

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

**РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ЕНЦИКЛОПЕДІЇ УКРАЇНСЬКИХ
МАРОК**

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг2-20

Кукуруза А.С.

Науковий керівник к.т.н., доцент.

Мельник Л.М.

Рецензент. д.п.н., проф..

Єжова О.В.

Київ 2024

АНОТАЦІЯ

Кукуруза А.С. Розробка дизайну енциклопедії українських марок. -
Рукопис.

Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

Кваліфікаційну роботу присвячено створенню цілісного та привабливого інформаційного джерела, яке буде корисним для філателістів, колекціонерів, дослідників та широкої аудиторії, яка цікавиться культурою та історією України через призму філателії. Проаналізовано та систематизовано інформацію про історію та значення марки, їх художній дизайн. Визначено, що дизайн енциклопедій доповнює інформацію, приваблює читачів і в цілому, надає книзі оригінальний естетичний зовнішній вигляд.

Для того, щоб виокремити енциклопедію марок з-поміж інших книжок, використано оригінальну композицію, стильове, колористичне, шрифтове вирішення. Розроблено книгу загадковою та фантастичною, за рахунок ілюстрацій. Завдяки обраній техніці виготовлення художньої частини проект виглядає гармонійно і цілісно поряд з текстовими блоками.

Ключові слова: марка, шрифт, композиція, дизайн-проекування.

SUMMARY

Kukuruza A.S. Development of the design of the encyclopedia of Ukrainian stamps. - Manuscript.

Qualifying work of a higher education applicant of the first (bachelor) level in the specialty 022 Design - Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2024.

The qualification work is dedicated to the creation of a coherent and attractive information source that will be useful for philatelists, collectors, researchers and a wide audience interested in the culture and history of Ukraine through the prism of philately. The information about the history and meaning of the brand, their artistic design has been analyzed and systematized. It was determined that the design of encyclopedias complements information, attracts readers and, in general, gives the book an original aesthetic appearance.

In order to distinguish the encyclopedia of brands from other books, an original composition, stylistic, coloristic, font solution was used. The book is designed to be mysterious and fantastic, thanks to the illustrations. Thanks to the chosen technique of making the artistic part, the project looks harmonious and integral together with the text blocks.

Key words: stamp, brand, font, composition, design.

ЗМІСТ

ВСТУП.....5

РОЗДІЛ 1 АНАЛІТИЧНИЙ

1.1 Етапи еволюції графічного дизайну поштових марок в Україні.....9

1.2 Відтворення інформації через графічний дизайн поштових марок..15

1.3 Символіка як засіб впливу на аудиторію та формування уявлень...18

1.4 Приклади успішних дизайнів енциклопедій.....25

Висновки до розділу 1.....28

РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНИЙ

2.1 Історія виникнення енциклопедії.....29

2.2 Концептуальна розробка дизайну енциклопедії. Аналіз прототипів 37

2.4 Розробка ескізів та вибір остаточного варіанту дизайну42

Висновки до розділу 2.....46

РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ

3.1 Вибір остаточного образу, кольору та форми для реалізації дизайну обкладинки.....47

3.2 Вибір шрифту ВОЛЯ.....51

3.3.Розробка ескізів та вибір остаточного варіанту дизайну (метод, розробка, виготовлення).....53

Висновки до розділу 3.....57

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ58

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....62

ДОДАТКИ.....68

ВСТУП

Енциклопедія (від лат. *encyclopaedia* від дав.-гр. *ἐγκύκλιος παιδεία* — «кругнаук», дав.-гр. *κύκλος* — коло і дав.-гр. *παιδεία* — навчання, наука) — «коло наук», сукупність наукових знань з широкого кола питань. Енциклопедією називають також науково-довідковий посібник, що містить поняття наук або дисциплін (переважно у формі словника). У широкому розумінні — збірка наукових відомостей і довідок на різні теми, призначена для широкого кола читачів. Енциклопедія у сучасному для нас виді і вигляді, з'явилася тільки в XVIII столітті. Першоджерелом для неї став словник. У словниках містяться тільки слова і їх визначення, даючи читачеві мінімум інформації і нерідко не дозволяючи йому зрозуміти значення і використання терміну або як цей термін відноситься до більш широкого кола знань. Щоб усунути ці недоліки, енциклопедія глибше проникає в кожен висвітлюваний нею предмет і містить підсумок накопиченого про нього знання. Енциклопедія може в себе вмщати географічні карти, ілюстрації, а також бібліографію та статистику.

Актуальність теми. Графічний дизайн як вид сучасного мистецтва, в інформаційну епоху, міцно утримує лідируючі позиції серед творчих засобів пізнання світу. Завдяки поєднанню естетичності та функціональності підходів до художнього осмислення і репрезентації замислу, дозволяє візуально інтерпретувати, експресивно транслювати та увічнювати сюжетну лінію засобами графічного кодування.

Поштова марка є важливим культурним та історичним артефактом, що відображає етапи розвитку нації, її досягнення, події та культурні цінності. В Україні поштові марки набули особливої значущості, відображаючи багату історію, культурну спадщину та національні символи. Розробка дизайну енциклопедії, присвяченої українським поштовим маркам, є актуальним

завданням, оскільки така енциклопедія стане важливим джерелом інформації для дослідників, колекціонерів та всіх, хто цікавиться історією України.

«Енциклопедія українських марок» – це книга яка може стати відправною точкою та одним з найпопулярніших і наймасовіших способів такої комеморації в Україні під час воєнного стану. У даному випадку, поштові марки, окрім ідентифікаційного та економічного потенціалу, виступають потужним агітаційним джерелом і художнім об'єктом дослідження для мистецтвознавців.

Метою роботи є розробка дизайну енциклопедії українських поштових марок, що відобразить культурну та історичну спадщину України. Завдання дослідження:

- Аналіз існуючих зразків дизайну поштових марок та енциклопедій;
- Розробка концепції дизайну обкладинки та внутрішніх сторінок енциклопедії;
- Вибір оптимальної кольорової гами, шрифтів та графічних елементів;
- Реалізація дизайну з урахуванням сучасних вимог та тенденцій у графічному дизайні.

Об'єкт дослідження: дизайн та ілюстративне наповнення енциклопедії про українські марки.

Предмет дослідження: композиційно-графічні особливості енциклопедії з ілюстраціями зробленими за допомогою комп'ютерної візуалізації та їх поєднання у цілісне книжкове видання.

Методи дослідження: застосовано метод порівняльного аналізу для визначення тематики та сюжету енциклопедій. Історичний метод дозволив розглянути розвиток використання енциклопедії в хронологічній послідовності, в результаті чого отримано додаткові знання про досліджуваний об'єкт.

Наукова новизна: одержаних результатів дослідження полягає у створенні сучасного дизайну енциклопедії українських марок, систематизації

теоретичних знань, праць і досліджень. Це допомагає отримати і більш глибоко закріпити знання з даної теми, ширше осягнути матеріал. Через аналіз графічного дизайну марок ми можемо зрозуміти, як цей мистецький вираз відображає культурну та національну ідентичність, викликаючи патріотизм та гордість. Ця робота має важливий соціокультурний та історичний вимір, який виходить за межі лише філателії, розширюючи розуміння та апresiasi впливу графічного дизайну поштових марок на культуру та історію України.

Практичне значення одержаних результатів

1. Підвищення культурної обізнаності

Дизайн енциклопедії українських поштових марок сприяє популяризації української культури та історії серед широкої аудиторії. Візуальні елементи, такі як поштові марки, відображають важливі історичні події та культурні досягнення, допомагаючи читачам краще розуміти національну спадщину.

2. Освітня цінність

Енциклопедія може використовуватись як навчальний матеріал у школах та університетах. Вона забезпечує інтерактивний та візуально привабливий спосіб навчання, що сприяє кращому засвоєнню інформації про історію та культуру України.

3. Колекційна цінність

Дизайн обкладинки робить енциклопедію привабливою для колекціонерів. Використання унікальних зображень поштових марок підвищує її цінність як колекційного видання.

4. Естетична привабливість

Енциклопедія, завдяки своєму сучасному дизайну, є привабливою для широкої аудиторії. Використання шрифту ВОЛЯ та геометричних форм додає дизайну обкладинки естетичної привабливості, роблячи книгу привабливою на книжкових полицях.

5. Підтримка національної ідентичності

Обрані кольори та шрифти символізують національну ідентичність та культурну спадщину України, що сприяє зміцненню національної гордості серед читачів.

6. Комерційний потенціал

Візуально привабливий дизайн обкладинки підвищує комерційний потенціал енциклопедії, роблячи її більш конкурентоспроможною на ринку друкованих видань. Це сприяє збільшенню продажів та популяризації видання.

7. Міжнародне визнання

Дизайн енциклопедії може бути використаний для представлення української культури на міжнародному рівні. Він допомагає демонструвати досягнення українських дизайнерів і художників, підвищуючи престиж країни на світовій арені.

Ці практичні аспекти підкреслюють важливість і багатогранність результатів, отриманих в процесі розробки дизайну енциклопедії українських поштових марок.

РОЗДІЛ 1 АНАЛІТИЧНИЙ

1.1 Етапи еволюції графічного дизайну поштових марок в Україні

З проголошенням Незалежності України почалося відродження української поштової марки. З'явилася видатна плеяда майстрів художньої мініатюри: Юрій Логвин, Олексій Штанко, Олександр Івахненко, Олег Снарський та інші.

1 березня 1992 року було введено в обіг перші марки незалежної України – «500 років українського козацтва» та «100-річчя першопоселення українців у Канаді». На цих марках вперше було зазначено «Пошта України». З 1994 року Україна починає друкувати поштові марки на теренах власної держави.

