. Вул. Хрещатик (ЦУМ);
5. Національна опера України;
6. Національний науково-природничий музей;
7. Київський фунікулер;
8. Парк Кіото;
9. Платформа Арт-завод;
10. Академічний театр драми і комедії;
11. НСК “Олімпійський”;
12. Київський планетарій;
13. Батьківщина — Мати;
14. Прапор України;
15. Парк “Прибережний”;
16. Ботанічний сад ім. Гришка;
17. Національний музей народної архітектури та побуту України;
18. Єско-парк Осокорки [11].

Також на мапі відображено: о. Труханів, Гідропарк, ВДНГ.

На мапі позначено райони міста Києва: Деснянський, Святошинський, Дніпровський, Печерський, Голосіївський, Дарницький, Солом'янський,

Оболонський, Шевченківський, Подільський [46].

Для початку, текст має бути відображений у вигляді серії картинок. з підписом, що пояснює, яке видатне місце зображено на мапі. Таким чином, можна побачити, як краще з точки зору композиції розмістити текст на мапі. Цей метод допомагає виділити те, що є важливим, і те, що можна опустити. На цьому етапі малюнки мають схематичний вид та нерозбірливі, але можна визначити, майбутню композицію мапи. Саме при роботі над ескізами, можна визначити форму мапи, основні елементи мапи, і розуміння того, скільки місця на сторінці буде займати текст.

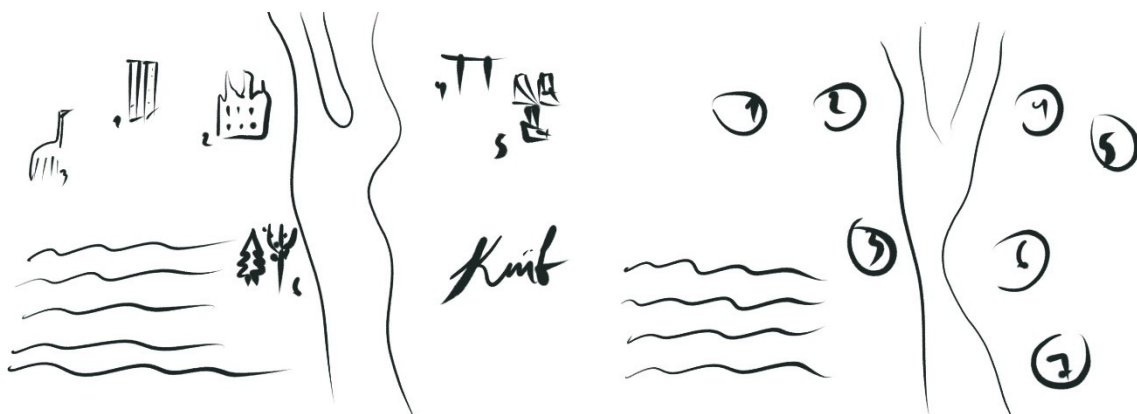


Рис. 1.3.1 Ескізи мапи-путівника

Так само, як легенда розкриває сюжет, а ескізи візуалізують її, так і мапа розповідає історію міста через образи [45]. Кожна ілюстрація та підпис – це складова мапи-путівника, який разом складають захопливе візуальне оповідання про місто Київ .

Завданням розробки мапи-путівника було виявлення візуального стилю мапи.

Візуальний стиль мапи - це сукупність графічних елементів, кольорів, шрифтів та композиційних рішень, які надають карті унікального вигляду та сприяють ефективному сприйняттю інформації[42].

Чому візуальний стиль важливий? Запам'ятовуваність: Унікальний стиль робить карту легко впізнаваною та запам'ятовуваною. Комунікація: Візуальні елементи допомагають передати певний настрій, ідею або повідомлення. Функціональність: Правильно підібраний стиль забезпечує

зручне читання та розуміння мапи. Естетика: Привабливий візуальний стиль привертає увагу та створює позитивне враження.

Ключові елементи візуального стилю мапи. Кольорова гама: Вибір кольорів залежить від тематики мапи, цільової аудиторії та загального задуму. Кольори можуть передавати різні значення, зокрема теплі кольори створюють відчуття затишку, тепла та енергії; холодні кольори передають спокій, гармонію та глибину; контрастні кольори: привертають увагу до певних елементів, а монохромні кольори: створюють елегантний та стриманий вигляд.

Вибір шрифтів також впливає на загальне сприйняття мапи. Шрифти можуть бути такі, як-от: серіфні (мають засічки, надають тексту класичний та елегантний вигляд); сан-серіфні не мають засічок, сучасні та легко читаються. Декоративні: мають нестандартний дизайн, використовуються для акцентів. Ілюстрації та символи: Ілюстрації та символи допомагають візуалізувати інформацію та зробити карту більш цікавою. Композиція: Розміщення елементів на карті впливає на її сприйняття. Важливо дотримуватися балансу та гармонії. Стиль: Стиль карти може бути різним: класичний, сучасний, мінімалістичний, ілюстративний тощо.

Як приклад візуальних стилів карт можна розглядати карти атласів, класичний стиль з використанням традиційних символів та кольорів. Туристичні карти: яскраві, ілюстративні карти з акцентом на цікавих місцях. Карты метро: прості, функціональні карти з чіткою схемою руху. Концептуальні карти: карти, які передають абстрактні ідеї та поняття за допомогою візуальних метафор.

Не менш важливою складовою в ході розробки мапи-путівника є розробка поліграфічної продукції.

Переведення цифрової мапи-путівника у фізичний формат – це справжнє мистецтво, яке поєднує в собі графічний дизайн, картографію та поліграфію. Саме на цьому етапі віртуальна подорож перетворюється на тактильне задоволення, коли папір під пальцями передає деталі маршрутів, а

яскраві ілюстрації оживляють міста та країни.

Розробка поліграфічної продукції для мапи-путівника – це складний процес, який вимагає не тільки художнього смаку, але й глибоких знань про друкарські технології. Вибір паперу, шрифтів, кольорів, а також формат і обсяг видання – все це впливає на кінцевий результат. Важливо досягти балансу між естетичною привабливістю та практичністю, щоб мапа була не тільки красивою, але й зручною у використанні.

Особливу увагу слід приділити картографічній частині. Кожна лінія, кожен символ на мапі несуть в собі інформацію, яку необхідно передати максимально точно і зрозуміло. Сучасні технології дозволяють створювати детальні і яскраві карти, які не тільки відображають географічні об'єкти, але й надають додаткову інформацію про визначні пам'ятки, маршрути, транспортну інфраструктуру.

Поліграфічна мапа-путівник – це не просто джерело інформації, це ще й прекрасний сувенір, який надовго збереже спогади про подорож. Оригінальний дизайн, якісне виконання, додаткові матеріали (наприклад, довідник по містах, словник) зроблять мапу бажаним подарунком для себе і близьких.

Сьогодні існує безліч можливостей для того, щоб зробити мапу-путівник унікальною: використання різних видів паперу, тиснення, фольгування, висічки. Все це дозволяє створити справжній витвір мистецтва, який буде не тільки корисним, але й приємним для ока.

3.2 Розробка ескізного ряду дизайн-проекту мапа-путівник по місту Київ. Підбір референсів.

Щоб дизайнер міг створити унікальні світи, і зробити їх максимально живими та автентичними, потрібні референси. Це можуть бути фотографії, малюнки, скульптури, а іноді навіть реальні люди або об'єкти.

Чому референси важливі для дизайнера? Завдяки референсам можна

передати різноманітність матеріалів: від гладкої шкіри до грубої тканини. Референси допомагають створити певну атмосферу, наприклад, історичну, фантастичну або реалістичну. Вивчаючи роботи інших художників, можна знайти своє унікальне бачення.

Щоб ефективно використовувати референси, необхідно зібрати різноманітні зображення та аналізувати їх, вивчаючи техніки та прийоми, які використовували інші художники. Референс – це не шаблон для копіювання, а джерело натхнення, яке допомагає розвивати власний стиль [36]. Створивши moodboard [36] з обраних зображень, можемо краще уявити кінцевий результат і сформуванати загальну атмосферу роботи (Рис. 1.3.2).



Рис. 1.3.2 Референси до мапи-путівника по місту Київ [51].

3.3. Вибір програмного забезпечення для реалізації дизайн-проєкту

Процес вибору програмного забезпечення для реалізації дизайн-проєкту є багатофакторним і вимагає комплексного підходу. Для створення ілюстративного путівника по Києву, розпочатого в програмах Procreate та Illustrator, необхідно було обрати інструмент, який би дозволив об'єднати всі створені елементи в єдину композицію, зберіг високу якість ілюстрацій та, за потреби, дозволив додати інтерактивні елементи.

На основі поставлених завдань було визначено такі основні вимоги до програмного забезпечення: Інтеграція: Програма повинна забезпечувати безшовну інтеграцію з файлами, створеними в Procreate та Illustrator. Якість зображень: Програма має підтримувати високу роздільну здатність зображень, щоб зберегти деталізацію ілюстрацій. Функціональність: Програма повинна надавати необхідний набір інструментів для верстки, компоновання та, за потреби, створення інтерактивних елементів. Ергономічність: Інтерфейс програми має бути інтуїтивно зрозумілим та зручним у використанні. Сумісність: Програма повинна підтримувати сучасні формати файлів та дозволяти експорт проєкту в різні формати (для друку, веб-видання тощо).

Було розглянуто декілька програмних продуктів, які потенційно могли б задовольнити вимоги проєкту як от Adobe InDesign, Affinity Publisher, Sketch, Figma, Adobe Photoshop та спеціалізовані програми для створення карт. Adobe InDesign та Affinity Publisher: Ці програми є професійними інструментами для верстки та дизайну, які відзначаються широким набором функцій та високою якістю вихідних матеріалів. Однак, для простих проєктів вони можуть бути надмірно складними. Sketch та Figma: Ці програми більше орієнтовані на UI/UX дизайн та менш підходять для створення складних макетів. Adobe Photoshop: Цей редактор зображень дозволяє працювати з векторною та растровою графікою, але не є спеціалізованим інструментом для верстки. Спеціалізовані програми для створення карт: Ці програми

дозволяють створювати інтерактивні мапи, але можуть мати обмежені можливості для кастомізації дизайну.

Для вибору оптимального програмного рішення було використано такі критерії, як складність проекту: Враховуючи, що проект передбачав створення детальної ілюстративної мапи, було вирішено обрати програму з широкими можливостями для верстки та компоновання. Необхідність інтерактивних елементів: На даному етапі не було вимог до створення інтерактивних елементів, тому цей критерій не був пріоритетним. Бюджет: Було розглянуто як платні, так і безкоштовні варіанти програмного забезпечення. Досвід роботи: Враховуючи наявний досвід роботи з програмами Adobe Creative Cloud, було вирішено зосередитися на продуктах цієї компанії.

Зваживши всі зазначені фактори, було прийнято рішення використовувати Procreate та Adobe Illustrator для реалізації дизайн-проекту "Мапа путівник по Києву". Цей вибір був обумовлений широкими можливостями програми для верстки, високою якістю вихідних матеріалів та наявним досвідом роботи з програмами[50].

У майбутньому, для розширення функціоналу мапи, може бути розглянута можливість використання спеціалізованих програм для створення карт або інтеграції мапи з веб-платформами для створення інтерактивних елементів.

3.4 Розробка і виготовлення в матеріалі виробів дизайн-проекту мапа-путівник по місту Київ

Карта – це не просто зображення, це ключ до відкриття нового світу. Вона допомагає нам орієнтуватися в незнайомому місті, планувати маршрути та відкривати для себе цікаві місця. Завдяки інтуїтивним піктограмам і мінімалістичному дизайну сучасні карти стали ще більш зручними у використанні. Кожен символ на карті несе в собі певну

інформацію, яку легко зрозуміти навіть без знання мови. Крім того, багато карт доповнюються додатковими елементами, такими як фотографії, описи визначних пам'яток та поради місцевих жителів. Це робить їх не просто інструментом для навігації, а й цікавим сувеніром, який допоможе зберегти спогади про подорож.

Електронні карти – це інтерактивні картографічні зображення, доступні на комп'ютерах, смартфонах та інших пристроях. Вони стали невід'ємною частиною нашого життя, значно полегшуючи подорожі, пошук місць та планування маршрутів. На відміну від традиційних паперових карт, електронні мають низку переваг.

По-перше, вони динамічні та інтерактивні. Ви можете збільшувати масштаб, обертати карту, змінювати тип відображення (схема, супутниковий знімок) та отримувати додаткову інформацію про об'єкти на карті лише кількома дотиками екрана. По-друге, електронні карти постійно оновлюються. Нові дороги, будівлі, зміни в транспортній інфраструктурі швидко відображаються на карті. По-третє, вони пропонують широкий спектр додаткових функцій, таких як прокладка маршрутів, пошук найближчих закладів, офлайн використання та інтеграція з іншими сервісами.

Картографічний продукт, призначений для орієнтування в незнайомій місцевості, повинен відповідати таким критеріям: чіткість передачі просторових відношень, лаконічність візуального ряду та інтуїтивна зрозумілість. Оптимізація сприйняття досягається за рахунок використання точних картографічних проєкцій, уніфікованої системи умовних знаків та мінімального текстового супроводу. Кольорове кодування об'єктів забезпечує швидку ідентифікацію різних типів ландшафтів та інфраструктури.

Історичний розвиток картографії та сучасні технології дизайну були використані для створення картографічного продукту, присвяченого місту Києву. Починаючи від примітивних схем і закінчуючи деталізованими

сучасними картами, картографія пройшла довгий шлях еволюції. Створення карти Києва передбачало комплексний підхід, що включав: концептуальне проектування: Визначення загальної ідеї, стилю та функціонального призначення карти. Графічний дизайн: розробка візуальної концепції, включаючи вибір шрифтів, кольорової палітри та ілюстрацій, що відображають унікальні особливості Києва. Верстку: створення структури карти за допомогою типографічних засобів (рядки, колонки, відступи) та графічних елементів (рамки, лінії). Макетування: композиційне розташування елементів на карті з урахуванням принципів балансу, пропорцій та масштабування. Аналіз аналогів: вивчення існуючих картографічних продуктів для визначення сильних і слабких сторін та запозичення кращих практик. Використання сучасних інструментів: застосування графічного редактора ProCreate для створення оригінального дизайну карти Києва. Результатом проведеної роботи стало розроблення унікального картографічного продукту, що відображає багату історію та культуру столиці України.

