

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Розробка дизайн-проекту фірмового стилю Київського Планетарію

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг5-20

Мозгова А.К

Науковий керівник д.філ.н., проф.

Колісник О.В

Рецензент д. мист., доц. Безугла Р.І

Київ 2024

АНОТАЦІЯ

Мозгова А.К. Розробка дизайн-проєкту фірмового стилю Київського Планетарію. Рукопис.

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

У кваліфікаційній роботі виявлено особливості та закономірності у візуальних стилях фірмових стилів планетаріїв, що дозволило розглянути основні тенденції у використанні та створенні фірмових стилів. Встановлено зв'язок вибору кольору з його психологічним впливом на емоційний стан людини. Обрано творчі джерела, які були трансформовані в образ. На основі знайденої та проаналізованої інформації, розроблено фірмовий стиль для Київського планетарію, який відображає філософію бренду, а також покращує функцію ідентифікації. Обрано програмне забезпечення та необхідні матеріали для реалізації проєкту на носіях фірмового стилю.

Ключові слова: фірмовий стиль, візуальний стиль, корпоративний стиль, бренд, планетарій, ідентифікація, вплив, дизайн носії, упаковка, фірмові кольори

ANNOTATION

Mozgova A.K. Development of a design project for the corporate identity of the Kyiv Planetarium. Manuscript.

Qualifying work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2024.

Qualification work has identified features and patterns in the visual styles of planetarium corporate identities, allowing for the examination of main trends in the usage and creation of corporate identities. A connection between color choice and its psychological impact on human emotional states has been established. Creative sources have been selected and transformed into imagery. Based on the information found and analyzed, a corporate identity for the Kyiv Planetarium has been developed, reflecting the brand's philosophy and enhancing identification functionality. Software and necessary materials for project implementation in corporate identity media have been chosen.

Keywords: corporate identity, visual style, corporate style, brand, planetarium, identification, influence, carrier design, packaging, corporate colors

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ.....	9
1.1 Специфіка фірмового стилю культурно-просвітницьких установ	9
1.2 Рекомендації до фірмового стилю культурно-просвітницьких установ...	13
1.3 Емоційний дизайн фірмового стилю культурно-просвітницьких установ.....	19
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНИЙ.....	28
2.1 Інновації та традиції фірмового стилю культурно-просвітницьких установ.....	28
2.2 Інновації графічного дизайну у розробках фірмового стилю Київського планетарію	33
2.3 Аналіз фірмового стилю європейського та українського планетарію.....	38
Висновки до розділу 2.....	44
3.1 Розробка елементів та носіїв фірмового стилю планетарію.....	45
3.2 Визначення прийомів та методів художнього оформлення планетарію.....	49
3.3 Оформлення фірмового стилю Київського планетарію.....	52
Висновки до розділу 3.....	58
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми полягає у тому, що створення фірмового стилю є невід’ємною частиною побудови вдалої комунікації з аудиторією, що у свою чергу призводить до підвищення впізнаваності та довіри до компанії. Розвиток фірмового стилю в різних його проявах, у поєднанні з високою якістю товарів або послуг, відкриває шляхи для зростання бренду та збільшує інтерес до компанії. Без візуальної складової просування бренду не досягне значних результатів. При однаковій якості продукції, компанія з професійно розробленим корпоративним стилем зможе залучити більше потенційних покупців.

Мета дослідження – вивчення теоретичних основ розробки фірмових стилів для планетаріїв, створення оригінального візуального стилю для Київського планетарію на основі отриманих знань.

Завдання дослідження:

- Проаналізувати розвиток фірмового стилю культурно-просвітницьких установ.
- Дослідити емоційний дизайн культурно-просвітницьких установ.
- Проаналізувати особливості фірмових стилів планетаріїв.
- Створити фірмовий стиль для Київського планетарію на основі отриманих даних.

Об’єктом дослідження є фірмовий стиль, як засіб ідентифікації.

Предметом дослідження є розробка фірмового стилю для Київського планетарію.

Методи досліджень аналіз існуючого досвіду, інноваційних технологій, проєкція цих тенденцій на практику у сфері розробки фірмових стилів, аналіз та обробка наукових видань та джерел спеціальної літератури, присвячених проблемам формування корпоративного стилю. Аналіз фірмового стилю різних планетаріїв.

Елементи наукової новизни одержаних результатів полягають у дослідженні особливості створення фірмового стилю для планетарію.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що матеріали даної роботи можуть бути використані, як навчальний матеріал для графічних дизайнерів, а також як чек-лист для підприємців, які мають намір оновити фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ.

Апробація результатів дослідження. Підсумки дипломної роботи, окремі її аспекти та одержані узагальнення і висновки були оприлюднені на науково-практичній конференції у IV Міжнародній науково-практичній конференції “PERSPECTIVES OF CONTEMPORARY SCIENCE: THEORY AND PRACTICE” (м. Львів 2024 р.)

Структура і обсяг роботи. Дипломна бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) та додатків. Загальний обсяг основної частини кваліфікаційної бакалаврської роботи складає сторінок 60 сторінок..

