

Хмельницький національний університет
Факультет технологій і дизайну
Кафедра дизайну


КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
перший (бакалаврський)
Освітній рівень


ДИЗАЙН ТА ВЕРСТКА КАТАЛОГУ МУЗЕЇВ М. ХМЕЛЬНИЦЬКОГО


Галузь знань _____ 02 Культура і мистецтво _____
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність _____ 022 Дизайн _____
Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ.20044.03.13.ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ДЗН-20-3  Вікторія ЛЕГКОДУХ

Керівник: кандидат техн. наук, доцент  Ельвіра БАЗИЛЮК

Нормоконтролер: викладач кафедри дизайну  Павло ГОРНИЙ

До захисту допускаю:
Зав. кафедри дизайну  Ельвіра БАЗИЛЮК

13 червня 2024 р.

Хмельницький, 2024

Хмельницький національний університет
(нове найменування шкільного закладу)
Факультет _____ технологій і дизайну
Кафедра _____ дизайну
Освітній рівень _____ перший (бакалаврський)
Галузь знань _____ 02 Культура і мистецтво
Спеціальність _____ 022 Дизайн
(номер і назва)
Освітня програма _____ Дизайн
(номер і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____ дизайну

Базилюк Е.В. *Е.В.*

15 лютого 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

Легкодух Вікторія Олегівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ «Дизайн та верстка каталогу музеїв м. Хмельницького»

Керівник роботи _____ Базилюк Е.В., к.т.н, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «15» лютого 2024р., № 8.

2. Строк подання студентом закінченої роботи 1 червня 2024р.

3. Вихідні дані до роботи вид графічного об'єкту – каталог; тип каталогу – музейний; назва каталогу «музеї Хмельницького»; зміст каталогу – зображення та інформація про музеї та експозиційні зали

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

Вступ. Обґрунтування вихідних даних для проектування каталогу.

Ретроспектива теми. Творча розробка дизайну об'єкта проектування.

Висновки. Перелік джерел посилань. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____

6 планшетів 600 x 900мм

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційна робота освітнього рівня «бакалавр»
на тему: «Дизайн та верстка каталогу музеїв м. Хмельницького»
студентка групи ДЗН-20-3 В. Легкодух
керівник – кандидат техн. наук, доцент Е. Базилюк

Обсяг пояснювальної записки – 57с., 49 рисунків, 2 додатки, 25 джерел
посилання.

Обсяг графічної частини - 6 планшетів 600 x 900мм

КАТАЛОГ, МІСТО ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, МУЗЕЇ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО,
ПОЛІГРАФІЧНА ВЕРСТКА, РЕКЛАМНА ПРОДУКЦІЯ,

У дипломній роботі розроблено каталог шести музеїв міста Хмельницького.

У результаті дослідження визначено вимоги до проектування каталогу як виду поліграфічної продукції. Проаналізовано джерело творчості та сучасні тенденції в оформленні музейних каталогів.

У ході виконання дипломної роботи було обгрунтовано концепцію дизайну каталогу музеїв міста Хмельницького, розроблено варіанти оформлення обкладинки, підбрано шрифти та кольорову гаму. Зверстано каталог.

31.05.24

(дата)



(підпис)

ЗМІСТ ВСТУП	Помилка! Закладку не визначено.
1.ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЕКТУВАННЯ КАТАЛОГУ	9
1.1 Характеристика об'єкта проектування	9
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну каталогу	12
1.3 Вибір музеїв м. Хмельницького для каталогу.....	14
2.РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ.....	34
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну каталогів.....	34
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над дизайном каталогів	40
3.ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЕКТУВАННЯ	51
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування.....	52
3.2 Розробка варіантів творчих ідей.....	55
3.3.Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проектування	61
ВИСНОВКИ.....	64
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	66
ДОДАТОК А – Приклади каталогу на мокапах	Помилка! Закладку не визначено.
ДОДАТОК Б – Графічна частина дипломного проєкту.....	67

ВСТУП

Актуальність. Музеї Хмельницького відіграють ключову роль у культурному житті міста та області, виступаючи важливими осередками збереження й популяризації різних аспектів мистецтва, науки та культури. Вони представляють багатство та різноманіття місцевих і світових досягнень, маючи значну цінність для освіти та розвитку суспільства.

Розробка дизайну каталогу для шести музеїв міста Хмельницького досить актуальна, оскільки спрямована на популяризацію музеїв серед туристів та жителів

міста. Це допоможе заохотити більше читачів до відвідування музеїв та сприятиме культурному розвитку міста.

Отже, створення каталогу для шести музеїв міста Хмельницького має не аби яку актуальність для жителів міста та туристів, які шукають гарні місця для відвідування та власного культурного розвитку.

Метою дипломної роботи є створення каталогу, який дозволить зібрати інформацію про шість музеїв міста Хмельницького в одному місці, для зручності ознайомлення з культурними принадами міста.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі **завдання**:

- дослідити вихідні дані, характеристики та вимоги до дизайну і графічного проєктування каталогів;
 - дослідити і проаналізувати композиційні та стильові рішення в дизайні каталогів музеїв;
 - виконати збір матеріалу для вмісту каталогу по кожному з шести музеїв;
 - розробити варіанти концепції для каталогу що поєднуватиме шість музеїв;
 - розробити графічне оформлення каталогу музеїв;
- виконати версту каталогу музеїв міста Хмельницького.

Результат дипломної роботи – це повноцінний каталог музеїв міста Хмельницького, який стане джерелом інформації про шість музеїв міста для відвідувачів та всіх хто цікавиться культурою міста Хмельницького.

Структура й обсяг кваліфікаційної роботи. Дипломна робота складається з пояснювальної записки, графічної частини та виготовленого в матеріалі каталога. Пояснювальна записка виконана на 57 сторінках друкованого тексту, містить 49 рисунків, 2 додатки та список використаних джерел з 25 найменувань. Графічна частина – шість планшетів (розмір: 600x900мм)

1. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ КАТАЛОГУ

Обґрунтування вихідних даних перед створенням каталогу музеїв є важливим етапом, який визначає успішність та ефективність наступних кроків. На цьому етапі необхідно дослідити цілі проекту, потреби відвідувачів, особливості експозицій та технічні обмеження. Обґрунтовані вихідні дані не лише формують структуру та можливості каталогу, але й гарантують, що він буде відповідати стратегічним цілям музейного бізнесу та вимогам відвідувачів.

1.1 Характеристика об'єкта проєктування

Каталог – це систематизоване зібрання інформації або списку елементів, яке часто використовується для зручного пошуку, огляду та доступу до конкретних об'єктів, таких як товари, послуги або експонати, зазвичай організоване за певною структурою або категоріями (рис.1.1). В проєктуванні каталог також може означати об'єкт, який потребує ретельного планування та створення для досягнення конкретних цілей. У контексті музеїв або галерей, каталог може включати інформацію про виставкові експонати, їх характеристики, історію та інші відомості для відвідувачів.

Каталог у контексті проєктування є об'єктом, що вимагає ретельного планування та організації для досягнення конкретних цілей. При розгляді каталогу як об'єкта проєктування важливо визначити його основні характеристики та функції для забезпечення ефективності та відповідності вимогам користувачів. Ключові аспекти проєктування каталогу включають [2]:

1. структуру та організацію: визначення категорій, підкатегорій та логічної структури для організації вмісту каталогу.

2. функціональність: визначення можливостей каталогу, таких як пошук, фільтрація та сортування, та розробка відповідних функцій.
3. дизайн та взаємодію із користувачем: розробка інтерфейсу для забезпечення зручного використання та приємного користувацького досвіду.
4. вміст та інформацію: визначення типів інформації, що будуть включені в каталог (опис товарів, зображення, ціни тощо).
5. технічні аспекти: врахування технічних обмежень, вибір платформи та інтеграція з іншими системами.
6. можливості розширення: розгляд можливостей для майбутнього розширення та оновлення каталогу.



Рисунок 1.1 – Приклад каталогу

При підготовці каталогу для друку важливо врахувати його оформлення та вигляд, щоб забезпечити зрозумілість та привабливість для користувачів.

Каталог представляє собою систематизований перелік інформації, призначений для швидкої ідентифікації та локалізації необхідної інформації. Він відзначається загальною призначеністю, об'єднуючи різні типи матеріалів, щоб надати користувачам всебічний огляд наявної інформації.

Цей інформаційна об'єкт може включати як друковані видання, так і електронні ресурси, бази даних та інші форми інформації, роблячи каталог універсальним інструментом для пошуку знань незалежно від їх форми та носія.

Каталог упорядковує інформацію за різними критеріями, такими як автор, тема, рік видання тощо. Це полегшує пошук і забезпечує швидкий доступ до потрібних ресурсів, роблячи каталог важливим інструментом для організації та знаходження інформації.

У той же час, книги та журнали, є конкретними матеріальними об'єктами або електронними виданнями, які можна фізично взяти в руки або відкрити на пристрої для читання. Вони містять конкретний контент, який можна вивчити та використовувати.

Отже, каталог є організаційною структурою, що об'єднує різні ресурси, тоді як книги та журнали є конкретними носіями інформації і надають користувачам можливість знаходити й використовувати знання.

Існує три види каталогів, періодичний, іміджевий та рекламний каталог.

Періодичний каталог – це систематизований перелік регулярно видаваних ресурсів, таких як журнали, газети або інші періодичні видання. Його основна мета полягає в організації та представленні інформації щодо періодичних видань з різних галузей знань. При цьому каталог надає можливість швидкого знаходження та

отримання періодичних ресурсів, а також може включати інформацію про їх тематику, авторів, рік видання та інші характеристики.

Іміджевий каталог – це документ чи ресурс, призначений для візуального представлення продукції чи послуг компанії з метою створення та підтримки її корпоративного образу. У цьому каталозі зазвичай використовуються фотографії, графічні елементи та короткі описи продукції, щоб підкреслити естетику, стиль та цінність бренду. Головна ідея іміджевого каталогу полягає в тому, щоб зацікавити та вражати споживача, підкреслити унікальність товарів чи послуг та сприяти позитивному сприйняттю бренду.

Рекламний каталог – це вид друкованого або електронного матеріалу, створеного з метою просування товарів чи послуг. У такому каталозі рекламодавець представляє свої продукти чи послуги через ілюстрації, фотографії, короткі описи та цінові пропозиції. Головна мета рекламного каталогу полягає в тому, щоб зацікавити потенційних покупців, надати їм інформацію про асортимент продукції та спонукати до придбання. Рекламні каталоги часто використовуються на різних торгових виставках, в магазинах або розсилках для максимального привертання уваги до пропозицій компанії.

Каталог музеїв міста Хмельницького – це рекламний каталог, мета якого – реклама музеїв серед туристів, гостей і мешканців міста.

1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну каталогу

Аналітичне дослідження вимог до дизайну каталогу для музеїв міста є важливим етапом у процесі його створення. Для цього дослідження були визначені ключові аспекти, які впливають на концепцію та оформлення каталогу.

Цільовою аудиторією каталогу є місцеві мешканці та гості міста, які цікавляться історією та культурою регіону. Каталог має бути спрямований на задоволення їхніх потреб та очікувань, забезпечуючи зручний доступ до інформації про експонати музеїв.

Оскільки каталог має бути зрозумілим та привабливим для широкого кола аудиторії, зокрема для людей похилого віку, які можуть бути менш орієнтовані у цифрових технологіях, було вирішено, що каталог буде друкованого формату і буде використовуватися для офлайн експозицій та подій.

Друкований каталог може розповсюджуватися у музеях, туристичних центрах та готелях міста, даруватися та може бути подарунковим для почесних гостей міста.