Розроблено модульну сітку для подальшого розміщення текстових та графічних елементів на макеті (рис. 1.3.4).

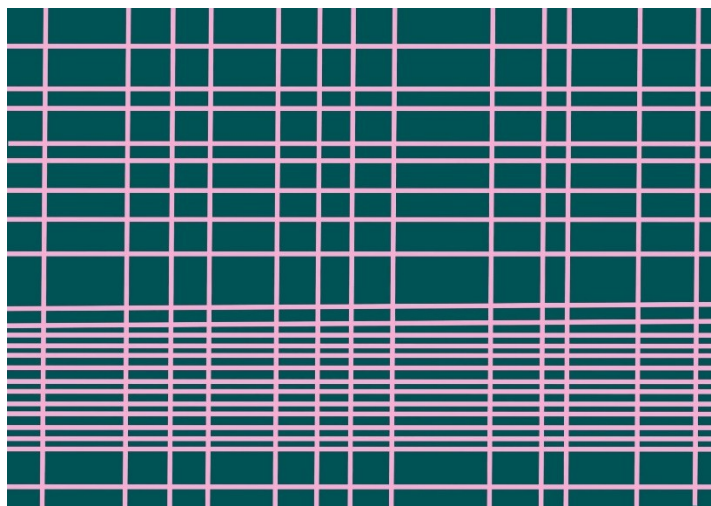


Рис. 1.3.4 Модульна сітка

Процес створення картографічного продукту, присвяченого місту Києву, включав комплексний підхід, що поєднував в собі теоретичні основи дизайну

та практичні аспекти візуального конструювання. На початковому етапі дослідження було зосереджено на формуванні концептуальної моделі, що визначала стилістику та функціональні особливості карти. Далі проводились експерименти з кольоровими рішеннями та розроблялись ескізні варіанти візуального оформлення (рис. 2.3.4).



Рис. 2.3.4 Пошукові ескізи

В ході концептуального проектування картографічного продукту, присвяченого місту Києву, було створено низку ескізних варіантів візуального оформлення. Після аналізу отриманих результатів було прийнято рішення відмовитися від техніки колажу на користь ілюстративної графіки.

Такий вибір обумовлений бажанням створити більш цілісний та емоційно насичений образ міста .

Ключові аспекти, що вплинули на прийняття рішення - це аналіз сильних та слабких сторін різних технік: Колаж, як техніка, дозволяє досягти високого рівня експресивності, проте в контексті створення карти Києва він може призвести до надмірної фрагментарності композиції. Ілюстративна графіка, навпаки, забезпечує більшу цілісність та дозволяє детально пропрацювати образи. Визначення стилістичних особливостей: ілюстративна графіка дозволяє створити більш унікальний та впізнаваний стиль карти, що відповідає культурним кодам міста Києва. Функціональність карти: ілюстрації надають більші можливості для передачі інформації про визначні пам'ятки та маршрути, роблячи карту більш інтерактивною та цікавою для користувача (рис. 3.3.4).

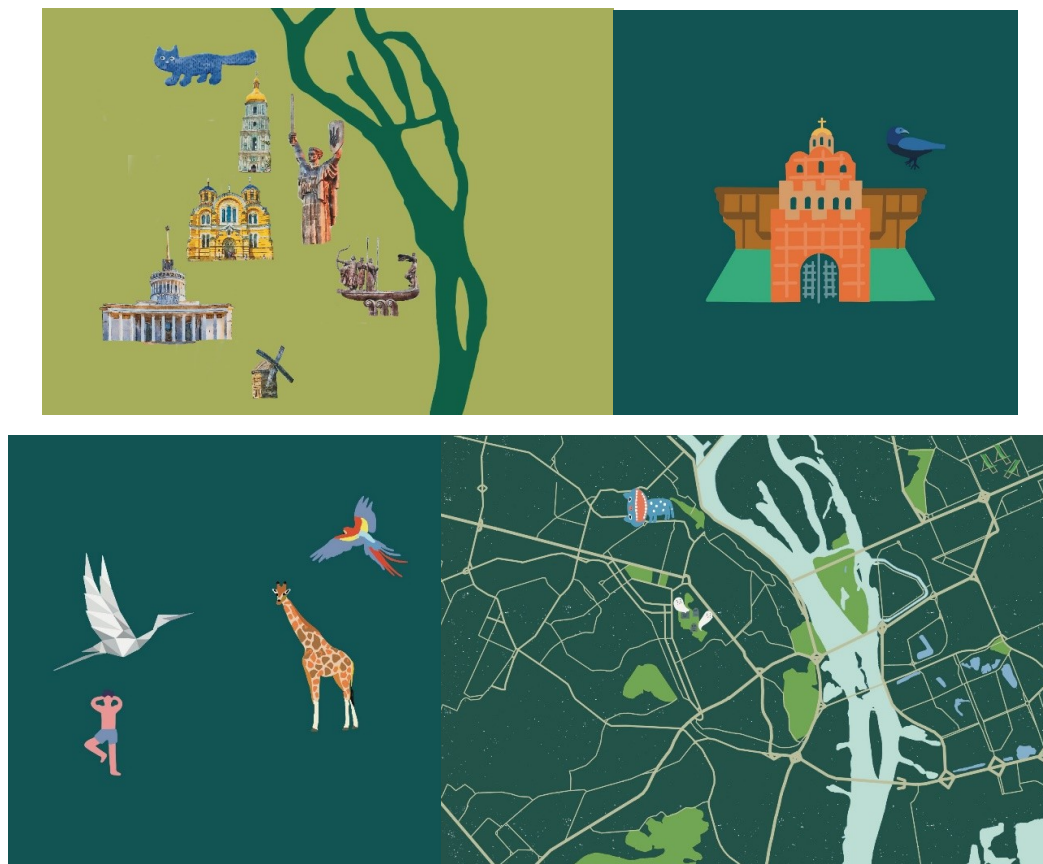


Рис. 3.3.4 Пошукові ескізи

При розробці фінального варіанту картографічного продукту,

присвяченого місту Києву, було прийнято рішення використати оригінальний шрифтовий дизайн, що відображає історико-культурний контекст столиці України. Обраний шрифт має особливі графічні характеристики, які асоціюються з писемністю Київської Русі та козацької доби. Такий підхід дозволяє створити унікальний візуальний образ, який відбиває багатовікову історію міста та його культурну спадщину (рис.4.3.4).

Композиційне рішення картографічного продукту, присвяченого місту Києву, базується на принципах мінімалізму та гармонії. Використання обмеженої кількості шрифтових сімейств, силуетних зображень та осової композиції забезпечує високий рівень впізнаваності та естетичної привабливості.

Узгодженість композиційних елементів (шрифтів, кольорів, символів) створює відчуття цілісності та органічності. Застосування принципів візуального ритму та балансу дозволяє забезпечити легку орієнтацію користувача на карті (Рис. 4.3.4, рис. 5.3.4).



Рис. 4.3.4. Карта-путівник по місту Київ (електронна версія)

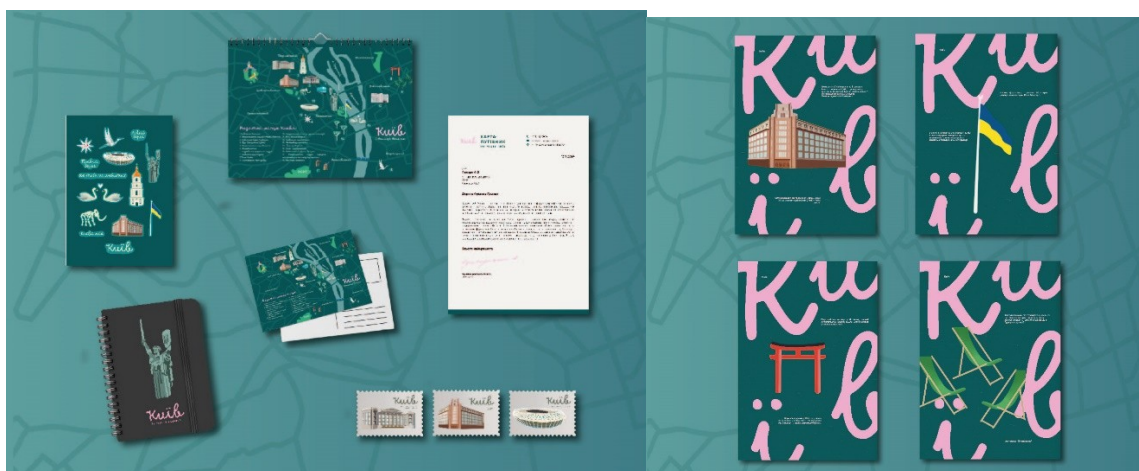


Рис. 5.3.4. Карта-путівник по місту Київ

Мапа-путівник по місту Київ складається з електронної версії для сайту та буклету розміром 210x297 мм. Тираж друкованої продукції становить 1 екземпляр.

Також розроблена англійська версія мапи-путівника, для іноземних туристів.

На завершальному етапі проекту було реалізовано процес тиражування та виготовлення сувенірної продукції на основі розробленої концепції картографічного продукту. Були створені друковані та сувенірні матеріали, що відображають унікальний дизайн карти (рис. 6.3.4, рис. 7.3.4).



а

б

Рис. 6.3.4 а - Поліграфічна і сувенірна продукція. б - Плакати

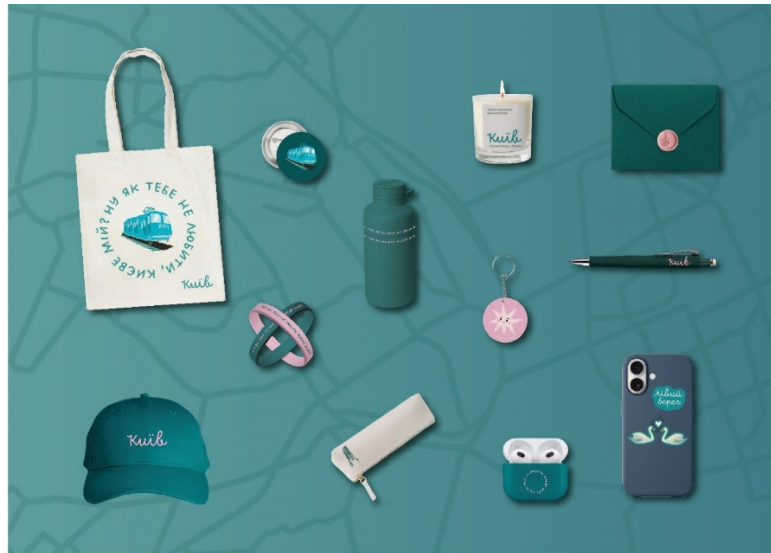


Рис. 7.3.4. Сувенірна продукція

На підставі ретельного аналізу наявної інформації було розроблено концептуальну модель друкованого видання – мапи-путівника по місту Києву. Це дослідження дозволило сформулювати чіткі вимоги до майбутнього продукту, який має не лише орієнтувати туристів у міському просторі, але й стати ефективним інструментом просування туристичного потенціалу столиці.

Створення мапи-путівника є комплексним процесом, що включає в себе низку етапів, починаючи від визначення мети та цільової аудиторії і закінчуючи розробкою візуального образу. Даний опис детально розкриває кожен з етапів, пройдених під час створення мапи-путівника по Києву.

Етапи створення магістерського проєкту мапа-путівник по місту Київ.

1. Визначення мети. Мета плакатів магістерської дипломної роботи: Створення детального та зручного путівника-мапи по Києву, який би охоплював різноманітні аспекти міста та був би корисним для широкого кола користувачів. Інформування туристів про цікаві місця міста, популяризація локального бізнесу або створення унікального сувеніру. Відображення певної кількості туристичних об'єктів, створення зручної системи навігації або використання певних дизайнерських прийомів.

2. Визначення цільової аудиторії. Визначення чіткого портрета цільової аудиторії є фундаментальним етапом у процесі створення будь-якого

маркетингового продукту, зокрема, мапи-путівника. Це дозволяє розробити продукт, який максимально відповідатиме потребам та очікуванням конкретної групи людей, підвищуючи його ефективність та залученість. У випадку з мапою-путівником, цільова аудиторія може бути представлена різними групами людей, які об'єднані спільними інтересами та потребами. Для проведення більш детального аналізу необхідно розглянути такі характеристики аудиторії:

Ключові характеристики цільової аудиторії. Вік: Від підлітків до людей похилого віку. Стать: Чоловіки та жінки. Рівень освіти: Від середньої до вищої. Соціальний статус: Різні соціальні групи. Інтереси: Культура, історія, мистецтво, гастрономія, активний відпочинок тощо. Мотивація: Відпочинок, пізнання нового, розширення кругозору, спілкування.

Потреби цільової аудиторії. Отримання інформації: Користувачі шукають інформацію про різні аспекти міста: історію, культуру, розваги, транспорт, проживання, харчування тощо. Планування маршрутів: Користувачі хочуть мати можливість скласти індивідуальний маршрут відвідування цікавих місць із дітьми або самотійно. Отримання рекомендацій: Користувачі можуть бути зацікавлені в отриманні рекомендацій від інших мандрівників або місцевих жителів. Зручність використання: Мапа повинна бути інтуїтивно зрозумілою, легкою у використанні та доступною на різних пристроях. Цільова аудиторія мапи-путівника по Києву є досить різноманітною і має різні потреби та очікування. Для створення успішного продукту необхідно враховувати інтереси кожної з цих груп.

3. Вирішення місця поширення мапи-путівника. Канали дистрибуції: Вибір місця поширення мапи залежить від її мети та цільової аудиторії. Мапа може розповсюджуватися через туристичні інформаційні центри, готелі, сувенірні магазини, онлайн-платформи, соціальні мережі тощо. Формат поширення: мапа розроблена у двох форматах - друкований, електронний. Формат впливає на дизайн та технічні характеристики мапи.

4. Розробка мапи-путівника по місту Київ.

Вибір формату: Формат А4 (210×297 мм) є одним з найпоширеніших форматів для друкованих матеріалів і часто використовується для створення мап-путівників. Формат 1024×768 пкс. найпоширеніший для екранів.

Ескізування: На початковому етапі, після ретельного вивчення референсів та визначення стилістики, ідеї втілювалися в олівцевих ескізах на папері. Згодом ці ескізи були оцифровані та деталізовані у графічних програмах.