За роки незалежності України на художніх поштових марках вшановано видатних людей країни – Володимира Великого, Ярослава Мудрого, Анну Ярославну, Богдана Хмельницького, Івана Мазепу, Данила Галицького, Івана Огієнка, Михайла Грушевського. Марки першого випуску до поштового обігу вводились поетапно, протягом 1992–1993 рр., номінали у купуно-карбованцях (Бехтір. ред. 1997, с.17–18). Художник В. Дворник вибрав ескіз марки Української Народної Республіки зразка 1918 р. номіналом у 30 шагів. [1] Автором 30-шагової купюри, був талановитий і самобутній художник, шрифтовик, видатний графік, професор Георгій Нарбут. У центрі малюнка він зобразив портер дівчини у віночку з польових квітів і колосків пшениці. Образ дівчини у традиційно-національному дівочому вбранні уособлював народний український образ «Нарбутівки» – таку назву отримали ці марки серед колекціонерів. Слід згадати про перші поштові марки Української Народної Республіки. [15] Це марки-шагівки, які були введені до поштового обігу у 1918 р. (5 номіналів у шагах), за технологічним признанням класифіковані як «марки-гроші», тобто не є стандартними, а все ж таки були першими,

відображали символи державності та віддзеркалювали національні традиції та особливості. Другий (1993 р.) і третій (1994 р.) стандартні випуски мали загальну тему – Етнографічні сюжети «Давня Україна» (Бехтір. ред. 1997, с.34–35). Автор тринадцяти сюжетів відомий український художник і письменник Ю. Логвін. Сюжетні лінії цих випусків відображають буденну працю селян – косарів, чумаків, чабанів, жниць, орачів, пасічників, рибалок, гончарів, тому марки і отримали відповідну назву. Кожна марка відображає типові персонажі того чи іншого регіону. Так, на марці «косарі на Південній Буковині» зображені селяни на косовиці. Наступний сюжет «слобожанські чумаки по дорозі з Криму» – п'ять маж (чумацьких возів) прямують курним степовим шляхом повз кургану з кам'яною бабою. На марці «чабан» зображений чабан із отарою овець на Півдні України – Таврії. Граючи на сопілці він утримує довгу гирлигу, яка є невід'ємним інструментом і символом вівчарства. Наступна марка «пасічники» відображає пасіку, на якій біля вуликів-дуплянок (пнями) працюють бджолярі. На тлі марки «жниці» художник продемонстрував епізод жнив. У центрі зображені жінки, які серпами жнуть пшеницю. Прототипом жниць стали селянки Черкащини. Мотив марки «орачі» відображає плугарів із плугами із запряженими в них парою волів, яких поганяють погоничі, на пагористому подільському лані. Незвичайний сюжет марки «рибалка». Задумка художника полягає в тому, щоб передати давній спосіб рибальства на сома. На малюнку зображений рибалка в човні-довбанці на Дніпрі, якій за допомогою клокуши (її звуки імітує квакання ропавки), вудить сома.[16] Гончарство – тема наступного сюжету поштової стандартної марки, яка характеризує традиційний вид господарської діяльності та мистецької культури українців. У центральній частині марки автор зобразив фігуру гончара, який на гончарному крузі створює глиняний глечик. На другому плані представлені горщики, макітри, куманці, полумиски, жбани – одні із найбільш уживаних видів глиняного посуду українців. У господарстві вони практично незамінні, оскільки

мають широку сферу застосування, міцно пов'язані з традиційною кулінарією. Поштові мініатюри четвертого «стандарту» (1995 р.) присвячені сучасному міському транспорту.[3] Ідея художника Василя Дворника полягала у тому, щоб представити не тільки автомобільний транспорт вітчизняного автовиробника, але й поєднати із впізнаваними архітектурними пам'ятками міст Дніпра, Луганська, Львова. Спираючись на світовий багаторічний досвід, художня Рада Видавництва «Марка України» затвердила перші ескізи серії «Квіти», які були введені у квітні 2001 р. У 2006 р. ввели шостий «стандарт», який підніс красу квітучого бузку, запашної шипшини, червоного маку, віночків синьої волошки, духмяного горошку, помаранчевої настурції, «русалчиної квітки» – білої лататті. Тематику «флора» продовжили у восьмому випуску – «Листя» (2012, 2013, 2015 рр.). Український художник В. Таран створив 21 сюжет рідкісних видів, а також червонокнижних рослин та цінних порід клена, осики, бука лісового та ін. Надзвичайні марки сьомого стандартного випуску (2007–2011 рр.) (Гонцарюк та Рипела, 2017, с.64–65). [16] Художниці К. Штанко та Н. Фандікова на тлі поштових марок відтворили домашнє начиння – побутові речі, посуд, загалом два десятки предметів домашнього вжитку (прядка, сулія, свічник, ківш) та музичний інструмент (бандура). Переважну частину серії присвятили виробам із гончарної глини, а саме різноманітним предметам побуту (каламар), посуду (горщики-двійнята, джбан, куманець, глечик, кварта), іграшок (свищик, бичок), кахлів. Тематичне направлення дев'ятого випуску – геральдика сучасної України. Серія отримала відповідну назву «Герби міст, селищ та сіл України». 10 червня 2017 р. серію відкрила поштова марка «м. Ялта, Крим». Введені наступні марки, присвячені восьми містам та селищам, а саме Ніжина (Чернігівська обл.), Єнакієвого (Донецька обл.), Чопа (Закарпатська обл.), селищ міського типу Клесів (Рівненська обл.), Шацьк (Волинська обл.), сіл Маринин (Рівненська обл.) та

Парутине (Миколаївська обл.). Серія не закінчена, вважаємо, що найближчим часом пошта України розширить випуски на геральдичну тематику.

Українські поштові марки високо цінуються на міжнародній арені, вирізняючись неповторним національним колоритом та самобутністю. Переможцем Всеукраїнського конкурсу «Краща поштова марка 2017» став художній поштовий блок «Микита Кожум'яка», дизайн якого розробило ТОВ «Панама Гран Прі». Друге місце посів художній поштовий блок «Козацькі клейноди. Печатки козацької доби», художники – Олександр Харук та Сергій Харук, а на третьому місці опинився художній поштовий блок «Краса і велич України. Хмельницька область», художник Олександр Калмиков. [15]

Таблиця 1. Аналіз стандартних випусків України 1992–2018 рр.

Випуск	рік	кіл-ть сюжетів	назва, зображення, номінал, наклад
I	1992 р. (травень – листопад) 1993 р. (вересень)	1	«нарбутівки»: 8 номіналів: 50, 70 коп., 1.00, 2.00, 5.00, 10.00, 20.00, 50.00 купоно-карбованець, різні кольори, загальний наклад – 278,4 млн. од
II	1993 р. грудень	5	Етнографія «Давня Україна»: косарі, чумаки, чабан, жниці. 5 номіналів: 50, 100, 150, 200, 300, 500 крб., загальний наклад – 152,7 млн. од.
III	1994 р. травень-липень	8	Етнографія «Давня Україна»: чабан, чумаки, жінці, косарі, орачі, рибалка, пасічник, гончар. 8 літерних номіналів (номінали на момент введення в обіг): «А» (5 т. крб.), «В» (100 крб.), «Б» (10 т. крб.), «Г» (250 крб.), «Д» (100 крб.), «Ж» (0,15 \$), «Е» (1800 крб.), «Є» (0,2\$), наклади – масові.

IV	1995 р. грудень - грудень 1999 р.	3	«Міський транспорт»: тролейбус, трамвай, автобус. 3 літерних номінали (номінали на момент введення в обіг): «І» (1000 крб.), «К» (3000 крб.), «З» (3000 крб.), наклади – масові.
V	2001 р. квітень - 2006 р.; 2002 р. – 2004 р.	9	«Квіти і символи»: мальва, чорнобривці, соняшник, гілка калини, колоски пшениці, малий державний герб України, бузок, шипшина. 9 літерних номіналів (номінали на момент введення в обіг): «В» (10 коп.), «Д» (30 коп.), «Е» (0,13 \$), «Ж» (0,49 \$), «Є» (0,66 \$), «Р» (2,0 \$), «С» (0,15 \$), «L» (0,5 \$), наклади – масові
VI	2002 р. червень – жовтень 2006 р.	9	«Квіти і символи»: барвінок, мальва, чорнобривці, волошка, горошок пахучий, мак, настурція, біле латаття, братки. 9 номіналів: 5 коп., 10 коп., 30 коп., 45 коп., 65 коп., 1 грн., 25 коп., 70 коп., «N» (0,3\$), наклади – масові.
VII	2007 р., лютий 2008 р., березень 2009 р., червень 2011 р.	21	«Домашнє начиння», «музикальні інструменти»: горщики-двійнята, солом'яний коник, свищик, джбан, прядка, сулія, куманець, ківш, глечик, свічник, бичок, каламар, кварта, лялька, люлька, кахля, кисет, порохівниця, бандура, супниця. 21 номіналів: 1, 3, 5, 10, 50, 60, 70, 85 коп., 1, 2 грн, «Ж» (0,49 \$), «Є» (0,66 \$), «R» (0,75 \$), «P» (2 \$), 30 коп., 1,5, 1,90, 2,20, 6 грн., 7 грн. наклади – масові.
VIII	2012 р.	21	«Листя»:

	(січень-липень), 2013 р. (січень, жовтень), 2014 р. (грудень), 2015 р. (вересень, листопад)		робінія (біла акація), горіх волоський, береза повисла, клен гостролистий, липа серцелиста, бук лісовий, вільха сіра, в'яз гладенький, осика, горобина звичайна, ясен звичайний, гіркокаштан звичайний, дуб звичайний, верба біла, явір, шовковиця біла, груша звичайна, обліпіха крушиновидна, дуб звичайний, дерен справжній, бересклет європейський. 21 номіналів (номінали на момент введення в обіг): 20, 40, 70 коп., 2,50, 3, 4,80, 5, 8, 10 грн., 5, 30, 50 коп., 2 грн., «Ж» (30 грн.), «L» (11 грн.), N (0,50 \$), «G» (0,80 \$), «Є» (0,70 \$), 2 грн., «V» (2,40 \$), «F» (5,40 \$), наклади – масові.
IX	2017 р. (червень, вересень), 2018 р. (березень)	9	«Герби міст, селищ та сіл України»: «м. Ялта АР Крим», «м. Чоп, Закарпатська обл.», «с. Маринин, Рівненська обл.», «сmt. Клесів, Рівненська обл.», «м. Єнакієве, Донецька обл.», «м. Ніжин, Чернігівська обл.», «сmt. Шацьк, Волинська обл.», «с. Парутине, Миколаївська обл.», «сmt. Локачі, Волинська обл.». 9 номіналів (номінали на момент введення в обіг): «V» (4 \$), «T» (0,4 \$), «H» (0,5\$), «M» (0,5\$), «L» (2,5\$), «F» (8\$), «X» (10\$), «P» (2 \$), «D» (8 грн.), наклади – масові.



Рис. 1.1 марка оператора поштового зв'язку «Укрпошта» "Одеса 2022" Дюк Де Рішельє



Рис. 1.2 марка оператора поштового зв'язку «Укрпошта» «Русский военный корабль иди...!», 2022 року

Сьогодні національний оператор поштового зв'язку «Укрпошта» здійснює щороку видання мільйонними тиражами стандартних поштових марок, близько 50 сюжетів художніх поштових марок і блоків, 140 сюжетів конвертів та карток (рис. 1.1, 1.2).

1.2 Відтворення інформації через графічний дизайн поштових марок

Графічний дизайн поштових марок визначається не лише естетичними аспектами, але й їхньою здатністю ефективно відтворювати інформацію.[8] У цьому розділі розглядається, як саме графічний дизайн марок використовується для передачі різноманітної інформації та взаємодії з глядачем.

Іконічні Зображення та Візуальна Символіка

Поштові марки часто використовують іконічні зображення, які швидко ідентифікуються та сприймаються глядачем. Вони можуть бути гербами, пам'ятниками, чи символічними образами, що репрезентують певний історичний чи культурний контекст.

Використання Кольорів та Текстури

Кольори та текстури на марках використовуються для створення атмосфери та підсилення емоційного сприйняття. Яскраві кольори можуть

акцентувати важливі деталі, водночас темні відтінки можуть створювати солемність чи серйозність.

Історичні Реконструкції та Наративи

Деякі марки відтворюють історичні події чи важливі етапи трансформації суспільства. Графічний дизайн в цих випадках служить інструментом реконструкції минулого та розповіді історії через образи.