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ

1.1 Специфіка фірмового стилю культурно-просвітницьких установ

Фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ відображає їхню особливу специфіку та місію в суспільстві. Розглянемо глибше специфіку фірмового стилю культурно-просвітницьких установ і його важливість для їхнього успіху та впливу на суспільство [4].

Культурно-просвітницькі установи, такі як музеї, галереї, бібліотеки, театри, планетарії та інші, є не лише місцями розваг і відпочинку, але й невід'ємною складовою культурного та освітнього життя суспільства. Вони виконують важливу місію у збереженні та поширенні знань, розвитку та підтримці мистецтва, стимулюють креативність та вдосконалення особистості. Фірмовий стиль цих установ є важливим елементом їхньої ідентичності, який відображає їхні цінності, місію та унікальність [3].

Перш за все, фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ відображає їхню культурну спадщину та історію [37]. Наприклад, музеї мистецтва часто використовують у своєму дизайні елементи, що асоціюються з відомими мистецькими шедеврами або періодами мистецтва. Це може бути відображено у логотипах, рекламних матеріалах, а також в оформленні експозицій та виставок. Такий підхід допомагає установі зберігати й відтворювати свою культурну спадщину, а також підтримує зв'язок з історією та традиціями [38].

Крім того, фірмовий стиль відображає педагогічну спрямованість установи. Бібліотеки, наукові центри та інші освітні установи можуть використовувати в своєму фірмовому стилі символи та елементи, що асоціюються з освітою, навчанням та розвитком. Наприклад, наукові центри можуть використовувати відображення молекул, зірок чи інших наукових символів, тоді як бібліотеки можуть використовувати зображення книг, пергаменту чи інших атрибутів, що

асоціюються зі знаннями та читанням. Такий підхід допомагає підкреслити освітню місію установи та привернути увагу аудиторії [39].

Корпоративний стиль культурно-просвітницьких установ може відображати їхню роль у розвитку та підтримці мистецтва та культури. Театри, оперні театри, концертні зали та інші мистецькі установи можуть використовувати в своєму фірмовому стилі відображення сцен з вистав, музичні інструменти, музичні ноти чи інші символи, що асоціюються з мистецтвом. Це допомагає установам створювати атмосферу та ідентичність, які підкреслюють їхню роль у культурному житті міста або регіону. [40].

Однією з ключових складових фірмового стилю є його вплив на сприйняття та взаємодію з аудиторією. [36]. Культурно-просвітницькі установи прагнуть залучити різні шари суспільства та надати їм можливість отримати нові знання та враження. Відповідно, фірмовий стиль грає важливу роль у створенні привабливого та доступного образу, який привертає увагу різних аудиторій та стимулює їхню участь [35]. Наприклад, яскравий та сучасний дизайн.

Айдентика може бути ключовим чинником у їхньому успіху та впливі на суспільство. Наприклад, добре пророблений фірмовий стиль може сприяти впізнаваності установи серед конкурентів і створити позитивне перше враження у відвідувачів [28]. Він також може відігравати важливу роль у привертанні спонсорів та донорів, які поділяють цінності та місію установи.

Крім того, культурний стиль може впливати на розуміння та сприйняття культурно-просвітницьких установ як сучасних та релевантних для сучасного суспільства [31]. Наприклад, використання інноваційних дизайнерських рішень у рекламних матеріалах чи в інтер'єрі може допомогти установам залучити молоду аудиторію та підтримати їх інтерес до культурних заходів.

Креативний фірмовий стиль також може стимулювати інтерес громадськості до культурних подій та заходів, що організовуються установою. Наприклад, оригінальні рекламні кампанії чи дизайнерські концепції можуть

зробити заходи більш запам'ятовуваними та привабливими для потенційних відвідувачів.

Не менш важливою є спроможність фірмового стилю підкреслити відкритість та доступність установи для різних соціальних груп. Зручний та доступний дизайн веб-сайту, інформаційні буклети у різних мовах для всіх категорій людей рекламні матеріали можуть створити враження, що установа вітає всіх, незалежно від їхнього соціального статусу чи освіти.

Отже, фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ має значний вплив на їхній успіх, сприяючи збереженню культурної спадщини, привертанню уваги аудиторії та підтримці їхньої місії у розвитку суспільства.

Культурно-просвітницькі установи, такі як музеї, галереї, бібліотеки, театри та інші, мають свою власну унікальну специфіку та роль у суспільстві.

Музеї – це заклади, які зберігають, досліджують та виставляють для загального огляду та освіти колекції різноманітних об'єктів. Вони можуть бути присвячені різноманітним темам, від історії та культури до природознавства та науки. Музеї часто використовують експонати, інтерактивні виставки та освітні програми для залучення відвідувачів.

Галереї - це заклади, які виставляють та продають мистецькі твори, такі як живопис, скульптура, фотографія та інше. Галереї можуть бути спеціалізованими за жанром або періодом мистецтва, а також представляти різноманітні культурні напрямки.

Бібліотеки - це заклади, які зберігають та надають доступ до різноманітних джерел інформації, включаючи книги, періодичні видання, електронні ресурси та інше. Вони служать як центри навчання, досліджень та розвитку культури в спільноті.

Театри – це місця для вистав та виставлень, включаючи драматичні постановки, музичні вистави, опери та балети. Вони є важливими центрами мистецтва та культури, які надають можливість глядачам насолоджуватися виставами та відкривати для себе нові аспекти мистецтва.