Для дизайну каталогу використовуватимуться графічні елементи та фотографії, що підкреслять культурну спадщину міста. Кольорова гамма та шрифти будуть підібрані таким чином, щоб створити гармонійний та привабливий образ каталогу.

Також для розробки дизайну каталогу слід визначити його формат. Вдалим варіантом може бути А4 формат, альбомної орієнтації, щоб каталог був зручний для перегляду та носіння. Для високоякісного друку та довговічності каталогу доцільно обрати гладкий щільний папір, наприклад крейдований із щільністю від 115 до 130 г/м². Для забезпечення зручності використання та довговічності найкращими методом зшивання є клеєве безшовне з'єднання.

У каталозі музеїв слід розмістити інформацію про розташування кожного з музеїв, години відвідування, адресу розміщення музеїв, інформацію про експозиційні зали та їх фото. Ілюстративний матеріал каталогу повинен узгоджуватися з текстом, відповідати загальній концепції, бути цікавим.

Аналітичне дослідження вимог до дизайну каталогу музеїв міста дозволяє визначити оптимальний підхід до створення ефективного та привабливого каталогу, який задовольнить очікування відвідувачів та сприятиме популяризації культурної

спадщини міста. Зокрема, це компактність, лаконічна та цікава текстова інформація, якісний ілюстративний матеріал, можливість багаторазового перегляду.

1.3 Вибір музеїв м. Хмельницького для каталогу

В м. Хмельницький знаходяться декілька музеїв, а саме: Хмельницький обласний краєзнавчий музей, Музей історії міста Хмельницький, Хмельницький музей науки «Еврика», Хмельницький обласний художній музей, Хмельницький музей-студія фотомистецтва, Навчальний музейно-виставковий центр «Історія та сучасність техніки».

1.3.1 Хмельницький обласний краєзнавчий музей

Хмельницький обласний краєзнавчий музей є визначним культурним закладом у місті Хмельницькому, присвяченим вивченню історії та культури Подільського краю (рис.1.2). Музей налічує велике зібрання матеріалів та предметів, які свідчать про різноманітні аспекти минулого цього регіону. У його експозиції представлені унікальні артефакти, що відображають подільську історію та культуру, розкриваючи багатовіковий шлях розвитку цього краю (рис.1.3) [7].



Рисунок 1.2 – Хмельницький обласний краєзнавчий музей



Рисунок 1.3. – Музейні експонати просто неба перед входом до музею

Історія цього музею почалась з намірів створення першого музею у 1909 році, але реального музею з такою назвою не було. Активний розвиток музейної справи на Поділлі припав на кінець 1920-х років. Так у 1929 році в Проскурові був створений музей санітарної культури за участю представників окружного відділу охорони здоров'я. З того часу музей складався з чотирьох відділів: антропологічного, санітарно-гігієнічного, мисливського та сільськогосподарського, розташованих у різних приміщеннях міста.

Головним завданням музею було виховання елементарної санітарно-гігієнічної культури та пропаганда здорового способу життя. Музей став дуже популярним, зокрема, антропологічний відділ був дуже популяризованим серед відвідувачів.

З часом відбулись структурні зміни: санітарно-гігієнічний та анатомічний відділи були об'єднані у відділ санітарної культури, а мисливський і

сільськогосподарський – у краєзнавчий, що призвело до зміни назви на «Проскурівський музей санкультури і краєзнавства».

Музей став популярним серед мешканців та гостей міста, обслуговуючи понад 70 тисяч екскурсантів та слухачів щорічно. У ці ж роки музей організував перші наукові експедиції, провів археологічні розкопки та отримав зібрання стародавніх документів.

Музей має відділ фондів, що вивчає та зберігає колекції. Основна робота - реставрація та консервація предметів. Відділ історії піклується про патріотичне виховання молоді та вивчення історії рідного краю. В експозиції велике місце приділено природним матеріалам, що популяризує Хмельниччину як туристичнопривабливий регіон. Музей координує діяльність інших музеїв області та має відділ інформації та маркетингу. Друк та поширення наукової літератури - один із важливих напрямів діяльності.

Цікавинкою музею є самі колекції, які налічують понад 9 тисяч предметів археології, понад 40 тисяч предметів старовини, світлицю народної творчості, ранні форми вірувань та світової релігії, а також понад 13 тисяч предметів природного фонду.

1.3.2 Музей історії

Музей історії міста Хмельницького є культурно-освітнім та науково-дослідницьким закладом, заснованим Хмельницькою міською радою у 1996 році (рис.1.4). Музей відчинив свої двері на День міста у вересні 1996 року. Головний архітектор-дизайнер проекту — Леонід Коваленко, член спілки дизайнерів України [6].



Рисунок 1.4 – Музей історії міста Хмельницький

Музей розповідає про утворення міста, його життя та побут у польсько-литовську добу, за часів Російської імперії, Радянської України; він також вивчається його містами-побратимами. Зали музею присвячені різним періодам історії міста та містять експозиції, що розкривають різні аспекти життя міста через віки.

Музей історії міста Хмельницького володіє багатою і цікавою колекцією, яка налічує понад 5,5 тисячі експонатів і постійно поповнюється. Його засновники і працівники докладають зусиль, щоб експозиція завжди була цікавою та актуальною

для відвідувачів. Експонати різних тематичних напрямків, починаючи від археологічних знахідок і закінчуючи виставками, присвяченими подіям сучасності, розкривають багатогранність історії міста та його життя в різні періоди.

Велику увагу приділяється історичним подіям, які вплинули на розвиток міста, зокрема Революції гідності та подіям АТО (російсько-української війни). Експозиція також створює можливість поглибленого вивчення історії Української революції 1917-1921 років.

Крім історичних та культурних заходів, музей також активно залучає громадськість до своєї діяльності. Це проявляється у проведенні різноманітних заходів на відкритому повітрі, таких як вуличне театралізоване дійство під назвою "Ніч музеїв», що відбувається в пішохідній зоні однієї з головних вулиць міста (рис.1.5).



Рисунок 1.5 – «Ніч музеїв»: вуличне театралізоване дійство, організоване
Музеєм історії міста Хмельницького

Завдяки своїй дивовижній камерній атмосфері, музей створює відчуття, ніби відвідувачі знаходяться у гостях у старовинній родині. Експонати розповідають живу історію міста, допомагаючи відчутти його атмосферу та доторкнутися до подій минулого.

За свою роботу музей отримав визнання та нагороди, серед яких відзнака Хмельницької облдержадміністрації «За заслуги перед Хмельниччиною». Музей також активно проводить культурно-масові заходи, які привертають увагу місцевого населення та гостей міста.

1.3.3 Хмельницький обласний художній музей

Хмельницький обласний художній музей (ХОХМ) є унікальним комунальним закладом культури, який відзначається своєю інноваційною концепцією збірки, спрямованою на колекціонування, зберігання, дослідження, експонування та популяризацію сучасного українського мистецтва XX—XXI століть (рис.1.6) [9].

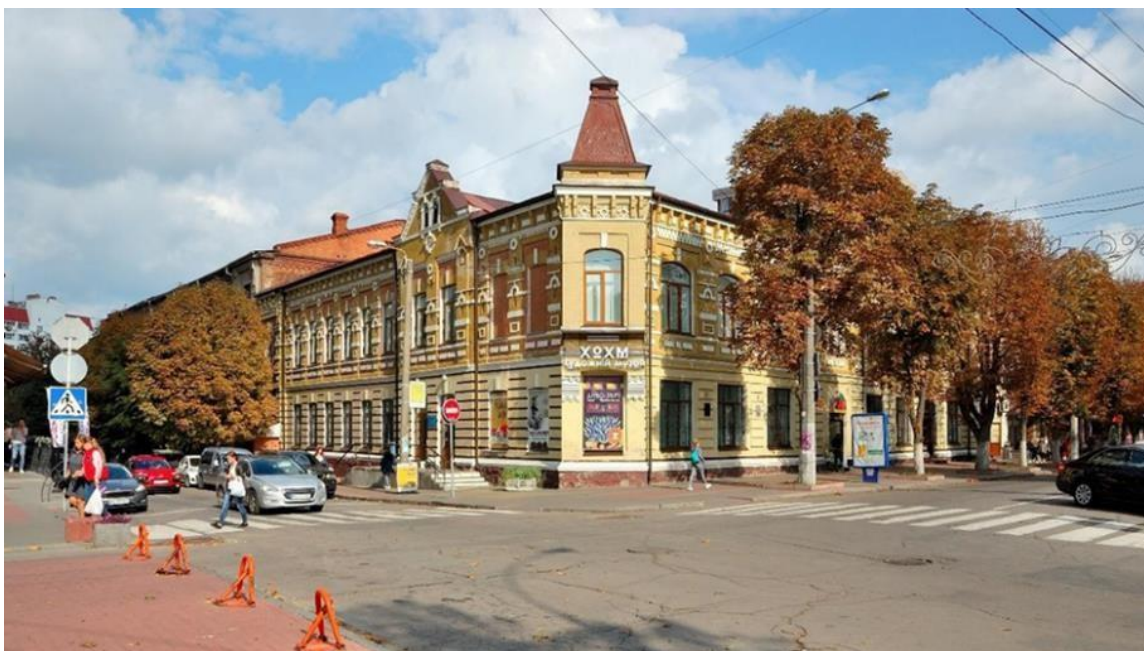


Рисунок 1.6 – Хмельницький обласний художній музей (ХОХМ)

Історія створення музею синхронізується з історією демократичних змін в Україні: він був заснований в 1986 році на підставі постанови Ради Міністрів УРСР, а після проголошення незалежності України у 1992 році став першим музеєм українського сучасного мистецтва державного підпорядкування.

Місія ХОХМ полягає в зберіганні, дослідженні, експонуванні та популяризації мистецтва, а також у передачі цієї інформації майбутнім поколінням. Наукова діяльність спеціалізується у фондovій, експозиційній та просвітницькій роботі. Музей також забезпечує адміністративно-господарську діяльність для підтримки та підсилення своєї інституційної сталості.

Хмельницький обласний художній музей (ХОХМ) знаходиться у центрі Хмельницького в історичному двоповерховому будинку, спорудженому у 1903 році для Проскурівського відділення Південноросійського промислового банку. Після націоналізації у 1920 році будівля використовувалася для різних установ, а у 1986 році тут був відкритий ХОХМ. Будівля представляє собою двоповерхову цегляну споруду з елементами неоренесансу та модерну, оздоблену білою та теракотовою цеглою.

В музеї зібрано та представлено українське мистецтво ХХ—ХХІ століть, завдяки ініціативі його співробітників. ХОХМ є унікальною музейною інституцією, яка першою серед пострадянських музеїв у незалежній Україні обрала інноваційну концепцію збірки, спрямовану на зберігання, дослідження та популяризацію сучасного українського мистецтва.

Протягом років своєї діяльності ХОХМ відзначався внеском у збереження, дослідження та популяризацію українського мистецтва ХХ—ХХІ століть. Організація різноманітних заходів, від виставок до симпозіумів та акцій, сприяла формуванню найрепрезентативнішої музейної колекції в Україні. У його зібранні понад 7000 творів, виконаних близько 1000 митцями, з них понад 90 — уродженці Хмельниччини.

У 1990-х роках музей активно поповнював свою колекцію, організовуючи масштабні акції та виставки, що стимулювали розвиток українського мистецтва. Крім того, музей організував виставку «Арт'Клуб-96», яка об'єднала учасників творчих угруповань України та стала важливим подією у художньому житті країни.

У 2000-2010-х роках ХОХМ продовжив активно досліджувати мистецький простір України, презентуючи творчість митців різних регіонів і розширюючи експозиційну політику музею.