Створення макета: На основі обраного ескізу створювався макет мапи в графічному редакторі Procreate та Illustrator.

Вибір шрифтів: Шрифти відіграють важливу роль у створенні візуального образу мапи. Вибір шрифтів залежить від стилю мапи, її призначення та цільової аудиторії. Було обрано шрифт: "Dreaming Outloud script" для друкованої версії та Myriad Pro для електронної.

Вибір кольорів: Кольорова гама мапи повинна бути гармонійною та відповідати загальному стилю. Кольори можуть виконувати як декоративну, так і інформаційну функцію.

Як основні кольори мапи путівника було обрано: Зелений, голубий, рожевий, білий. Як допоміжні кольори — синій, помаранчевий, сірий, бежевий і т.д. (див. рис. 9.3.4).



Рис. 8.3.4 Кольори, використані в роботі

Засоби виразності: Для створення цікавого та запам'ятовуваного візуального образу використано різноманітні засоби виразності: ілюстрації, фотографії, графіка, текстури тощо.

Колірний простір документу – RGB та CMYK. RGB та CMYK – це дві основні колірні моделі, які використовуються в графічному дизайні та друку. Кожна з них має свої особливості та застосовується в різних сферах.

Таблиця 1.3.4

Основні відмінності між RGB і CMYK:

Характеристика	RGB	CMYK
Призначення	Екрани	Друк
Кольори	Світлові	Фарби
Діапазон кольорів	Широкий	Вужчий
Яскравість	Вища	Нижча
Стабільність кольору	Нижча	Вища

Вибір кольорової гами для карти по місту Київ, був обумовлений бажанням створити емоційний зв'язок між глядачем і зображеним містом. Зелений колір, що сприяє розслабленню та спокою, асоціюється з просторими парками та садами Києва. Білий колір, як символ чистоти і легкості, підкреслює величну архітектуру міста. Рожевий колір додає образу Києва ніжності та романтичності, роблячи його більш привабливим для туристів.

Зелений колір: Як вже зазначено, зелений колір асоціюється з природою, свіжістю та спокоєм. У контексті Києва, цей колір може символізувати: Розкішні парки, Київ славиться своїми зеленими зонами,

такими як Центральний парк культури і відпочинку, Ботанічний сад і Маріїнський парк. Зелений колір нагадує про прогулянки алеями, відпочинок на лавочках та спокійні моменти в оточенні природи. Дніпровські береги - це зелений колір також може асоціюватися з прибережними зонами Дніпра, що оточують місто. Це створює відчуття простору, свіжості та спокою, які так приваблюють киян та гостей столиці. Надію та відродження, зелений колір часто асоціюється з весною та новим життям. У контексті Києва, він може символізувати відродження міста після складних періодів, його постійний розвиток та прагнення до кращого майбутнього.

Білий колір: Білий колір є символом чистоти, світла, безмежності та нового початку. У контексті Києва, цей колір може символізувати архітектуру. Білий колір часто використовується для опису елегантної та класичної архітектури. Багато історичних будівель Києва мають білий колір або білі елементи, що створює відчуття величі та досконалості. Духовність, Київ є духовним центром України, і білий колір часто асоціюється з релігією та духовністю. Він може символізувати світлі ідеали, прагнення до гармонії та внутрішнього спокою. Чисте небо, білий колір також може асоціюватися з чистим небом, що часто можна спостерігати над Києвом, особливо в ясний день. Це створює відчуття простору, свободи та легкості.

Рожевий колір: Рожевий колір асоціюється з ніжністю, романтикою, любов'ю та жіночністю. У контексті Києва, цей колір може символізувати: М'якість і тепло: рожевий колір додає образу Києва ніжності та теплоти, роблячи його більш привабливим і гостинним. Культурне життя: Київ є містом з багатим культурним життям, і рожевий колір може асоціюватися з мистецтвом, музикою та театральними виставами. Романтичну атмосферу: багато парків і вулиць Києва створюють романтичну атмосферу, і рожевий колір підкреслює цю особливість міста.

Поєднання цих кольорів: Поєднання зеленого, білого та рожевого кольорів створює гармонійну та привабливу палітру, яка відображає різноманітність і багатогранність Києва. Зелений колір забезпечує відчуття

спокою і стабільності, білий колір підкреслює велич і чистоту, а рожевий колір додає ніжності та романтики. Така палітра дозволяє створити яскравий і запам'ятовуючий образ міста, який приверне увагу як місцевих жителів, так і туристів.

З метою забезпечення оптимальної читабельності та естетичного сприйняття інформації на карті, було прийнято рішення використовувати шрифт "Dreaming Outloud" для друкованої версії та Montserrat для електронної. Каліграфічний "Dreaming Outloud" надає карті особливого шарму та підкреслює її унікальність і дитяче спрямування, тоді як безсеріфний Montserrat забезпечує чітке відображення інформації на екранах різних пристроїв.

Художньо-графічна форма мапи побудована на принципах єдності та різноманітності. Всі елементи виконані в одному стилі, але кожен з них має свої особливості. Завдяки цьому, мапа виглядає цікаво та різноманітно, але водночас зберігає свою цілісність.

Ця карта – це яскраве ілюстративне зображення міста, створене за єдиним стилем. Вона поєднує в собі естетику та інформативність. На карті чітко видно головні вулиці, райони та визначні пам'ятки. Завдяки гармонійній палітрі кольорів (зелений, білий, рожевий) та контрастному фону, карта виглядає стильно та привабливо. Крім того, вона адаптована для друку та використання в інтернеті.

Розроблено широкий асортимент поліграфічної та сувенірної продукції, натхненної концепцією карти-путівника. Кожен споживач зможе обрати для себе найкращий варіант, адже запропоновано різноманітні формати та матеріали.

Обкладинка для календаря (формат А5): Елегантне оформлення для будь-якого календаря. Патерни (2 шт., формат 20x20 см): Універсальні дизайни, які можна використовувати для різних цілей (наприклад, упаковка подарунків). Плакати (4 шт., формат А2): Яскраві та інформативні плакати, які прикрасять будь-який інтер'єр. Блокнот (1 шт., формат А6): Стильний

блокнот для записів і нотаток. Шопер (38x35 см): Практична сумка для покупок або подорожей. Пін (56 мм): Яскравий аксесуар, який можна прикріпити на одяг або сумку. Наліпка для коробки (формат А8): Оригінальний декор для будь-якої коробки. Лист з наліпками (формат А6): Набір різноманітних наліпок для творчості. Ручка: Стильна ручка з оригінальним дизайном. Футболки (3 розміри): Яскраві футболки з принтами на тему подорожей. Кепка (1 розмір): Універсальний предмет одягу. Чохол для навушників: практичний аксесуар, для навушників. Термос: зручно використовувати для прогулянки. Поштові марки (3 шт, 15 мм.): пізнаване просування бренду мапи за допомогою пошти.

Матеріали для друкованого варіанту. Для друку більшої частини продукції рекомендовано використовувати щільний папір 300 г/м². Однак, кінцевий вибір матеріалу залишається за споживачем. Ця продуктова лінійка дозволить: створити єдиний стиль для всіх елементів бренду. Запропонувати споживачам широкий вибір товарів. Зробити подорожі більш приємними і запам'ятовуваними.

Висновки до розділу 3

Процес вибору програмного забезпечення для реалізації дизайн-проекту є важливим етапом, який вимагає ретельного аналізу вимог та порівняння різних програмних рішень. Вибір Adobe Illustrator та Procreate для реалізації проекту "Мапа путівник по Києву" виявився вдалим рішенням, яке дозволило досягти поставлених цілей.

Сучасні електронні карти – це не просто інструмент для навігації, а цілі платформи, що надають користувачам величезний обсяг інформації. Вони можуть включати в себе огляди місць, фотографії, відгуки користувачів, а також інтерактивні елементи, такі як панорами вулиць і 3D-моделі будівель. Завдяки своїй універсальності та зручності використання, електронні карти поступово витісняють паперові аналоги, стаючи незамінним помічником як для мандрівників, так і для місцевих жителів.

ВИСНОВКИ

Це дослідження присвячене розробці інноваційної мапи-путівника по місту Київ, яка поєднує в собі історико-географічну точність, сучасні тенденції картографічного дизайну та благодійну складову. Метою дослідження було створення не просто інформаційного інструменту, а й естетично привабливого об'єкту, який би популяризував культурну спадщину Києва та сприяв розвитку соціальних ініціатив.

У ході дослідження та розробки проекту "Мапа-путівник по місту Київ" було досягнуто наступних результатів:

Проведено детальний аналіз поняття картографії: Визначено основні терміни та специфіку створення карт. Здійснено історичний екскурс у розвиток картографії: Вивчено еволюцію карт та ключові теоретичні дослідження в галузі картографічного проектування. Оцінено сучасні технології та методи створення карт: Проаналізовано інструменти та підходи, що використовуються для розробки сучасних картографічних продуктів. Проведено комплексне дослідження існуючих мап-путівників: Здійснено аналіз сильних і слабких сторін наявних путівників, визначено їхні особливості та недоліки.

Розроблено систему критеріїв для створення ефективного путівника-мапи: Сформульовано вимоги, яким має відповідати якісний путівник. Складено детальний перелік об'єктів для включення до путівника: Сформовано базу даних місць, які варто відвідати в Києві. Розроблено оптимальну структуру та дизайн мапи-путівника: Створено візуальну концепцію мапи, визначено її структуру та систему навігації. Створено прототип мапи-путівника: Розроблено першу версію мапи, яка дозволяє оцінити її функціональність та зручність використання.

В основі дослідження лежали фундаментальні принципи картографії та дизайну. Зокрема, було проаналізовано еволюцію картографічного зображення від історичних карт до сучасних цифрових мап. Особливу увагу

було приділено композиційним особливостям дизайну карт, таким як: образність (використання візуальних елементів для створення емоційного зв'язку з користувачем); стислість (оптимальне використання графічних елементів для передачі максимальної кількості інформації); розбірливість (забезпечення чіткості та легкості читання текстових компонентів); структурованість (логічна організація графічних елементів для зручної навігації); угруповання (об'єднання пов'язаних елементів для покращення сприйняття інформації).

Розроблена мапа-путівник по Києву є результатом комплексного дослідження та творчого підходу. Вона поєднує в собі історичну точність, сучасний дизайн та соціальну відповідальність. Цей проект може стати взірцем для розробки інших туристичних продуктів, які не тільки інформують, але й надихають та об'єднують людей. За результатами проведеної роботи створено розробку повноцінного мапи-путівника по місту Києву, який відповідає сучасним вимогам і буде корисним для туристів та мешканців міста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати. ArtHuss, за ред. Плаксії О., 2022. 341 с. ISBN: 978-617-8025-39-7
2. Адруг А. Київський герб: Енциклопедія історії України. Київ: Наукова думка, 2005. Т. 4. С. 357-358.
3. Безугла Р., Криворотько Г. Візуальний стиль в картографуванні як елемент візуальної комунікації. *Теорія та практика дизайну*. 2024. № 34. с.
4. Безугла Р., Криворотько Г., Трикозенко А. Візуальна айдентика Києва: традиції та сучасність. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. № 79. с.
5. Білецький В. Мала гірнича енциклопедія. Донбас. 2007. 670 с. ISBN 57740-0828-2.
6. Біловодська О. Стратегічний підхід до формування бренда міста (на прикладі м. Сум). *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 22-31.
7. Бразелл Д., Девіс Дж. Як стати успішним ілюстратором. Київ, 2019. 208 с.
8. Бровченко. М. Три життя одного стадіону Історія НСК Олімпійський. Київ. 2011. 114 с.
9. Галайба. В., Грузін В., Кадомська М., Малаков Д. Прорізна. Ярославів Вал : культура. Путівник. Київ. Амадей. 2010. 295 с.
10. Горбенко О. Київський герб: історія та сучасність. *Вісник Національної академії наук України*. 2009. № 11. С. 104-115.
11. Грицак Я., Подолати минуле: глобальна історія України. Київ. Портал. 2024. 416 с. ISBN 978-617-7925-98-8
12. Грицеляк В., Дикий І., Ровенчак І. Карта «Український Крим» як джерело геопросторової інформації. *Проблеми безперервної географічної освіти і картографії*, (30), 2019. С. 43-52. URL: <https://doi.org/10.26565/2075-1893-2019-30-05>.

13. Гула Є., Осипчук М., Демків А., Жир С. Візуальна комунікація як основа графічного дизайну *POLISH JOURNAL OF SCIENCE*. 2021. № 45 (VOL.3). ISSN 3353-2389. С. 3-7

14. Данілова Н. Цифрові плани і карти: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2023. 126 с.

15. Енциклопедія сучасної України. Картографія. URL: <https://esu.com.ua/article-10177> (дата звернення: 19.08.24)

16. Заїменко Н., Рахметов Д., Гапоненко М. та ін. Фундаментальні та прикладні аспекти інтродукції і збереження рослин у Національному ботанічному саду імені М. М. Гришка НАН України : монографія. Національна академія наук України, Національний ботанічний сад імені М. М.Гришка НАН України. Київ. Ліра-К, 2022. 76 с.

17. Інфостойки в метро URL: <https://hub.megapolis.com.ua/ru/services/metropoliten-kiev-reklama-na-stancii/> (дата звернення 05.03.2024)

18. Карамашев Д. Українська геральдика: навч. посіб. Київ: Абрис, 2000. 109 с.

19. Карта України. URL: <https://freemap.com.ua/> (дата звернення: 20.09.24).

20. Кисельов Г. Картографія Києва: історичний нарис. Київ: Наукова думка, 1982. 176 с.

21. Кротова Т., Мазніченко О., Гула Є., Осадча А. Логотип Києва в контексті сучасності. *Collection of scientific papers «SCIENTIA»*. 2022. № 29. С. 107-109.

22. Лейберюк О. Інтерактивні веб-карти: сутність і основні етапи створення (на прикладі веб-ресурсу carto). *Український географічний журнал*. Київ. 2016, № 4. URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2016.04.054>

23. Мадієвська О. Місто з великої літери. *Вісник КНУТД (Київського національного університету технологій та дизайну)*. 2012. № 3. С. 124-129.