Планетарій – це спеціалізований театр або обсерваторія, призначений для демонстрації астрономічних явищ та навчання астрономії. У планетарії використовуються проектори та інші технології для відображення зображень зірок, планет та інших космічних об'єктів на куполоподібному екрані. Основна мета планетарію – популяризація науки, освіта та розвага, допомога відвідувачам у розумінні космосу та його явищ [41].

Кожна з цих установ відіграє важливу роль у збереженні та поширенні знань, розвитку та підтримці мистецтва, а також стимулює креативність та освіту в суспільстві.

Айдентика культурно-просвітницьких установ детально відображає їхню ідентичність та специфіку. Він охоплює в собі широкий спектр аспектів, починаючи від вибору кольорів і шрифтів до створення логотипів, дизайну приміщень та веб-сайтів [42].

Наочно відображаючи місію та цінності установи, фірмовий стиль може використовувати символічні зображення, що асоціюються з обраною темою або галуззю. Наприклад, музеї мистецтва можуть використовувати елементи, які відображають різноманіття мистецьких стилів, а бібліотеки можуть інтегрувати зображення книг або пергаменту.

Кольори в можуть бути добре обдумані, оскільки вони відіграють важливу роль у передачі настрою та емоційного відгуку. Наприклад, теплі кольори, такі як червоний або оранжевий, можуть стимулювати енергію та творчість, тоді як приглушені тони можуть створювати атмосферу спокою та розслаблення.

Шрифти в фірмовому стилі також мають велике значення. Вони повинні бути легко читабельними та відповідати характеру установи. Наприклад, для консервативних установ можуть бути обрані класичні шрифти, тоді як для сучасних та творчих установ - більш експериментальні або нестандартні.

Дизайн приміщень та веб-сайтів також входить до складу фірмового стилю. Інтер'єр та експозиції установи повинні відповідати загальному візуальному концепту, а веб-сайт має бути інтуїтивно зрозумілим та естетично привабливим.

Усі ці елементи фірмового стилю разом створюють комплексний образ установи, який відображає її особливості, місію та привабливість для аудиторії.

Айдентика також створює враження професіоналізму та експертності установи, підкреслюючи її авторитет у відповідній сфері. Він може бути естетично привабливим та стильним, сприяючи створенню позитивного емоційного враження у відвідувачів.

Крім того, фірмовий стиль враховує потреби та очікування цільової аудиторії установи. Він може бути спрямованим на привертання та задоволення інтересів різноманітних груп людей, від дітей до дорослих, від любителів мистецтва до науковців [5].

Усі ці аспекти фірмового стилю допомагають установі позиціонувати себе на ринку, привертати увагу та відзначатися серед конкурентів, а також створювати сильну емоційну зв'язок з аудиторією.

Фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ відіграє важливу роль у формуванні їхнього образу та сприйнятті аудиторією. Він є ключовим елементом їхньої ідентичності та допомагає відрізнятись на тлі інших установ. Це важливо не лише для привертання уваги та зацікавлення аудиторії, але й для підкреслення місії, цінностей та специфіки кожної установи. Фірмовий стиль допомагає створити глибокий емоційний зв'язок із відвідувачами та впливати на їхнє сприйняття та взаємодію з установою.

1.2 Рекомендації до фірмового стилю культурно-просвітницьких установ

Фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ є важливим елементом, який відображає їхню ідентичність, цінності та сприйняття. Давайте порівняємо фірмовий стиль кількох культурно-просвітницьких установ з різних країн світу.

Дуже важливо також враховувати потреби та очікування цільової аудиторії. Фірмовий стиль повинен бути привабливим та зрозумілим для цільової

аудиторії, що допоможе привернути їхню увагу та зацікавленість. Наприклад, якщо установа спрямована на дітей та молодь, фірмовий стиль може бути більш яскравим та ігровим, щоб стимулювати їхній інтерес та участь [7].

Крім того, важливо пам'ятати про консистентність у всіх аспектах фірмового стилю, від логотипу до веб-сайту та рекламних матеріалів. Це допоможе створити

єдиний та легко впізнаваний образ установи для її аудиторії.

Перед тим як розпочати розробку фірмового стилю, важливо провести процес визначення місії компанії та цінностей, які вона прагне передати через свій бренд. Це допомагає створити основу для розробки фірмового стилю, який буде відображати сутність та унікальність вашої компанії.

Розробка лаконічного та запам'ятовуваного логотипу – важливий етап у створенні фірмового стилю компанії. Щоб створити ефективний логотип, необхідно провести ретельний аналіз суті компанії, її місії та цінностей. Дослідження ринку допоможе зрозуміти, якими є стилі та тренди відповідно до сфери діяльності компанії.

Під час створення логотипу важливо обрати унікальний стиль, що відрізнятиметься від конкурентів та привертає увагу цільової аудиторії. Розроблення символу або емблеми, яка відображатиме суть компанії, важливий етап у процесі створення логотипу. Також варто підібрати підходящий шрифт для напису назви компанії або слогану, що буде гармоніювати з загальним стилем логотипу.