Після російського вторгнення в Україну у 2022 році Хмельницький обласний художній музей став активною соціокультурною мистецькою платформою ХОХМ_АРТ_ХАБ. Тут проводять виставкові програми, благодійні акції, співпрацю з іншими музеями, дослідження власної колекції та розробку нових експозицій. Для різних аудиторій, включно з внутрішньо переміщеними особами, організовують мистецькі виставки, благодійні акції, творчі майстерні, кіноперегляди, літературні заходи та інші.

Щоб підтримати суспільство під час війни, музей встановив принцип "Платіть, скільки можете та вважаєте за потрібне" за відвідування та послуги. З початку роботи ХОХМ_АРТ_ХАБ до травня 2023 року його відвідали понад 35 тис. осіб наживо та близько 250 000 онлайн, проведено близько 600 заходів та поповнено музейну колекцію на 142 твори сучасного українського мистецтва.

1.3.4 Музей науки "Еврика"

Музей науки "Еврика" у Хмельницькому – це місце, де кожен може відчутися біологом, фізиком і чарівником одночасно. Заснований у 2022 році, він став центром наукової та розважальної діяльності для дітей та їх батьків. У музеї представлено близько 50 експонатів, які розкривають цікаві аспекти науки та техніки (рис.1.7) [5].



Рисунок 1.7 – Музей науки "Еврика"

Відвідувачі можуть побудувати вулкан, спробувати стати вагітними за допомогою спеціальних інсталяцій, навіть створити свій власний мультфільм, та ще багато різних та цікавих експериментів (рис.1.8).



Рисунок 1.8 – Плазмова лампа, що стягує блискавки в одну точку власним пальцем

Музей відкритий для дітей та дорослих і пропонує різноманітні заходи, такі як шоу та квести, щоб підтримувати інтерес до науки. Організатори планують розширити експозицію до 200 експонатів і влаштовувати різноманітні заходи для відвідувачів. Музей став центром науково-популярної культури у Хмельницькому та залучає відвідувачів не лише з міста, а й із сусідніх областей, допомагаючи розвивати цікавість до науки та пізнавальних знань.

1.3.5 Хмельницький музей-студія фотомистецтва

Хмельницький музей-студія фотомистецтва — музей старовинної фототехніки у місті Хмельницькому (рис.1.9), був відкритий у вересні 2010 року [8].



Рисунок 1.9 – Хмельницький музей-студія фотомистецтва

Музей-студія фотомистецтва, розташований у приміщенні історичного готелю "Континенталь", був побудованого власними коштами Нафтулою Вассерманом у 1910-12 роках. Цей музей є першим та єдиним свого роду в Україні.

У музейних вітринах експонується колекція понад 3500 предметів, таких як фотоапарати, об'єктиви, збільшувачі, експонетри та інше приладдя, які ілюструють розвиток фотографії та виробництва фотоапаратів з кінця XIX до кінця XX століття. Цю унікальну колекцію зібрав основоположник музею, хмельницький фотомайстер Костянтин Жданов, включаючи давні негативи, літографії та фотографії, які відтворюють історію міста та його мешканців (рис.1.10).



Рисунок 1.10 – Унікальна колекція розвитку фотографії та виробництва фотоапаратів

Музей також пропонує експозиції "Проскурівські фотографи кінця XIX – початку XX ст." та "Старе-нове місто", які демонструють визначні місця, будівлі та пейзажі міста через призму чорно-білих та кольорових фотографій. Фотографії служать засобом порівняння для визначення змін у місті.

Крім того, мистецька галерея музею є місцем проведення регулярних фотовиставок, на яких представляються роботи відомих фотохудожників з різних міст України та світу. За короткий період існування музею проведено понад 150 стаціонарних виставок, що дозволило наповнити фонди музею понад 3000 фотографіями від кращих майстрів цієї справи.

Надзвичайно цікавою для відвідувачів є також виставка старовинних фотографій, де кожне зображення є оригінальним свідченням різних періодів від кінця XIX до першої половини XX століття. Це унікальна можливість подорожувати у часі,

спостерігаючи за життям різних верств населення та їхніми культурними особливостями через об'єктив старовинної фотокамери.

1.3.6. Музей історії та техніки

В Хмельницькому національному університеті функціонує навчальний музейно-виставковий центр «Історія та сучасність техніки» (рис.1.11) [3].



Рисунок 1.11 – Вхід в навчальний музейно-виставковий центр «Історія та сучасність техніки»

Навчальний музейно-виставковий центр «Історія та сучасність техніки» засновано у 2012 році з нагоди 50-річчя Хмельницького національного університету. Центр використовують для проведення екскурсій та як навчальні лабораторії.

Експозиція «Історія розвитку техніки», є наочним посібником до предмету «Історія інженерної діяльності», а також одночасно музейною експозицією з історії техніки та галузей, зв'язаних з історією університету і вона складається з п'яти залів.

Перший зал експозиції відображає історію розвитку інженерної думки та механіки, починаючи з часів кам'яного віку і до часу науково-технічної революції. Сюди входять експонати, які відображають, як людина вдосконалювала свої знаряддя праці, предмети побуту, супутні речі та механізми різних машин на протязі багатьох тисячоліть (рис.1.12).



Рисунок 1.12 – Зал історії розвитку інженерної думки та механіки, починаючи з часів кам'яного віку і до часу НТР

Другий зал демонструє історію ткацького, швейного, взуттєвого обладнання, зразки швейних виробів і все, що пов'язано з цим напрямком (рис.1.13).



Рисунок 1.13 – Зал історії ткацького, швейного та взуттєвого обладнання

Третій зал експозиції відображає побутову радіотехніку, електропобутову техніку, предмети побуту другої половини ХХ століття (рис.1.14).



Рисунок 1.14 – Зал побутової радіотехніки, електропобутової техніки, предметів побуту другої половини ХХ століття

Четвертий експозиційний зал присвячено історії обчислювальної техніки, спеціальній радіотехніці (рис.1.15).



Рисунок 1.15 – Зал історії обчислювальної техніки та спеціальної радіотехніки

В п'ятій частині експозиції розміщуються експонати з історії фото та кіно техніки, оптики. Оздоблення залу демонструє фото кадри з історії техніки та побуту нашого подільського краю (рис.1.16-1.17).



Рисунок 1.16 – Зал історії фото та кіно



Рисунок 1.17 – Зал історії фото та кіно

Друга частина виставкового центру знайомить з роботами наукової школи та лабораторії ХНУ, викладачів та студентів. В цьому залі розміщено мультимедійний зал, в якому відвідувачі можуть переглянути кінофільми та відео матеріали, попрацювати з документами чи провести заняття. Також тут відображає сучасні інноваційні технології, наукові досягнення Хмельницького Національного Університету (рис.1.18).



Рисунок 1.18 – Зал наукової школи та лабораторії ХНУ

Наступний зал – це виставковий зал Студентського будинку моделей. В цьому залі розміщені колекції моделей одягу, які створенні руками наших викладачів та студентів і зайняли призові місця на різних конкурсах (рис.1.19).



Рисунок 1.19 – Виставковий зал Студентського будинку моделей

Таким чином, проведений аналіз вихідних даних дозволив виявити, що каталог – це вид друкованої або цифрової продукції, який містить інформацію про різні об'єкти чи ресурси, організовану з метою забезпечення легкого доступу та орієнтації для користувачів. Каталоги бувають рекламними, періодичними, іміджевими.

Під час пошуку інформації для каталогу обрано шість музеїв міста Хмельницького, які відрізняються тематикою своїх експозицій. Каталог музеїв Хмельницького буде містити інформацію про шість музеїв: Хмельницький обласний краєзнавчий музей, Музей історії міста Хмельницький, Хмельницький музей науки «Еврика», Хмельницький обласний художній музей, Хмельницький музей-студія фотомистецтва, Навчальний музейно-виставковий центр «Історія та сучасність техніки». Ці музеї зберігають експонати різних історичних епох, різної тематики і охоплюють різні сфери діяльності хмельничан та українського суспільства загалом.

Спільною ознакою цих музеїв є їхнє місце розташування – місто Хмельницький.

Каталог музеїв міста Хмельницького – це рекламний каталог, який буде рекламувати музеї, як цікаві локації міста Хмельницького, де можна приємно і з користю провести свій вільний час, запросити друзів, відвідати разом зі всією родиною. Каталог може спонукати читачів до відвідування музеїв, що буде сприяти розвитку культури, обізнаності в різних напрямках. Цільовою аудиторією для каталога музеїв є туристи, гості і мешканці міста Хмельницького.

Поєднання усіх музеїв у єдиному каталозі сприяє популяризації культурної спадщини міста та підвищуючи його привабливість для всіх.

2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну каталогів

Історичний огляд ретроспективи дизайну каталогів музеїв відображає поступовий розвиток та зміни у способах представлення та доступу до інформації про експонати та колекції.

На початку минулого століття та в період становлення музеїв, паперові каталоги виступали важливим елементом в системі представлення інформації про музейні експозиції. Для відвідувачів ці друковані видання виявлялися не тільки зручними засобами ознайомлення, а й особливим ключем до вивчення багатогранності та унікальності музейного світу.

Специфіка паперових каталогів полягала в їхній можливості надавати докладні та систематизовані описи кожного експонату, надаючи відвідувачам можливість глибше зануритися у контекст представлених об'єктів. Також ці каталоги відігравали роль довідкових матеріалів, створюючи можливість для самостійного вивчення та взаємодії з експозицією.

У той період історії розвитку музеїв, паперові каталоги були важливим джерелом інформації, сприяли вивченню мистецтва та культурної спадщини. Вони втілювали в собі зусилля кураторів та фахівців, щоб подати вичерпну та доступну інформацію про кожен експонат, створюючи мостик між відвідувачем та світом мистецтва.

Такий формат каталогів надавав можливість ознайомитися з історією кожного предмета, використовуючи текстовий опис, фотографії та ілюстрації. Великий вагомий аспект полягав у відображенні індивідуальності та особливостей музейних колекцій через зібрані дані, сприяючи формуванню у відвідувачів повнішого розуміння та апреціації представлених творів мистецтва (рис.2.1).

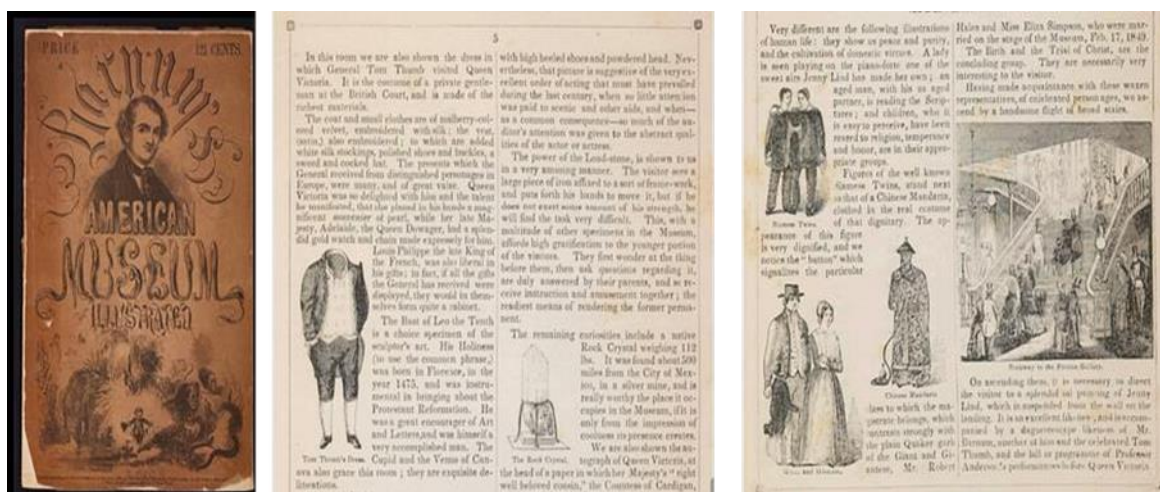


Рисунок 2.1 – Каталог або путівник по Американському музею Барнума (дата створення: до 1850х років)

Наступний етап еволюції в сфері музейних каталогів включав в себе впровадження аудіогідів та розширення електронних рішень для поліпшення взаємодії відвідувачів з експозиціями музеїв. Цей період визначався стрімким розвитком технологій та збільшенням можливостей для поглибленого освоєння історії та представлених об'єктів.