Композиційні Рішення та Візуальний Баланс

Композиція марок грає ключову роль у відтворенні інформації. Графічний дизайн враховує принципи балансу, ритму та пропорцій, забезпечуючи чітку та логічну структуру зображення.

Культурна Інтеграція та Взаємодія з Глядачем

Графічний дизайн марок враховує культурні особливості та взаємодіє з глядачем через відображення знакових елементів, розпізнаваних в конкретній культурі чи спільноті.

Цей підрозділ проаналізовано з метою розкриття того, як графічний дизайн поштових марок не лише передає інформацію, але і впливає на сприйняття та розуміння важливих аспектів культури та історії України.

Графічне кодування інформації на поштових марках відіграє ключову роль у передачі специфічних повідомлень та створенні взаєморозуміння з глядачем. Цей розділ аналізує методи графічного кодування, використані в поштової галузі, і їхній вплив на ефективність комунікації. Поштові марки ефективно використовують графічні елементи для передачі конкретних інформаційних повідомлень. Це може бути графічна репрезентація географічних особливостей, історичних фактів чи національних символів. Графічне кодування також включає в себе використання шрифтів та текстуальних елементів. Розташування та стиль тексту доповнюють графічну частину марки, додаючи контекст інформації та визначаючи її важливість. Вибір кольорів та їхній тон можуть слугувати кодуванням різних значень або емоцій.

Теплі тони можуть викликати позитивні асоціації, водночас холодні тони можуть підсилити серйозність чи статус. [35]

Символіка, використана на марках, може слугувати кодом для певних концепцій чи ідей. Символи визначають інформацію, що може бути сприйнята швидше та ефективніше, особливо при обмеженому просторі марки.[6] Графічне кодування враховує логічну структуру та послідовність елементів. Правильно впорядковані графічні елементи допомагають легше розуміти інформацію та сприяють швидкому сприйняттю. Графічне кодування на поштових марках є захоплюючим аспектом, який комбінує мистецтво, інформаційні технології та комунікаційні стратегії. Ось кілька цікавих фактів пов'язаних із графічним кодуванням на марках:

- Символіка та Закодовані Повідомлення:

Багато поштових марок використовують символіку для закодування складних повідомлень. Наприклад, колір, положення та форма певних символів може вказувати на конкретні значення чи інформацію.

- Інтерактивні Марки:

За допомогою сучасних технологій, деякі поштові марки стали інтерактивними. Це може включати QR-коди або ар-коди, які, скануючи за допомогою смартфона, можуть перенаправляти на веб-сайти, надавати додаткову інформацію або навіть взаємодіяти з користувачем.

- Шрифти та Літературне Кодування:

Літературне кодування на марках може включати в себе використання спеціальних шрифтів або врізання тексту у визначені форми, які можуть бути розкодовані тільки за допомогою спеціальних інструкцій.

- Історичні Коды та Посилання:

Деякі поштові марки використовують історичні коди або алегорії, які можуть бути розкриті тільки тим, хто розуміє певний історичний контекст.

- Колекціонерське Кодування:

В світі філателії, певні аспекти марок можуть бути закодовані для колекціонерів. Наприклад, різні види перфорації, типи паперу або помилки друку можуть мати спеціальне значення для знавців.

Графічне кодування на поштових марках відкриває безмежні можливості для творчості та комунікації, додаючи ще більше визначення та цікавості до цього мистецтва.

1.3 Символіка як засіб впливу на аудиторію та формування уявлень

У цьому підрозділі розглядається роль символіки на поштових марках як потужного інструмента пропаганди. Аналізуючи вибір символів та їхнє візуальне втілення, ми дослідимо, як марки впливають на аудиторію, формуючи уявлення та сприйняття важливих ідей, подій чи історичних тем. Символіка на поштових марках виступає не лише як засіб ідентифікації, але й як потужний інструмент впливу на аудиторію та формування колективних уявлень. У цьому розділі розглядається роль символіки як ключового елемента в створенні емоційного та інформаційного враження. В сучасному світі, в тому числі й в Україні, посилюється роль політичного дизайну.[7] Це пов'язано, передусім, зі змінами в інформаційному просторі, з розширенням впливу засобів масової комунікації, збільшенням комунікативних можливостей, бажанням громадян брати участь у політичному дискурсі, впливати на політичні рішення. Як символ розглядаються, метафора, число, емблема, герб, стяг, гімн та інші знаково-символьні засоби створення нових значень та закріплення старих, що застосовуються як інструмент конструювання політичного і соціального простору в межах марки.

Проте іноді символи можуть й ускладнювати процес розуміння повідомлень суб'єктами комунікації, якщо їх не можна зрозуміти в межах певного соціального і політичного простору. Це, наприклад, використання іншомовних слів або звернення до традицій і звичаїв, не властивих культурі

народу тощо Символи, що відображають культурні особливості, ідентичність та національний характер, сприяють формуванню гордості та приналежності серед глядачів. Вони стають важливими складовими елементами культурної спадщини. Патріотичні символи на марках можуть викликати героїзацію історичних постатей або подій, підсилюючи національну гідність та підтримуючи національний дух. Використання військової або спортивної символіки може викликати певні асоціації та враження, а також слугувати засобом вшанування військових чи спортивних досягнень. [16] В деяких випадках, релігійна символіка використовується для вираження духовної спадщини, важливих релігійних свят чи церковних подій. Символіка може відображати естетичні цінності та мистецьку спадщину. Емблеми, що відображають художні тенденції, можуть створювати естетичний вплив на аудиторію.

Розглядаючи різноманітні аспекти символіки, цей розділ покликаний підкреслити, як символи на поштових марках взаємодіють із суспільством, формуючи колективні уявлення та враження.

Активним інструментом деміфологізації національного нарративу, візуалізації й трансляції на суспільний загальний новий історичний знання є, зокрема, пам'ятні поштові марки України. Починаючи з 1992 р. Українське об'єднання поштового зв'язку “Укрпошта” (сьогодні – АТ “Укрпошта”) здійснює регулярні емісії пам'ятних поштових мініатюр із сюжетами, присвяченими подіям, фактам та особам української історії з найдавніших часів до сучасності. [21] Адже тиражовані твори малої графіки, якими є поштові марки, володіють унікальними можливостями для поширення інформації. Наклеєні на конверт чи листівку, погашені поштовими штемпелями, вони розходяться за адресами в різні куточки України та світу доносячи розміщену на них, лаконічну й водночас промовисту візуально-текстову інформацію адресатам. Відтак опиняючись упродовж цього довгого шляху в руках багатьох

осіб – відправника, поштових службовців, листоноші та отримувача, сплачене поштовою маркою з відповідним сюжетом і текстом відправлення стає зручним інструментом для поширення певного інформаційного контенту, носієм якого у даному разі виступає знак оплати поштових послуг.[18]

Отже, графічний дизайн поштових мініатюр був і залишається вагомим інструментом увічнення. Їх аналіз, дозволяє стверджувати, що основним атрибутом усіх марок воєнного часу є синьо-жовті кольори. Це підтверджується у 90% проаналізованих випадків, а у 80% з них, вони виступають бекграундом. Марки українського та іноземного виробництва покликані привернути увагу до боротьби українського народу проти окупаційних військ.[11] Їх продаж дозволяє надати посильну фінансову допомогу ЗСУ, а сюжет – закарбувати найзнаковіші події цього протистояння, в різні куточки України та світу доносячи розміщену на них, лаконічну й водночас промовисту візуально-текстову інформацію адресатам. [23]

Великий попит на марки "Укрпошти" з воєнної тематики в Україні триває. Для когось це пам'ять про спротив українців у час війни, а хтось намагається заробити на потреби ЗСУ. Ажіотажний попит в Україні на марки воєнної тематики спалахнув ще від першого випуску, присвяченого відомому мему українських прикордонників про російський корабель. Вже тоді до поштових відділень вишикувалися величезні черги, а сама марка швидко стала раритетом. 22 квітня комплект марок «Русській воєнний корабель, іді...!» (6 штук) та конверти з автографами автора славнозвісної фрази (тривалий час ним вважали Романа Грибова, однак ім'я справжнього автора приховували до миті його звільнення з полону 23 травня) й гендиректора Укрпошти (Ігоря Смілянського) продали на аукціоні Prozorro за рекордні 5 млн грн. Покупець-благодійник Луїс Перес (ім'я — це єдине, що поки відомо про нього) отримує креативний лот, як тільки перерахує гроші на рахунок Нацбанку України. До слова, стартова ціна лота становила 25 тис. грн.

Так само побила рекорди продажів і чергова марка, присвячена звільненню Херсона: "Херсон – це Україна", придбати яку на головпоштамті у Києві можна було у п'ятницю, 9 грудня (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Марка "Укрпошти" «Херсон — це Україна!», 2022 рік

За даними "Укрпошти", наклад цієї марки (рис.3) становив 900 тисяч примірників, або 150 тисяч маркових аркушів, більшість з яких були реалізовані за лічені години. Натомість Володимир Цьомра припускає, що через років 15-20-30 марки від "Укрпошти", які зображають мотиви війни Росії проти України, можуть зрости в ціні, однак не на стільки, щоб можна було стати мільйонером від їхнього продажу. "Скоріше, це історико-політична інвестиція", – резюмує Цьомра. [37]

Співзасновник monobank Олег Гороховський у травні теж запустив благодійну акцію з цими марками, на які в той час полював кожен українець. Всього за три дні розіграшу комплекта було зібрано 8 754 000 грн. Задум стартував із розіграшу 6 марок, але до кінця їхню кількість збільшили до 180

штук, — так багато було учасників. Умовою участі був переказ від 100 грн. Результати акції значно перевершили очікування: 33 521 переказ від 25 064 користувачів. Виручені кошти співзасновник банку округлив до 10 млн грн та перерахував у Фонд Сергія Притули на дрони для ЗСУ. [27]

Львівська журналістка й активістка Олександра Губицька розіграла марки в обмін на благодійні внески для автівки 80-тій окремії десантно-штурмовій бригаді. Так вдалося зібрати більше 91 тис. грн. А журналістка Марія Стецюк, щоб дозбирати кошти на дрони, автівки і пальне українським військовим, дарувала марки за найбільший благодійний внесок. Їх отримав чоловік, який перерахував 20 тис. грн.

Ще один успішний приклад того, як марка працює на користь України — аукціон у Хмельницькому. Його влаштувала українська співачка та бандуристка Марина Круть, завдяки чому вдалося зібрати 51 тис. грн на амуніцію бійцям на сході України. [27]

У світі поштових відправлень — справжній бум на креатив, зокрема на марки з українською тематикою та символікою. З початку повномасштабної війни різні поштові оператори в 11 країнах випустили щонайменше 44 різновиди марок загальним накладом 4 млн екземплярів.