Після створення логотипу важливо провести тестування, щоб переконатися в його ефективності та легкій розпізнаваності. Відкритість до змін і вдосконалення допоможе створити дійсно вдалий та ефективний логотип, який буде відображати сутність та унікальність вашої компанії, створюючи позитивне враження серед вашої цільової аудиторії [8].

Обираючи кольори для вашого бренду, важливо врахувати кілька ключових аспектів, які допоможуть створити сприятливе сприйняття вашого бренду

вашою аудиторією та відображати суть вашого бізнесу.

В першу чергу, кольори мають викликати емоції та асоціації, сприяючи формуванню позитивного враження про ваш бренд. Кожен колір може викликати певні емоції: червоний - енергія та активність, синій - спокій та довіра, зелений - природа та стабільність.

Потім, кольори повинні відображати основні цінності та характеристики вашого бренду. Наприклад, якщо ваша компанія працює в сфері екології, зелений колір може відображати ваше зобов'язання до збереження навколишнього середовища.

Також важливо, щоб обрані кольори відповідали загальному стилю вашого бренду та гармоніювали з іншими графічними елементами. Кольорова палітра має бути унікальною, виділяючи вас серед конкурентів, та відповідати вподобанням вашої цільової аудиторії.

Обираючи кольори для вашого бренду, важливо враховувати їх вплив на емоції та сприйняття, їх відповідність цінностям та характеристикам вашого бренду, а також їх узгодженість зі стилем та цільовою аудиторією.

При обиранні шрифтів для вашого бренду слід врахувати кілька ключових аспектів. Слід ретельно проаналізувати характеристики вашого бренду, його цінності та спрямованість. Потім слід вибрати основні шрифти, які будуть використовуватися у всіх матеріалах вашої компанії.

Далі важливо врахувати, щоб шрифти були легко читабельними та зручними для сприйняття як на екрані, так і на папері. Обираючи шрифти, також потрібно врахувати стиль та особливості бренду, щоб вони відображали загальний вигляд і враження, яке ви хочете сформувати у вашої аудиторії.

Нарешті, після вибору шрифтів, важливо провести тестування, щоб переконатися, що вони гармонійно поєднуються між собою та відображають ваш бренд належним чином. Такий підхід допоможе створити фірмовий стиль, в якому шрифти відображатимуть особливості вашого бренду і створюватимуть відповідне враження серед вашої аудиторії.

Фірмовий стиль є живим організмом, що змінюється разом з установою. Щоб забезпечити його гнучкість та адаптивність, необхідно впроваджувати кілька ключових підходів [10].

Постійний моніторинг та зворотний зв'язок зі співробітниками та клієнтами дозволяють вчасно виявляти потреби у змінах фірмового стилю. Це створює можливість адаптувати його до змін у власній установі або відповідати новим вимогам ринку.

Також важливий аналіз трендів та конкуренції допомагає уникнути застою та виявити можливості для вдосконалення. Це дає змогу реагувати на останні тренди у галузі та впроваджувати відповідні зміни у фірмовому стилі.

Розробка стандартизованих процесів оновлення сприяє систематизації та ефективному впровадженню змін у фірмовому стилі. Це дозволяє забезпечити консистентність та гармонію у всіх матеріалах та комунікаціях установи.

Врахування експериментів та тестування нових ідей допомагає впевнитися у вдалий змінах перед їх повним впровадженням. Такий підхід сприяє інноваціям та підвищує ефективність фірмового стилю.

Завжди важливо постійно оновлювати всі матеріали установи відповідно до нових вимог та трендів, щоб забезпечити її конкурентоспроможність та впізнаваність на ринку. Такий підхід дозволяє фірмовому стилю залишатися актуальним та відповідати потребам розвиваючоїся установи.

Культурно-просвітницькі установи можуть виконувати важливу роль у розвитку та підвищенні культурної грамотності у суспільстві. Щоб досягти цих цілей та забезпечити ефективну роботу, ось декілька порад, які можна об'єднати в один текст:

Для ефективної діяльності культурно-просвітницьких установ важливо розробляти різноманітні та привабливі програми та заходи, що відповідають потребам та інтересам аудиторії. Серед таких заходів можуть бути майстер-класи, виставки, лекції, концерти та інші культурні заходи.

Крім того, активна співпраця з місцевою громадою може стати додатковим стимулом для розвитку установи. Важливо враховувати потреби та інтереси місцевих жителів та спільно з ними організовувати заходи та програми.

Використання інноваційних технологій, таких як віртуальні тури та мультимедійні інсталяції, може значно розширити можливості установи та залучити нову аудиторію [27].

Освітні програми також грають важливу роль у роботі культурно-просвітницьких установ. Вони дозволяють підвищувати культурну грамотність та розвивати творчі навички аудиторії через проведення різноманітних курсів, майстер-класів та семінарів.

Створення онлайн-ресурсів та платформ для доступу до культурних та просвітницьких матеріалів забезпечує можливість отримання інформації та участі в програмах незалежно від місця перебування.

Також важливо сприяти культурному обміну та взаєморозумінню, запрошуючи відомих особистостей для участі в заходах та програмах, що може збільшити інтерес аудиторії та залучити увагу до установи.