Аудіогіди стали інноваційним засобом, що надавав відвідувачам можливість слухати розповіді та інші аудіовізуальні матеріали, допомагаючи створювати емоційно насичений та поглиблений досвід вивчення експозицій. Ця технологічна новація сприяла створенню додаткових контекстуальних шарів інформації, які збагачували розуміння та сприйняття представлених творів.

Разом із зростанням популярності аудіогідів виникла можливість взаємодії з експозицією на новому рівні. Відвідувачі, завдяки цим інтерактивним засобам, отримували не лише візуальний, але й звуковий елемент вивчення експонатів, забезпечуючи більш глибоке та цілісне сприйняття музейного навколишнього середовища.

Електронні рішення цього періоду розширили можливості взаємодії відвідувачів з музеєм, надаючи їм доступ до різноманітних мультимедійних матеріалів. Це включало не лише аудіогіди, але й інші інтерактивні елементи, які сприяли більш широкому і вираженому сприйняттю музейної інформації.

З розвитком Інтернет-технологій виникла нова ера у представленні музейних колекцій - етап цифрових каталогів та віртуальних турів. Ці інноваційні рішення революціонізували доступ до музейних експозицій, надаючи відвідувачам унікальну можливість вивчати експонати та отримувати детальну інформацію про них у режимі онлайн.

Цифрові каталоги, створені на основі новітніх Інтернет-технологій, відкрили широкі горизонти для відвідувачів, дозволяючи їм взаємодіяти з музейними колекціями з будь-якого місця планети. Це стало можливим завдяки можливості вивчати експозиції та отримувати детальну інформацію про кожен експонат у віртуальному середовищі. Відвідувачі тепер мають можливість розгортати детальні зображення, читати історії та контекст кожного об'єкта, роблячи віртуальне музейне відвідування більш освітнім та захоплюючим (рис.2.2).



Рисунок 2.2 – Віртуальна екскурсія по Краєзнавчому музею Острога

Віртуальні тури, що стали неодмінною частиною цього етапу, дозволяли відвідувачам подорожувати в музейному просторі онлайн. Це відкривало можливості для відкриття навіть тих виставок, що знаходились на великих відстанях від фізичного місця відвідування. Віртуальні тури створювали ілюзію присутності, дозволяючи відвідувачам буквально «перенестися» в інший музейний світ та вивчати його навіть зручніше, ніж у реальності.

Цей етап в історії музейних каталогів приніс з собою новий рівень доступності та інтерактивності, розширивши можливості відвідувачів та сприяючи глибшому розумінню та оцінці музейних колекцій.

Завдяки використанню мобільних технологій музеї перетворили свій спосіб взаємодії з відвідувачами. Створення мобільних додатків стало ключовим кроком в цьому процесі, впливаючи на різні аспекти відвідування музею та підвищуючи якість ітерації між відвідувачем і експозицією.

Мобільні додатки для музеїв охоплюють різноманітні функції, починаючи з інтерактивних карт, які не тільки допомагають в орієнтації в просторі, але й надають додаткову інформацію про виставкові зали та локації. Це забезпечує відвідувачам можливість максимально ефективно використовувати свій час та планувати відвідування відповідно до їхніх інтересів (рис.2.3).



Рисунок 2.3 – Мобільний додаток від Музею Голодомору

Доповнена реальність, вбудована у мобільні додатки, додає новий вимір до музейного досвіду. Вона може надавати додаткову інформацію про експонати, відображаючи додаткові дані чи реконструкції, які неможливо сприйняти за допомогою звичайних експозиційних засобів. Використання доповненої реальності робить відвідування більш поглибленим та захоплюючим.

QR-коди, вбудовані в мобільні додатки музеїв, стали зручним засобом доступу до додаткової інформації. Відвідувачам просто достатньо сканувати код, щоб одразу отримати детальні відомості про експонат, історію чи контекст виставкового об'єкта. Це сприяє глибшому розумінню та збагачує музейний досвід.

Такий підхід до використання мобільних технологій в музеях вирізняється своєрідністю та інноваційністю, надаючи відвідувачам нові можливості взаємодії з культурною спадщиною та роблячи музейний візит більш захоплюючим і освітнім.

За сучасних умов з розвитком доповнені реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) музеї стають на передовий рубіж інновацій, впроваджуючи унікальні та захоплюючі засоби взаємодії для відвідувачів. Доповнена реальність дозволяє відвідувачам буквально "поглиблюватися" у історію та експонати через використання передових технологічних рішень.

Однією з ключових переваг AR є можливість доповнення реального світу віртуальними об'єктами та інформацією. В музейному контексті це означає, що відвідувачі можуть переглядати додаткові дані, 3D-моделі та інші цікаві деталі, які розширюють їхнє сприйняття експозиції.

Віртуальна реальність, у свою чергу, забезпечує іммерсивний досвід відвідувача, виводячи його за межі реального світу. В музеях це може включати в себе віртуальні тури, відтворення історичних подій або навіть взаємодію з експонатами у віртуальному просторі.

Такі технологічні рішення не тільки забезпечують відвідувачам унікальний досвід, але і підвищують привабливість музеїв для широкого кола аудиторії.

Запровадження AR та VR стає новим етапом у розвитку музейної сфери, де інновації та технології поєднуються з культурною спадщиною для створення унікального та неповторного враження від візиту.

Також існують ще каталоги соборів, архітектури, пам'яток культури та інших туристичних принад міст або певних регіонів. Їх історичний огляд майже не відрізняється від каталогів музейних колекцій. Адже з розвитком нових технологій змінювались дизайн та наповнення, також з'являлись інтерактив та доповнена реальність.

Історичний огляд свідчить про постійний пошук та адаптацію до нових технологій для забезпечення взаємодії з користувачами.

Отже, відповідно до проведеного аналізу виявлено, що в каталозі варто розмістити таку інформацію про кожен музей: текстову інформацію про кожен експозиційний зал музеїв, зображення цих залів, цікавий факт(якщо є), години відвідання, адреса, тощо.

2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над дизайном каталогів

Перший каталог Чернігівського історичного музею був розроблений в 1900 році і включав розділи, в яких були описані різноманітні музейні предмети, такі як зброя, портрети, предмети християнського культу, нумізматичні колекції, побутові предмети, печатки, автографи та інше (рис.2.4).

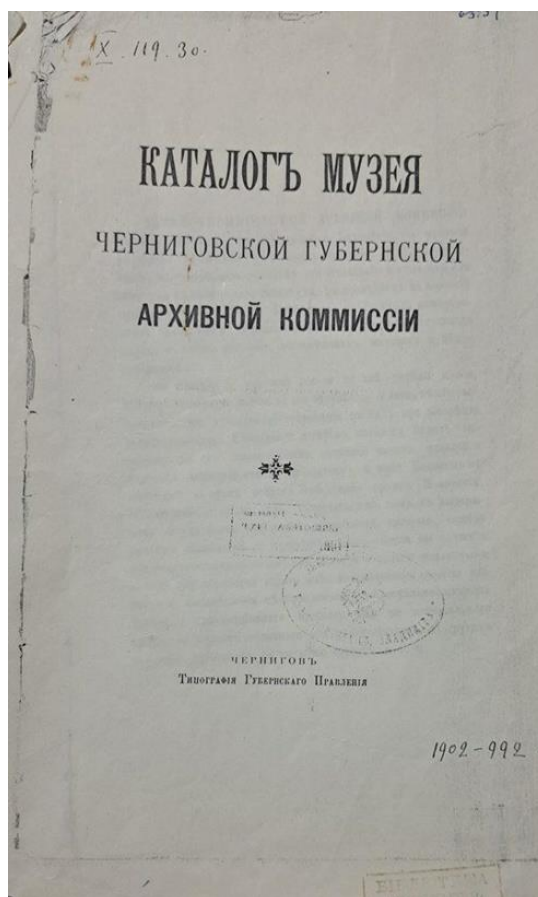


Рисунок 2.4 – Перший каталог Чернігівського історичного музею.

На засіданні Чернігівської губернської вченої архівної комісії (ЧАК) 7 (19) листопада 1900 року був представлений перший каталог зібрання Історичного музею, складений Павлом Микитовичем Тихановим.

У загальному каталозі було зазначено 383 позиції. Переважно під одним номером був записаний один предмет, але також траплялися випадки, коли під одним номером були записані два-три предмети. Крім того, під одним номером можна було знайти цілі колекції. Наприклад, понад 100 мідних хрестів, ікон та складнів, подарованих В.Д. Голіциним, а також скарб з 50 польських монет Яна-Казимира, знайдений у 1884 році на садибі К.Г. Біленка у містечку Тараща.

Підготовлене видання було скоріше путівником для відвідувачів музею, а не каталогом колекції в сучасному розумінні. Автор відзначив недоліки видання у вступі,

вказавши, що у переліку не враховані всі відділи музею, а також описано лише деякі предмети для кращого орієнтування в них при огляді експозиції.

Планувалося описати всю колекцію ЧАК – музей, бібліотеку, і архів, але це не вдалося. Автор назвав свою роботу "Першим випуском каталогу". Хоча автора критикували за лапідарність багатьох описів, відсутність інформації про джерело надходження експоната, помилки в атрибуції, наступні видання мали менше недоліків. Однак у звіті 1915 року були вже відсутні деякі докладні описи експонатів, таких як нагайка козацького ватажка С. Наливайка та змійовик, що був знайдений у 1894 році у селі Держанівка.

В II половині XIXст був сформований каталог експонатів Бруклінського музею військово-морського ліцею (рис.2.5).

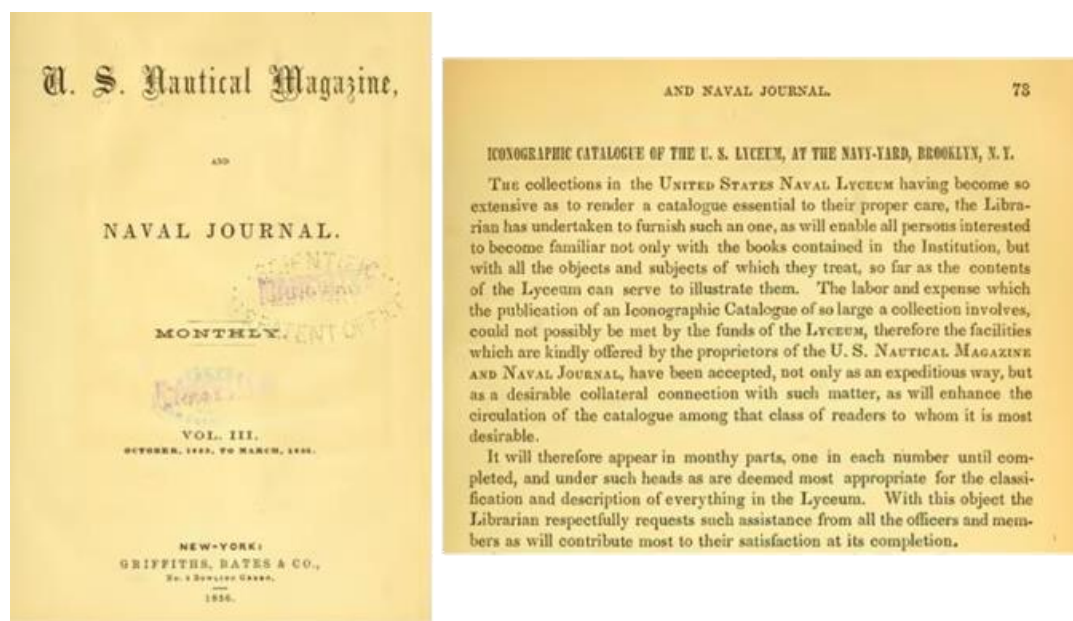


Рисунок 2.5 – «Іконографічний каталог американського ліцею, у Navy-Yard, Brooklyn, NY», US Nautical Magazine and Naval Journal , 1856 1855

У Брукліні існував музей військово-морського ліцею, заснований у 1833 році на Бруклінській військово-морській верфі.