24. Малаков Д. Бренд міста: теорія та практика. Київ: Центр досліджень міської політики, 2012. 205 с.
25. Міссісіпі – Історична карта USGS. URL: <https://www.historicpictoric.com/> (дата звернення: 09.20.24).
26. Шліпченко С., Тимінський В., Макаренко А., Малес Л., Тищенко І. Місто й оновлення. Урбаністичні студії. Представництво Фонду ім. Гайнріха Бьолля в Україні. Київ. 2013. 360 с.
27. Моклиця Ю. Класифікаційні аспекти туристичного потенціалу міста Луцька. *Географія та туризм*. 2011. № 14. URL: <http://www.geolgt.com.ua> (дата звернення 01.09.2024).
28. Нікітенко Н. М. Софія Київська : путівник. Київ. Амадей, 2001. 96 с.
29. Онищенко М., Лепетюк В., Остроух В. Роль маркетингової діяльності в сфері сучасних картографічних послуг. *Географічна освіта і наука: виклики і поступ: матеріал міжн. наук.-практ. конф., присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті*. Львів: Простір-М., Том 3., 2023. С.87-91. URL: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=AVEx_c8AAAAJ&citation_for_view=AVEx_c8AAAAJ:aqlVkm33-oC
30. Основи геоінформаційних систем URL: libretxts.org (дата візиту: 05.09.2024).
31. Остроух В. Електронні картографічні посібники як форма реалізації інноваційних технологій в освітньому процесі. *Географія в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка: 85 років – досягнення та перспективи (GTSNU)*: матеріали міжн. наук.-практ. конф., 2018. С. 311-314. URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2015.03.055>.
32. Пересадько В., Попович Н., Мартиненко, А. Історико-географічне картографування Харківської області у XIX-XX ст. *Проблеми безперервної географічної освіти і картографії*, (33). 2021. С. 8-15. URL: <https://doi.org/10.26565/2075-1893-2021-33-01>.

33. Пестушко В., Уварова А., Довгань Т. Фізична географія України. Генеза. Київ. 2016. 485 с.
34. Попович Н. Методика розробки серії карт для стратегії соціально-економічного розвитку локального рівня (на прикладі селища Пісочин). *Проблеми безперервної географічної освіти і картографії*, (25), 2015. С. 45-49 URL: <https://periodicals.karazin.ua/pbgok/article/view/9089> (дата звернення: 21.08.24).
35. Рамазан Їлмаз. Весільна карта Стамбулу. URL: <https://dribbble.com/shots/4423430-Istanbul-Wedding-Map> (дата звернення: 20.09.24).
36. Референс. Вікіпедія: веб-сайт. URL: <https://wikipedia.org/wiki/Референс> (дата звернення: 18.10.2024).
37. Руденко Л., Бочковська А. Розвиток картографічного напрямку досліджень в інституті географії нан України. Інститут географії Національної академії наук України. Київ. 2018. С. 3-10. URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2018.01.003>.
38. Символіка Києва URL: https://kyivcity.gov.ua/news/simvolika_mista_kiyeva_356906/ (дата звернення 20.06.2024).
39. Смолій В. Історія Міста Києва З Найдавніших Часів До 2000 Року. НАН України. Київ. 2009. 412 с. ISBN 966-647-057-8 966-647-058-6
40. Сучасний Київ: брендинг міста. Київ: Фенікс, 2015. 209 с.
41. Усі обговорюють новий логотип Києва. URL: <https://cases.media/> (дата звернення 20.06.2024).
42. Хеллер С. Чваст С. Еволюція графічних стилей. Від Вікторіанської епохи до сьогодення; пер. з англ. І. Форонова. New York. Abrams, 2011. 320 с.
43. Царик Л., Кузик, І., Царик П. Підходи до картографування комплексної зеленої зони міста. *Проблеми безперервної географічної освіти і картографії*, (31), 2020. С. 68-77. URL: <https://doi.org/10.26565/2075-1893-2020-31-08> (дата звернення: 02.09.24).

44. Швидченко Т., Харт Н., Андрієвська Д. Столицей Київ. Як воювала, творила і бешкетувала наша еліта 100 років тому. Київ. Стиллет і стилус. 2024. 352 с. ISBN 978-617-8393-04-5
45. Шевчук Б., Нестерчук І. Аналіз можливостей інтерактивних карт, створених на базі ГІС, для потреб туризму в Україні. *Таврійський науковий вісник*. 2020. С. 140-147. URL:<https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.3.18> (дата звернення: 23.08.24).
46. Широцький К. Київ. Путівник. Центр навчальної літератури. 2020. 376 с. ISBN 978-611-01-1764-7
47. Широчин С., Михайлик О. Невідомі периферії Києва. Київ. Скай Хорс. 2022. 368 с. ISBN 978-966-2536-88-1
48. Шкаріна В. Історія Києва у довідково-бібліографічних виданнях Національної бібліотеки України ім. Вернадського. Київ. 2006. 86 с. ISBN 966-02-3815-0
49. Шушківський А., Івакін Г., Верменич Я. Енциклопедія Сучасної України: електронна версія. Київ., Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. Київ. 2012. 239 с.
50. Abel, J., Madden, M. (2008). Drawing words and writing pictures. New York: First Second. P. 45
51. Behance – онлайн портфоліо URL: <https://www.behance.net/> (дата звернення 07.07.2024)
52. Cartography: Thematic Map Design", fifth edition, by Borden D. Dent. Techniques of Quantitative thematic mapping. Georgia State university, 2012. P. 206-220.
53. Easy ways to 3D print Topographic maps and Landscape models URL: <https://www.treatstock.com/guide/article/246-easy-ways-to-3d-print-topographic-maps-and-landscape-models> (дата звернення 05.03.2024)
54. Guillaume T., Sidonie C., Favreau J., Rhaïem A. Automatic derivation of on-demand tactile maps for visually impaired people: first experiments and research agenda. HAL open science, 2019, 21p.

55. Hegarty, S., Waller J. The effect of color on map reading. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 10 (1), 1994. P. 1-12. URL: <https://doi.org/10.1037/a0019095>.

56. Kern R. Cartographie et malvoyance - du papier au numérique. *Cartes & Géomatique*, 2016, 229-230:167–174p.

57. MacEachren R., Kraak M. The influence of visual design on map comprehension. *Cartography and Geographic Information Systems*, 24 (1), 1997. P. 85-96. URL: <https://doi.org/10.1002/9780470979587.ch21>

58. MacEachren R., Monmonier S. The effect of map design on spatial ability. *Cartography and Geographic Information Systems*, 28(1), 2001. P. 3-14. URL: <https://doi.org/10.1002/9780470979587.ch21>.

59. MacEachren R., Monmonier S. The impact of map design on user performance. *Cartography and Geographic Information Systems*, 21 (1), 1994. P. 29-41. URL: <https://doi.org/10.1108/EL-10-2018-0202>

60. Mackinlay K., Card M., Shneiderman B. The impact of visual style on map comprehension. *ACM Transactions on Graphics*, 10(2), 1991. P. 110-141. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.002>

61. Parente P, Bishop G. BATS: The Blind Audio Tactile Mapping System. University of North Carolina at Chapel Hill, 2010, 6p.

62. See California Like Never Before: MAD Lab creates its largest low vision and tactile map yet URL: <https://lighthouse-sf.org/2016/12/23/see-california-like-never-before-mad-lab-creates-its-largest-low-vision-and-tactile-map-yet/> (дата звернення 03.03.2024)

63. Tactile maps URL: https://www.researchgate.net/figure/Tactile-maps-A-Temperature-Map-A-B-Temperature-Map-B-C-Color-scheme-used-on-Map-A_fig5_348969585 (дата звернення 05.03.2024)

64. The Kyiv City Brand Book. Kyiv City Council, 2017. 43 p.

65. Visualizing Information by Edward R. Tufte. Graphics pr., 2001. 191 p. World Health Organization URL: <https://www.who.int/> (дата звернення 28.02.2024)

66. 立体地図データのダウンロードサービス [URL:https://idarts.co.jp/3dp/map3d/](https://idarts.co.jp/3dp/map3d/) (дата звернення 05.03.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

УДК

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОСТІ КАРТ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ВАДАМИ ЗОРУ

ОМЕЛЬЧЕНКО Ганна¹, КРИВОРОТЬКО Ганна¹, ДОНЧЕНКО Світлана²

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Поморська медична спеціальна школа, Гданськ, Польща

anna1krivorotka@gmail.com

У роботі проведено ситуаційний аналіз щодо забезпечення **інклюзивності** карт різного призначення. На основі аналізу виконано систематизацію карт для людей з вадами зору. Розглянуто шляхи підвищення рівня **інклюзивності** карт та обґрунтовано напрямлення подальших досліджень.

Ключові слова: **інклюзивність**, картографія, тактильна карта, вади зору, шрифт Брайля.

ВСТУП

Інклюзивні карти - це карти, які доступні для людей з різними типами інвалідності, включаючи людей з вадами зору, слуху, когнітивними порушеннями та порушеннями моторики.

За даними ВООЗ, близько 300 мільйонів людей в світі страждає від порушень зору, з них майже 40 мільйонів незрячі. Щорічно кількість сліпих зростає на 1-2 млн. осіб, адже що п'ять секунд втрачає зір один дорослий, а кожну хвилину - 1 дитина [1]. Щоб орієнтуватися в просторі, люди з вадами зору потребують тактильних карт. Ці карти дають їм уявлення про місцевість через дотик. Існує кілька технік для створення карт для людей з вадами зору: рельєфне тиснення, 3D-друк та тактильні екрани з аудіо інформацією. Розробка таких карт - це складне багатofакторне завдання. Для вирішення якого необхідно одночасно враховувати такі фактори, як: тяжкість порушення зору, досвід користувача, технічні обмеження в наданні великих об'ємів тактильної інформації та багато інших. Тому пошук нових рішень по створенню або удосконаленню карт для людей з вадами зору є актуальною задачею сьогодні.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Для вирішення поставленої задачі необхідно: проаналізувати існуючі карти для людей з вадами зору, визначивши подібні та відмінні ознаки, систематизувати отриману інформацію, проаналізувати існуючу інформацію щодо шляхів поліпшення таких карт та запропонувати свій варіант вирішення поставленої задачі.

1

СЕРТИФІКАТ

УЧАСНИКА

КРИВОРОТЬКО ГАННА

VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

АКТУАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ
СУЧАСНОГО
ДИЗАЙНУ



25 КВІТНЯ 2024 РОКУ



РЕКТОР
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ



ІВАН ГРИЩЕНКО

Руслана БЕЗУГЛА,

[ORCID.org/0000-0003-1190-3646](https://orcid.org/0000-0003-1190-3646)

доктор мистецтвознавства, доцент,
завідувачка кафедри графічного дизайну Київського
національного університету технологій та дизайну,
(Київ, Україна), r.bezuhla@gmail.com

Ганна КРИВОРОТЬКО,

[ORCID.com/0009-0008-6745-5057](https://orcid.com/0009-0008-6745-5057)

магістр кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну,
(Київ, Україна) anna1krivorotko@gmail.com

Анастасія ТРИКОЗЕНКО,

[ORCID.com/0009-0007-3467-4766](https://orcid.com/0009-0007-3467-4766)

магістр кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну,
(Київ, Україна) anastasiatrikozenko@gmail.com

ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА КИЄВА: ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНІСТЬ

Анотація. Актуальність проблеми дослідження візуальної айдентики Києва обумовлена необхідністю розуміння основних цінностей і смислів міської культури, її феноменів та атмосфери. Аналіз візуальних ідентифікаторів міської культури є важливим питанням не тільки для фіксації історичної культурної своєрідності міста Києва, але й для прогнозування розвитку в найближчій перспективі, враховуючи тісний взаємозв'язок між урбанізацією та процесом глобалізації.

Метою статті є аналіз візуальної айдентики міста Києва включаючи образи історичної геральдики, а також сучасних візуальних образів, які розглядаються як символічне відображення різних аспектів культури, що зберігає її зв'язок із традиціями в контексті соціокультурних трансформацій сучасності.

Методологія. Теоретико-методологічною базою дослідження стали такі загальнонаукові підходи та методи як-от: культурно-історичний метод для дослідження візуальних образів міста в контексті його історичного розвитку, культурних традицій та соціально-політичних умов; структурно-типологічний метод для виявлення характерних особливостей візуальних образів Києва на різних етапах його історії; метод порівняльного

Дизайн

УДК: 528.9:659.443:[316.77-028.22

Візуальний стиль в картографуванні як елемент візуальної комунікації

Безугла Руслана Іванівна 1, Криворотко Ганна Андріївна 2

1 завідувачка кафедри графічного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, доктор мистецтвознавства, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна, e-mail: r.bezuhla@gmail.com, orcid: [ORCID.org/0000-0003-1190-3646](https://orcid.org/0000-0003-1190-3646)

2 магістр кафедри графічного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, Київ, Україна, e-mail: anna1krivorotko@gmail.com, orcid: [ORCID.com /0009-0008-6745-5057](https://orcid.com/0009-0008-6745-5057)

Анотація. Сучасне картографування надає широкі можливості для створення різноманітних видів карт. Однак, не завжди ці можливості використовуються раціонально. Ефективне візуальне оформлення карт дозволяє виділити найбільш важливу інформацію та зробити її легко сприйнятливою.

Метою статті є виявлення візуально-стильових характеристик карт, які впливають на їх ідентифікацію серед видового різноманіття.

Методологія. Теоретико-методологічною базою дослідження стали такі загальнонаукові підходи та методи як-от: міждисциплінарний підхід, метод узагальнення, системний та структурно-функціональний методи.

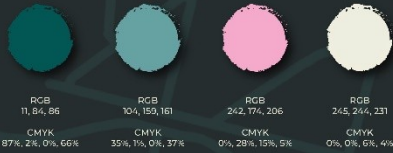
Результати. Розглянуто загальногеографічні, тематичні і оглядові карти. Визначено основні принципи стилістичного оформлення карт, які забезпечують ефективність візуальної комунікації. Доведено, що стилістичне оформлення має важливе значення у сприйнятті загальної образності карти.



