

УДК 766:[655:338.48](477)

**АНАЛІЗ ДИЗАЙНУ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІГРАФІЧНОЇ
ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

А. НОВОСАД, О. СТРИЖОВА

Хмельницький національний університет

Для формування привабливого туристичного образу України постійною є потреба у якісній туристичній поліграфічній продукції. Багато міст і областей нашої країни почали випуск сучасних власних туристичних брошур, каталогів, туристичних мап й путівників, фотокниг.

У Вінниці розробили брендований туристичний 42-сторніковий міні-каталог з ідеями на вікенд і мапу центру міста, на якій позначені понад сорок привабливих місцевих локацій. Каталог оформили в стилістиці бренду «Місто ідей», інформація викладена українською та англійською мовами, він містить 9 розділів, кожен має свій колір сторінок: Історія й архітектура, Особистості, Природа й екологія, Місто фонтанів, Подільська кухня, Музеї, Фестивалі (червоний), Сучасне комфортне місто, Довкола Вінниці, а також невеличкий перелік ресторанів, кав'ярень, готелів, хостелів і туристичних компаній міста [1]. Характерними дизайн-елементами цього туристичного міні-каталогу дизайну є: квадратний формат розміром 180x180 мм, офсетний багатокольоровий друк, дизайн обкладинки червоного кольору в техніці «колаж», білий фон сторінок, кольорові вертикальні колонтитули розділів, контрастні співвідношення розмірів шрифтів, стилізовані декоративні шрифти без засічок (рис. 1, а).

Новий повноформатний 86-сторінковий путівник містом оформлений в стилі офіційного бренду Вінниці. Він має вертикальний формат, тоновані сторінки, багато декоративних трагічних елементів-позначок, використаний прийом багатошрифтовості (рис. 1, б).



**Рис. 1- Графіка туристичної поліграфії для м. Вінниці:
а) каталог; б) путівник**

У видавництві Art Huss вийшов друком кишеньковий путівник по Києву «Kyiv by locals» [2]. Одразу можна помітити відсутність складних академічних термінів. Дуже стилізовані, захопливі ілюстрації і фотографії локацій міста вирізняються особливою емоційністю та оригінальністю.

Дизайн – в кращих європейських традиціях, тексти – англійською мовою. Для зручності книга поділена на відповідні розділи за тематиками. Описи локацій супроводжують відгуки, історії та рекомендації експертів у відповідній сфері. Є серія цікавих фактів про киян і порад для гостей столиці додають шарму книзі-путівнику «Kyiv by locals». Формат цього кишенькового путівника А6, вертикальної орієнтації, розмір 107x140 мм, має матовий багатокольоровий друк, якісні тематичні фотографії, багато ілюстрацій виконані в техніці колаж (рис. 2).



Рис. 2 – Графіка обкладинки і розороти путівника «Kyiv by locals»

Прикладом класичного дизайну подібних видань є фотоальбом «Kiev TOP10», виданий німецькою мовою. У путівнику представлені визначні пам'ятки міста, а також основні храми і монастирі Києва. Ілюстрації доповнені історичним описом [2]. Дизайн путівника має дуже лаконічне вирішення – головне в ньому якісні, часто панорамні, фотографії. Більшість сторінок із зображеннями – без полів і відступів, з відкритою композицією (рис. 3).

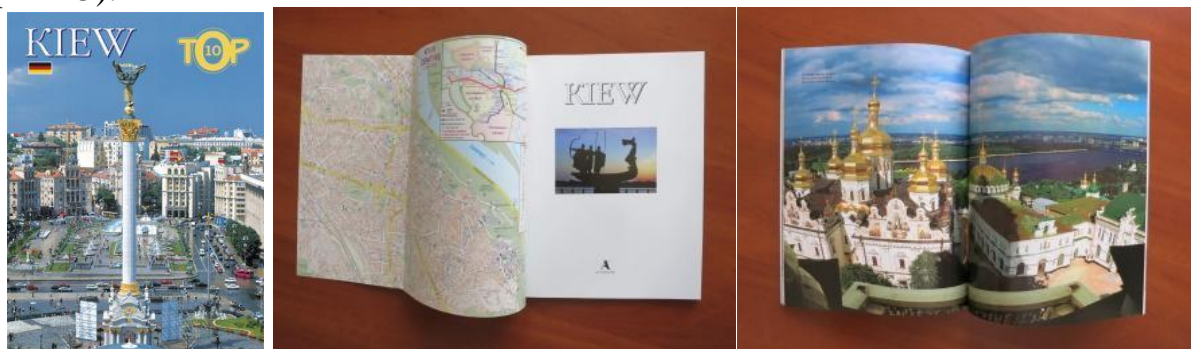


Рис. 3 – Дизайн обкладинки та розоротів путівника «Kyiv by locals»