Усі ці заходи сприяють зміцненню ролі культурно-просвітницьких установ у суспільстві та сприяють розвитку культурної грамотності та розширенню культурних можливостей для громадськості.

У Музеї мистецтв Метрополітен (США) фірмовий стиль відображає його престиж, велич та багатство колекцій через елегантне лого та використання теплих кольорів (Рис 1.1).



Рис 1.1. Логотип музею мистецтв Метрополітену (США)

Лувр (Франція) також відомий своїм класичним фірмовим стилем, що відображає його статус та культурну спадщину. Лого має стильний шрифт та благородні кольори (Рис 1.2).

Британський музей (Велика Британія) використовує простий та лаконічний дизайн, який підкреслює його велич та авторитет (Рис 1.3).

MUSÉE DU
LOUVRE

Рис 1.2. Логотип Лувру

The British
Museum

Рис 1.3. Логотип Британського музею

Кожен з цих музеїв має унікальний фірмовий стиль, який допомагає їм позиціонуватися у світі та привертати увагу відвідувачів з усього світу.

Зважаючи на унікальність та важливість планетаріїв як місць освіти та розвитку, розробка їх фірмового стилю має велике значення. При створенні такого стилю варто врахувати кілька ключових аспектів.

Спочатку, необхідно розробити логотип, який буде відображати зоряне небо або символіку космосу. Це може бути зображення планети, зірки або навіть галактики, що створить асоціації з космічним простором.

Після цього слід визначити кольорову палітру. Використання темно-синього, фіолетового, чорного або відтінків синього підкреслить атмосферу зоряного неба та космосу, а також додасть загадковості та захоплення.

Далі варто підібрати шрифти та типографіку. Оберіть сучасний, чистий шрифт, який легко читати, та використовуйте шрифти з космічними або галактичними назвами, щоб додати атмосферності та стилю [19].

Не менш важливим є графічний дизайн матеріалів. Створіть брошури, плакати та рекламні матеріали, які використовують логотип планетарію, космічні зображення та відповідні кольори. Додайте ілюстрації або фотографії космічних об'єктів, щоб підкреслити основну тему.

Для успішного стилю комунікації слід використовувати науковий стиль і пояснювати просто, щоб складне було доступно та зрозуміло всім віковим групам.

Також потрібно додати спеціальні елементи, такі як проєкції зоряного неба або інтерактивні експозиції, щоб підкреслити унікальність планетарію та створити захоплюючий та впізнаваний образ. Це необхідно, щоб наочно демонструвати астрономічні явища, які складно чи неможливо спостерігати в реальному часі, сприяючи глибшому розумінню космічних процесів. Щоб залучати відвідувачів до активного пізнання, інтерактивні експозиції дозволяють їм взаємодіяти з експонатами, роблячи навчання захоплюючим та запам'ятовуваним.

1.3 Емоційний дизайн фірмового стилю культурно просвітницьких установ

Створення емоційного дизайну фірмового стилю для культурно-просвітницьких установ – це великий виклик, адже потрібно використовувати елементи дизайну, які викликають позитивні емоції, зацікавленість та бажання брати участь у програмах та заходах установи.

Емоційний дизайн для культурно-просвітницьких установ є важливим етапом у впровадженні їхніх місій та цілей. Дизайн, який викликає позитивні

емоції та співпереживання у глядачів, може значно збільшити ефективність комунікації та зацікавлення аудиторії [18].

Першим кроком у створенні емоційного дизайну є ретельне розуміння цільової аудиторії та визначення основних цінностей та повідомлень установи. Наприклад, якщо установа пропагує знання та творчість, то дизайн повинен відображати ці ідеї через кольори, графічний дизайн та обрані символи.

Після цього варто уважно підібрати кольорову палітру, текстури та графічні елементи, щоб створити атмосферу, яка викликає потрібні емоції у глядачів. Використання символів та метафор, які асоціюються з місією установи, може поглибити емоційний зв'язок з аудиторією та зробити дизайн більш запам'ятовуваним.

Крім того, фотографії та зображення, що показують реальні ситуації та емоції людей, можуть створити емпатію та зв'язок з аудиторією. Необхідно також звернути увагу на зворотний зв'язок та тестування дизайну перед впровадженням, щоб переконатися, що він відповідає потребам та очікуванням аудиторії.

У результаті створення емоційного дизайну для культурно-просвітницьких установ може стати важливим фактором у впровадженні їхніх програм та заходів, привертаючи увагу аудиторії та стимулюючи її участь та взаємодію.

Емоційний дизайн можна розпізнати за його здатністю викликати конкретні емоції у спостерігачів або користувачів. Це відображення цілей та цінностей організації чи продукту через візуальні елементи та відчуття настрою, які він передає. Емоційний дизайн взаємодіє з аудиторією, створюючи у них певні емоційні реакції та враження, які відображають основні ідеї та цілі дизайну (Рис 1.4).

Серед видатних культурних установ, які відзначаються своєю вражаючою архітектурою та емоційним дизайном, є кілька, які особливо відомі своєю унікальністю та здатністю створювати незабутні враження у відвідувачів.



