

ІНФОРМАЦІЙНА РЕКЛАМНО-ТУРИСТИЧНА ПРОДУКЦІЯ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Петрашук С. А.¹, Ковтун І. І.²

Хмельницький національний університет, Україна

E-mail: ¹petrashchuksv@khmnu.edu.ua, ²kovtunih@khmnu.edu.ua

Для популяризації міст і регіонів України, залучення через туристичний бізнес коштів та інвестицій у розвиток місцевих громад та для презентації різноманітних великих чи місцевого значення туристичних локацій розробляються такі види інформаційної рекламно-туристичної продукції як:

- туристичні путівники;
- гіді по відомих локаціях;
- туристичні путівники-плани чи туристичні мапи;
- фотокниги та фотоальбоми визначних місць [1].

У Хмельницькому, починаючи з 2016 року, почав реалізацію проєкт «Створення інноваційних об'єктів туристичної інфраструктури Хмельницького регіону». Проєкт започатковано насамперед для того, щоб змінити стереотипне враження від Хмельницького як від «базарного» міста. В межах проєкту утворено туристично-логістичний центр та туристичний календар фестивалів та спортивних подій міста (рис. 1). Цей календар хмельницьких подій має розмір 100×70 мм в складеному вигляді. В розгорнутому вигляді цей календар має формат А3, з одного боку якого календар фестивалів та спортивних подій, а з іншого – план центру м. Хмельницького з найцікавішими туристичними локаціями.

Кілька років тому затверджено Програму «50 кроків, що змінять місто» як програму розвитку Хмельницького у сфері культури. У програмі відведено розділ для інформування з розвитку туристичної галузі міста. В планах керівництва містом є розроблення окремої програми для розвитку туризму [2]. Однак, поки на цих планах дуже позначається повномасштабне вторгнення і військові дії проти нашої країни російською федерацією.



Рис. 1. Туристичний календар фестивалів та спортивних подій

Варто відзначити проведений відкритий творчий конкурс для розробки бренду і брендбуку міста Хмельницького, що був проведений у 2018 році. В конкурсі було заявлено 24 учасники зі всієї України, а переможцями стали все ж таки хмельницькі дизайнери. В логотипі-переможцеві залишено певні риси, які сформувались і прижилися у старому логотипові: найбільш характерні елементи гербу – три стріли. Тепер ця композиція зі стріл символізує перетин безлічі можливостей, що відкриває Хмельницький для кожного, символізує безліч напрямків розвитку (рис. 2). Хмельницький весь час новий та креативний, він змінюється і стрімко розвивається, але зберігаючи свої традиції – саме таке розуміння місії міста є в основі концепції його бренду.



а) історичний герб



б) сучасний стилізований логотип

Рис. 2. Символи міста Хмельницького

Міська влада заохочує активне використання логотипу міста, шрифтів та зображень. По різних локаціям міста встановлені сенсорні інфостенди (рис. 3) та інформаційні стенди з історією міста (рис. 4), які слугують джерелом інформації для мешканців та гостей міста.

Також організований модульний туристичний інфоцентр (ТІЦ), розроблений централізований Інтернет-портал, що містить інформацію про туристичні центри регіону та логістичні дані, який знаходиться за

інтернет-посиланням <https://khmel.travel/>. ТІЦ розміщений біля кінотеатру Шевченка – в самому серці Хмельницького (рисунк 5). Його офіційне відкриття відбулося в рамках святкування 590-річчя міста у 2021 році [3]. Туристи, гості регіону зможуть тут знайти необхідну для себе інформацію: транспортні послуги, туристичні маршрути, придбати сувенірну продукцію та одяг з логотипом міста (рис. 6-7).



Рис. 3. Сенсорний стенд



Рис. 4. Інфостенд

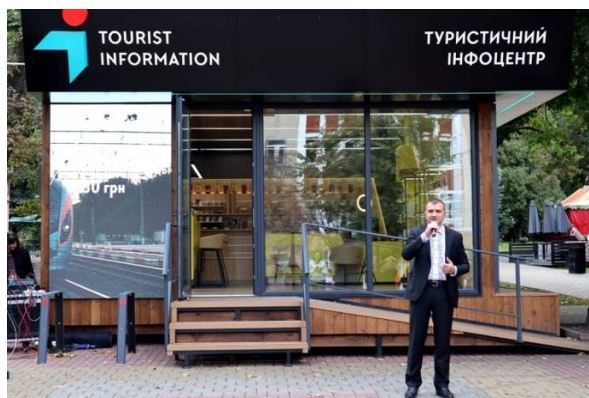


Рис. 5. Туристично-інформаційний центр у Хмельницькому



Рис. 6. Туристична інформація та сувенірна продукція, наявна в ТЦ Хмельницького

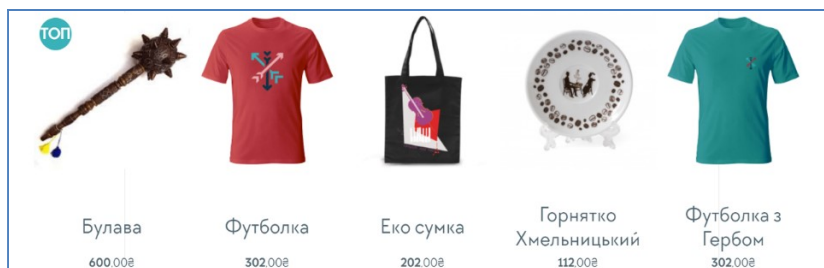


Рис. 7. Наявна сувенірна продукція і сувенірний одяг, представлений на туристичному порталі