Марки, які нині випускають країни-партнерки України, можуть бути як звичайними марками для пересилання кореспонденції, так і художніми. Часто в лімітованих серіях і частіше для колекціонування, хоча як «поштові гроші» їх теж можна використовувати. Так, українське товариство колекціонерів у Торонто випустило спеціальну марку на підтримку України. В обігу вона може бути тільки в межах Канади, але виручені з її продажу кошти (5 канадських дол./шт) перерахують до Фонду друзів Сил Оборони України. [27] Чимало європейських країн випустили марки в підтримку України чи з українською символікою. Поштовий оператор Poczta Polska створив лімітовану серію марок із портретом Володимира Зеленського. Загальний наклад — 891 марка. Відомо,

що одну листівку з такою маркою відправили навіть у посольство росії у Польщі. Ціна одного набору марок — 4,5 тис. злотих (близько 30 тис. грн або 3,2 тис. грн гривень за марку). Їх розкупили за годину. Всі зароблені гроші передали на закупівлю гуманітарної допомоги для України. Одну з марок вручили у травні Президенту Зеленському під час візиту польської парламентської делегації до Києва. Крім цього, поляки випустили один із найбільших тиражів марок на підтримку Україні. В березні світ побачили 3 млн марок із гаслом «Ми з вами!». Весь прибуток, а це близько 306 тис. дол., спрямовано на допомогу Україні.

Пошта Литви випустила тематичну марку тиражем 40 тис. екземплярів. Марка продається за 2 євро — половину суми її вартості спрямовують на гуманітарну допомогу українцям. Також литовці запустили у продаж марку із зображенням «Байрактара», на який назбирали кошти за три дні, щоб передати його ЗСУ. До слова, турецький виробник безпілотників вирішив не продавати, а подарувати «Байрактар» литовцям за їхню проактивну громадську позицію. Ті ж усе одно підтримали ЗСУ, закупивши на зібрані кошти необхідне їм обладнання. А традицію дарувати свої «Байрактари» за народні ініціативи виробник безпілотників продовжив і в Україні (йдеться про підсумки збору коштів на «Народний Байрактар», який організував Фонд Сергія Притули).

Поштовий оператор Omnipia випустив марку з голубом миру, «запускати» якою можна по всьому світу, адже вона не має географічних обмежень у використанні. До гасла «Слава Україні!» естонці додали фразу «Естонія підтримує Україну». [9]

Випустила 30 тис. марок «За мир в Україні» Хорватія, як символ дружби та взаємної підтримки. Австрія запустили в обіг 200 тис. марок із гаслом «Разом заради миру». Люксембург випустили спеціальну марку на знак солідарності й підтримки українських біженців. Створили жовто-блакитну марку «Іспанія з Україною», де розміщені логотипи поштових операторів обох

країн — «Укрпошти» та Correos. Тираж марки — 640 тис. примірників. До слова, працівники цього поштового оператора Іспанії брали участь у зборі та відправці продуктів для допомоги Україні. Попри те, що на спеціальній марці, випущеній на підтримку України, французи назвали повномасштабну війну кризою, вона все ж працюватиме на благодійність. Майже половину коштів із продажу тиражу (525 тис. екземплярів) спрямують на допомогу українцям.

Український дух і незламність надихнули на марковий креатив і поштових операторів інших континентів. Так нігерійці присвятили серію марок не тільки російському горе-кораблю, що пішов за вказаним напрямком, а й двом пілотам ЗСУ, що відзначилися у спротиві рф — Степану Тарабалці й Олександрю Оксанченку. Обидва героїчно загинули, виконуючи бойове завдання й рятуючи сотні життів мирних українців. Також в обігу пошти Нігеру є марка, присвячена Президенту України. Сьєрра-Леоне тут випустили цілу серію — аж 19 марок на різні теми («Слава Україні», «Папа Франциск молиться за Україну», «Пожежники-герої України», «Селебріті за Україну», «Полковник Оксанченко», «Військові літаки України»). [4]

Колекціонування поштових марок (філателія) під час повномасштабної війни — не просто хобі вузького кола українців-колекціонерів, а справжня креативна зброя проти ворога.[30] Зброя, що приносить гроші для ЗСУ. Як речовий доказ національного спротиву окупантам рф спеціальні випуски марок хочуть придбати не тільки їх затяті збирачі, а й ті, хто, далекий від філателії. [10] Так вони підтримують і культурний опір, і наших військових на фронті. А ще фінансово долучаються до прискорення перемоги.[4]

1.4 Приклади успішних дизайнів енциклопедій

Огляд успішних прикладів дизайну енциклопедій, що відображають різні культурні та історичні аспекти. Аналізуються їхні візуальні та структурні

особливості, що роблять ці енциклопедії привабливими та інформативними для читачів.

Аналіз енциклопедії "Краса і велич України"

Візуальні та структурні особливості

1. Колірна гама

Використання яскравих та насичених кольорів робить видання привабливим для широкої аудиторії. Кольори підкреслюють важливість кожного розділу та полегшують навігацію.

2. Графічні елементи

В енциклопедії широко використовуються ілюстрації та фотографії, що допомагають читачам краще зрозуміти зміст. Кожен розділ містить детальні зображення марок, що відображають їхні різні аспекти та історичні періоди.

3. Типографіка

Використання сучасних шрифтів забезпечує високу читабельність. Основний текст доповнений виділенням важливих термінів та визначень, що полегшує сприйняття інформації.

4. Структура сторінок

Енциклопедія має чітко структуровані сторінки, де текст та зображення гармонійно поєднуються. Це сприяє легкому сприйняттю інформації та створює естетично приємний вигляд.

5. Навігація

Зрозумілі заголовки та підзаголовки, індекси та зміст дозволяють швидко знайти необхідну інформацію. Це робить енциклопедію користувацько-дружною та зручною для читання (рис. 1.4).

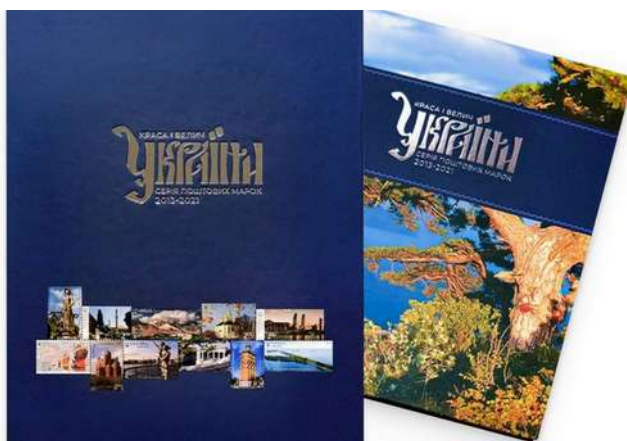


Рис. 1.4 Приклад енциклопедії «Краса і велич України», 2023

Сучасна та читабельна типографіка забезпечує легкість читання та підвищує естетичну привабливість. Унікальність та особливості мого дизайну

1. Використання шрифту ВОЛЯ

Шрифт ВОЛЯ додає національної гордості та символізує незалежність, що підкреслює патріотичну значущість дизайну.

2. Кольорова гама

Червоні та теплі тони створюють атмосферу тепла і національної ідентичності, що є важливим для української аудиторії та підкреслює культурну значущість.

3. Елементи поштових марок

Використання зображень поштових марок додає культурної та історичної значущості, роблячи дизайн унікальним та інформативним.

4. Геометричні форми

Геометричні форми додають дизайну структурованості та динамічності, роблячи його сучасним і привабливим для різних категорій читачів.

Переваги порівняно з іншими енциклопедіями

1. Національна ідентичність

Мій дизайн акцентує увагу на українську ідентичність та культуру, використовуючи елементи, які відображають національні цінності.

2. Сучасність та інноваційність

Використання сучасних графічних технік та інноваційних підходів, таких як інтеграція геометричних форм та новітніх технологій у візуалізації.

3. Естетична привабливість

Енциклопедія має привабливий та професійний вигляд завдяки гармонійній кольоровій гамі, сучасним шрифтам та вдалому розміщенню елементів.

4. Інформативність

Використання графічних елементів, таких як поштові марки, додає унікальності та глибини, роблячи інформацію більш доступною та зрозумілою для читачів.

- Чітка структура сторінок і зручна навігація дозволяють легко знайти необхідну інформацію, що робить енциклопедію користувацько-дружньою.

Висновки до розділу 1

Українська поштова марка пройшла значний еволюційний шлях від простого знака поштової оплати до витонченого елементу високого мистецтва. На першому етапі свого розвитку графічний дизайн марок в Україні відображав основні функціональні вимоги, але з часом їхній дизайн став більш складним і художньо виразним.

У процесі еволюції графічного дизайну марок велике значення надавалось відтворенню важливої інформації через візуальні елементи. Це дозволило поштовим маркам стати не лише засобом оплати, але й потужним інструментом комунікації, який передає культурні, історичні та національні символи. Графічні елементи на марках допомагають формувати уявлення про Україну, її історію та культурну спадщину серед широкої аудиторії.

Символіка, використана у дизайні марок, відіграє важливу роль у впливі на аудиторію. Використання національних символів, гербів, історичних постатей та важливих подій дозволяє не лише привертати увагу, але й формувати національну гордість та культурну ідентичність. Таким чином, українська поштова марка перетворилася з простого знаку оплати на витончене мистецтво, що відображає багатогранність української культури та історії.

РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНИЙ

2.1 Історія виникнення енциклопедії

Енциклопедіями, як відомо, називають найавторитетніші видання, що містять стислий виклад найважливіших відомостей з усіх галузей людського знання. Енциклопедистика завжди викликала підвищений інтерес у науковців, дослідників, звичайних читачів.[30] Українська енциклопедистика має власні традиції, свою історію. Національна енциклопедія – це візитівка держави, це сума знань про її історію, економіку, політику, культуру, побут, про найвизначніших представників народу, власне, про все знаменне на її землі. Енциклопедія – це своєрідний реєстр національних надбань і багатств країни, це свідчення її історичних піднесень і падінь, це та скарбниця, в яку нинішнє покоління кладе все неперехідне й значуще, все те, що хоче залишити своїм нащадкам.[12] Багато націй і держав пишаються своїми Енциклопедіями. Кому не відомі такі з них, як: «Encyclopaedia Britannica», «Larousse», «Энциклопедический словарь» Брокгауза і Єфрона. Україна також має вагомі здобутки в енциклопедичній справі. Першим друкованим твором енциклопедичного змісту дослідники вважають український словник Памви Беринди «Лексикон славеноросскій и имен толкованіе» (1627) [25] Спроби викласти загальні відомості про Україну здійснив також Інокентій Гізель у «Синописі» (1674).