Вітрини, музеї, галереї та експозиції стали відзначністю міста як для місцевих мешканців, так і для гостей. Багато з них були новими винаходами епохи, які потребували пояснення. Каталоги відігравали важливу роль у цьому процесі.

У 1855 і 1856 роках Військово-морський ліцей опублікував каталог своїх колекцій під назвою «Іконографічний каталог американського ліцею, у Navy-Yard, Brooklyn, NY». Ймовірно, цей каталог був складений бібліотекарем ліцею Дж. У. А. Ніколсоном, морським офіцером, який щойно повернувся з японської експедиції Перрі. Видання містить роздуми про артефакти мистецтва, науки та історії, і дає нам можливість краще зрозуміти погляд музею на свою колекцію: їхні категорії, обґрунтування та демонстрації, а також значення, яке вони надавали різноманітним артефактам (рис.2.6).

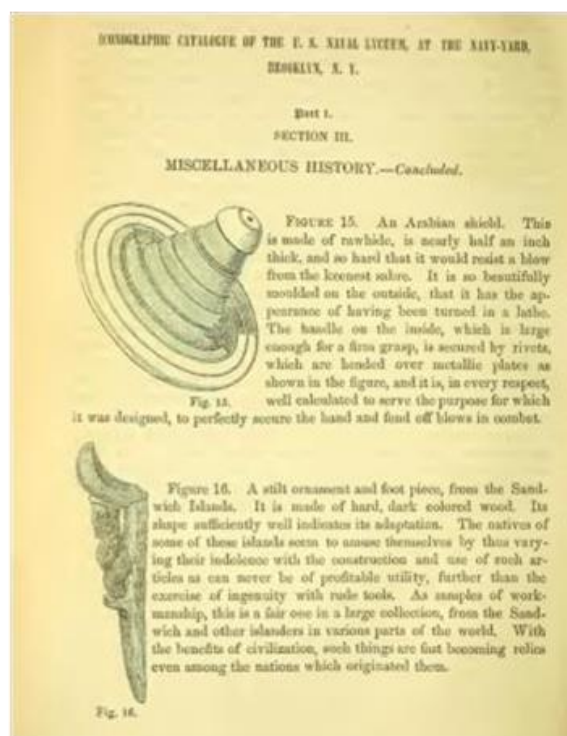
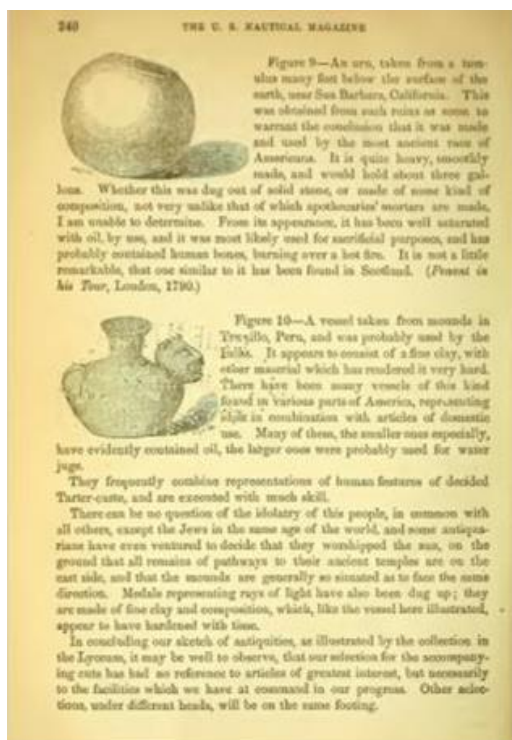


Рисунок 2.6 – «Іконографічний каталог американського ліцею, у Navy- Yard, Brooklyn, NY», US Nautical Magazine and Naval Journal , 1856 1855

"Іконографічний каталог" був створений не для відвідувачів музею, а для тих, хто не міг особисто відвідати його. Він публікувався частинами у провідному військово-морському виданні того часу, "The US Nautical Magazine and Naval Journal", з метою охопити "тий клас читачів, для якого він найбільше бажаний". Каталог використовував артефакти музею як можливість для навчання широкого кола тем. Ймовірно, він взяв за основу недавно опубліковану "Іконографічну енциклопедію науки, літератури та мистецтва", яку систематично впорядкував Дж. Г. Хек. Таким чином, каталог став своєрідною музейною енциклопедією.

У сучасному світі цифрові технології відіграють важливу роль у збереженні та представленні культурної спадщини.

Дизайн друкованого каталогу оцифрованих мариністичних творів з колекції Очаківського музею живопису, Миколаївського художнього музею та Музею суднобудування і флоту представляє сучасний та естетично приємний підхід до представлення цінних мистецьких творів (рис.2.7).



Рисунок 2.7 – Друкований каталог оцифрованих мариністичних творів з колекції Очаківського музею живопису, Миколаївського художнього музею та



Рисунок 2.9 – Приклад робіт в оцифрованому каталозі

Графічне оформлення каталогу привертає увагу своєю стриманістю та вишуканістю, дозволяючи творам виступати в якості основних героїв. Макет та уважно відібрані кольорові рішення створюють гармонійне середовище, підкреслюючи велич і красу мариністичних образів.

Вибір мариністики як теми для оцифрування обумовлено тим, що туристичний бренд Миколаєва визначається як "Місто на хвилі".

Акцент в альбомі робили на колекції Очаківського музею мариністичного живопису, експонати якого вдалося вивезти у вересні 2022 року через обстріли міста. У каталозі, з 212 оцифрованих робіт, приблизно 85 відсотків — це саме роботи з Очаківського музею. Роботи представлені в каталозі є дуже різноманітними. Під час оцифрування фахівці виявили додаткові художні твори.

На реверсі однієї художньої роботи був інший етюд — незавершений, про це писав в соціальних мережах менеджер з комунікацій комунальної установи "Агенція розвитку Миколаєва" Євген Гомонюк. Також, у колекції Миколаївського музею

суднобудування і флоту присутні роботи ще одного видатного художника - Володимира Фірсова, який є одним із засновників Миколаївської спілки художників. Зокрема, його твір "Корабелі" представлений на звороті роботи (рис.2.10).



Рисунок 2.10 – Знахідка під час оцифрування роботи Володимира Фірсова

Каталогізація та цифровізація стають синонімами мобільності та легкого доступу до інформації. Оскільки паперові носії використовуються вже протягом багатьох століть, а цифрові технології з'явилися недавно. Це новаторське явище, що передусім відзначається в науковій сфері, оскільки іноді важко відвідати необхідний музей, але знайти інформацію онлайн стає доступною. Глядачі також змінюються, як і їхні вимоги. Вони шукають нові враження та інновації, відмінні від тих, які були актуальні 50 років тому.

Каталогізація та цифровізація стали не лише сучасними тенденціями, але й ключовими стратегіями для вдосконалення доступу до культурної спадщини. За допомогою цифрових технологій вдалося забезпечити мобільність та легкий доступ до інформації про експонати музеїв. Це не лише науковий обіг, але і можливість розширеного доступу для широкого кола глядачів (рис.2.11).



Рисунок 2.11 – Приклад робіт в оцифрованому каталозі

Перехід від традиційних паперових носіїв до цифрових форматів дозволяє музеям ефективно сприймати виклики сучасності та відповідати потребам аудиторії. Цифрові каталоги, віртуальні тури та інші інтерактивні засоби стають новими вікнами у світ культурних цінностей, роблячи їх доступними для публіки незалежно від її місця перебування.

Отже, каталогізація та цифровізація є хорошим варіантом у розвитку музейної сфери, забезпечуючи еволюцію засобів представлення та сприяючи більш широкому розповсюдженню та збереженню культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Не менш цікавим є приклад сучасного, туристичного каталогу м. Вінниця. Маленький за розміром, виразний, приємний на дотик і в стилістиці бренду "Місто ідей", він був випущений тиражем у 1000 примірників. Увесь зміст українською мовою також повторено англійською.

Туристичний каталог обкладинка якого в червоному кольорі складається із 42 сторінок. Структура каталогу розділена на кілька тематичних частин, кожна із яких відрізняється власним кольором: "Історія й архітектура", "Особистості", "Природа й екологія", "Місто фонтанів", "Подільська кухня", "Музеї", "Фестивалі", "Сучасне комфортне місто", "Довкола Вінниці". Додатково, подано короткий огляд ресторанів, кав'ярень, готелів, хостелів та туристичних компаній міста (рис.2.12 - 2.13).



Рисунок 2.12 – Туристичного каталогу м. Вінниця



Рисунок 2.13 – Розворот туристичного каталогу м. Вінниця

Автори каталогу рекомендують не обмежуватися лише об'єктами у Вінниці, а відвідати також містечка в області, такі як Бар, Шаргород, Браїлів із їхніми цікавими історичними та культурними пам'ятками.

Цікавим доповненням до каталогу є туристична мапа Вінниці, яка охоплює 44 об'єкти, починаючи від фонтану "Roshen" і закінчуючи кав'ярнею "Пань Заваркінъ та Синь" і театром ляльок у "Книжці". До переліку входять мініскульптури на Київському мосту та контактний зоопарк (рис.2.14).



Рисунок 2.14 – Мапа, як доповнення до каталогу

Мапа також містить QR-коди для завантаження мобільного додатку "Вільна Мапа" та відвідування сайту "vinnytsia.city". З іншого боку мапи подано фотографії основних фотозон міста, музеїв, атракцій та гастробрендів, включаючи кулінарні делікатеси - картоплю по-уланівськи та вінницький крендель.

Отже, каталог у музейній сфері є досить популярним джерелом поширення інформації. Раніше каталоги музеїв містили здебільшого лише інформацію про кожен експонат і зовсім не багато фото. В сучасному світі ж навпаки, в каталозі можна ще й розглянути детальніше кожен експонат. З появленням новітніх технологій почалось

створення інтерактивних каталогів та каталогів із доповненою реальністю. Також не менш цікавим є процес цифровізації.

Проаналізувавши різні варіанти оформлення каталогів туристичних принад різних міст, було виявлено, що каталог в яскравих кольорах більше привертає увагу користувачів. Також варто приділити увагу наповненню каталогу, не слід забувати про зображення та текстові блоки. Каталог можна поділити на розділи за його змістом.

Для кожного музею можна обрати певний колір, який буде використовуватися на плашках, в колонитулах, конструктивних елементів тощо. Для каталога, який буде мати доповнену реальність необхідно додати зображення (іконки), які будуть вказувати місця розміщення інтерактивних елементів (доповненої реальності).