Саме для популяризації як самого міста, так і Хмельницької області, для надання гостям міста та й самим хмельничанам якісних туристичних послуг та достовірної інформації про цікаві місця та маршрути Хмельницького регіону і створено туристичний інфоцентр. А реалізовано створення ТЦ завдяки грантовим коштам ЄС та спеціальної «Угоди про фінансування програми у галузі туризму» [3].

Про місто Хмельницький видано кілька цікавих фотокниг. На рисунку 8 представлено книгу Сергія Єсюніна «Незнане Поділля». У виданні зібрані нариси історії Поділля та Південної Волині (територія Хмельницької області) [4].

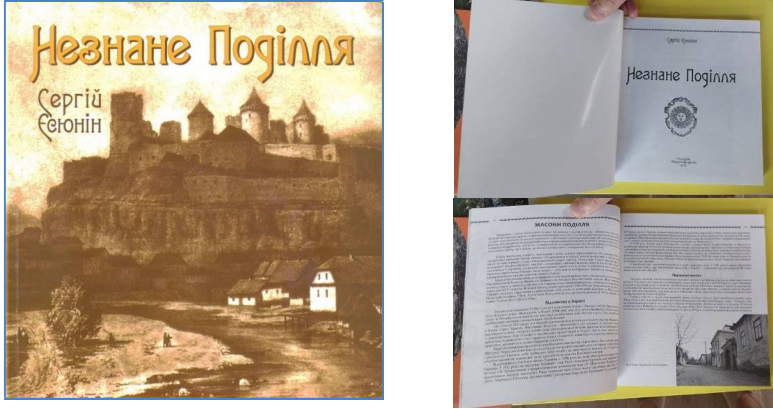


Рис. 8. Книга С. Єсюніна «Незнане Поділля»

У фотокнизі «Вулиці міста Хмельницького», складеної Сергієм Єсюніним – дослідником місцевої історії, подано інформацію про 972 хмельницьких цікавинки: вулиці, провулки, проїзди, майдани. Видання має бути цікавим як для місцевих читачів, так і для іномістян, що цікавляться історією нашого міста. Книга є довідковою та історичною, а також маленькою енциклопедією, де за абеткою подана інформація про майже кожен вулицю. Також у книзі є історії назв вулиць, провулків чи проїздів. Перше видання фотокниги Сергія Єсюніна опубліковано 2008 р. і мало інформацію щодо 525 вулиць, перевидання якого 2018 р є з доповненнями вже про 972 вулиці [5].

Перший варіант книги 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. 9).



Рис. 9. Перший і новий примірники книги «Вулиці Хмельницького»

В каталозі «Подорожуй з Хмельницького» є найбільш привабливі для туристів локації по Хмельницькому і області (рис. 10).

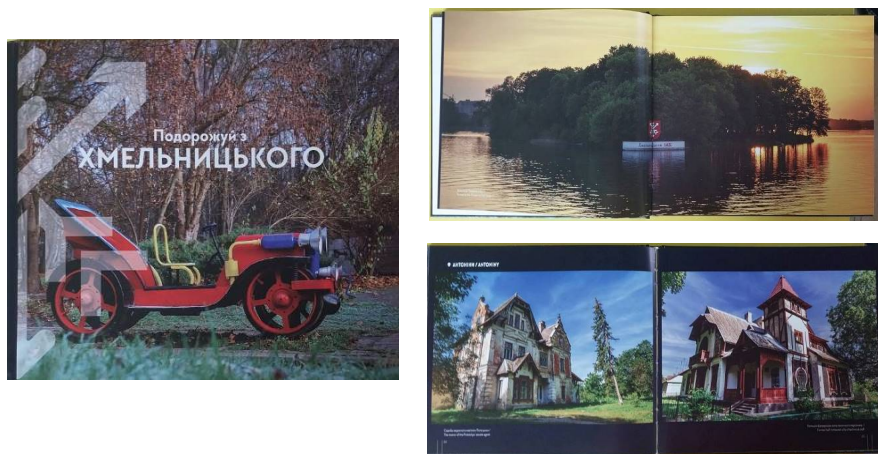


Рис. 10. Туристичний каталог «Подорожуй з Хмельницького»

Вперше в історії краєзнавчого музею у 2019 році вдалося видати каталог (рис. 11), в якому зібрані експонати, які зберігаються в Хмельницькому обласному музеї.