Першою енциклопедією українознавства стала праця «Украинскій народъ въ его прошломъ и настоящемъ», яка з'явилася з ініціативи М. Грушевського в 1914–1916 роках у Петербурзі в двох томах, за редакцією

Ф. Вовка, М. Грушевського, М. Ковалевського, Ф. Корша, А. Криського, М. Туган-Барановського і О. Шахматова [26] Перший і другий том складався з двох частин і додатків (таблиці, карти, діаграми), в яких систематизовано

висвітлювались: розвиток українських досліджень XIX ст., історія українського народу, нариси географії України, статистика українського населення, антропологічні особливості українського народу,

Етнографічні особливості українського народу, звичаєве право українського народу, історія української мови [26] Третій і четвертий том запланованого видання світ так і не побачив. Однак, як справедливо зазначив український дослідник С. Борчук, реалізований наполовину перший енциклопедичний проект новітньої доби залишив свій виразний слід в історії вітчизняної енциклопедичної справи XX ст., збагативши її цінним досвідом, як негативним, так і позитивним, який був використаний при підготовці подальших енциклопедичних видань, зокрема, «Української загальної енциклопедії» та «Енциклопедії українознавства» [26]

Новий етап розвитку енциклопедичної справи – це початок 30-х років, коли у Харкові засновано видавництво Української радянської енциклопедії (УРЕ) (головний редактор Микола Скрипник). [1] У 1931–32 друкувався бюлетень УРЕ, але 1934 в умовах загострення репресій проти української культури працю над енциклопедією припинено. Перше українське універсальне енциклопедичне видання – «Українська загальна енциклопедія», (УЗЕ) (т. 1–3, 1930–1935), містила статті універсального змісту, які укладалися переважно на підставі німецької енциклопедії «Brockhaus Konversationlexikon», спеціально для УЗЕ написано статті з українознавства, зокрема про українську культуру та історію визвольних змагань, біографічні довідки про українських державних і громадських діячів. У третьому томі подано узагальнюючу статтю «Україна», яку зредагував Василь Сімович [28]

В УРСР 1944 вдруге розпочато підготовку до видання «Української радянської енциклопедії», але 1948 праця над нею знову припинилася. [26]

Переломною подією в історії видання українознавчих енциклопедичних видань стала поява «Енциклопедії українознавства» (ЕУ). У важкі післявоєнні роки Володимир Кубійович згуртував видатних українських науковців, які опинилися на еміграції. ЕУ, що стала головним проектом відновленого НТШ, мала на меті дати об'єктивну інформацію про Україну та український народ, зокрема, висвітлити з наукових позицій питання, що замовчувалися або фальсифікувалися в СРСР (рис. 2.1) [29].



Рис. 2.1 Фото енциклопедії Володимира Кубійовича:
«Енциклопедії українознавства»

Енциклопедія українознавства тривалий час була фактично невідома для читача в Україні, і лише завдяки її перевиданню, що здійснило Наукове товариство ім. Шевченка у Львові, від 1993 року, стала надбанням української громадськості. Видання «Енциклопедії українознавства» було однією з причин того, що керівництво УРСР змушене було погодитися на пропозиції діячів української культури про видання в УРСР універсальної енциклопедії, в якій більше третини матеріалів мало бути присвячено Україні [29]

Одним із унікальних енциклопедичних проєктів, який вдалося реалізувати, стало видання «Української малої енциклопедії» проф. Є. Онацького (1894–1979). Енциклопедія вийшла друком в Буенос-Айресі (Аргентина) у 16 книгах (1957–1967) накладом 1000 примірників [30]

«Українська мала енциклопедія» стала видатною пам'яткою української культури, унікальність якої в тому, що це твір одного автора і відображає його світогляд та особисті погляди на людей, події та речі.

У цілому видання «Української загальної енциклопедії» І. Раковського та «Енциклопедії українознавства» В. Кубійовича як і «Української малої енциклопедії» Є. Онацького, послужили поштовхом до видання «Української радянської енциклопедії» (УРЕ) та «Українського радянського енциклопедичного словника» (УРЕС) [31]

Енциклопедичні студії діаспорних учених спонукали керівництво радянської України до змагання енциклопедичних проєктів універсального характеру, передовсім, «Енциклопедії українознавства» і «Української радянської енциклопедії». У 1957 р. було створено Головну редакцію «Української радянської енциклопедії». З 1958 р. року вона перейшла у підпорядкування Академії наук УРСР. Очолив новостворений видавничий осередок академік М. Бажан (1904–1983) – відомий поет, людина зі значним досвідом журналістської, редакційно-видавничої діяльності, високоавторитетний громадський діяч, знаний науковець-літературознавець. Саме під керівництвом М. Бажана колектив Головної редакції УРЕ виявив і неодноразово підтвердив свою спроможність створювати фундаментальні енциклопедичні праці [32]

На думку М. Железняка, видання «Української радянської енциклопедії» стало своєрідним компромісом між владою, що хотіла зробити енциклопедію знаряддям пропаганди, і більшістю авторів та працівників, котрі намагалися якнайповніше висвітлити досягнення українського народу в культурі, науці,

економіці. У ній вдалося опублікувати відомості про окремих діячів культури, репресованих комуністичним режимом і замовчуваних у попередніх радянських виданнях [33]. Завдяки невтомній багаторічній діяльності М. Бажана Україна впевнено увійшла до числа країн-лідерів з високорозвинутою енциклопедичною справою. Однак нестача українознавчого матеріалу в певній мірі позбавляла УРЕ певної національної самобутності, нівелювала її зміст [32].

Незважаючи на ідеологічну заангажованість, видання «Української радянської енциклопедії» відіграло значну роль у розвитку енциклопедистики.

У роки незалежності енциклопедичні студії посіли особливе місце в українській науці. Вийшли десятки галузевих енциклопедій. Своїм змістом та наповненням привертають увагу: «Юридична енциклопедія» (у шести томах), «Енциклопедія етнокulturознавства» (у восьми томах), «Географічна енциклопедія України» (в трьох томах), «Екологічна енциклопедія» (в трьох томах), «Енциклопедія “Українська мова”», «Музична енциклопедія» (в трьох томах), «Медична енциклопедія» (один том), «Енциклопедія історії України» (в десяти томах), «Українська літературна енциклопедія» (в трьох томах) та інші.

У 1990-х рр. реалізовано проект під головуванням філософа М. Поповича – переклад та адаптацію до українського проблематики «Європедії». Перше видання, що отримало назву «Універсальний словник-енциклопедія», оприятнено в 1999 р. (у подальшому енциклопедія чотири рази перевидавалася). Однак за змістом видання більше нагадувало короткий енциклопедичний словник із кольоровими ілюстраціями, аніж енциклопедію.

За роки незалежності чимало зроблено для об’єктивного наукового дослідження раніше ігнорованих тем, відтворення повної картини нашої історії, науки, культури, зокрема і для розширення спектру енциклопедичних видань. Основний внесок у цю справу зробили науковці НАН України. Видано одностомну енциклопедію «Українська мова», що витримала три перевидання, останні значно доповнені й допрацьовані; 6-томну «Юридична енциклопедія»;

2-томну «Енциклопедія лісівництва»; 4 томи «Енциклопедії історії України» (заплановано десять томів).[25] Здійснюється або заплановане видання низки галузевих енциклопедій та словників, серед яких «Енциклопедія фізики» в п'яти томах, «Шевченківська енциклопедія» в трьох томах, «Музична енциклопедія» (видано два з 3-т томів), «Енциклопедія балету», «Енциклопедія кіно», «Економічна енциклопедія», «Енциклопедія української діаспори», «Єврейська енциклопедія» та ін. – усього близько двадцяти галузевих енциклопедій та шести енциклопедичних словників і довідників, кільканадцяттеро довідників типу «Хто є хто?».

За масштабністю та універсальністю привертає увагу «Енциклопедія Сучасної України», яка на 2017 р. має вже 17 опублікованих томів. Підготовку та видання цієї багатотомної праці здійснює Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, створений в 2004 р. на базі координаційного бюро «Енциклопедії Сучасної України». «Енциклопедія Сучасної України» – алфавітна загальна енциклопедія про Україну ХХ століття в особах, інституціях, поняттях. ЕСУ охоплює всі сфери буття України, від географічного положення, природи, історії, політичного устрою, економіки й промисловості до науки, культури, мистецтва, літератури, спорту й молодіжної субкультури. За визначенням М. Железняка, «Енциклопедія сучасної України» в певному значенні унікальний проєкт, оскільки на сьогодні немає енциклопедій, що охоплювали б за столітній період всі сфери життєдіяльності цілої країни [33]

Специфіка ЕСУ полягає в тому, що в ній переважає сучасний матеріал, особлива увага приділяється явищам, процесам, поняттям, що характеризують добу державної незалежності України. Сама назва вказує – ця енциклопедія присвячена розвитку незалежної Української держави. Однак, для кращого розуміння сучасних процесів державотворення включено певну кількість статей про організації та осіб, які позитивно чи негативно впливали на події

становлення сучасної України, з попередніх періодів, насамперед української державності 1917–20 рр., вони часто згадуються при трактуванні сучасної України, але не всі вони були представлені в правдивому висвітленні, і це деформує погляди наших земляків про недавнє минуле. Енциклопедія Сучасної України – один з пріоритетних проектів Національної академії наук України, над яким працюють науковці багатьох інститутів академії у співдружності з вченими галузевих академій та вишів України. [31] Це спільний проект Національної академії наук України та Наукового товариства ім. Шевченка. Підхід, застосований при створенні ЕСУ уможлиблює її постійне доповнення та внесення коректив. Банк даних ЕСУ використано при виданні спільно з Національною бібліотекою України ім. В. І. Вернадського довідника «Наукові бібліотеки України» (Київ, 2004); книги «Імена України в космосі» (Львів, 2003); довідника «Жінки-вчені Києва» (Київ, 2003) тощо.

Сучасні тенденції глобалізованого інформаційного світу покладають нові вимоги до енциклопедичного продукту. Передовсім це онлайн-енциклопедії з відповідною пошуковою навігацією та зручним контентом. Однією із найпопулярніших є загальнодоступна вільна багатомовна онлайн-енциклопедія «Вікіпедія». За обсягом відомостей і тематикою «Вікіпедія» вважається найповнішою енциклопедією в історії людства. Український розділ «Вікіпедії» нараховує понад 746 тисяч статей (станом на листопад 2017 р.). Попри те, що за обсягом українська «Вікіпедія» переважає усі відомі паперові енциклопедії, оприятнені у «Вікіпедії» знання про історію України і за формою, і за змістом не вповні відповідають вимогам, що традиційно висувають до енциклопедичних праць. Потребують поліпшення мова і стиль текстового наповнення, точність наведених фактів, обґрунтованість надійними джерелами тощо. З-поміж інших електронних онлайн-енциклопедій, що доступні в мережі Інтернет, виразнюються «Енциклопедія українознавства» (розробка та підтримка здійснюється Канадським інститутом українських студій);

«Енциклопедія сучасної України» – багатотомне енциклопедичне видання (алфавітна енциклопедія) про Україну в усіх вимірах від початку ХХ століття до сьогодні; «Енциклопедія історії України» – онлайн-версія друкованої енциклопедії, присвячена історії України, проект Інституту історії України НАН України; «Українська бібліотечна енциклопедія» – містить основні відомості про бібліотечно-інформаційну сферу України; «Українці в світі» – подає відомості про українців світу та ін.[25]

Таким чином, можна констатувати, що в останні десятиліття підготовлено низку різноманітних енциклопедичних видань. Енциклопедії з окремих галузей науки заклали надійне підґрунтя для створення великої сучасної універсальної національної енциклопедії, яка б врахувала досвід попередніх енциклопедичних видань, а також була динамічною, доступною, зручною. Водночас сучасні тенденції глобалізованого інформаційного світу висувають нові вимоги до енциклопедичного продукту, невід’ємними атрибутами якого є відповідна пошукова навігація, гіперпосилання, мультимедійний контент тощо.