Видатні місця Києва:

1. Київський Зоопарк
2. Національний музей історії України
3. Об'єднання Своїй Київської
4. Вулиця Хрещатик (ММ)
5. Національна опера України
6. Національний науково-природничий музей
7. Київський фунікулер
8. Парк "Кіото"
9. Тилтформ Арті-заву
10. Академічний театр драми і комедії
11. ЖК "Вішнітський"
12. Київський планетарій
13. Ватнівщина - Мати
14. Трапез України
15. Парк "Триверський"
16. Ботанічний сад ім. Тримука
17. Національний музей народної архітектури та побуту України
18. Екопарк Осокирки

Кольорове рішення



Dreaming Outloud

А а, Б б, В в, Г г, Д д, Е е, Є є, Ж ж, З з, И и, І і, Ї ї, К к, Л л, М м, Н н, О о, П п, Р р, С с, Т т, У у, Ф ф, Х х, Ц ц, Ч ч, Ш ш, Щ щ, Ъ ъ, Ю ю, Я я.

Montserrat

А а, Б б, В в, Г г, Д д, Е е, Є є, Ж ж, З з, И и, І і, Ї ї, К к, Л л, М м, Н н, О о, П п, Р р, С с, Т т, У у, Ф ф, Х х, Ц ц, Ч ч, Ш ш, Щ щ, Ъ ъ, Ю ю, Я я.

Мапа-путівник по місту Київ

Ілюстрації



Парки і екопарки

Музеї та розваги



Будівлі



Київський національний університет технологій та дизайну



AN YA

Виконала: студентка групи МГД1-23 Криворотько Анна Андріївна Керівник: Безугла Руслана Іванівна

Карти міст в контексті процесів дигіталізації (на прикладі дизайн-проєкту «Мапа-путівник по місту Київ»).

1. Київський зоопарк
 Найстарий зоологічний парк — це природоохоронна, науково-дослідна та культурно-освітня установа, що є одним з старовинних об'єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного значення.

2. Національний музей історії України
 Провідний історичний музей України, що є кількістю та значенням колекції є одним з найвизначніших музеїв Києва.

3. Давнілиця Софії Київської
 Найглибше вивчення у стилі українського бароко. Є одним з українських національних символів. Збудована у 1699–1739 роках кошовою гетьманкою Євкою Мазею.

4. Вул. Хрещатик (ЦУМ)
 Місцевина у центральній частині Києва, розташована на перехресті вулиць Ботаничної, Хмельницької та Хрещатика. Побудована у стилі ар-деко у 1926–1930 роках.

5. Національна опера України
 Найвідоміший академічний театр опери та балету України (коли Терасо Шопена) — найбільший музичний театр України.

6. Національний науково-природничий музей
 Науково-дослідний заклад, один з провідних центрів розвитку природознавчої освіти в Україні.

7. Київський фукікулур
 Лінійна фундація, що пропонує покружити містом Коломиєцького (Лінійні) шляхи давнього міста. Покриті з березня місяця.

8. Парк «Киото»
 Парк у Шевченківському районі Києва, оформлений у японському стилі. Розташований в парку колишнього палацу князя Кіото. Проектують між. станція метро «Почаїв та Кирилівська».

9. Платформа Арт-завод
 Перший найбільший культурний та фестивальний кластер в Києві, унікальна локація, що об'єднала людей, ідеї і роботу.

10. Академічний театр драми і комедії
 Київський академічний театр драми та комедії на лівому березі Дніпра — театр у Києві, заснований влітку 1970 року.



11. НСК «Олімпійський»
 Найвища спортивна споруда в Києві, головна арена України, місце проведення домашніх матчів футбольної збірної України та національних змагань з футболу.

12. Київський планетарій
 Київський планетарій — найстаріший та найбільший планетарій в Україні. За розміром купола поступає другим місцем в Європі і має площу купола 830 м².

13. Батьківщина-Мати
 Найвища монументальна скульптура в Європі. Розташована на високому правому березі річки Дніпро, на території Національного історико-культурного заповідника «Київська фортеця».

14. Прапор України
 Пам'ятник державному символу України на київській набережній. Споруда виготовлена з найбільшого в Україні, вкритої флюєном — металом 90 метрів, вага — 82 тис. тонн. Розмір: позолочена площа — 10 на 24 метри.

15. Парк «Прибережний»
 Парк у Дарницькому районі Києва у західній частині набережної озера Дніпровського набережна. Споруда 2002 року. Площа парку — 7,54 га.

16. Ботанічний сад ім. Гришка
 Науково-дослідний заклад, що займається вивченням та збереженням рослин. Основним сфер є сад, розроблений науковими методами на території 18 га.

17. Національний музей народної архітектури та побуту
 Музей народної архітектури, ремесел, унікальний комплекс музею, що розповідає про історію української народної архітектури та побуту.

18. Екопарк «Осокорки»
 Персона територія на лівобережній Києві, розташована поблизу швидко зростаючої житлової забудови. У складі екопарку озера Нейброк, Міраше та Віте.

19. Садиба Бачалова
 Пам'ятник державному символу України на київській набережній. Споруда виготовлена з найбільшого в Україні, вкритої флюєном — металом 90 метрів, вага — 82 тис. тонн. Розмір: позолочена площа — 10 на 24 метри.

Онлайн мапа-путівник по місту Київ



Київський національний університет дизайну



Виконала: студентка групи МГД1-23 Криворотко Анна Андріївна Керівник: Безугла Руслана Іванівна

Карти міст в контексті процесів дигіталізації (на прикладі дизайн-проекту «Мапа-путівник по місту Київ»).





плакати



Онлайн мапа-путівник по місту Київ





футболка



Паперова продукція



наліпки



календар



фірмовий бланк



листівка



поштові марки



Додаток Б

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОСТІ КАРТ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ВАДАМИ ЗОРУ

ОМЕЛЬЧЕНКО Ганна¹, КРИВОРОТЬКО Ганна¹, ДОНЧЕНКО Світлана²

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Поморська медична поліцейська школа, Гданськ, Польща

anna1krivorotko@gmail.com

У роботі проведено ситуаційний аналіз щодо забезпечення інклюзивності карт різного призначення. На основі аналізу виконано систематизацію карт для людей з вадами зору. Розглянуто шляхи підвищення рівня інклюзивності карт та обґрунтовано напрямлення подальших досліджень.

Ключові слова: інклюзивність, картографія, тактильна карта, вади зору, шрифт Брайля.

ВСТУП

Інклюзивні карти - це карти, які доступні для людей з різними типами інвалідності, включаючи людей з вадами зору, слуху, когнітивними порушеннями та порушеннями моторики.

За даними ВООЗ, близько 300 мільйонів людей в світі страждає від порушень зору, з них майже 40 мільйонів незрячі. Щорічно кількість сліпих зростає на 1-2 млн. осіб, адже що п'ять секунд втрачає зір один дорослий, а кожну хвилину – 1 дитина [1]. Щоб орієнтуватися в просторі, люди з вадами зору потребують тактильних карт. Ці карти дають їм уявлення про місцевість через дотик. Існує кілька технік для створення карт для людей з вадами зору: рельєфне тиснення, 3D-друк та тактильні екрани з аудіо інформацією. Розробка таких карт - це складне багатofакторне завдання. Для вирішення якого необхідно одночасно враховувати такі фактори, як: тяжкість порушення зору, досвід користувача, технічні обмеження в наданні великих об'ємів тактильної інформації та багато інших. Тому пошук нових рішень по створенню або удосконаленню карт для людей з вадами зору є актуальною задачею сьогодення.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Для вирішення поставленої задачі необхідно: проаналізувати існуючі карти для людей з вадами зору визначивши подібні та відмінні ознаки, систематизувати отриману інформацію, проаналізувати існуючу інформацію щодо шляхів поліпшення таких карт та запропонувати свій варіант вирішення поставленої задачі.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

На першому етапі роботи було проведено аналіз існуючих карт для людей з вадами зору. За результатами аналізу було встановлено, що більшу частину таких карт становлять тактильні карти.

Тактильні карти – це такі карти які допомагають людям з порушеннями зору орієнтуватися в просторі. Їх виготовляють з рельєфних матеріалів, таких як пластик, дерево, картон або тканина, щоб люди могли відчувати різні форми, текстури та контури. Існуючі тактильні карти можна розділити на наступні категорії: рельєфні, аудіотактильні та тактильно-кольорові.

Рельєфні карти, це карти на яких подано інформацію шляхом утворення на гладкій поверхні певних висупів або втиснень. До рельєфних карт відносяться, карти світу з рельєфними континентами та океанами (рис. 1) [2], карта міста з дорогами та будівлями, позначеними шрифтом Брайля [2].

Рельєфні карти створюються різними способами: створенням випуклих елементів на поверхні, тисненням, 3-D друком [3,4,5].

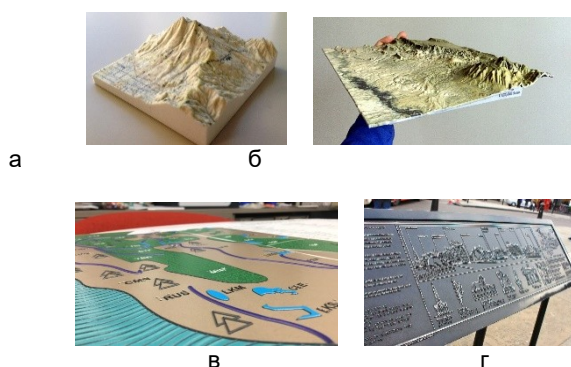


Рис. 1. а - Рельєфна гіпсова карта, Treatstock; б - 3D-друкована модель ландшафту області на заході Техасу, Treatstock; в- тактильна карта Каліфорнії; г - тактильна карта Брайля на Трафальгарській площі

Аудіо-тактильні карти – це такі карти, які поєднують тактильні елементи з аудіо супроводом. Прикладом таких карт є: Аудіо тактильна карта Мумбаї від Maiaqa Technologies, аудіо-тактильний стенд у київському метро (Рис. 2) [6].

Тактильно- кольорові карти – це такі, в яких використовують контрастні кольори та рельєфні зображення. Прикладом такої карти є тактильна температурна карта (рис.3) [7].

За результатами проведеного аналізу було розроблено класифікацію карт для людей з вадами зору. Варто також зауважити, що основним недоліком усіх видів тактильних карт є їх висока вартість, яка обумовлена підвищеною складністю у виготовленні [8].



Рис. 2. а-Аудіо тактильна карта Мумбаї від Maiara Technologies; б - Аудіо-тактильний стенд у київському метро

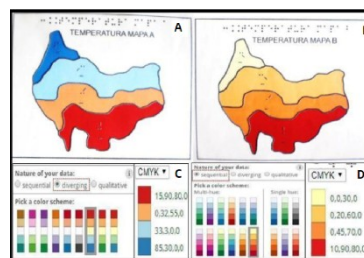


Рис. 3. Тактильно-кольорові карти (А -Температурна карта ; В -Температурна карта; С -Колірна схема, використана на Kartі А; D - Колірна схема, використана на Kartі В). Araújo et al. 2020.

На наступному етапі роботи було проведено аналіз шляхів підвищення інклюзивності карт для людей з вадами зору. В результаті проведеного аналізу було встановлено, що останнім часом спостерігається ряд позитивних тенденцій у розвитку в цьому напрямі. Дедалі більше організацій розробляють і публікують нові інклюзивні карти. Також розвиток технологій впливає на збільшення їх різноманітності та обсягів виготовлення. Розширення асортименту тактильних карт значно сприяє залученню та інтеграції людей з різними видами вад до повноцінного і активного життя [9].

В подальшій своїй роботі автори планують обрати декілька існуючих карт та на їх основі створити тактильні карти застосовуючи сучасні технології та методи дизайн-проекування.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження було встановлено, що:

- доступність та інклюзивність карт є важливою проблемою, яка потребує вирішення;
- вибір карти користувачем залежить від індивідуальних потреб і здібностей людини;
- інтерактивні карти мають потужний потенціал для надання просторових знань широкому спектру населення, незалежно від віку, вад, рівня навичок та інших факторів;
- існуючі інклюзивні карти мають ряд особливостей, які обумовлюють їх призначення;
- для людей з вадами зору та незрячих виготовляються тактильні карти, які розподіляються на: рельєфні, аудіотактильні та тактильно-кольорові;
- забезпечення інклюзивності карт залежить від збільшення їх асортименту та розвитку технологій і методів надання інформації.

Руслана БЕЗУГЛА,

ORCID.org/0000-0003-1190-3646

*доктор мистецтвознавства, доцент,
завідувачка кафедри графічного дизайну Київського
національного університету технологій та дизайну,
(Київ, Україна), r.bezuhla@gmail.com*

Ганна КРИВОРОТЬКО,

ORCID.com /0009-0008-6745-5057

*магістр кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та
дизайну,*

(Київ, Україна) anna1krivorotko@gmail.com

Анастасія ТРИКОЗЕНКО,

ORCID.com/0009-0007-3467-4766

*магістр кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та
дизайну,*

(Київ, Україна) anastasiatrikozenko@gmail.com

ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА КИЄВА: ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНІСТЬ

Анотація. *Актуальність проблеми дослідження візуальної айдентики Києва обумовлена необхідністю розуміння основних цінностей і смислів міської культури, її феноменів та атмосфери. Аналіз візуальних ідентифікаторів міської культури є важливим питанням не тільки для фіксації історичної культурної своєрідності міста Києва, але й для прогнозування розвитку в найближчій перспективі, враховуючи тісний взаємозв'язок між урбанізацією та процесом глобалізації.*

Метою статті *є аналіз візуальної айдентики міста Києва включаючи образи історичної геральдики, а також сучасних візуальних образів, які розглядаються як символічне відображення різних аспектів культури, що зберігає її зв'язок із традиціями в контексті соціокультурних трансформацій сучасності.*

Методологія. *Теоретико-методологічною базою дослідження стали такі загальнонаукові підходи та методи як-от: культурно-історичний метод для дослідження візуальних образів міста в контексті його історичного розвитку, культурних традицій та соціально-політичних умов; структурно-типологічний метод для виявлення*

характерних особливостей візуальних образів Києва на різних етапах його історії; метод порівняльного аналізу авторських концепцій творчості: зіставлено різні погляди на візуальну ідентичність міста, представлених в наукових роботах.

Результати. Визначено ключові фактори, які впливають на візуальний образ міста та на його айдентику. Простежено історичний розвиток та становлення візуальної ідентичності Києва. Зроблено висновки про те, як візуальна айдендика Києва відображає його історію, культуру та цінності.

Наукова новизна. Формат цієї роботи дозволив визначити загальні риси означеної проблеми та виокремити деякі особливості й загальні тенденції, які знаходяться в основі формування й розвитку візуальної айдентики Києва.

