



УДК 7.12: 766.05

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «МІСТИЧНІ ПОДОРОЖІ УКРАЇНОЮ»

КРОТОВА Тетяна, ГОЛУБЧЕНКО Віолетта

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

krotova_t@ukr.net, violetta.gol32@gmail.com

Робота містить відомості про особливості розробки фірмового знаку та плакату туристичної агенції “Містичні подорожі Україною”. Завдання логотипу туристичної галузі – формування певного образу країни і створення попиту на окремі туристичні маршрути. Дизайн туристичних об’єктів – це комплексний підхід до створення унікального образу туристичної компанії, та один із засобів популяризації української культури. У розробках візуальних об’єктів для туризму ми застосовуємо всі виразні можливості графічного дизайну.

Ключові слова: графічний дизайн, візуалізація, етнічний туризм, логотип, плакат.

ВСТУП

Попередницею сучасної туристичної подорожі була будь-яка мандрівка, яку здійснювали наші предки. У стародавньому світі основним мотивом поїздки в інше місто була торгівля. А от Середні віки відзначаються тим, що основним видом подорожей стають пізнавальні мандрівки, які організовувалися з метою дослідження оточуючого світу. Цей вид туризму і сьогодні є *актуальним*. Україна, з найдавніших часів, приваблювала велику кількість іноземних мандрівників. Свої враження та захоплення вони фіксували в історичних хроніках, щоденниках, описах, картах, які зустрічаємо у Геродота, Еріха Лясоти, Павла Халебського, Гійома Боплана де Левассера та ін. Такі ж позитивні емоції відчувають іноземці, відвідуючи Україну й у наш час. Українці й дотепер зберегли гостинність, відкритість, шанобливість, релігійність, духовну красу та інші ментальні риси [1]. Спосіб представлення інформації у візуальному вигляді робить її зрозумілою і корисною для тих, хто її бачить. Варто зазначити, що продовж всієї історії малюнок займає одну з найважливіших осередків розвитку людства. І в наші дні ми використовуємо засіб графічного дизайну – ілюстрацію, тому що вона може сильно вплинути на людей та їх мислення.

Український туризм стає особливо *актуальним* на цей час з кількох причин. Україна пропонує різноманітні види туризму, від культурних історичних місць до гірськолижних курортів та екологічних заповідників, що задовольняє різні інтереси подорожуючих. Зростаючий інтерес до культурної спадщини, традицій та фольклору спонукає багатьох подорожувати Україною для



вивчення цих аспектів. Завдяки конкуренції на туристичному ринку ціни на послуги та проживання у різних регіонах України можуть бути досить доступними для подорожуючих. Саме ці аспекти, завдяки графічному дизайну, треба висвітлювати у фірмовому логотипі туристичного агентства. Графічний дизайн – універсальна сфера, і вона відповідає за створення деяких з найбільш візуально привабливих елементів у світі.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета дослідження – обґрунтувати виразні засоби у розробці логотипу і плакату туристичної кампанії, які будуть формувати уявлення туристів про етнос і містику українського народу, розвивати інтерес до нашої культурної спадщини.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Культурна спадщина України – це сукупність успадкованих від попередніх поколінь матеріальних і духовних надбань, пам'яток, історико-культурних об'єктів і територій [2]. Містика з незапам'ятних часів знаходить відгук у фольклорних і літературних творах. Етнічний туризм в Україні ще не набув значного поширення, є мало досліджений, тому наведемо декілька тлумачень терміну етнічний туризм українських дослідників, таких як І. Бочан, І. Кулаковська. Так, І. Бочан розглядає етнічний туризм як важливу складову людських цінностей, як специфічний вид людської діяльності, мотивацією якої є пізнання краєзнавчих та країнознавчих ресурсів, ознайомлення з цінностями етнографічних груп у місцях їх компактного проживання на території України [3, с. 1].

На думку І. Кулаковської, етнічний туризм - це вид поїздок, під час яких туристи вивчають певну етнічну групу населення, їх життя, особливості культури, побутові моменти тощо. Етнотуризм має бути спрямований не лише на збагачення духовної культури, а й на виховання у молодого покоління національної самосвідомості, самоідентифікації [4].