Досвід української та зарубіжної науки свідчить, що енциклопедії здобули визнання як найвичерпніше інформаційне джерело. Такі видання акумулюють найвагомішу інформацію з усіх галузей знань чи однієї ділянки, можуть створюватися на основі даних про діяльність особи чи колективу людей.[33] Закономірно, що останнім часом енциклопедії, кількість і різноманітність (тематична, жанрова) яких щороку в Україні збільшується, викликають значне зацікавлення серед учених і стають об’єктом наукових досліджень. Зважаючи на те, що енциклопедичні видання є дієвим засобом культурологічного й просвітницького напрямку політики держави, наразі актуальним в україністиці (в галузі енциклопедознавства) є з’ясування їхньої типології, стильових особливостей та функцій, що виконують енциклопедії в сучасних реаліях українського суспільства. Саме на це й спрямована реалізація цього дослідження.

2.2 Концептуальна розробка дизайну енциклопедії. Аналіз прототипів

Опис концепції дизайну обкладинки, що включає вибір поштових марок як основних графічних елементів, використання геометричних форм для створення структурованого фону та вибір шрифту ВОЛЯ для заголовків та основних текстових елементів.

Обґрунтування вибору червоних та теплих тонів для основної кольорової гами. Пояснюється, як ці кольори створюють відчуття тепла, пристрасті та національної ідентичності. Використання контрастних кольорів для акцентування уваги на ключових елементах.

Створення структурованих сторінок з використанням графічних елементів та текстових блоків. Опис вибору шрифтів та їх застосування для текстових елементів, забезпечення зручності читання та естетичної привабливості.

Аналіз прототипів є важливим етапом у процесі розробки дизайну обкладинки енциклопедії. Цей підрозділ включає в себе вивчення існуючих зразків та їхню оцінку з метою визначення найкращих рішень для власного проекту. Прототипи аналізуються з точки зору візуальної привабливості, функціональності, відповідності тематиці та інноваційності.

1. Огляд існуючих прототипів

Перший крок полягає у зборі та вивченні різноманітних прототипів обкладинок енциклопедій, особливо тих, що мають схожу тематику. Це можуть бути як українські, так і зарубіжні видання. Особлива увага приділяється дизайнам, які використовують національну символіку та історичні елементи.

2. Критерії оцінки прототипів

Для проведення аналізу були розроблені наступні критерії оцінки:

- Естетична привабливість: Як дизайн виглядає візуально? Чи приваблює він потенційного читача?

- Функціональність: Чи легко читати заголовки та основні текстові елементи? Чи є дизайн зрозумілим та логічним?
- Відповідність тематиці: Чи відображає дизайн тематику енциклопедії? Чи передає він необхідний культурний та історичний контекст?
- Інноваційність: Наскільки дизайн є оригінальним та сучасним? Чи використовує він новітні графічні техніки та підходи?

Аналіз прототипів дозволяє визначити найкращі практики та уникнути можливих помилок. Вивчення успішних зразків допомагає зрозуміти, які елементи дизайну є найбільш ефективними для створення привабливої та інформативної обкладинки.

Огляд успішних прикладів дизайну енциклопедій, що відображають різні культурні та історичні аспекти. Аналізуються їхні візуальні та структурні особливості, що роблять ці енциклопедії привабливими та інформативними для читачів.

Аналіз енциклопедії "Енциклопедія естетики"

"Енциклопедія естетики" використовує багату кольорову гаму, що включає пастельні тони та гармонійні поєднання кольорів. Графічні елементи включають як ілюстрації, так і фотографії, які додатково підкреслюють текстову інформацію. Типографіка представлена сучасними шрифтами, що забезпечують високу читабельність.

Енциклопедія має добре структуровані сторінки з чітким розташуванням тексту та графіки. Вона забезпечує зручну навігацію завдяки зрозумілим заголовкам, підзаголовкам і індексам, що полегшує пошук необхідної інформації.

1. Мінімалізм

У "Енциклопедії естетики" використовується значна кількість графічних елементів, що відрізняється від мінімалістичного стилю, де присутня простота і мінімум елементів. Мінімалізм орієнтований на використання великої кількості вільного простору та обмеженої кількості кольорів.

2. Ретро

Деякі елементи дизайну можуть мати ретро-відтінок, наприклад, використання вінтажних текстур або паттернів. Проте, загальний стиль "Енциклопедії естетики" є сучасним з акцентом на візуальну привабливість та естетичність.

3. Модерн

Використання сучасних графічних технік та інноваційних підходів, таких як 3D-елементи або інтерактивні компоненти (для цифрових версій), є характерним для "Енциклопедії естетики". Це дозволяє створити динамічний та інтерактивний досвід для користувача.

Підбраний дизайн має наступні переваги:

1. Вибір шрифту ВОЛЯ

Використання шрифту ВОЛЯ, який символізує незалежність та свободу, додає дизайну національного характеру та сучасного вигляду.

2. Кольорова гама

Червоні та теплі тони обрані для створення відчуття тепла, пристрасті та національної ідентичності, що є важливим для українського контексту.

3. Геометричні форми

Використання геометричних форм додає дизайну структурованості та динамічності, що робить його сучасним та привабливим для різних категорій читачів.

4. Елементи поштових марок

Використання зображень поштових марок як основного графічного елемента підкреслює культурну та історичну значущість, надаючи дизайну унікальності та інформативності.



Рис. 2.2 Приклад сторінок енциклопедії

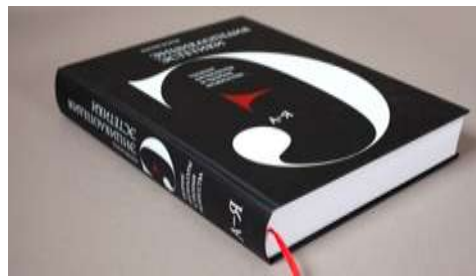


Рис. 2.3. Енциклопедія естетики

Для аналізу успішного дизайну енциклопедій розглянемо "Енциклопедію естетики", яка є зразковим прикладом візуально привабливого та структурованого видання, що відображає культурні та історичні аспекти (рис. 2.3).

Візуальні та структурні особливості "Енциклопедії естетики"

1. Колірна гама:

Використання пастельних тонів і гармонійних кольорових поєднань створює приємний для очей дизайн. Ці кольори підкреслюють естетичність та культурну значущість матеріалу, роблячи його візуально привабливим.

2. Графічні елементи:

Ілюстрації та фотографії органічно інтегровані у текст, що сприяє легкому сприйняттю інформації. Вони підкреслюють ключові моменти і допомагають глибше зрозуміти зміст.

3. Типографіка:

Використання сучасних шрифтів забезпечує високу читабельність. Добре підібрана типографіка не лише покращує візуальне сприйняття, але й додає естетичної привабливості сторінкам.

4. Структура сторінок:

Структуровані сторінки з чітким розташуванням тексту та графіки сприяють зручній навігації. Заголовки, підзаголовки і марковані списки полегшують пошук необхідної інформації.

5. Навігація:

Зрозумілі індекси та зміст дозволяють швидко орієнтуватися в енциклопедії, що робить її користування більш зручним.

Висновки з аналізу

Аналізуючи "Енциклопедію естетики", можна виділити декілька ключових аспектів, що роблять її успішною:

- Гармонійна кольорова гама сприяє привабливості та створює позитивні враження.
- Органічна інтеграція графічних елементів полегшує сприйняття інформації та додає візуальної різноманітності.
- Сучасна та читабельна типографіка забезпечує легкість читання та підвищує естетичну привабливість.
- Чітка структура сторінок і зручна навігація дозволяють легко знайти необхідну інформацію, що робить енциклопедію користувацько-дружньою.

2.3.Розробка ескізів та вибір остаточного варіанту дизайну

Процес розробки ескізів та вибору остаточного варіанту дизайну обкладинки енциклопедії є важливим етапом, що забезпечує візуальну привабливість та відповідність тематиці видання.

Перший етап полягав у створенні декількох концептуальних ескізів, які мали відобразити основні ідеї та візуальні елементи, що будуть використовуватися в дизайні обкладинки. На цьому етапі були розглянуті різні композиції, поєднання кольорів, використання графічних елементів, таких як поштові марки та геометричні форми.

Кожен ескіз був ретельно оцінений з точки зору естетики, функціональності та відповідності тематиці енциклопедії. Основна увага приділялася таким аспектам, як:

- Розміщення елементів: правильне розташування заголовків, текстових блоків та ілюстрацій для забезпечення зручності читання.
- Колірна гамма: вибір кольорів, які створюють необхідний настрій та підкреслюють національну ідентичність.
- Типографіка: використання шрифту ВОЛЯ для заголовків та основного тексту, що додає професійного вигляду та підкреслює національні мотиви.

Етапи розробки ескізів

1. Брейнштормінг: Збір ідей та обговорення можливих концепцій.
2. Створення ескізів: Візуалізація ідей у вигляді ескізів з використанням різних графічних елементів.
3. Оцінка та корекція: Аналіз ескізів, внесення змін та поліпшень на основі зворотного зв'язку.
4. Вибір фінального ескізу: Обрання найкращого варіанту, який максимально відповідає цілям проекту.

Остаточний вибір

Остаточний варіант був обраний на основі кількох критеріїв: візуальна привабливість, легкість сприйняття інформації, гармонійне поєднання кольорів та графічних елементів. Було вирішено зупинитися на варіанті, який найкраще відображав національну ідентичність та мав сучасний і привабливий вигляд.

Після детального аналізу та обговорення було обрано остаточний варіант дизайну обкладинки. Вибраний дизайн об'єднує найкращі рішення з кожного ескізу, забезпечуючи гармонійне поєднання візуальної привабливості та функціональності. Остаточний варіант включає:

- Зображення поштових марок: як основний елемент, що символізує історичну та культурну спадщину України.
- Геометричні форми: для створення структурованого фону та додання динамічності.
- Колірна гамма: використання червоних та теплих тонів, що підкреслюють національну ідентичність та створюють привабливий вигляд.

Кожен ескіз був ретельно проаналізований з точки зору естетики, функціональності та відповідності тематиці енциклопедії (рис. 2.4.).