Фотографії залів з експонатами мають бути якісними, розміщеними в модульних сітках, з підписами. На сторінках каталогу зали з експонатами можна розміщати по одному на сторінці, а також можна використовувати розміщення в сітках, з виходом на поля, під обріз або на розвороті.

3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЕКТУВАННЯ

Творчий процес розробки дизайну каталогу як об'єкта проектування включає в себе уважне вивчення вихідних даних та установку конкретних цілей. Враховуючи особливості та потреби цільової аудиторії, відбувається розробка структури та функціональності каталогу. Слід зосередитися на естетичних аспектах, враховуючи гармонію дизайну та зручність взаємодії з користувачами. Під час творчого процесу важливо враховувати цілі та очікування користувачів для досягнення успішності та ефективності проекту.

Творча розробка дизайну каталогу для шести музеїв міста може включати такі кроки:

- Ідентифікація Музеїв
- Загальна Концепція
- Дизайн та Кольори • Структура
- Графічні Елементи
- Вміст та Інформація

Такий підхід допоможе створити привабливий та ефективний каталог музеїв, враховуючи їхню унікальність та специфіку.

3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування

Вибір концепції дизайну каталогу для шести музеїв у місті Хмельницькому обумовлено рядом ключових факторів:

1. Культурний контекст: зважаючи на різноманітність музейних колекцій та їхній культурний контекст, концепція дизайну повинна віддзеркалювати унікальність та різноманіття культурних експонатів.
2. Цільова аудиторія: розуміння потреб та інтересів різних груп відвідувачів допомагає вибрати концепцію, яка найкраще відповідає їхнім очікуванням та сприяє залученню широкого кола аудиторії.
3. Історичні та сучасні елементи: місто Хмельницький, як історичне місто, може виграти від поєднання історичних та сучасних елементів у дизайні, створюючи гармонійну атмосферу.

Обґрунтування вибору концепції враховує вище зазначені фактори та має на меті забезпечити цікавий досвід для відвідувачів музеїв у Хмельницькому.

Формування концепції оформлення каталогу музеїв м. Хмельницького – це комплексний процес, що передбачає ретельний аналіз потреб та очікувань

відвідувачів, а також розробку ефективного дизайну, щоб найкращим чином представити унікальність та різноманіття музейних колекцій.

Оскільки мова йде про каталог музеїв м. Хмельницького, концепція оформлення може відображати цінності та історичні традиції міста, через використання характерних місцевих символів, колірної гами та графічних елементів.

Цільова аудиторія каталогу музеїв м. Хмельницького складається, з місцевих мешканців та гостей міста, які цікавляться історією та культурою регіону. Врахування цього фактору виявляється важливим при розробці концепції оформлення.

Задачі каталогу включають популяризацію та представлення музейних експонатів м. Хмельницького. Таким чином, концепція оформлення може акцентувати увагу на багатстві та унікальності колекцій, за допомогою використання стильних графічних рішень та інтерактивних елементів.

Останнім етапом є розробка дизайн-концепції, яка відобразить унікальність кожного музею м. Хмельницького. Використання відповідних графічних елементів, кольорових палітр та стилю, адаптованих до місцевого контексту, допоможе створити вражаючий та легко запам'ятовуваний дизайн каталогу музеїв м. Хмельницького.

Перший варіант концепції такий: каталог буде вміщати всі музеї Хмельницького, каталог буде мати кількість розділів за кількістю музеїв, кожен розділ буде мати інший колір. Основними кольорами оформлення каталогу будуть кольори логотипу м. Хмельницького. Дизайн сторінок буде доповнений орнаментом, отриманим стилізацією вишивки.

Інший варіант концепції відрізняється від попереднього тим, що каталог містить розділи з інформацією про кожен музей, розділи виділені кольором, кожен розділ має фото з доповненою реальністю, на яке при наведенні телефона можна прослухати коротку інформацію про музей (30-40сек.) і проглянути відео-огляд головної зали.

Для кінцевої розробки каталогу було обрано саме перший варіант концепції.

Стиль був обраний лаконічний, простий, без надмірного декору для створення чистого і сучасного вигляду каталогу. Цей стиль дозволяє підкреслити важливість інформації та надає дизайну лаконічності і елегантності.

Для додання текстурності та глибини до дизайну доцільно використати графічні елементи, такі як лінії і форми. Вони доповнять загальний вигляд каталогу і зроблять його більш привабливим для відвідувачів.

Зображення музеїв, логотип міста та графічні елементи використані для створення атмосфери індивідуальності і унікальності каталогу.

Кольори для каталогу було вирішено взяти з логотипу міста (рис.3.1).

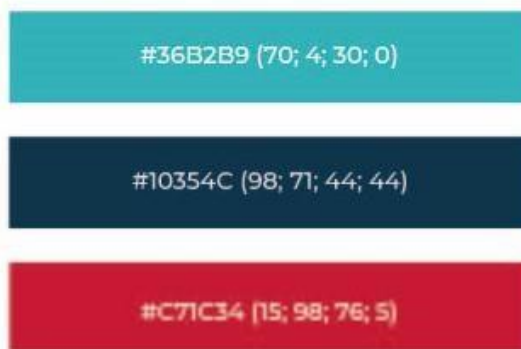


Рисунок 3.1 – Кольори логотипу м. Хмельницького

Забезпечуючи зручну навігацію та відповідаючи потребам користувачів, каталог має структуру з 6 блоків, відповідно до кількості музеїв м. Хмельницького та ідентифікується власним кольором.

Важливим аспектом є розміщення змісту каталогу на його початку, що сприяє зручній навігації та швидкому доступу до інформації. Додатково використані плашки під обріз в колонтитулах допоможе покращити візуальне відображення та виокремлення блоків.

Також креативним рішенням є додавання сторінки з розміщенням зображень усіх шести музеїв.

Текстові блоки міститимуть інформацію про кожен музей таку як: опис самого музею, опис кожної експозиційної зали, години роботи та місце розташування.

Кожен розділ міститиме зображення залів кожного з музею.

Такий підхід до створення каталогу спрямований на створення глибокого та захопливого взаємодії відвідувачів із музейною колекцією м. Хмельницького.

3.2 Розробка варіантів творчих ідей

У ході розробки каталогу, було створено декілька варіантів оформлення обкладинки. Кожен з яких мав на меті якнайкраще ознайомити відвідувачів з музеями міста.

Перших два були розроблені з використанням трьох кольорів: червоного, чорного та білого. У одному з цих варіантів на лицевій частині обкладинки було зображення одного з музеїв, логотип міста та назва, в іншому ж лише логотип міста та назва.(рис.3.2 – 3.3).



Рисунок 3.2 – Перший варіант оформлення обкладинки



Рисунок 3.3 – Другий варіант оформлення обкладинки

Наступні варіанти були дещо схожі на попередні. Вони відрізняються від попередніх кольорами: чорний, білий та зелений, розташуванням логотипу в одному варіанті та відсутністю його в іншому. Також відрізняються шрифти на усх варіантах обкладинок (рис.3.4 – 3.5).

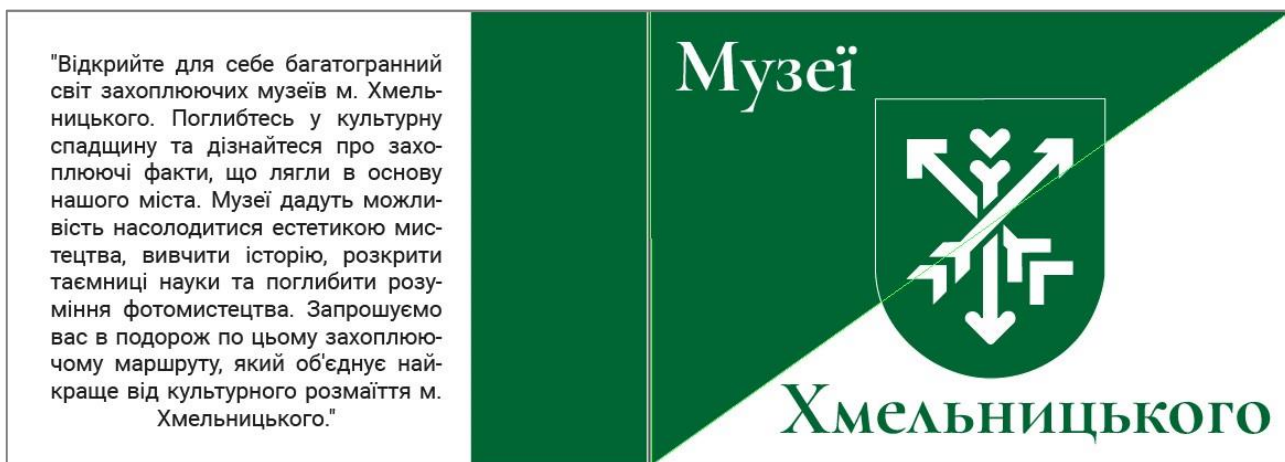


Рисунок 3.4 – Третій варіант оформлення обкладинки



Рисунок 3.5 – Четвертий варіант оформлення обкладинки

Інші два варіанти були не схожі на попередні. В їх основі були також чорні, червоний та білі кольори, але орнамент української вишиванки значно відрізняв їх від попередніх. Курсивний шрифт додавав обкладинці елегантності (рис. 3.6 – 3.7).