Рис 1.4 Зразки логотипів емоційного дизайну

Музей Гугенхайма в Більбао, розташований в Іспанії, приваблює своїми вражаючими формами та сучасною архітектурою, яка була створена Френком Гері. Ця споруда нагадує хвилі або судно, що пливе по річці, і вражає своїми грандіозними пропорціями та елегантністю.

Музей сучасного мистецтва в Нью-Йорку славиться своєю величезною колекцією сучасних творів мистецтва та інноваційними експозиціями. Тут відвідувачі можуть насолоджуватися різноманіттям стилів та вираження сучасного мистецтва, що збуджують у них різні емоції та враження.

Театральний комплекс Глобус Шекспіра в Лондоні, який відтворює атмосферу епохи Вільяма Шекспіра, пропонує відвідувачам неповторний театральний досвід. Аутентичність декорацій, костюмів та акторських виступів створюють атмосферу, яка переносить глядачів у часи Ренесансу і дозволяє їм відчути всю глибину та емоційність творів Великого Барда.

Сакрада-Фамілія в Барселоні є однією з найбільш вражаючих християнських святинь у світі. Розроблена великим архітектором Антоніо Гауді,

ця катедральна споруда вражає своєю унікальною архітектурою та неймовірною красою. Сакрада-Фамілія переповнена символікою та деталями, які не лише вражають очі, але й спонукають до роздумів та відчуття спокою.

Ці культурні місця об'єднуються в зусиллях створити незабутні враження та передати глибокі емоції через свій дизайн та атмосферу, що залишають невимовне враження на відвідувачів [16].

Хоча багато дизайнерів підтримують емоційний дизайн, існують також ті, хто ставиться до нього скептично. Деякі з них вважають, що дизайн має бути об'єктивним і спрямованим на конкретні завдання, такі як зручність використання або чіткість повідомлення, тому вони можуть вважати емоційний дизайн зайвим. Деякі дизайнери можуть боятися суб'єктивності емоційного дизайну, вважаючи його занадто суб'єктивним або непередбачуваним. Інші можуть просто не бачити вигоди у вкладенні часу та ресурсів у створення емоційного дизайну, особливо якщо вони не бачать прямого зв'язку між емоціями користувачів і показниками ефективності. Деякі дизайнери також можуть бачити ризик у неправильному сприйнятті емоційного дизайну, що може завдати шкоди репутації бренду чи продукту. Тим не менш, варто відзначити, що емоційний дизайн може бути надзвичайно ефективним і приносити значну цінність для брендів і продуктів, особливо в сучасному світі, де споживачі все більше звертають увагу на враження та емоції, які вони відчують.

Емоційний дизайн може мати як позитивні, так і негативні аспекти. Перш за все, він привертає увагу та створює враження, що допомагає продукту чи бренду виділитися серед конкурентів. Також емоційний дизайн сприяє позитивному сприйняттю, збільшує залученість та підвищує запам'ятовуваність продукту чи бренду.

З іншого боку, емоційний дизайн може бути суб'єктивним, що робить його сприйняття різними користувачами. Це може викликати непередбачені

результати та ризик помилок. Додатково, створення емоційного дизайну може вимагати значних витрат часу та коштів на дослідження та впровадження.

Незважаючи на це, емоційний дизайн може бути вкрай ефективним, особливо при використанні відповідно до контексту, цілей та аудиторії продукту чи бренду.

Зважаючи на важливість емоційного дизайну, необхідно розуміти, що його несправний застосунок може мати негативні наслідки для користувачів і брендів. Одним із таких негативних наслідків є використання підроблених новин або рекламних банерів. Підроблені новини, що викликають страх або обурення, можуть порушити довіру до медіа та призвести до поширення дезінформації. Так само, обманливі рекламні банери, які використовують неправдиві обіцянки або навмисні негативні емоції, можуть вразити довіру до бренду та втратити поклад у його продукти чи послуги [14].

Крім того, несправний емоційний дизайн може проявлятися через поганий інтерфейс або неадекватний тон у спілкуванні з користувачами. Наприклад, заплутаний або неприємний інтерфейс може викликати роздратування та втрату бажання користуватися продуктом або послугою. Крім того, некоректний тон у спілкуванні, що включає образливі або грубі висловлювання, може спричинити негативні емоції у користувачів та призвести до негативного сприйняття бренду.

Несправний емоційний графічний дизайн може виникати, коли візуальні елементи викликають негативні емоції, збентеження або роздратування у користувачів. Кілька прикладів надано на Рис 1.5.

Графічний інтерфейс Windows 8: Радикальні зміни в інтерфейсі, такі як відсутність традиційного меню "Пуск" та новий плитковий дизайн, викликали плутанину та розчарування у багатьох користувачів. Зміни були занадто кардинальними, що спричинило негативні емоції та критику.

Логотип Олімпійських ігор в Лондоні 2012: логотип був розкритикований за свій незвичний та абстрактний дизайн, який багато людей вважали негарним

та нечитабельним. Деякі навіть стверджували, що логотип може викликати епілептичні випадки, що створило додатковий негативний резонанс.

Реклама Pepsi з Кендалл Дженнер: хоча це більше стосується графічного дизайну відео, реклама була сприйнята як зневажлива до серйозних соціальних питань. Графічні елементи та сюжетна лінія викликали обурення та гнів, оскільки були сприйняті як невідповідні та нещирі.