В Україні чимало містичних місць, які наділені особливою силою і енергією. Вони окутані міфами, легендами та переказами, відображають багату культурну спадщину. Карпати – це один з найкрасивіших і найбагатших на культурні та історичні пам'ятки регіонів України. Тут ми зможемо побачити мальовничі панорами, гірські річки, прогулятися стежками, якими ходив Олекса Довбуш. Відвідування Карпатських гір може відкрити таємниці місцевих відьом та міфічних створінь, які залишили свій слід у фольклорі регіону та літературі.

Охарактеризуємо фірмовий знак і плакат туристичної агенції «Містичні подорожі Україною».



МІСТИЧНІ
подорожі Україною

Туристична компанія

Рис. 1. Фірмовий знак туристичної агенції «Містичні подорожі Україною», 2024 р.



Ідея: у логотипі використовується символіка, пов'язана з подорожами, така як гори, намети, люди, а також використовуються елементи природи-люди. Символіка, пов'язана з подорожами, передає відчуття пригод, свободи і можливостей, пов'язаних з подорожами, для компанії з туризму.

Стиль: мінімалізм, простими формами, чистими лініями, що робить його впізнаваним і багатофункціональним. Використовуються плавні зігнуті лінії, які передають органічний вигляд, пов'язаний з природою і здоров'ям. Графічні елементи виконані в сучасному стилі з мінімалістичними деталями для легкості сприйняття на різних масштабах і носіях.

Технічний аналіз: масштабування, логотип розроблений таким чином, що він виглядає чітким і впізнаваним як на великих, так і на малих розмірах.

Кольорова схема: дизайн логотипа стійкий до монохромного оброблення, щоб він добре виглядав у чорно-білому або однокольоровому виконанні. Точність: лінії і форми точно намальовані для адаптивності.

Шрифт зрозумілий, легко сприймається. У логотипі використовується шрифт Rubik, який не має засічок із закругленими кутами.

Композиція: графічні елементи та текстова частина розташовуються горизонтально для кращої читабельності та сприйняття. Пропорції між графічними елементами та текстом оптимізовані для гармонії композиції.



Рис. 2. Плакат туристичної агенції «Містичні подорожі Україною», 2024 р.



Наступним етапом стала розробка рекламного плакату з використанням створеного фірмового стилю (рис.2).

ВИСНОВКИ

Результати дослідження доводять, що Україна – європейська держава з багатою історико-культурною спадщиною, що творилася протягом багатьох століть і освячена віками. Україна пропонує різноманітні види туризму, включаючи культурний, природний, історичний та гастрономічний. Тому туристичні агентства і дизайнери повинні розробляти фірмовий стиль і туристичні маршрути, щоб приваблювати мандрівників з усього світу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гаврилюк А. Етнотуризм як захисний код нації. URL: <http://www.day.kiev.ua>
2. Культурна спадщина України. URL: https://vue.gov.ua/Культурна_спадщина_України#:~:text=Культурна%20спадщина%20України%20—%20це%20сукупність,народів%20у%20розвиток%20світової%20цивілізації
3. Бочан І.О. Вступне слово про етнотуризм. Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. Всеукр. наук. - практ. конф. молодих вчених (Львів, 2 - 3 березня 2011 р.) Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів. 2001. С.9-11.
4. Кулаковська І.М. Етнокультурні ресурси Житомирщини як туристські атракції: історіографія та джерельна база дослідження. *Вісник Книжкової палати*, 2013. № 3. С. 45-48.
5. Герей В. «Тіні забутих предків»: таємниці і загадки Параджанова. URL: https://na-skrzyzhalyah.blogspot.com/2016/05/blog-post_21.html?m=1
6. Хома Б. Містичний Кам'янець: міські легенди із привидами та скарбами. URL: <https://kp.20minut.ua/Kult-podii/mistichnyi-kamyanets-miski-legendi-iz-prividami-ta-skarbami-10656112.html>

KROTOVA T., HOLUBCHENKO V. DEVELOPMENT FEATURES OF THE TOURIST AGENCY "MYSTIC TRAVELS IN UKRAINE" IDENTITY

The work contains information about the peculiarities of developing a logo and a poster for the travel agency "Mystical Travels in Ukraine". The task of the logo of the tourism industry is to form a certain image of the country and create demand for certain tourist routes. The design of tourist facilities is a comprehensive approach to creating a unique image of a travel company and one of the means of popularizing Ukrainian culture. In developing visual objects for tourism, we use all the expressive possibilities of graphic design

Keywords: *graphic design, visualization, ethnic tourism, logo, poster.*