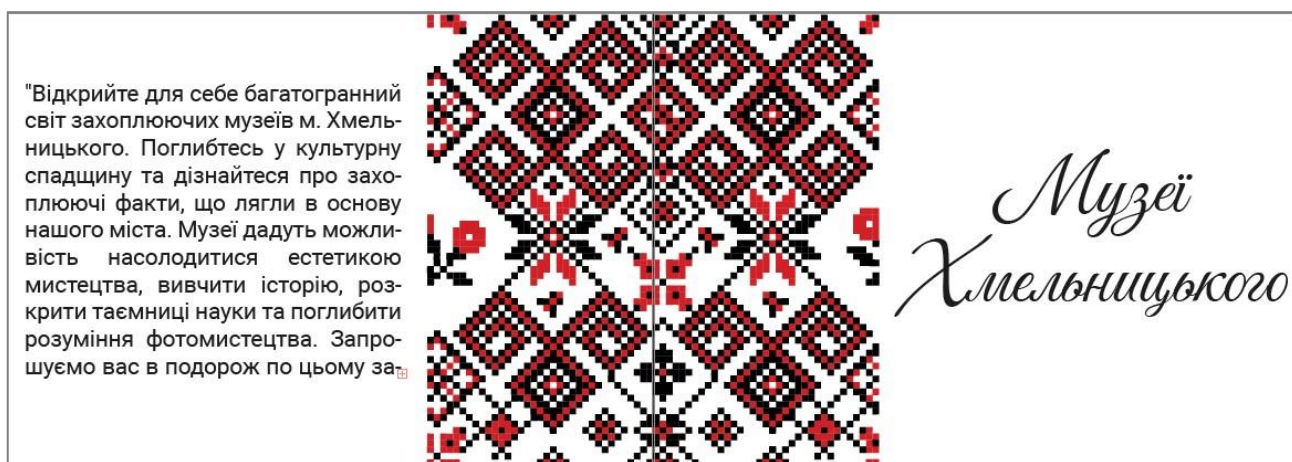


Рисунок 3.6 – П'ятий варіант оформлення обкладинки

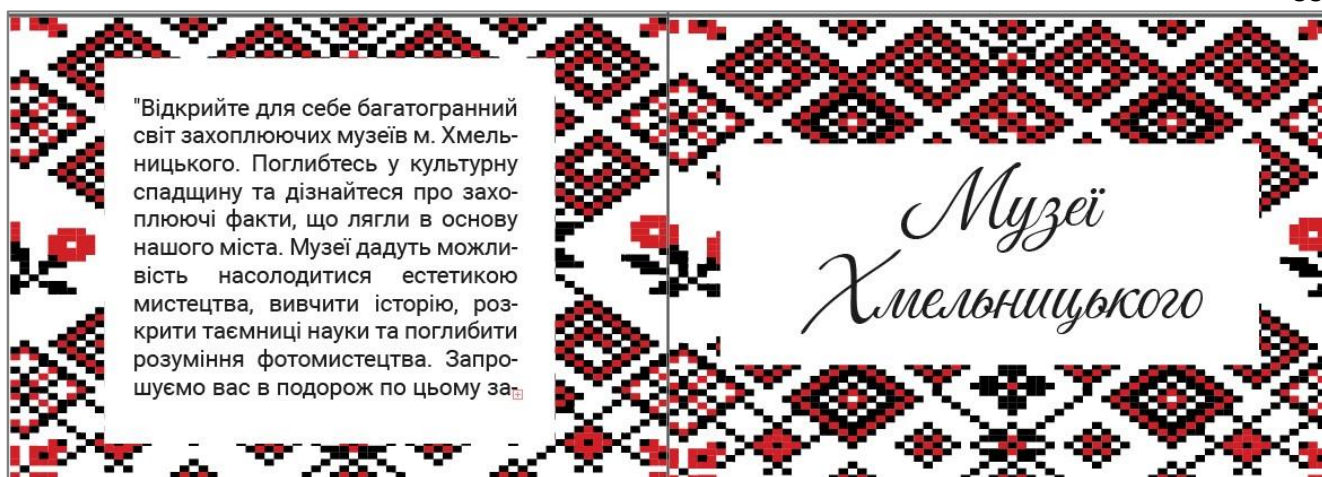


Рисунок 3.7 – Шостий варіант оформлення обкладинки

Наступні три варіанти були розроблені в одній колірній гаммі і включали в себе кольори логотипу м. Хмельницького. Кожен варіант містить в своєму дизайні динамічну шрифтову або графічну композицію. Кольорова гамма була обрана для об'єднання шести музеїв Хмельницького у єдиний каталог, а також для додання енергії та уваги до головної інформації (рис.3.8 – 3.10).

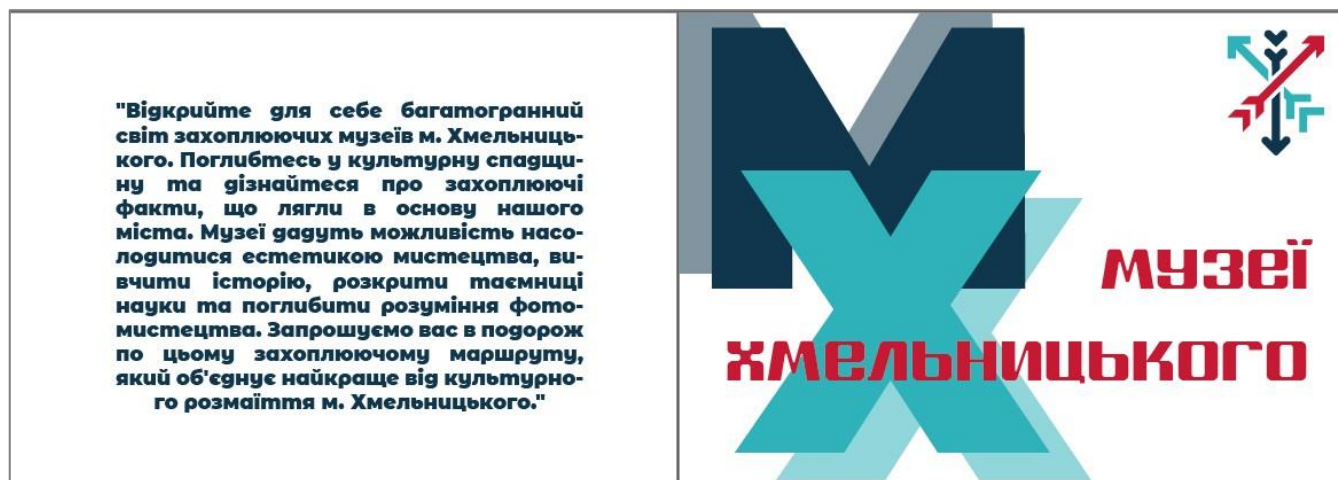


Рисунок 3.8 – Сьомий варіант оформлення обкладинки



Рисунок 3.9 – Восьмий варіант оформлення обкладинки



Рисунок 3.10 - Кінцевий варіант оформлення обкладинки

Такий підхід відображає сучасність музеїв міста Хмельницького, підкреслюючи їхню важливість як культурних осередків.

Кінцевим варіантом обкладинки було обрано третій варіант, що включає в себе логотип міста, графічна композиція що частково нагадує вишиванку та текстові блоки.

Для ідентифікації кожного музею у змісті каталогу та у колонтитулах будуть плашки певного кольору.

Зміст каталогу буде розміщений на перших сторінках. Для зручної навігації міститиме назви розділів з кожним музеєм (рис.3.11).

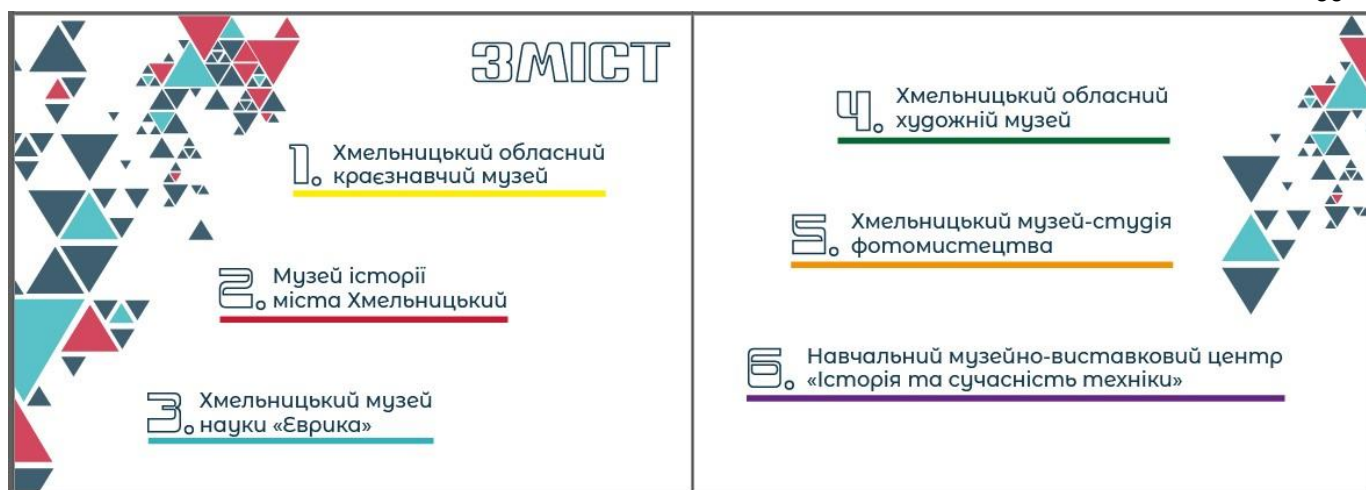


Рисунок 3.11 – Розворот змісту каталогу

Кожен розділ міститиме зображення музеїв та інформацію про них. Також для більшого ознайомлення з музеєм, в каталозі будуть розміщені фотографії кожної експозиційної зали кожного музею та короткий опис (рис.3.12 – 3.13).



Рисунок 3.12 – Розворот каталогу що містить інформацію про музей та зображення музею

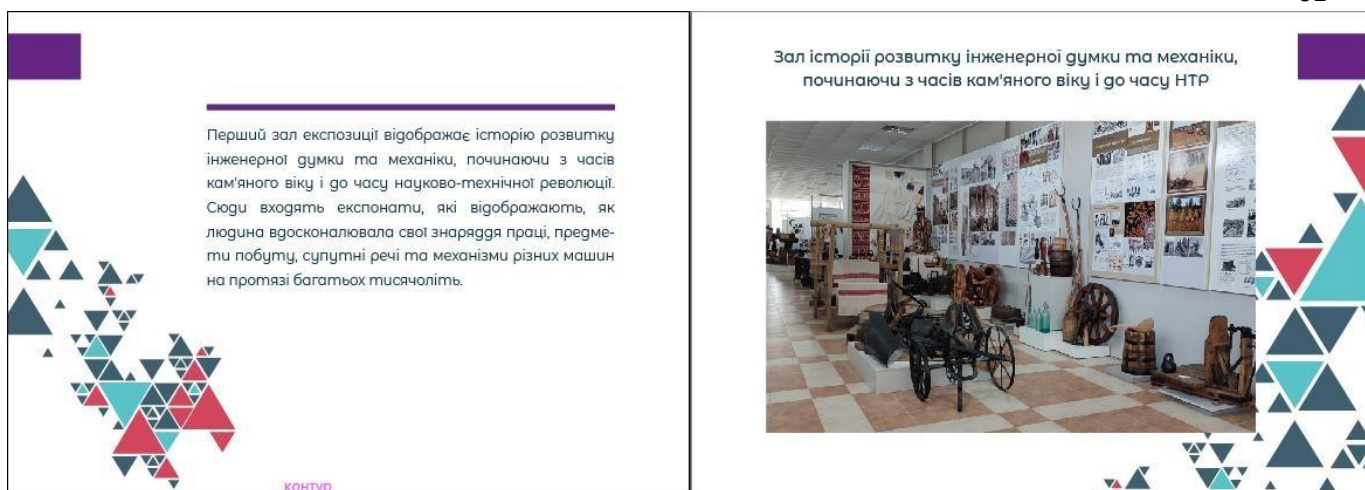


Рисунок 3.13 – Розворот каталогу що містить інформацію про експозиційний зал та зображення цього залу

3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проектування

Головною метою було залучити увагу як місцевого населення, так і туристів, надихаючи їх на відвідування та вивчення культурної спадщини міста. Важливим аспектом став належний порядок та структура вмісту, враховуючи особливості експозицій та вимоги цільового аудиторію, що є ключовим елементом у розробці каталогу музеїв.

Головна ідея дизайну каталогу є ключовим елементом, що визначає його вигляд, сприйняття та вплив на відвідувачів музеїв.

При розробці ідей оформлення даного каталогу було обрано стиль лаконічний, простий, без надмірного декору для створення чистого і сучасного вигляду каталогу.

Елементом навігації є зміст, що допоможе легко орієнтуватись в каталозі та знайти потрібний розділ.

Кожен музей ідентифіковано власним кольором для візуальної зручності.