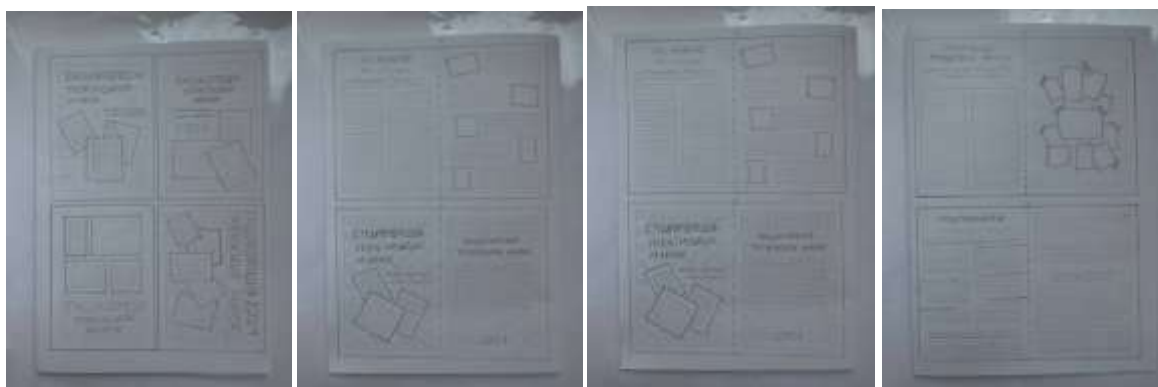


Рис. 2.4. Приклади ескізів

Було враховано, як дизайн виглядає з точки зору потенційних читачів і як він відображає культурну та історичну значущість поштових марок. Цей підхід дозволив створити унікальну та привабливу обкладинку, яка відображає багатогранність української поштової марки та її культурну значущість.

Висновки до розділу 2

Виконано розробку ескізів та вибір остаточного варіанту дизайну обкладинки "Енциклопедії українських поштових марок" включаючи детальний аналіз та експерименти з різними концепціями. Остаточний варіант відображає національну ідентичність та культурну спадщину України, використовуючи поштові марки, геометричні форми та гармонійну кольорову гаму, що робить дизайн унікальним і привабливим.

РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЕКТУ

3.1 Вибір остаточного образу, кольору та форми для реалізації дизайну обкладинки

Для того, щоб розробити власну концепцію та визначити цільову аудиторію потрібно проаналізувати поняття даних слів та приклади аналогічних проектувань.

У «Сучасному словнику іншомовних слів», який містить майже 20 тис. слів і сполучень, зазначено: «Концепція, франц.conception [лат. conceptio – сприйняття] – 1) система поглядів, розуміння, певних явищ, процесів, набір доказів під час побудови нової теорії; 2) єдиний визначальний задум (напр., поета,художника, ученого); погляд» [38].

Концепція – це теоретичний план видання, який буде відображати основну його спрямованість, відмінні риси й змістові характеристики. Видавнича концепція – це те, що його організовує, дисциплінує, робить популярним та ефективним на ринку продажів. Це твердження є робочим варіантом, що окреслює перспективи подальших напрацювань у цьому контексті [34].

Серед великої кількості літератури, присвяченої українським маркам , ця енциклопедія претендує на особливе місце: тут читач знайде структурований і лаконічний виклад історії української марки. Видання проілюстроване великою кількістю унікальних марок, . Специфіка кількарівневого тексту допоможе читачеві побачити цілісну картину та більш сучасний дизайн енциклопедії, зрозуміти місце і роль марки в українській та світовій історії та історії дизайну.

Процес вибору остаточного образу, кольору та форми для реалізації дизайну обкладинки є ключовим етапом у створенні візуально привабливого та інформативного продукту. Для досягнення цієї мети було проведено детальний аналіз та обговорення різних концептуальних варіантів.

Остаточний образ обкладинки був обраний на основі декількох критеріїв, що включають культурну ідентичність, історичну значущість та сучасний дизайн. Основний акцент був зроблений на використанні поштових марок як символу національної спадщини. Це дозволило створити унікальний образ, який відображає багатогранність української культури та історії.

Вибір кольорової гами був одним з найважливіших аспектів розробки дизайну. Червоні та теплі тони були обрані для створення відчуття тепла, пристрасті та національної ідентичності. Червоний колір, що асоціюється з Україною, підкреслює патріотичний характер обкладинки. Використання контрастних кольорів допомагає виділити ключові елементи дизайну та забезпечує їхню читабельність.

Форма та композиція

Геометричні форми були використані для створення структурованого фону, що додає дизайну динамічності та сучасності. Вони створюють візуальний ритм і забезпечують гармонійне поєднання з іншими елементами. Основні графічні елементи, такі як поштові марки, були розміщені так, щоб привертати увагу та підкреслювати основну ідею енциклопедії.

Типографіка

Використання шрифту ВОЛЯ було обрано з кількох причин. По-перше, цей шрифт поєднує сучасний стиль з традиційними українськими мотивами, що підкреслює національну ідентичність видання. По-друге, він забезпечує високу читабельність як у великих, так і у малих розмірах, що важливо для заголовків і основного тексту.

Естетичний та функціональний аналіз

Остаточний варіант дизайну був ретельно проаналізований з точки зору естетики та функціональності. Було враховано, як дизайн буде сприйматися потенційними читачами та як він відповідатиме тематичному контексту енциклопедії. Використання символів, кольорів та форм забезпечило створення

привабливого та інформативного дизайну, який підкреслює унікальність українських поштових марок.

Цей підхід дозволив створити гармонійний та ефективний дизайн обкладинки, який відображає багатогранність української поштової марки та її культурну значущість.

1. Елементи, використані в розробці дизайну:

Поштові марки: основний елемент дизайну, який відображає різноманітність і багатство української культури.

Геометричні форми: використані для створення структурованого та естетично приємного фону.

Текстові елементи: заголовки та опис, які забезпечують інформативність і привертають увагу.

2. Техніки, використані в дизайні:

Векторна графіка: для створення чітких і масштабованих зображень поштових марок та геометричних форм.

Текстурування та тіні: для додавання глибини та реалістичності зображенням. Комп'ютерна графіка: для цифрової обробки та оптимізації дизайну обкладинки.

3. Вибір кольорової гами:

Червоні та теплі тони: обрані для створення відчуття тепла, пристрасності та національної ідентичності. Червоний колір асоціюється з Україною, її історією та культурою.

Контрастні кольори: використані для акцентування уваги на ключових елементах обкладинки, таких як поштові марки (рис. 3.1-3.4).



Рис. 3.1 Колір 1

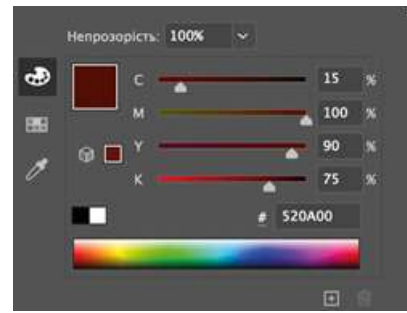


Рис. 3.2 Колір 2

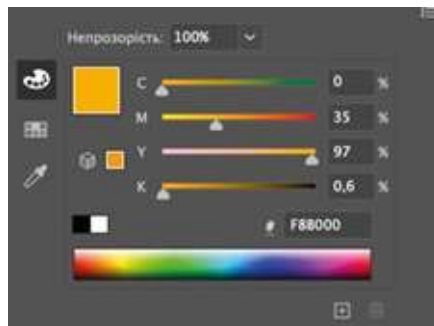


Рис. 3.3 Колір 3 Рис. 3.4. Колір 4

4. Програми, використані для розробки дизайну:

Adobe Illustrator: для створення векторної графіки, геометричних форм та текстових елементів. Розроблялись елементи для ілюстрації .використовуючи інструмент «Перо», щоб створити прямі та криві лінії, які для додавання символізму в дизайні . Поєднала його з інструментом «Крива» й «Олівець», щоб намалювати все, що було в задумі.

Adobe Photoshop: для редагування зображень, додавання текстур та тіней, а також для фінальної обробки обкладинки.

CorelDRAW: використаний для деяких елементів векторної графіки та додаткових художніх ефектів.

Символічність та емоційність: обрана кольорова гамма не лише приваблива візуально, але й несе певний символізм, який пов'язаний з українською культурою та історією.

Привернення уваги: яскраві та контрастні кольори допомагають виділити енциклопедію серед інших книг і привернути увагу потенційних читачів.

Переваги порівняно з іншими енциклопедіями

1. Національна ідентичність

Мій дизайн акцентує увагу на українську ідентичність та культуру, використовуючи елементи, які відображають національні цінності.

2. Сучасність та інноваційність

Використання сучасних графічних технік та інноваційних підходів, таких як інтеграція геометричних форм та новітніх технологій у візуалізації.

3. Естетична привабливість

Енциклопедія має привабливий та професійний вигляд завдяки гармонійній кольоровій гамі, сучасним шрифтам та вдалому розміщенню елементів.

4. Інформативність

Використання графічних елементів, таких як поштові марки, додає унікальності та глибини, роблячи інформацію більш доступною та зрозумілою для читачів.

Чітка структура сторінок і зручна навігація дозволяють легко знайти необхідну інформацію, що робить енциклопедію користувацько-дружньою.

3.2 Вибір шрифту ВОЛЯ

Вибір шрифту ВОЛЯ для оформлення обкладинки та внутрішніх сторінок енциклопедії базується на декількох ключових факторах Шрифт ВОЛЯ поєднує сучасність та традиційні українські мотиви, що підкреслює національну ідентичність видання. По-друге, цей шрифт забезпечує високу читабельність як у великих, так і у малих розмірах, що важливо для різних текстових елементів енциклопедії.

Естетичні та функціональні переваги

Шрифт ВОЛЯ володіє естетичними якостями, що роблять його привабливим для читача. Чіткість і гармонійність літер сприяють легкому сприйняттю інформації, а використання цього шрифту в заголовках та основних текстових блоках додає дизайну професійного вигляду. Використання шрифту ВОЛЯ унеможливує змішування з іншими текстовими елементами, що створює структурованість і послідовність оформлення енциклопедії. Чіткість і гармонійність літер сприяють легкому сприйняттю інформації, а використання цього шрифту в заголовках та основних текстових блоках додає дизайну професійного вигляду. Використання шрифту ВОЛЯ унеможливує змішування з іншими текстовими елементами, що створює структурованість і послідовність оформлення енциклопедії.

Шрифт ВОЛЯ символізує незалежність та свободу, що відображає дух української нації. Це підсилює емоційний зв'язок читача з матеріалом, сприяючи глибшому усвідомленню національної спадщини, представленої в енциклопедії.

Таким чином, вибір шрифту ВОЛЯ є науково обґрунтованим рішенням, яке підсилює як естетичну, так і функціональну цінність видання (3.5).

**ВОЛЯ –
УКРАЇНСЬКИЙ
ШРИФТ
У ДВОХ
НАКРЕСЛЕННЯХ**

Рис. 3.5 Шрифт ВОЛЯ

3.3. Розробка ескізів та вибір остаточного варіанту дизайну

Першим етапом було визначення оптимального підходу для створення обкладинки енциклопедії. Враховуючи особливості проекту, був обраний метод, що поєднує в собі традиційні та сучасні графічні техніки, забезпечуючи високу якість і естетичну привабливість. Процес вибору методу включав аналіз різних підходів до створення обкладинки, з урахуванням специфіки енциклопедії та її аудиторії. Був обраний метод, що поєднує сучасні цифрові технології та традиційні техніки друку. Це забезпечило високу якість зображень і тексту, а також можливість точно передати всі деталі дизайну. Розробка

Процес розробки дизайну включав створення кількох концептуальних ескізів, вибір основних елементів, таких як поштові марки та геометричні форми, а також кольорової гами та типографіки. Особлива увага приділялась символіці та національним мотивам, що відображають українську культуру та історію. На етапі розробки було створено кілька концептуальних макетів, які включали різні варіанти розміщення елементів, кольорові схеми та типографіку. Особлива увага приділялась вибору шрифтів, кольорів та графічних елементів, що відображають національну ідентичність. Після затвердження основного концептуального макету розпочалася робота над деталізацією кожного елемента. Для виготовлення обкладинки використовувались такі програми, як Adobe Illustrator та Photoshop, що дозволило створити детальні та високоякісні графічні елементи. Всі зображення були оптимізовані для друку, з урахуванням технічних вимог типографії. Особлива увага приділялась кольорокорекції та підготовці файлів до друку. Цифрові інструменти дозволили створити детальні і високоякісні зображення, які були оптимізовані для друку. Використання спеціальних фарб та паперу забезпечило довговічність та стійкість готового продукту.