Графічний дизайн для Airbnb: перше враження від нового логотипу в 2014 році було неоднозначним. Багато користувачів вважали його схожим на інші символи або навіть вульгарним. Це призвело до негативного сприйняття та глузувань у соціальних мережах.

Фірмовий стиль GAP (2010): зміна логотипу компанії GAP у 2010 році була сприйнята настільки негативно, що компанія повернулася до попереднього дизайну лише через тиждень після анонсу. Новий логотип був занадто простим та не відповідав очікуванням споживачів, що викликало хвилю критики.



Рис 1.5 Приклади несправного емоційного графічного дизайну

Нарешті, маніпулятивні елементи у веб-дизайні також можуть викликати негативні реакції. Використання штучних обмежень або підступних прийомів, щоб змусити користувачів приймати певні рішення, може порушити довіру та спричинити негативні емоції у споживачів. Такі підхід можуть призвести до втрати довіри та погіршення сприйняття бренду, що може мати серйозні наслідки для його репутації та успішності на ринку.

Отже, важливо уникати цих помилок та звертати особливу увагу на те, як емоції впливають на користувачів у процесі їхнього взаємодії з продуктами чи послугами.

Емоційний дизайн є потужним інструментом, але його використання потребує обережності та розуміння контексту. У багатьох випадках він може покращити користувацький досвід та сприяти позитивному взаємодії з продуктом або брендом. Наприклад, в онлайн-магазинах чи рекламних кампаніях емоційний дизайн може викликати позитивні асоціації та стимулювати покупки. Також він допомагає підсилювати враження від бренду та створювати зв'язок з аудиторією через соціальні мережі та інші платформи.

Проте є ситуації, коли емоційний дизайн може бути неумісним або навіть шкідливим. Наприклад, в областях медицини, фінансів чи навчання, де потрібна об'єктивність та точність, емоційний дизайн може викликати недовіру та негативні враження. У кризових ситуаціях також краще утриматися від використання емоційного дизайну, щоб не викликати неприпустимих асоціацій або образити аудиторію [32].

Таким чином, важливо збалансувати використання емоційного дизайну відповідно до контексту та цілей. Він може бути дієвим інструментом для створення зв'язку з аудиторією та підвищення її взаємодії з продуктом чи брендом, але лише при правильному застосуванні.

Слід зазначити, що У планетаріях емоційний дизайн виявляється у використанні різноманітних елементів, які сприяють створенню захоплюючого та незабутнього досвіду для відвідувачів. Від моменту, коли вони входять до

зали, до моменту, коли вони залишають його, кожен аспект їхнього перебування в планетарії відіграє свою роль у формуванні емоційного враження.

Візуальні ефекти відіграють велику роль у створенні атмосфери. Кольорові проекції, світлові шоу та відеоанімації переносять відвідувачів у захоплюючі космічні подорожі, заповнені величністю та таємничістю космосу.

Крім того, звук має велике значення для створення емоційного досвіду. Підбір підходящої музики та звукових ефектів допомагає підсилити емоційну глибину подій і поглибити враження від подорожі крізь космос.

Застосування інтерактивних технологій також робить досвід більш відчутним і захоплюючим. Сенсорні екрани, віртуальна реальність та інші інтерактивні елементи дозволяють відвідувачам активно залучатися до подій та відчувати себе частиною космічних подорожей.

Однак не менш важливим є наратив та історія. Розповіді про астрономічні відкриття, космічні експедиції та загадки Всесвіту поглиблюють емоційний зв'язок та надають контекст для подій, які розглядаються [17].

Усі ці компоненти взаємодіють, щоб створити незабутній емоційний досвід, який залишає відвідувачам надовго враження про красу та загадку космосу. Таким чином, емоційний дизайн у планетаріях відіграє важливу роль у формуванні позитивних вражень та захоплення глядачів красою космосу.

Емоційний дизайн – це не лише про створення естетично привабливих продуктів або веб-сайтів. Це про те, як ми можемо викликати конкретні почуття та реакції у користувачів через дизайн. Цей підхід включає в себе розуміння психології людей, їхніх потреб та бажань, щоб створити продукти, які не лише функціональні, а й здатні спонукати до емоційного зв'язку. В кінцевому підсумку, емоційний дизайн допомагає створити більш глибокий та значущий досвід для користувачів, що сприяє позитивним результатам для бізнесу та задоволенню потреб користувачів [1].

Висновки до розділу 1.

1. Проаналізовано специфіку фірмового стилю культурно-просвітницьких установ їх основні складові.
2. Визначено основні складові та носії фірмового стилю культурно-просвітницьких установ та розроблено рекомендації щодо їх розробки.
3. Проаналізовано поняття емоційний дизайн та визначено його особливості стосовно фірмового стилю культурно-просвітницьких установ.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНИЙ

2.1 Інновації та традиції фірмового стилю культурно-просвітницьких установ

Інновації в фірмовому стилі культурної установи можуть включати в себе новаторське використання технологій для покращення взаємодії з відвідувачами, створення інтерактивних виставок або перформансів, впровадження нових методів консервації та відновлення культурних артефактів, а також розвиток онлайн-платформ для доступу до колекцій або програм навчання.