У фотоальбомі «KYIV. ON AIR» головною прикрасою є панорамні фотографії, зроблені у повітрі, з дрона, з висоти пташиного польоту. У фототоальбомі захопливі кадри поєдналися з естетичним сучасним поліграфічним дизайном. Обкладинка задає весь настрій для перегляду інших фото, тому, щоб не втратити відчуття легкості й висоти, дизайнери не додавали текст на обкладинці, а використали прозору суперобкладинку та зробили тиснення назви книги та імені автора (рис. 4). Це наймінімалістичний варіант сучасного фотоальбому, адже до фотографій на його сторінках додано лише назву об'єктів і номер сторінки. Формат фотоальбому квадратний, розмір 210x210 мм, високоякісний цифровий друк, єдина для всіх сторінок модульна сітка для верстки.

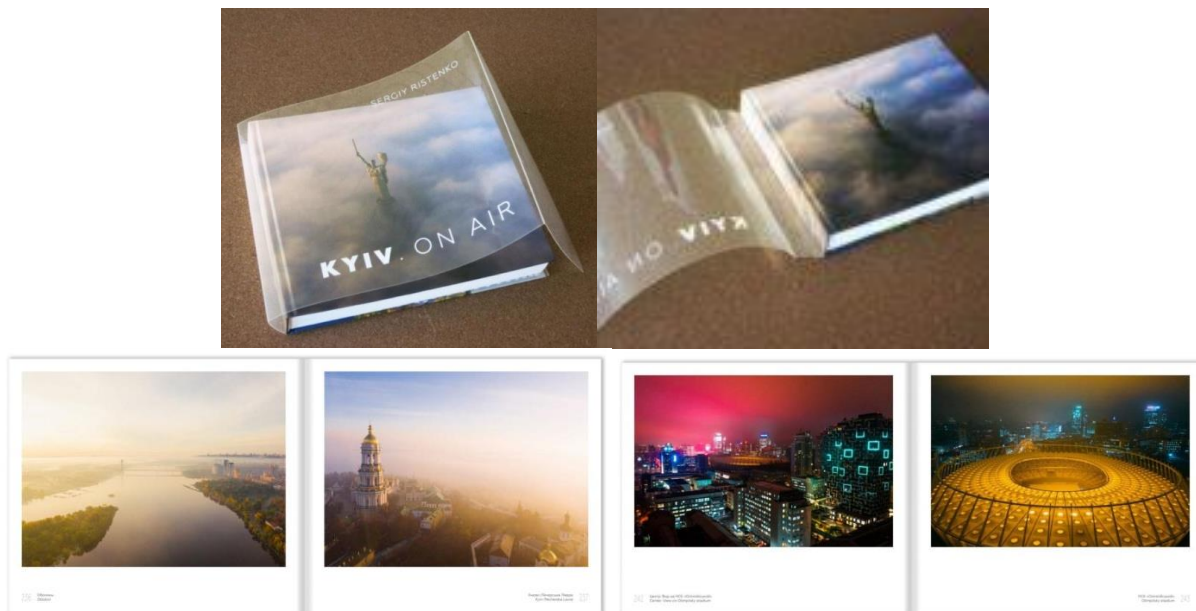


Рис. 4 – Обкладинка, суперобкладинка, розвороти каталогу «KYIV. ON AIR»

Каталог туристичних об'єктів Одеської області, обсягом 160 сторінок, містить карту та детальну інформацію про понад 70 об'єктів екологічного, історико-культурного, релігійного, зеленого, спортивного, розважального, гастрономічного та інших видів туризму. Дизайн каталогу побудований на використанні фотографій та картографічних зображень (рис. 5).

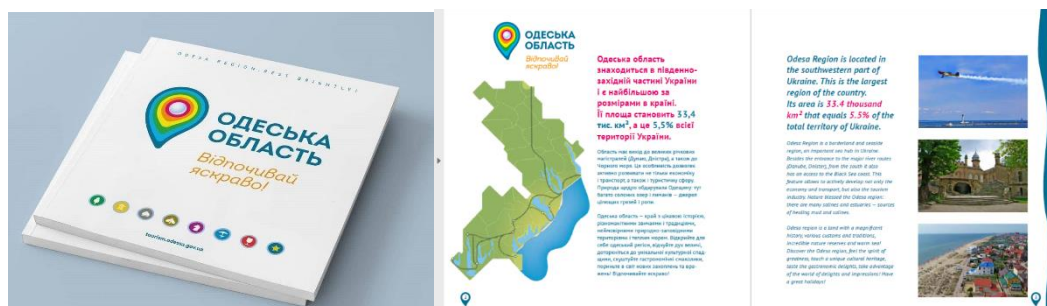


Рис. 5 – Дизайн каталогу туристичних об'єктів Одеської області

Багато міст України з помірною друкованою туристичною рекламною інформацією мають мапи-путівники із відміченими на них локаціями (рис. 6, а). Є міста, які із туристичною рекламною інформацією мають лише онлайн путівники (рис. 6, б).