Підготовка до типографії включала кілька важливих етапів:

1. Підготовка файлів: Всі графічні та текстові елементи були об'єднані у фінальний макет, який відповідав технічним вимогам друкарні.
2. Перевірка кольорів: Було проведено кольорокорекцію для забезпечення точного відтворення кольорової гами на друкованій продукції.
3. Перевірка якості зображень: Всі зображення були перевірені на відповідність вимогам щодо роздільної здатності та якості друку.

Прототипування: Було створено кілька тестових друків, щоб перевірити якість і точність відтворення дизайну. Внесені необхідні корективи для досягнення оптимальних результатів.

Цей підхід дозволив створити унікальну та привабливу енциклопедію, яка відображає багатогранність української поштової марки та її культурну значущість.



Рис. 3.6. Мокап енциклопедії

Створення ескізів відбувається за наступними етапами:

Перший етап: Ідея та концепція. На початковому етапі були розроблені кілька концепцій дизайну обкладинки. Основною метою було відобразити національну ідентичність та культурну спадщину України через поштові марки.

Розробка ескізів: Розробка ескізів включала кілька варіантів розміщення елементів на обкладинці. Було створено різні композиції, які включали поштові марки, геометричні форми та текстові елементи.

Використання різних кольорових схем та графічних елементів дозволило експериментувати з візуальним стилем і знайти найкращий варіант.

Оцінка та відбір: Кожен ескіз був ретельно проаналізований з точки зору естетики, функціональності та відповідності тематиці енциклопедії. Було враховано, як дизайн виглядає з точки зору потенційних читачів і як він відображає культурну та історичну значущість поштових марок.

Остаточний вибір: Остаточний варіант був обраний на основі кількох критеріїв: візуальна привабливість, легкість сприйняття інформації, гармонійне поєднання кольорів та графічних елементів. Було вирішено зупинитися на варіанті, який найкраще відображав національну ідентичність та мав сучасний і привабливий вигляд.

Використання поштових марок: На обкладинці були розміщені зображення поштових марок, які символізують різні етапи історії України. Це підкреслює культурну значущість та надає дизайну унікальності.

Детальний аналіз кожного візуального елемента обкладинки, включаючи поштові марки, геометричні форми та текстові елементи. Розгляд взаємодії цих елементів для створення гармонійного та привабливого дизайну.

Опис процесу фінальної обробки дизайну обкладинки, включаючи підготовку до друку та оптимізацію кольорів і графіки для забезпечення високої якості готової продукції. Технічні аспекти друку та використання програмного забезпечення для досягнення оптимальних результатів.

Висновки до розділу 3

Ретельний вибір методу, детальна розробка та якісне виготовлення дозволили створити високоякісну обкладинку для енциклопедії, що відображає національну ідентичність і відповідає сучасним стандартам друкарської індустрії. Підготовка до типографії забезпечила точне відтворення дизайну на друкованій продукції, підвищуючи її привабливість і функціональність.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Значимість графічного дизайну як професійної діяльності в повсякденній українській дійсності з кожним роком зростає, спостерігається зростаючий попит на фахівців одного з його найбільш перспективних напрямків, а саме – книжкового дизайну.

Сьогодні зразком найповнішого та авторитетного подання інформації із широкого кола запитань, як відомо, вважають енциклопедію, що у перекладі із давньогрецької буквально значить “циклічне навчання, виховання; цикл, коло знань”.

Представлений дизайн енциклопедії українських поштових марок виділяється своїм акцентом на національну ідентичність та сучасність, що робить його більш привабливим та актуальним для української аудиторії.

Отже, результати дослідження вказують на можливість успішної реалізації дизайну енциклопедії української марки, з використанням відповідних типографічних шрифтів, композиційних рішень та ілюстративних технологій. Цей проект може стати важливим внеском у розвиток графічного дизайну та сприяти популяризації футуристичного стилю у видавництві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Могильний В. Поштові марки УСРР. Філателія України. 2003. № 4.
2. Гонцарюк І.В., Рипела Д.В. Каталог поштових марок (1918–2017). Братислава, 2017. 416 с.
3. Бехтір, В.Г., 2006. Такі різні «стандарти». Філателія України, 1, с.39–42.
4. Пошти країн Європи за пропозицією Укрпошти 2023 року випустять поштові марки на тему «МИР – найвища цінність людства»: <http://maydan.drohobych.net/?p=122435>
5. Бехтір. В.Г., ред. 1997. Каталог поштових марок України. Київ: Укрпошта.
6. Орехова, С.Є. 2019а. Роль та функції поштових марок України в процесі державотворення. В: Київська наукова суспільнознавча організація, 2019. Роль суспільних наук у забезпеченні стабільності розвитку глобальних світових процесів у ХХІ ст.: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 5–6 квітня 2019 р. – Київ, с.20–25.
7. Golovata O., Radomska V. (2020) Графічний дизайн в українських поштових марках. Scientific collection «interconf», 2(35), 350-355
8. Mayevsky O. (2018) Поштові марки як дійовий інструмент пропаганди в системі трансформації дійсності. Інститут історії України НАНУ (Київ) Україна, 1-15.
9. Forbes.ua. (2022, 20 травня). Пошти світу випускають марки в підтримку України — Forbes.ua. Forbes.ua Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. <https://forbes.ua/inside/kreyser-moskva-zelenskiy-i-polshcha-z-vami-vzhe-11-krain-svitu-vipustili-marki-v-pidtrimku-ukraini-chomu-voni-tse-roblyat-i-skilki-zaroblyayut-20052022-6062>
10. Радомська В., Головата О. Графічний дизайн в українських поштових марках. Scenfific Collection «InterConf». 2020. № 2 (35). Arts, Cultural

URL:<https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/5847>

11. Бехтір В. Г. Нарбут і А. Середя – творці перших українських марок. Філателія України. 2003. № 4. Сс. 11-12.
12. «Український філателіст». Енциклопедія історії України: Україна – Українці. Кн. 2. Київ: Видавництво «Наукова думка», 2019. 842 с.
13. Яремчук, О. Дизайн шрифтової поштової марки. Українська академія мистецтва: дослідницькі та наук.-метод. праці. Київ: НАОМА, 2009. Сс. 320-328.
14. Бокарева, Ю. С. 2007. Огляд художньо-образних якостей поштових марок України. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв, 11. 3–6.
15. Поштові марки – державний знак і історія країни:
http://massovoodessa.blogspot.com/2018/09/blog-post_5.html
16. Орехова, С.Є. Символи державності на поштових марках: світові стандарти. Вісник Маріупольського державного університету серія: історія. Політологія, 2020, вип. 28-29
17. Національний музей України Сайт: <https://www.nmiu.com.ua/>
18. Філателістичний портал України Сайт: <https://philatelist.com.ua/>
19. Філателія України Сайт: <http://philatelia.com.ua/>
20. Асоціація філателістів України Сайт: <https://filua.org/>
21. Українська філателія (Група в соцмережі Facebook) Група:
<https://www.facebook.com/groups/159794120793490/>
22. Національна філателістична асоціація України Сайт: <http://nfau.org.ua/>
23. Укрпошта Сайт: <https://www.ukrposhta.ua/> Українська енциклопедія філателії Сайт: <http://uef.com.ua/>
24. Державне підприємство «Марка» України Сайт: <https://marka-ua.com/>

25. Черниш Н. І. Українська енциклопедична справа : історія розвитку, теоретичні засади підготовки видань. – Львів : Фенікс, 1998. – 92 с.;
26. Борчук С. «Український народ в його минулому та теперішньому» – перший вітчизняний енциклопедичний проект ХХ ст. // Науковий вісник Чернівецького університету. Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини. – 2010. – Вип. 514–515. – С. 83–86..
27. Поштові марки як креативна зброя URL: <https://www.ukrainer.net/marky-zbroia/>
28. Кубійович В. Довідники Українознавства й Англословна Енциклопедія Українознавства // Альманах УНС. 1972..
29. Кубійович В., Маркусь В. Дві українські енциклопедії. – Нью-Йорк, 1961.
30. Українська мала енциклопедія : [у 8 т., 16 кн.] / Є. Онацький. – Буенос-Айрес : Накладом Адміністрації УАПЦ в Аргентині, 1957–1967.
31. Мушинка М. Євген Онацький – призабутий український енциклопедист // Українська енциклопедистика: матеріали Третьої міжнародної наукової конференції (м. Київ, 22–23 жовтня 2013 року). – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2014. – С. 99–104.
32. Черниш Н. І. Концептуальні засади української енциклопедичної справи (з редакторського досвіду М. П. Бажана) // Українська енциклопедистика: матеріали Третьої міжнародної наукової конференції (м. Київ, 22–23 жовтня 2013 року). – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2014. – С. 177–185.
33. Железняк М. Енциклопедія сучасної України: історія, сучасний стан та перспективи // Україна дипломатична. – 2009. – Вип. X. – С. 1077–1081; Железняк М. Енциклопедія сучасної України: історія, сучасний стан та перспективи // Україна дипломатична. – 2006. – Вип. VII. – 2006. – С. 615–627.

34. Бабенко В. А. Торговельна марка: еволюція, історія, сучасність. URL: http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/3882/1/Babenko_2.pdf (дата звернення: 13.04.2019).
35. Дичка, І. А. Графічне кодування інформації в поштовій галузі / І. А. Дичка, В. І. Голуб, М. В. Новосад // *Радиоелектроника и информатика: науч.-техн. журн.* – Х.: Изд-во ХНУРЕ, 2010. – Вып. 1. – С. 79-83.
36. Радомська, В., & Головата, О. (2020). Графічний дизайн в українських поштових марках. *InterConf*, (35). Вилучено із <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/5847>
37. Воєнні марки «Укрпошти»: інвестиція чи пам'ять про спротив URL: <https://bin.ua/news/interesting/useful/287004-voyenni-marki-ukrposhti-investiciya-chi.html>
38. Сучасний словник іншомовних слів. – К. : Довіра, 2006. – 786 с, с.381

ДОДАТКИ



Додаток А. Постер виставки українських поштових марок 1



Додаток А. Постер виставки українських поштових марок 2



Додаток А. Постер виставки українських поштових марокЗ



Додаток А. Буклет виставки українських поштових марок