Також для розробки дизайну каталогу було обрано декілька шрифтів. Для обкладинки це Zvin Serif накреслення Bold на лицевій частині каталогу та Montserrat Alternates накреслення Regular для тексту на звороті. Для заголовків обрано шрифт FRONTRUNNER накреслення Regular. Для основного тексту та Montserrat Alternates накреслення Regular (рис. 3.14 – 3.16)

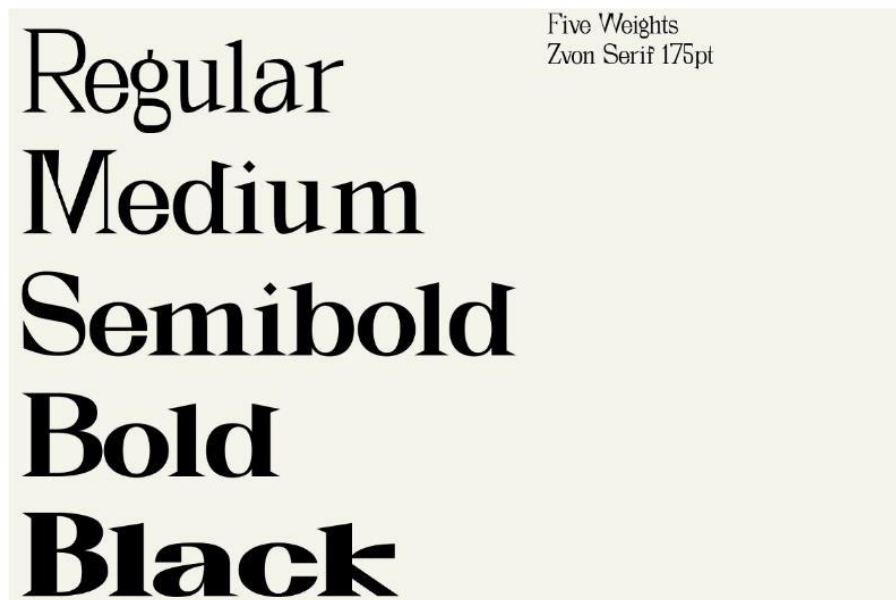


Рисунок 3.14 – Шрифт Zvin Serif

Thin	<i>Thin Italic</i>
Extrat	<i>Extra Italic</i>
Light	<i>Light Italic</i>
Regular	<i>Regular Italic</i>
Medium	<i>Medium Italic</i>
Semi	<i>Semi Italic</i>
Bold	<i>Bold Italic</i>
Extra	<i>Extra Italic</i>
Black	<i>Black Italic</i>

Рисунок 3.15 – Шрифт Montserrat Alternates

FRONT RUNNER
 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
 AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM
 NN OO PP QQ RR SS TT UU VV WW XX YY ZZ
 1234567890 (.,!/?#%&'"/\@:;:)
PENULTIMATE
 THE SPIRIT IS WILLING BUT THE FLESH IS WEAK
SCHADENFREUDE
 3964 ELM STREET AND 1370 RT. 21
 HTTPS://FONTS-ONLINE.RU INFO@FONTS-ONLINE.RU

Рисунок 3.16 – Шрифт FRONTRUNNER

Окрім текстової частини у каталозі велику роль відіграє візуальна складова: фото та графічні елементи. Перш ніж використовувати фото на сторінках видання, зображення потрібно ретельно підготувати.

Щоб після верстки друк був якісним, потрібно обрати фото великого форматного розширення, аби фотографії виглядали чітко на сторінках. Щоб візуальний вміст каталогу виглядав як одне ціле, фото потрібно відредагувати, відретушувати.

Найзручніше виконувати ці дії в програмі Adobe PhotoShop.

Усі елементи дизайну використані з метою створення привабливого, зручного та інформативного каталогу, який відображає багатство та різноманітність культурної спадщини міста.

Отже, у ході творчої розробки каталогу, були враховані основні критерії вибору стилістики, оскільки це дуже важливо для поєднання шести музеїв в одному каталозі. Також було розроблено концепцію створення, яка надихнула на кінцевий варіант каталогу. Кінцевим варіантом став той, який поєднав шість музеїв, за допомогою кольорів логотипу міста Хмельницького та графічних елементів схожих на орнамент вишиванки. Шрифти обирались з метою читабельності та більшого розуміння інформації. Саме тому кінцевий варіант є лаконічний, простий, без надмірного декору для створення чистого і сучасного вигляду каталогу.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було встановлено, що каталог – це систематизоване зібрання інформації або списку елементів, яке часто використовується для зручного пошуку, огляду та доступу до конкретних об'єктів, таких як товари, послуги або експонати, зазвичай організоване за певною структурою або категоріями.

Виявлено, що основними вимогами до розроблення каталогу музеїв міста Хмельницького є: привабливий та цікавий дизайн, який поєднає всі музеї, зручна навігація для легкого пошуку інформації в каталозі, стисла інформація про кожен

музей та кожен експозиційний зал, наявність інформації про розташування та години роботи, якісні фотографії, зручний формат та чіткий читабельний шрифт.

Вибір та аналіз музеїв міста Хмельницького для каталогу дозволив визначити що, в м. Хмельницький знаходяться декілька музеїв, а саме: Хмельницький обласний краєзнавчий музей, Музей історії міста Хмельницький, Хмельницький музей науки «Еврика», Хмельницький обласний художній музей, Хмельницький музей-студія фотомистецтва, Навчальний музейно-виставковий центр «Історія та сучасність техніки». Всі ці музеї поєднує їх розміщення в місті Хмельницький, а також їхня роль у збереженні та популяризації культурної, історичної, наукової та художньої спадщини регіону. Кожен із цих музеїв має свою унікальну експозицію, яка відображає різні аспекти місцевої та загальноукраїнської історії і культури. Вони активно залучають відвідувачів через проведення виставок, майстер-класів, лекцій та інших заходів, спрямованих на поширення знань і культурного збагачення громади. Таким чином, ці музеї є невід'ємною частиною культурної спадщини міста Хмельницький.

Грунтуючись на проведеному історичному огляді дизайну каталогів встановлено, що каталог у музейній сфері є досить популярним джерелом поширення інформації. Раніше каталоги музеїв містили здебільшого лише інформацію про кожен експонат і зовсім не багато фото. В сучасному світі ж навпаки, в каталозі можна ще й розглянути детальніше кожен експонат. З появленням новітніх технологій почалось створення інтерактивних каталогів та каталогів із доповненою реальністю. Також досить цікавим і зручним для відвідувачів музеїв є процес цифровізації інформації.

На основі сформованих вимог до рекламних каталогів та виборі музеїв для каталогу розроблено дві концепції. Кожна концепція спрямована на можливість якнайкраще ознайомити відвідувачів з музеями міста. Для розробки каталогу обрано концепцію, згідно якої кожен розділ каталогу містив інформацію про один музей і кожен розділ був виконаний в певному кольорі.

Розроблено електронний макет каталогу. На титульній сторінці використано шрифт Zvin Serif накреслення Bold, який узгоджується з орнаментом. Текст про музеї набрано шрифтом Montserrat Alternates накреслення Regular. Колонцифри розміщені на кольорових плашках на полях. Формат каталогу 210x297 (А4), містить 56 сторінок. Для сторінок каталогу обрано крейдований папір щільністю 115 г/м². Обкладинка виготовлена з крейдованого паперу щільністю 350 г/м². Тип зшивання каталогу - клеєве безшовне з'єднання.

Каталог виконано в матеріалі.

Етапи роботи над каталогами представлені на 6 планшетах, зображення яких представлено в додатку Б, рис.Б.1 – Б.6.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Що таке каталог? Каталог сайтів, DMOZ | SEO Вікіпедія. Розкритка сайту, просування сайтів в пошукових системах. URL: <https://igroup.com.ua/seoarticles/kataloh/> (дата звернення: 15.02.2024).
2. Розробка дизайну каталогу: верстка та оформлення. Друк поліграфії ►Замовити Онлайн Друкарня Vizitka.com. URL: <https://vizitka.com/uk/dizayn-kataloga> (дата звернення: 15.02.2024).
3. LIST.IN.UA. URL: <https://1ll.ink/plMM2> (дата звернення: 25.02.2024).
4. Хмельницький національний університет. ВУЕ. URL: <https://1ll.ink/us8zi> (дата звернення: 25.02.2024).
5. Хмельницький. ХНУ. Музей «Історія та сучасність техніки». terwik – LiveJournal. URL: <https://terwik.livejournal.com/236886.html> (дата звернення: 25.02.2024).
6. Музей цікавої науки Еврика. Мандруємо музеями Хмельницького. URL: <https://1ll.ink/s7j0X> (дата звернення: 27.02.2024).

7. Учасники проектів Вікімедіа. Музей історії міста Хмельницького – Вікіпедія. URL: <https://11l.innk/70oI8> (дата звернення: 27.02.2024).
8. Учасники проектів Вікімедіа. Хмельницький обласний краєзнавчий музей – Вікіпедія URL: <https://11l.innk/51Mfx> (дата звернення: 27.02.2024).
9. Як створити успішний рекламний каталог URL: <https://vpm.rv.ua/uk/statti/yakstvoryty-uspishnyy-reklamnyy-katalog> (дата звернення: 13.03.2024).
10. Учасники проектів Вікімедіа. Хмельницький музей-студія фотомистецтва – Вікіпедія. URL: <https://11l.innk/6ZThj> (дата звернення: 15.03.2024).
11. Учасники проектів Вікімедіа. Хмельницький обласний художній музей – Вікіпедія. URL: <https://11l.innk/k7BEp> (дата звернення: 15.03.2024).
12. Виадук Телеком. Виадук-Телеком. Розробка документоорієнтованих баз даних. URL: <https://www.viaduk.net/viaduk/web5ua.nsf/0/B074F64238BB3F9EC225726F0051CB4F> (дата звернення: 17.03.2024).
13. Види каталогів. Типографія в Києве. Лучшие цены | полный комплекс услуг оперативной полиграфии | офсетная печать, дизайн полиграфия, шелкотрафаретная печать, ламинирование, персонализация | типография «РВСПринт». URL: <https://rvs.com.ua/ua/articles/339-vidi-katalogiv> (дата звернення: 17.03.2024).
14. Вимоги до макетів для друку поліграфічної продукції. Широкоформатний, цифровий, ультрафіолетовий друк у Львові URL: https://formatlv.com.ua/requirements/requirements_digital/ (дата звернення: 20.03.2024).
15. Учасники проектів Вікімедіа. Ретроспектива – Вікіпедія. URL: <https://11l.innk/aoy08> (дата звернення: 21.03.2024).

16. The Museum Catalog. McGraw Graphics URL: <https://www.mcgrawgraphics.com/pages/the-museum-catalog> (дата звернення: 23.03.2024).
17. Lubar's. Cataloging History. Medium. URL: <https://lubar.medium.com/cataloginghistory-eac876941db6> (дата звернення: 24.03.2024).
18. Каталоги – Чернігівський історичний музей ім. В.В. Тарновського. URL: <https://1ll.ink/EZ6QF> (дата звернення: 27.03.2024).
19. Каталогізація музейного зібрання: проблеми та перспективи - Дніпропетровський національний історичний музей. Дніпропетровський національний історичний музей - Музейні виставки та заходи, опис колекцій, останні новини з музейного життя. URL: <https://www.museum.dp.ua/uk/article012/> (дата звернення: 29.03.2024).
20. У Миколаєві презентували друкований мариністичний каталог. Суспільне | Новини URL: <https://suspilne.media/mykolaiv/598625-cifrovizacia-kolekcij-umikolaevi-prezentuvali-drukovanij-marinisticnij-katalog/> (дата звернення: 01.04.2024).
21. Цифровізація: переваги та шляхи подолання викликів. Центр Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/tsyfrovizatsiia-perevagy-ta-shliakhy-podolanniavyklykiv> (дата звернення: 05.04.2024).
22. Каталог музеїв при навчальних закладах України | Педагогічний музей України. Педагогічний музей України | Національна академія педагогічних наук України. URL: http://pmu.in.ua/museum_pedagogics/school_museums/museum_catalog_edu/ (дата звернення: 07.04.2024).
23. Учасники проєктів Вікімедіа. Концепція – Вікіпедія. URL: <https://1ll.ink/nIWmV>

(дата звернення: 11.04.2024).

24. Бренд міста. Бренд міста. URL: <https://brand.khm.gov.ua/> (дата звернення: 10.05.2024).

25. Унікальний орнамент вишиванок: від Львова до Луганська. URL: <https://hojra.com.ua/porady/unikalnyj-ornament-vyshyvanok-vid-lvova-luganska/>

(дата звернення: 10.05.2024).