Рис. 6 – Типовий варіант туристичної інформації: а) мапа; б) сайт – сучасний електронний варіант туристичної інформації

Оригінальним зразком туристичної рекламної поліграфії є гайд по кав'ярнях України «City Coffee Guide», де вся текстова інформація подана українською та англійською мовами. У путівнику по кав'ярнях можна знайти адреси та характеристику 100 найкращих кав'ярень України з описами, ілюстраціями, порадами лідерів громадської думки, чеклистами та кавовими кросвордами і розважальними тестами. Дизайн такого гайда побудований на принципі переваги змістовної інформації, має двоколонкову будову тексту, колір шрифту – один, на сторінках він чорний, на обкладинці білий, зображення – фотографії та графічні 2D-ілюстрації (рис. 6).



Рис. 6 – Кавовий каталог «City Coffee Guide»

Поки що місто Хмельницький як туристичний довідник має у рекламному доробку книгу Сергія Євсюніна «Вулиці міста Хмельницького». Книга є маленькою історико-довідниковою енциклопедією, де в алфавітному порядку подана уся інформація про вулиці, провулки, проїзди, майдани міста – усього 972 об'єкти: місце розташування, час заснування та перейменування вулиць, коротка історична довідка, а також інформація про персоналії, іменем яких вони названі. Видання розраховане на науковців, краєзнавців, учителів шкіл, студентів, учнів, усіх, хто цікавиться історією міста Хмельницького. Дизайн першого видання довідника вирізнявся використанням символічних українських кольорів – синього та жовтого. Це є контрастним кольоровим поєднанням. А також на обкладинці розміщений офіційний герб міста Хмельницького. Цих композиційних ознак у новій редакції книги на обкладинці немає. Використано градієнт світлих і темних відтінків коричневого кольору. Також обкладинка стала жорсткою, а тип з'єднання сторінок самої книги з клеєного зброшурованого змінився на зшивний (рис. 7, а). Починає наповнюватися туристичне інформаційне середовище міста більш компактними туристичними друківаними виданнями (рис. 7, б).



Рис. 7 – Дизайн: а) обкладинок першого і перевидання книги «Вулиці Хмельницького» (автор С. Євсюнін); б) туристичної мапи Хмельниччини

У Хмельницькому відкрито туристично-інформаційний центр (рис. 8, а), по різних локаціях встановлені сенсорні інформаційні стенди з історією міста (рис. 8, б), які є джерелом інформації для мешканців та гостей міста.



Рис. 8 – Сучасні туристично-інформаційні носії: а) туристичний центр; б) інформаційні стенди

В результаті проведеного аналізу можна зробити висновок, що для підвищення рівня популяризації міст і регіонів та презентації туристичних локацій розробляють такі види рекламно-туристичної продукції як: туристичні каталоги і путівники, гайди по локаціям, мапи фотокниги та фотоальбоми визначних місць. Така туристично-рекламна інформація можуть бути як в друкованому вигляді, так і в електронному.

До переваг друкованих видань можна віднести: а) зручність користування, естетичні відчуття, які отримуєш від гарно оформленого та якісного паперового видання; б) можливість користуватись таким виданням у будь-якому місці без доступу до інтернет-мережі.

Суттєвим недоліком якісного друкованого туристичного путівника є його вартість, адже збір інформації, дизайн і видання путівника коштує є дорогішими, оскільки справжній туристичний каталог чи фотокнига – це сотні якісних фотографій, сучасний дизайн і композиція видання, актуальна й достовірна інформація, офсетний або цифровий друк, тверда обкладинка, а іноді і суперобкладинка. Також для збереження актуальної інформативності туристичного каталогу, його потрібно періодично оновлювати чи перевидавати.

Література

1. Вежа. У Вінниці розробили каталог для туриста з ідеями на вікенд [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://vezha.ua/u-vinnytsi-rozrobyly-katalog-dlya-turysta-z-ideyamy-na-vikend-foto/>.

2. Huss фамільна друкарня. Путівник по Києву «Kyiv by locals» [Електронний ресурс]/Режим доступу: <https://huss.com.ua/portfolio/knigi/putivnyk-ro-kyuevu/>

2. Є книгарня Kіew.TOP10. Фотоальбом (німецькою). [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://book-ye.com.ua/seo/catalog/nekhudozhnya-literatura-inozemnyu-movamy/kiew-top10-fotoalbom-nimetskoyu/>