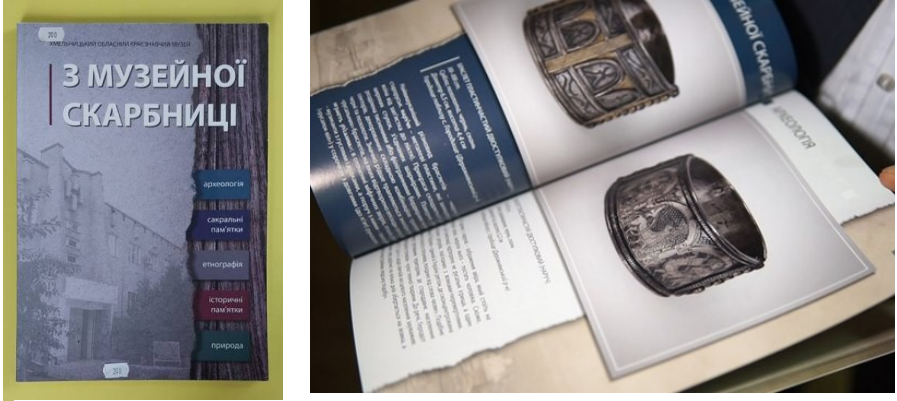


Рис. 11. Каталогне видання Хмельницького краєзнавчого музею

Аналізуючи друковану туристичну поліграфічну продукцію м. Хмельницького і Хмельницької області, створену для їх популяризації серед відвідувачів і туристів, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день важливим і актуальним є розробка таких видів туристичної реклами як каталоги міських чи регіональних туристичних цікавинок із мапами та об'єктами екологічного, історико-культурного, релігійного, зеленого, спортивного, розважального, гастрономічного й інших різновидів туризму, фотоальбоми із зображеннями унікальних локацій тощо.

На сьогодні в Хмельницькому спостерігається нестача продукції туристичного спрямування. Видань, присвячених архітектурі міста, історичним будинкам, паркам та іншим цікавим локаціям не існує зовсім. Тому графічним дизайнерам варто звернути увагу на нестачу подібної продукції і розробити відповідні каталоги, які будуть сприяти популяризації Хмельницького як туристичного міста.

Література

1. Петрашук С. А. Графічний дизайн та реклама / С. А. Петрашук. – Хмельницький: ХНУ, 2022. – 174 с.
2. Проскурів: інформаційно-аналітична газета [Електронний ресурс]: [веб-сайт]. – Режим доступу: <https://proskuriv.khm.gov.ua/2019/06/06/> – Хмельницький туристичний ламаємо стереотипи. Актуальне інтерв'ю (дата звернення 21.06.2023).

3. Vsim.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrisnij-turizm-v-ukraini-zrostaє-popri-bojovi-dii.html>. – У Хмельницькому відкрили туристичний інфоцентр. Як виглядає і що там продають (дата звернення 22.06.2023).
4. Єсюнін С. М. Незнане Поділля / Сергій Єсюнін. – Городок : Бедрихів край, 2012. – 156 с.
5. Єсюнін С. Вулиці міста Хмельницького / С. Єсюнін. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Тернопіль : Андрійшин В. П., 2018. – 160 с.

ЛИСТІВКА ЯК РЕСУРС ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ РІЗНОВИДИ

Селезньова А.В.

Хмельницький національний університет, Україна

E-mail: sellannyshka@gmail.com

Листівка або відкритий лист – це особливий вид поштової картки для відкритого листа без конверта. У [1, 3] вказується й інше значення, де листівка – це друкований чи рукописний аркуш із злободенним, агітаційним змістом. Так як лицьова сторона листівки має якийсь повноформатне (що займає всю площу) зображення, а її зворотна частина призначена для написання повідомлення та адреси одержувача та відправника, а також для наклеювання поштової марки, автор [5] справедливо пропонує таке визначення: листівка – це лист на папері, що містить адресу, марку, ілюстрацію та текст повідомлення.

З визначення випливає, що спочатку листівка була носієм інформації або одним із засобів комунікації один з одним. На сьогоднішній день функція листівки набагато ширша – це не тільки носій інформації, а й творів мистецтва, особлива форма для вираження та існування художнього змісту, що візуалізується через певний естетичний об'єкт – зображення.

Дизайн листівки відображає все, що відбувається навколо, всі історичні події та зрушення, а також узагальнює та інтегрує найвизначніші проблеми людини, викликає інтерес до них, зумовлює їх усвідомлення. Адже дуже часто можна спостерігати, що за допомогою друкованої листівки відтворюються історичні події, вшановуються видатні особи епохи та культури, формуються певні цінності, а деякі поштові листівки випускаються та використовуються як пам'ять та зберігання (колекціонування).