Практична значущість дослідження обумовлена розширенням теоретичних відомостей про візуальну айдентику Києва. Результати, отримані в ході дослідження, допоможуть краще зрозуміти принципи стилістичного оформлення логотипу міста та візуальної айдентики Києва та можуть бути використані у розробці нових стратегій візуального маркетингу міста, створенні сувенірної продукції та інших візуальних матеріалів, які репрезентують Київ.

Висновки. Візуальна айдендика Києва є складною та багатогранною, протягом століть зазнавала значних змін, відображаючи історію, еволюцію міста, його культуру та цінності. Констатовано, що візуальна айдендика Києва не є статичною, вона постійно еволюціонує, щоб відображати нові реалії та прагнення міста. Наголошено, що дослідження візуальної айдентики міст має важливе значення, оскільки допомагає глибше зрозуміти, як візуальні образи міста формують його сприйняття та впливають на життя містян.

Ключові слова: візуальна айдендика, Київ, герб, логотип, історія, культура, дизайн.

Ruslana BEZUHLA,

ORCID.org/0000-0003-1190-3646

Head of the Department of Graphic Design of Kyiv National

University of Technology and Design,

Doctor of Study of Art, Associate Professor

(Kyiv, Ukraine), r.bezuhla@gmail.com

Hanna KRYVOROTKO,

ORCID.com [/0009-0008-6745-5057](https://orcid.org/0009-0008-6745-5057)

Master of Graphic Design Department

Kyiv National University of Technology and Design,

(Kyiv, Ukraine) anna1krivorotko@gmail.com

Anastasiia TRYKOZENKO,

[ORCID.com/0009-0007-3467-4766](https://orcid.org/0009-0007-3467-4766)

Master of Graphic Design Department,

Kiev National University of Technology and Design,

(Kiev, Ukraine) anastasiatrikozenko@gmail.com

VISUAL IDENTITY OF KYIV: TRADITIONS AND MODERNITY

The urgency of the problem the study of Kyiv's visual identity is conditioned by the need to understand the main values and meanings of urban culture, its phenomena and atmosphere. The analysis of visual identifiers of urban culture is an important issue not only for fixing the historical cultural identity of the city of Kyiv, but also for forecasting development in the near future, taking into account the close relationship between urbanization and the process of globalization.

The purpose of the article is an analysis of the visual identity of the city of Kyiv, including images of historical heraldry, as well as modern visual images, which are considered as a symbolic reflection of various aspects of culture, which preserves its connection with traditions in the context of socio-cultural transformations of modern times.

Methodology. The theoretical-methodological base of the research was such general scientific approaches and methods as: cultural-historical method for researching visual images of the city in the context of its historical development, cultural traditions and socio-political conditions; a structural-typological method for identifying the characteristic features of Kyiv's visual images at different stages of its history; the method of comparative analysis of author's concepts of creativity: different views on the visual identity of the city, presented in scientific works, are compared.

The results. The key factors influencing the visual image of the city and its identity have been identified. The historical development and formation of Kyiv's visual identity is traced. Conclusions were made about how the visual identity of Kyiv reflects its history, culture and values.

The scientific novelty. The format of this work made it possible to determine the general features of the specified problem and to single out some features and general trends that are at the basis of the formation and development of Kyiv's visual identity.

The practical significance of the study is due to the expansion of theoretical information about the visual identity of Kyiv. The results obtained during the research will help to better understand the principles of the stylistic design of the city logo and the visual identity of Kyiv

and can be used in the development of new strategies for visual marketing of the city, the creation of souvenir products and other visual materials that represent Kyiv.

***Conclusions.** The visual identity of Kyiv is complex and multifaceted, and has undergone significant changes over the centuries, reflecting the history, evolution of the city, its culture and values. It was established that the visual identity of Kyiv is not static, it constantly evolves to reflect the new realities and aspirations of the city. It is emphasized that the study of the visual identity of cities is important, as it helps to better understand how the visual images of the city shape its perception and influence the lives of citizens.*

***Keywords:** visual identity, Kyiv, coat of arms, logo, history, culture, design.*

Вступ. В контексті процесів глобалізації та дигіталізації візуальність стає однією із домінант сучасної культури. Будь-яке місто – це не тільки його географічні кордони, але це певні візуальні образи, стиль життя, звички тощо, що робить це місто унікальним явищем культури серед схожих за просторовою організацією територіальних локацій. Візуальні ідентифікатори міста являють собою знайомі всім образи, які відображають основні цінності й змісти міської культури, атмосферу міста, яка асоціюється конкретно з цим містом. Київ – одне з найстаріших міст Європи з багатою історією та культурою тому вивчення візуальної айдентики цього міста актуально з наступних причин: виявлення особливостей візуальних образів та маркерів, аналіз їх змін в історичній динаміці, а також графічних характеристик є важливими питаннями для вивчення, формування й наступного прогнозування розвитку бренду міста; також важливою є розробка технологій моделювання візуальних ідентифікаторів міських брендів, які визначають та транслюють культурну специфіку міста, а вивчення візуального образу Києва допоможе нам краще зрозуміти місто, його минуле, сьогодення і майбутнє.

Постановка завдання. Мета статті – аналіз візуальної айдентики міста Києва включаючи образи історичної геральдики, а також сучасних візуальних образів, які розглядаються як символічне відображення різних аспектів культури, що зберігає її зв'язок із традиціями в контексті соціокультурних трансформацій сучасності.

Аналіз останніх досліджень і джерел. Сьогодні існує значна кількість досліджень, присвячених візуальній ідентичності міст. Деякі з цих досліджень присвячені історії геральдики і прапорів, інші акцентують увагу на еволюції міських карт, треті аналізують сучасні брендингові кампанії, їхню творчість та діяльність.

У роботі авторів Т. Кротової, О. Мазніченко, Є. Гули, А. Осадчої досліджено складові репутації міста, висловлено думку про те, який має бути новий логотип для міста Київ (Кротова, 2022:106). Робота О. Мадієвської присвячена оцінці дизайну міських логотипів (Мадієвська, 2012:124), а О. Біловодська пропонує реалізовувати стратегію міського брендингу на певному наборі етапів, визначаючи цільову аудиторію в процесі формулювання суті бренду (Біловодська, 2012:22). Узагальнення досвіду брендингу міст країн світу та України наведено у роботі авторів С. Шліпченка, В. Тимінського, А. Макаренка, Л. Малеса, І. Тищенко (Шліпченко, 2013:360).] В контексті нашого дослідження важливим є підхід Ю. Моклиці, основою якого стала теорія С. Анхольта про брендування територій та адаптивна методологія яка враховує особливості українських міст і систематизує моделі міських брендів (Моклиця, 2011:14). Основними ідентифікаторами моделі є природні об'єкти, символічні фігури та історичні події, інфраструктурні споруди, різні заходи та спеціалізація певних географічних територій.

Виклад основного матеріалу. Важливо зазначити, що «технологія» створення образу міста виникла досить давно і однією із ранніх візуальних форм стали геральдичні символи, які наділялись сакральними смислами та зберігали високий статус. Вважається, що найдавніші геральдичні зображення з'явилися в XV столітті. Герб міста в символічних формах відображав основи культури певної територіальної локації, основні історичні події, ремісничо-господарські відносини міської спільноти тощо. Точний час виникнення герба Києва невідомий. Є припущення, що герб був подарований місту великим князем Київським. Протягом століть герб Києва змінювався,

але його основні елементи залишались незмінними. Спочатку, аж до XVIII століття, герб прикрашала рука з арбалетом, символізуючи місто як фортецю. Згодом, приблизно з XVII століття, з'явився відомий образ Архангела Михаїла, який спочатку був гербом київських земель, а потім закріпився за самим містом. Незважаючи на різні варіації, Архангел залишався незмінним елементом герба аж до революції 1917 року (Адруг, 2005:77).

Герб міста Києва: щит, на синьому полі якого зображено Архангела Михаїла у срібному вбранні, підперезаному золотим поясом, пурпуровому плащі та із золотим ореолом навколо голови. У правій руці він тримає вогняний золотий меч-промінь, а в лівій – срібний овальний щит із грецьким хрестом (Адруг, 2005: 77).

Символіка. Архангел Михаїл – це святий покровитель Києва, який символізує силу, мужність і перемогу добра над злом. Вогняний меч – це символ захисту та справедливості; синій щит – небо і вірність; срібний щит з грецьким хрестом – це символ християнської віри; пурпурний плащ – символ королівської влади; золотий німб – святість архангела Михаїла (Карамашев, 2000: 43).

Кольорова гама. У гербі Києва використовуються наступні кольори: синій колір – символізує небо, вірність і спокій; срібний – чистоту, благородство і мудрість; золотий – багатство, славу і велич; фіолетовий – королівську владу, велич і розкіш; червоний – мужність, силу і кров, пролиту за Київ.

Конфігурація. Герб Києва має динамічну і симетричну композицію. Фігура Архангела Михаїла знаходиться в центрі щита, а інші елементи герба розташовані симетрично навколо неї. Це створює відчуття рівноваги і гармонії.

Значення герба: Герб Києва є важливим символом міста, відображає його багату історію, християнську віру та прагнення до свободи та справедливості. Герб використовується в офіційних документах, будівлях, пам'ятниках і сувенірах (Кисельов, 1982:12).

Герб Києва є одним з найвідоміших символів України. Звичайно, як і у будь-якого іншого дизайнерського об'єкта, у герба Києва є критики. Деякі люди вважають, що він занадто релігійний або що його дизайн не відповідає сучасним естетичним уявленням. Але в цілому герб Києва – це виразний символ, який зберігався століттями (Малаков, 2012:198).

У 2011 році, напередодні Євро-2012, Київ отримав новий імідж – «Місто, де все починається». Цей образ створювався для того, щоб позиціонувати столицю як сучасне європейське місто. Незважаючи на те, що візуальний образ Києва як «Міста, де все починається» був розроблений одними з найкращих українських дизайнерів, сьогодні він уже не відповідає сучасним вимогам. Засновник Fedoriv Андрій Федорів підкреслює, що візуальна айдентика Києва вимагає радикальних змін.

Розроблені Fedoriv логотип та слоган спочатку були призначені для промоції Києва на міжнародній туристичній виставці ITB Berlin. Після перемоги у конкурсі КМДА у 2011-2012 роках, вони стали офіційною візуальною айдентикою міста з 2015 року.

Логотип складається з 4 кольорних елементів: синій колір символізує Дніпро, річку, що протікає через місто, а також небо і свободу; зелений – символізує парки та зелені насадження, якими славиться Київ; жовтий – сонце та оптимізм; червоний – історію та динамізм міста. Разом ці кольори створюють яскраву і динамічну палітру, що відображає енергію і позитивний дух Києва.

В основі логотипу лежить модульна сітка, яка забезпечує його чіткість і масштабованість. Ця сітка використовується для створення різних візуальних елементів айдентики, таких як візитні картки, бланки, веб-сайти та рекламні матеріали.

Чотири елементи логотипа розташовані динамічно і асиметрично. Така композиція створює відчуття руху і розвитку. Ці елементи логотипу також можуть бути інтерпретовані як символи різних аспектів життя Києва: *крапля*

– символізує Дніпро та водні ресурси міста; *каштан* – зелені насадження та парки; *купол* – архітектурну спадщину та релігійну культуру міста; *серце* – гостинність та щирість киян (Символіка міста Києва, 2024).

В цілому, візуальна айдентика «Місто, з якого все починається» вдала і ґрунтовно продумана. Вона чітко позиціонує Київ як сучасне, динамічне і гостинне місто. Його яскраві кольори, динамічна композиція і символічні елементи дозволяють легко запам'ятати і впізнати його.

Логотипи добре адаптуються до різних засобів масової інформації, від друкованих до цифрових платформ та використовуються в самих різних випадках – від офіційних документів до туристичних сувенірів.

Звичайно, як і у будь-якій іншій дизайнерській роботі, у айдентики «Міста, з якого все починається» є критики. За що критикують офіційний логотип? Існує думка, що це занадто складно або що кольори не відповідають духу міста. Наприклад, Ірина Метньова, креативний директор VANDOG Agency, вважає, що логотип Fedoriv виглядає так, ніби 10-річна дитина намагається скопіювати успіх Google Doodles (Cases, 2024).

Кирило Ткачов, відомий український дизайнер, висловив критичні зауваження щодо логотипу Києва. Зокрема, він зазначив, що градієнти в логотипі виглядають недоречно, а білі літери всередині знаку – безхарактерними. Дизайнер також вважає, що дескриптор виконаний курсивом «Місто, де все починається», не відповідає сучасному візуальному мовленню (Cases, 2024).

Критики відзначають невдалу стилістику: дивні сторонні кольори, градієнти, характер, наївність, інфантильні форми. Вибір символів також викликає питання: Дніпро, каштан, храм і любов мало що говорять про Київ як про сучасний мегаполіс, який в останні роки пережив конфлікти і трансформацію в центр ділової та творчої активності. Крім того, цей логотип створювався давно і для певної цільової аудиторії – туристів.

На думку деяких дизайнерів-графіків, що працюють у сфері брендингу та айдентики, для цього логотипу характерна «невизначність і трохи нудотна

м'якотілість у характері символів» (Kyiv City Brand Book, 2017:21). Емоційне забарвлення 4-х різнокольорових символів зчитується як «інфантильне, нейтральне, з відсутністю чіткого заявленого характеру міста. Хіба Київ такий? Чотири пухкі символи: крапля, каштан, купол і серце + заявлений меседж «місто можливостей»?», так зазначає Дмитро Буланов, дизайнер, автор нового логотипу (Cases, 2024).

Але головне, на що акцентують увагу майже всі, — цей логотип не працює, він не користується популярністю і його не використовують.

У 2019 році Київська міська державна адміністрація оголосила про необхідність оновити логотип міста. За словами колишнього начальника управління туризму КМДА Антона Тараненка, планувалося зберегти бренд, але провести ребрендинг, щоб зробити візуальний образ Києва більш сучасним. Незважаючи на оголошені плани, наразі оновлення логотипу так і не відбулося. Вже у квітні 2019 року Олександр Трегуб, керівник дизайнерського відділу Projector, запропонував новий візуальний символ для Києва – каштанове листя. Ця ідея викликала великий інтерес у дизайнерському співтоваристві. Завдяки таланту Дмитра Буланова та Катерини Яцушек, які візуалізували цей символ і зробили його доступним для всіх, каштанове листя швидко стало популярним і стало прикрашати різні об'єкти в місті та онлайн.

Як каштан став символом Києва? Після нагородження Києва званням Міста-героя у 1965 році виникла потреба в новому гербі, який би відображав цей значний статус. Оскільки радянська символіка того часу виключала традиційні релігійні образи, такі як архангел, було розроблено новий дизайн. Автори проекту, які були знайомі з творчістю Флоріана Юр'єва та Бориса Добгана, вирішили поєднати радянські символи – серп і молот, зірку Героя – із стародавнім символом міста – луком. Як центральний елемент було обрано золоте зображення квітучої гілки каштана, яке символізувало розквіт соціалістичного Києва (див. рис. 1д) (Горбенко, 2009:105).

З тих пір каштанові дерева стали асоціюватися з Києвом, а листя каштана використовують в якості фірмових елементів міста з жетонами метро, коробками київських тортів, корпоративними, телевізійними каналами і логотипами політичних партій (рис.1e).

Антон Тараненко, начальник управління просування туризму КМДА зазначав, що в міській адміністрації усвідомлюють необхідність оновлення логотипу Києва, розробленого студією Fedoriv. За його словами, департамент туризму вже розпочав роботу над цим питанням, залучивши до обговорення автора оригінального логотипу та інших дизайнерів. При цьому Тараненко підкреслив, що мова йде не про повну заміну логотипу, а про його оновлення та модернізацію (Cases, 2024). Наголосимо, що 2018 року КМДА вже робила деякі кроки в цьому напрямі — тоді хотіли створити талісман Києва. Але це не вдалося: на конкурс було надіслано понад 100 робіт, жодна з них не була визнана гідною журі, і конкурс було скасовано.

Олександр Трегуб та Дмитро Буланов продовжують активно популяризувати свій варіант логотипу Києва за допомогою кампанії #newkyivlogo. Вони заохочують всіх використовувати цей логотип у будь-яких проектах, включаючи комерційні, і надають для цього вільний доступ.

Паралельно з кампанією Newkyivlogo, у Києві активно розвивається цифрова інфраструктура. Зокрема, восени 2020 року розпочалася розробка нового дизайну для цифрових сервісів міста, а вже на початку наступного року було оновлено інтерфейс мобільного додатка та зовнішній вигляд транспортних карт. «Київ цифровий» – це амбітна ініціатива, спрямована на створення зручного та інтуїтивного цифрового простору для взаємодії мешканців міста з муніципальними послугами. Це платформа, яка покликана зблизити міську владу та громадян.

Логотип «Київ цифровий» – це більше, ніж просто графічний елемент. Він розповідає історію про місто, яке поєднує в собі сучасність і традиції. Образи щита і кишені символізують безпеку та зручність, які прагнуть створити для киян. Це місто, де кожен може відчутися частиною великої

спільноти. Зазначена візуальна айдентика відображає динамічний характер столиці та її прагнення до розвитку.

Буква «К» має унікальну впізнавану форму, що відсилає до стилізованого символу міста – Каштан. Фірмовим шрифтом бренду є Kyiv Type Sans з сімейства варіативних шрифтів, Kyiv Type, створений шрифтовим дизайнером Дмитром Солутцевим.

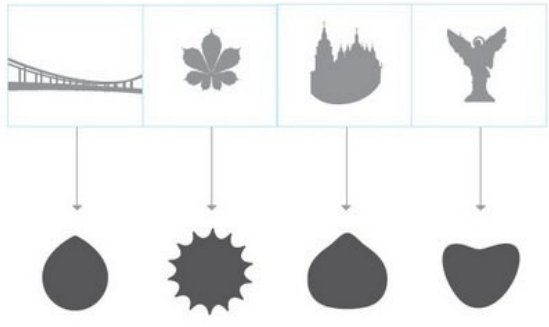
Шрифт Kyiv Type Sans став невід'ємною частиною візуальної ідентичності «Київ цифровий». Він відображає сучасний і динамічний характер столиці, а також підкреслює її зв'язок з цифровими технологіями. Цей шрифт був створений на замовлення школи Projector, бюро Олександра Трегуба та Дмитра Буланова та Інституту Vanda в рамках альтернативного символу та ініціативи Києва #newkyivlogo. Для забезпечення чіткості та легкості читання технічних текстів автори обрали шрифт Daikon. Цей геометричний гротеск, розроблений українським дизайнером Олегом Ліщуком, має широкий набір функцій та ідеально підходить для передачі технічної інформації.

Щоб створити атмосферу доброзичливого і динамічного спілкування, Київський цифровий бренд розробив графічний дизайн, який включає в себе весь набір візуальної айдентики від абстракції до іконок та ілюстрацій. В процесі роботи над корпоративними ілюстраціями була розроблена фірмова палітра бренду, сформована в основному виразними яскравими і доброзичливими кольорами із ключовим синім.

Знак у вигляді літери «К» в логотипі є самодостатнім візуальним елементом стилю. Автори розробили варіативний метод використання цього ключового візуального образу бренду, наприклад: в шаблоні використовується літера «К» в обсязі в якості фірмової фотографії, самодостатніх скульптурних об'єктів, різних офлайн – і онлайн-медіа. Для брендування фотографії використовується техніка «вікна», при якій буква К – це форма, в яку вставляється фрагмент фотографії.

Три фірмових візерунка «Каштан», «клітка» і «Ешер» також засновані на інженерному футуристичному настрої і елементі «К». Вони є декоративним доповненням до комунікації Київського цифрового бренду. Для цифрового середовища автори створили анімовану версію цих шаблонів. Для верстки офлайн – та онлайн-медіа автори розробили гнучку модульну сітку для різних форматів, ключовим принципом якої є розміщення логотипів та інших елементів щодо неї. Також, в межах розробки айдентики запропоновано концепції дизайну транспортної картки, а також учнівського і студентського квитка у єдиному системному рішенні. Студентський квиток повторює дизайн транспортної карти і відрізняється за кольором. Для студентського квитка винайдено додатковий символ з двокрапки і букви «К» зверху, що відсилає до букви «І» в назві Києва, і символ буде дружнім. Остаточний дизайн синьої транспортної карти був розроблений командою ГіОЦ в рамках створеного фірмового стилю. У майбутньому дизайнери команди ГіОЦ будуть самостійно створювати медіа та візуальні комунікації Kiev Digital, використовуючи розроблений брендбук (Символіка міста Києва, 2024).

Ще десять років тому в Україні не було успішних місцевих туристичних брендів, але завдяки зусиллям дизайнерів ситуація змінюється і таких проєктів стає все більше. В цьому контексті важливо зазначити, що туристична галузь столиці й всієї країни загалом через війну переживає важкі часи. На початку повномасштабного вторгнення туристичний бізнес перепрофілювався, щоб допомагати військовим і мало захищеним верствам населення. Проте, оскільки Київ має значний туристичний потенціал, після перемоги над російськими загарбниками, мирний Київ очікує на мільйони туристів з усього світу, й відповідно значення оновленої візуальної айдентики міста збільшується. Марина Радова, начальниця Управління туризму та промоцій КМДА, також наголошує на необхідності оновлення візуальної айдентики Києва, проте зазначає, що до перемоги «ми залишаємося з нинішніми логотипом та айдентикою» (Cases, 2024).



1а



1б

1в

1г

1д

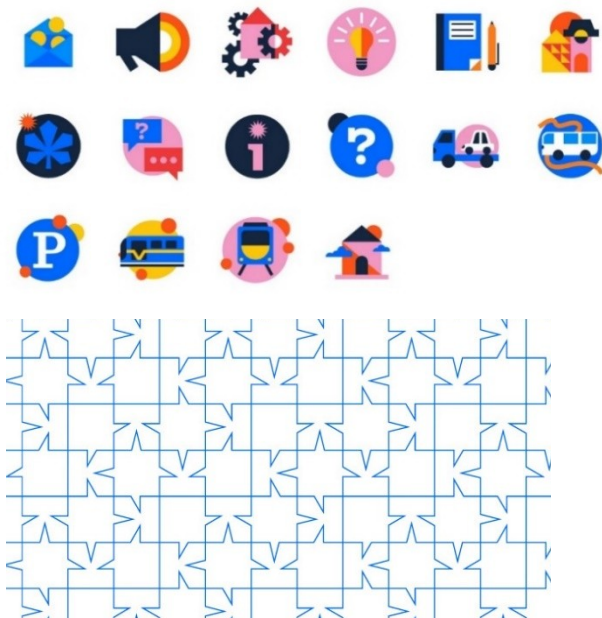


1е

1ж

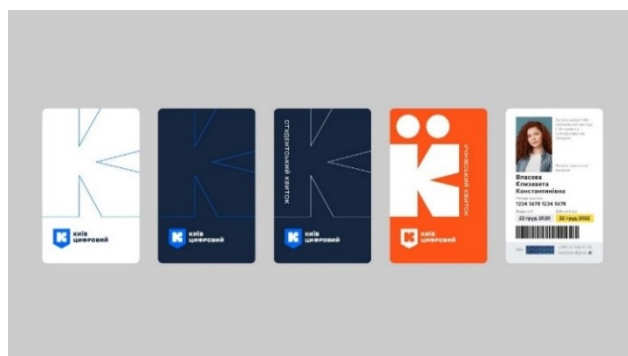
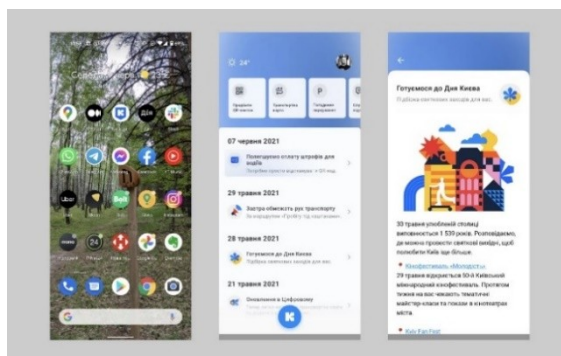
Рис. 1. Еволюція брендингу міста Києва:

а – чинний логотип міста Києва, автор Frolov, 2011; **б** – герб Києва до XVIII ст.; **в** – герб Києва з XVII ст. революції 1917 року; **г** – чинний герб міста Київ; **д** – радянський герб Києва, автори Флоріан Юр'єв та Борис Довгань; **е** – логотипи підприємств, пов'язаних з Києвом, де використаний символ міста – каштан; **ж** – новий, не офіційний логотип Києва, автори Олександр Трегуб та Дмитро Буланов.



2а

2б



2в

2г



Рис. 2. Дизайн додатку **Київ цифровий**, автори Bulanov buro спільно з ІТ-командою КП "ГІОЦ", 2020р.: а – іконки додатку; б - патерн; в – дизайн сторінок додатку; г – дизайн проїздної картки; д – складові елементи логотипу додатку; е – плакат.

Брендинг і айдентика – це два інструменти, сумісні між собою, в той же час вони відрізняються. Завдання брендингу– створити зміст, саму філософію. Айдентика ж – це візуальна комунікація. В айдентики є ціла візуальна система з кольорами, шрифтами, прикладами використання та правилами (Сучасний Київ, 2015:53).

Висновки. Візуальна айдентика Києва є складною та багатогранною, протягом століть зазнавала значних змін, відображаючи історію, еволюцію міста, його культуру та цінності. Герб Києва, який зображує Архангела Михаїла, що вражає вогняним мечем змія, є одним із найдавніших та найвідоміших символів міста. Він символізує силу, мужність та перемогу добра над злом та свідчить про силу, стійкість та прагнення до краси та гармонії, які протягом століть характеризували це дивовижне місто.

Констатовано, що візуальна айдентика Києва не є статичною, вона постійно еволюціонує, щоб відобразити нові реалії та прагнення міста.

З’ясовано, що на сучасному етапі в контексті соціокультурних трансформацій, з розвитком всіх рівнів та галузей культури, із збільшенням ролі інформаційних потоків та візуальних образів, візуальна айдентика отримує імпульс для розвитку та виходить поза межі геральдичної традиції.

Наголошено, що дослідження візуальної айдентики міст має важливе значення, оскільки допомагає глибше зрозуміти, як візуальні образи міста формують його сприйняття та впливають на життя містян.

Дизайн

УДК: 528.9:659.443:[316.77-028.22

Візуальний стиль в картографуванні як елемент візуальної комунікації

Безугла Руслана Іванівна 1, Криворотько Ганна Андріївна 2

1 завідувачка кафедри графічного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, доктор мистецтвознавства, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна, e-mail: r.bezuhla@gmail.com, orcid: [ORCID.org/0000-0003-1190-3646](https://orcid.org/0000-0003-1190-3646)

2 магістр кафедри графічного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, Київ, Україна, e-mail: anna1krivorotko@gmail.com, orcid: [ORCID.com /0009-0008-6745-5057](https://orcid.com/0009-0008-6745-5057)

***Анотація.** Сучасне картографування надає широкі можливості для створення різноманітних видів карт. Однак, не завжди ці можливості використовуються раціонально. Ефективне візуальне оформлення карт дозволяє виділити найбільш важливу інформацію та зробити її легко сприйнятливою.*

***Метою статті** є виявлення візуально-стильових характеристик карт, які впливають на їх ідентифікацію серед видового різноманіття.*

***Методологія.** Теоретико-методологічною базою дослідження стали такі загальнонаукові підходи та методи як-от: міждисциплінарний підхід, метод узагальнення, системний та структурно-функціональний методи.*

***Результати.** Розглянуто загальногеографічні, тематичні і оглядові карти. Визначено основні принципи стилістичного оформлення карт, які забезпечують ефективність візуальної комунікації. Доведено, що стилісти-*

чне оформлення має важливе значення у сприйнятті загальної образності карти.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі довести вплив візуального стилю карти на її ідентифікацію. Констатовано, що стилістичне оформлення карт є важливою складовою візуальної комунікації, яка впливає на ефективність сприйняття та розуміння картографічної інформації.

Практична значущість дослідження обумовлена розширенням теоретичних відомостей про візуальний стиль різних видів карт. Результати, отримані в ході дослідження, допоможуть краще зрозуміти принципи стилістичного оформлення карт і використовувати їх для ефективної візуальної комунікації, підвищення якості картографічних творів.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що візуальний стиль є складовою візуальної комунікації та інформаційного повідомлення, яке здатне впливати на сприйняття більшості видів карт, забезпечуючи чітку передачу інформації. Візуальний стиль карти безпосередньо впливає на видову ідентифікацію карти, адже саме візуальний стиль допомагає з'ясувати для чого створена певна карта, привертає увагу цільової аудиторії, формує неповторний імідж карти, закріплюючи асоціативний образ у пам'яті споживача.

Ключові слова: візуальний стиль; карта; картографія; стилістичне оформлення; візуальна комунікація; візуально-стильові характеристики; колір; форма; фізико-географічні карти; оглядові карти; навігація; носій.

Вступ. Проблема візуальності не є новою для гуманітарних наук, а межі візуальності сьогодні досить широкі. Змінюються умовні правила стилю в тому числі й візуального, а принцип «змішуй і поєднуй» (mix and match) стає домінуючим. В контексті процесів глобалізації та дигіталізації візуалізація інформації стає важливим елементом сучасної комунікації адже допомагає сприймати інформацію, робить її більш доступною та зрозумілою, а візуальне оформлення допомагає структурувати інформацію задля її швидкого та

ефективного запам'ятовування. Сучасне картографування як один із елементів сучасної візуальної комунікації, використовується для різних цілей, від навігації до навчання. Карти застосовують в різних галузях, як-от: навігації, освіті, бізнесі, географії тощо. Візуальний стиль карти є одним з ключових факторів, який впливає на її сприйняття, може зробити карту більш зрозумілою і ефективною для споживача, а правильне оформлення карт дозволяє легко й швидко знайти потрібну інформацію, зрозуміти її та запам'ятати. Карти з продуманим візуальним стилем легше читати і розуміти, а також візуальний стиль карти може впливати й емоційне сприйняття.

Постановка завдання. Мета дослідження – виявлення візуально-стильових характеристик карт, які впливають на їх ідентифікацію серед видового різноманіття.

Аналіз попередніх досліджень. У дослідженні В. Пересадька, Н. Попович, А. Мартиненка аналізуються тематичні історико-географічні карти Харківської області та міста Харкова за фондами ЦНБ Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна та Харківської державної наукової бібліотеки імені В.Г. Короленка [8].

Н. Попович репрезентувала структуру, напрями використання, зразки карт для «Стратегії соціально-економічного розвитку селища Пісочин на 2017-2020 роки», розроблених на кафедрі фізичної географії та картографії ХНУ імені В.Н. Каразіна з урахуванням наведених рекомендацій [10].

Робота таких авторів, як В. Грицеляк, І. Дикий, І. Ровенчак знайомить з картою «Український Крим», підготовленою фахівцями-географами, картографами та істориками. Дослідники привертають увагу до важливості протидії російській пропаганді в інформаційній війні та обґрунтовують підходи, які вони використали при створенні цієї картографічної роботи [1].

Л. Царик, І. Кузик, П. Царик узагальнили та систематизували підходи до картографування комплексної зеленої зони міста з урахуванням усіх структурних елементів та їх функціональних призначень [13].

О. Лейберюк у своїй праці «Інтерактивні веб-карти: сутність і основні етапи створення (на прикладі веб-ресурсу carto)» проводить етимологічний аналіз поняття «інтерактивність» та уточнює визначення поняття «інтерактивна веб-карта» [4].

Результати та обговорення. Карти – це потужний інструмент для навігації та розуміння світу навколо нас. Вони можуть використовуватися для різних цілей, від планування подорожей до вивчення історії. Однак варто наголосити, що ефективність карт залежить не лише від їхньої точності, а й від візуального стилю.

Візуальний стиль карти – це сукупність елементів, які впливають на її зовнішній вигляд і сприйняття. Серед основних засобів, які потрібні для творчої реалізації візуального стилю, є:

- колір, який найчастіше використовується для виділення важливої інформації або створення певного настрою [17];
- форма – для представлення географічних об'єктів або для створення відчуття простору [18];
- лінія – для відображення кордонів або для створення відчуття руху;
- шрифт – для передачі інформації або для створення певного стилю [19].

При створенні візуального стилю карти потрібно враховувати такі чинники як:

- призначення карти. Наприклад, для карт, які використовуються для навігації, більш вдалим буде візуальний стиль, який легко читати і розуміти. Для карт, які призначені для навчання або розваги, актуальним стане візуальний стиль [20], в якому переважають зрозумілість, привабливість і естетичність;
- цільову аудиторію. Так, карти, цільовою аудиторією яких є діти, повинні мати яскравий і привабливий візуальний стиль, а карти для дорослої аудиторії, можуть мати більш реалістичний візуальний стиль [18];
- носій на якому розташована карта, адже карта яка призначена для використання на електронних носіях, комп'ютері чи екрані мобільного теле-

фона, може мати інший візуальний стиль, ніж карта, яка надрукована на папері.

Наукові дослідження підтвердили, що візуальний стиль карти має значний вплив на її сприйняття. Карти з добре продуманим візуальним стилем легше читати і розуміти адже за складові візуального стилю допомагають виділити важливу інформацію, створити структуру і порядок, а також зробити карту більш привабливою та цікавою. Наприклад, у дослідженні, проведеному в Університеті Каліфорнії в Берклі, було показано, що карти з яскравими кольорами і простими формами легше читати і розуміти, ніж карти з менш яскравими кольорами і складними формами [16].

У дослідженні, проведеному в Університеті Британської Колумбії, було показано, що студенти краще запам'ятовують інформацію з карт з яскравими кольорами і простими формами, ніж з карт зі стриманими кольорами і складними формами [15].



а



б



в



г



д

Рис.1. Карти з візуальним стилем: а – «Весільна карта Стамбула», автор Рамазан Їлмаз (2020); б – «Старий Яффо, Ізраїль», автор Анат Сіфрі (2019); в – «Магічна Британія», автор Фінн Дін (2018); г

– «Карта Токіо», авторка Софі Поттер (2022); д – «Видатні місця Запоріжжя», авторка Анна Криворотько (2023) [11].

Доведено, що карти із візуальним стилем, на кшталт тих, що презентовані на рис. 1, за рахунок використання різних кольорів форм і образів викликають у людини різні емоції (наприклад, такі як відчуття спокою або хвилювання) та асоціації.

У дослідженні, проведеному в Університеті Міннесоти, було показано, що карти з теплими кольорами, такими як червоний і жовтий, викликають відчуття тепла і радості, тоді як карти з холодними кольорами, такими як синій і зелений, викликають відчуття спокою і умиротворення [15].

Слід зазначити, що карти не тільки можуть містити досить різну інформацію, зокрема текст, зображення, географічні координати тощо, але й мати зовсім різне призначення, різну мету та завдання та можуть використовуватися для різних цілей, таких як навігація, планування, дослідження.

За змістом карти поділяються на:

– загальногеографічні карти, які відображають загальний характер поверхні Землі або її частин. На них показано всю сукупність природних і суспільних об'єктів, їх взаємозв'язки і закономірності поширення. Загальногеографічні карти бувають різних масштабів, але завжди мають досить широкий охоплення території;

– тематичні карти – відображають окремі властивості або явища земної поверхні. Вони поділяються на: фізико-географічні карти де показані природні особливості території, такі як рельєф, клімат, рослинність, тваринний світ, корисні копалини тощо та карти соціальних явищ (наприклад, економічні карти відображають економічні особливості території, такі як промисловість, сільське господарство, транспорт, туризм тощо, а соціально-політичні карти вreprезентують соціальні і політичні особливості території, такі як населення, адміністративно-територіальний поділ, міжнародні відносини тощо) [19].

Комплексний підхід до класифікації карт за змістом і призначенням дозволяє виокремити карту, яка найбільше відповідає поставленим завданням.

Фізико-географічні карти належать до класу науково-довідкових. Стиль науково-довідкової карти також залежить від її призначення та мети. Якщо карта використовується для наукових досліджень, вона повинна бути максимально точною та інформативною, містити стандартні знаки та символи, зрозумілі фахівцям. Для візуального стилю характерні нейтральні кольори та тони, щоб не відволікати від інформації [2].

Якщо карта призначена для навчання, основними вимогами є зрозумілість і доступність для широкого кола користувачів. Для досягнення цієї мети при створенні візуального стилю віддають перевагу яскравим кольорам та символам, які допомагають акцентувати найбільш важливі елементи карти. Карта може містити додаткові описи та ілюстрації.

Наведемо кілька основних критеріїв, які характерні для стилістики науково-довідкової карти:

- точність. Карта повинна містити максимально точну інформацію і відображати реальний стан об'єктів, які на ній розміщено;
- інформативність;
- доступність і зрозумілість для широкого кола користувачів;
- власний стиль, який безпосередньо пов'язаний із тематикою та призначенням карти.



Рис. 2. Фізико-географічні карти: а - Фізико-географічне районування України, підручник «Фізична географія України, 8 клас», автор В. Пестушко ; б - MS Міссісіпі - Історична карта USGS, автор Д. Артоніш (1939) [9, 5].

Зазначимо, що для створення візуального стилю фізико-географічних карт (рис. 2) зазвичай використовують нейтральну кольорову гаму серед кольорів якої переважають такі кольори, як-от: синій, зелений, коричневий. Також використовують стандартні символи для представлення місцевості, клімату, рослинності, тваринного світу та інших природних об'єктів[14].

Стиль науково-довідкової карти безпосередньо впливає її візуальне сприйняття, а дизайн карти впливає на зручність її використання, наочність та інформативність.

Основними складовими елементами науково-довідкової карти є:

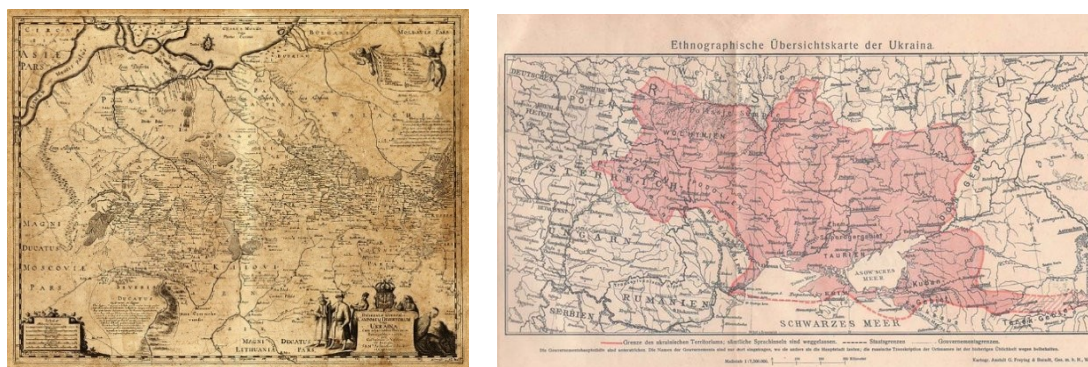
- масштаб, який визначає ступінь деталізації картки адже чим більший масштаб, тим більше деталей може бути показано на карті;
- система координат, що визначає розташування об'єктів на карті;
- символи – спільні знаки, які використовуються для позначення об'єктів на карті[20];
- легенда – опис умовних позначень;
- допоміжні компоненти – елементи карти, які не несуть основного інформаційного навантаження, але необхідні при використанні карти, наприклад, компаси, азимути, шкали висот тощо [21].

Візуальне сприйняття науково-довідкової карти залежить від таких чинників, як-от:

- рівень деталізації, адже чим детальніша карта, тим легше та швидше користувачам знайти потрібну інформацію;
- якість (чіткість та простота) символів, що полегшує розуміння карти[16];
- зручне розташування елементів. Елементи карти слід розташовувати так, щоб вони не накладались один на одного, легко і швидко візуально сприймалися;
- відповідність вимогам цільової аудиторії. Стиль карти повинен враховувати особливості цільової аудиторії. Наприклад, карти для дітей

мають бути виконані в більш яскравих кольорах та містити прості символи [15].

При створенні науково-довідкової карти слід враховувати всі чинники, що впливають її візуальне сприйняття. Тільки в цьому випадку карта буде зручною для використання, зрозумілою та інформативною.



а

б

Рис. 3. Оглядові карти: а - Оглядова карта України Боуплана, (1648); б - Етнографічна оглядова карта України, Відень (1914) [3].

Проаналізуємо особливості наступного типу карт – оглядової карти (рис. 3). Це спрощена карта, де зображено велику територію. Масштаб оглядової картки зазвичай становить 1:1000000 або менше[14].

Оглядові карти призначені для отримання загального уявлення про територію. Вона може бути використана для: визначення загального стану об'єктів та явищ на території; вивчення природних та антропогенних особливостей території; планування маршрутів руху.

Існує два типи оглядових карт: загальногеографічні та тематичні. Загальногеографічні карти показують основні географічні об'єкти, такі як рельєф, водні шляхи, населені пункти та дороги. Тематичні оглядові карти показують конкретні явища або теми, такі як клімат, рослинність, населення тощо.

Слід зазначити, що оглядові карти створюються за допомогою спеціального обладнання та програмного забезпечення. Вони можуть бути друкованими або електронними.

Оглядова карта має наступні характеристики:

- великий масштаб. Масштаб оглядових карт зазвичай менший за 1:1 000 000. Це дозволяє показати великі території на одному зображенні;
- спрощений зміст. Оглядові карти містять лише основну інформацію про територію. Деталі та нюанси можуть бути опущені;
- символи (умовні знаки), які застосовують для позначення географічних об'єктів та явищ.

Оглядові карти є важливим інструментом для вивчення і розуміння навколишнього світу. Вони можуть використовуватися для різних цілей, таких як навігація, планування, дослідження тощо. Візуальний стиль цих карт повинен враховувати мету, завдання і призначення оглядової карти

Висновки. Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що візуальний стиль є складовою візуальної комунікації та інформаційного повідомлення, яке здатне впливати на сприйняття більшості видів карт, забезпечуючи чітку передачу інформації. Візуальний стиль карти безпосередньо впливає на видову ідентифікацію карти, адже саме візуальний стиль допомагає з'ясувати для чого створена певна карта, привертає увагу цільової аудиторії, формує неповторний імідж карти, закріплюючи асоціативний образ у пам'яті споживача. Вдало вибраний візуальний стиль допоможе зробити карту більш ефективною та привабливою, а стилістичне оформлення карти залишається важливим елементом, що впливає на її візуальне сприйняття та ефективність візуальної комунікації.