Традиції ж у фірмовому стилі можуть бути пов'язані з збереженням історичної естетики або архітектури будівель, застосуванням традиційних методів експозиції або виставкового дизайну, а також збереженням особливого стилю у комунікації з відвідувачами. Однак інновації та традиції можуть існувати разом у фірмовому стилі культурних установ, створюючи гармонійне поєднання між сучасністю та збереженням цінностей минулого. Наприклад, музей може використовувати віртуальну реальність для створення інтерактивних експозицій, проте водночас зберігати традиційні методи демонстрації важливих артефактів у вітринах або на постаментах (Рис 1.6).



Рис 1.6. Зразки логотипів

Узгоджений підхід до поєднання інновацій та традицій може допомогти культурним установам привернути більше відвідувачів, зберегти і підсилити свою репутацію і підвищити рівень задоволення від відвідування.

Фірмовий стиль і дизайн є ключовими елементами для будь-якої культурної установи, оскільки вони відображають її ідентичність і створюють перше враження у відвідувачів. Фірмовий стиль - це візуальна ідентичність організації, яка включає логотипи, кольори, шрифти, графічні елементи та загальний стиль комунікації. Він допомагає розпізнавати установу серед конкурентів і створює єдність у всіх аспектах її діяльності [9].

Дизайн фірмового стилю культурної установи повинен бути відображенням її місії, цінностей і атмосфери. Наприклад, музей з фокусом на сучасному мистецтві може обрати сучасний і стильний дизайн з використанням яскравих кольорів і абстрактних форм, тоді як історичний музей може вибрати більш класичний і традиційний дизайн, використовуючи загальні теми античності або ренесансу (Рис 1.7).



MoMA

Рис 1.7. Зразки логотипів

Дизайн фірмового стилю також повинен бути консистентним у всіх аспектах комунікації установи, включаючи веб-сайт, рекламні матеріали, візуальні дисплеї та інші повідомлення. Це допомагає створити єдиний і впізнаваний образ установи серед аудиторії [6].

Крім того, фірмовий стиль і дизайн можуть також включати аспекти, що відображають особливості культурного контексту, до якого належить установа. Наприклад, культурні установи в різних країнах можуть використовувати місцеві символи, традиційні зразки або мистецтво в своєму дизайні, щоб відзначити свою приналежність і природу.

Фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ може значно відрізнятися залежно від їхніх місій, цінностей та специфіки аудиторії. Наприклад, музей сучасного мистецтва може використовувати сучасний та експериментальний дизайн, з використанням яскравих кольорів та нестандартних форм, щоб відобразити його інноваційний підхід до мистецтва. У той же час, бібліотека, яка фокусується на освіті та дослідженнях, може обрати більш класичний та серйозний стиль, з використанням заспокійливих кольорів та традиційних шрифтів, що підкреслюють її авторитет і стабільність. Крім того, театри часто використовують драматичний та елегантний дизайн, що відображає їхню творчість та атмосферу таємничості. Отже, фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ може бути варіативним та індивідуальним, відображаючи унікальність кожної установи та сприйняття її місії та цінностей.

Фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ є складною та мінливою концепцією, яка поєднує в собі естетичні, практичні та стратегічні аспекти. Він відображає не лише ідентичність установи, а й її місію, цінності та спрямованість на аудиторію.

Графічні елементи, такі як шрифти та заголовки, також допомагають створити цілісний образ установи. Вони повинні бути чіткими та легко читабельними, але водночас відображати індивідуальність та стиль установи [2].

Крім вищезазначених елементів, фірмовий стиль включає в себе також дизайн рекламних матеріалів, веб-сайту, візуальних експозицій та інших аспектів комунікації з аудиторією. Ці елементи повинні бути консистентними та відповідати загальному стилю установи.

Однак фірмовий стиль не лише візуальна ідентичність установи, а й спосіб комунікації з аудиторією. Успішний фірмовий стиль повинен вражати та зацікавлювати відвідувачів, а також передавати їм не лише інформацію, але й емоції та враження.

Фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ відіграє ключову роль у забезпеченні їхньої актуальності та привабливості для аудиторії. Здатність до інновацій та змін у фірмовому стилі є необхідною для того, щоб установи могли ефективно реагувати на змінні умови та потреби громадськості.

Модернізація дизайну є одним з ключових аспектів цієї здатності до інновацій. Установи постійно переглядають свої логотипи, кольорові палітри, графічні елементи та інші складові фірмового стилю, адаптуючи їх до нових технологій та культурних тенденцій. Наприклад, з розвитком віртуальної реальності та інтерактивних технологій, установи можуть впроваджувати нові елементи в свої дизайни, щоб створити захопливі та захоплюючі враження для відвідувачів.

Крім того, адаптація до нових технологій та потреб аудиторії дозволяє установам залишатися конкурентоспроможними у сучасному світі. Наприклад, установи можуть використовувати соціальні медіа та цифрові маркетингові стратегії для привертання нових відвідувачів та спонсорів. Також важливою є здатність установ до адаптації своїх програм та подій до змінних потреб та інтересів аудиторії [11].

У цілому, інновації та зміни у фірмовому стилі дозволяють культурно-просвітницьким установам залишатися релевантними, привабливими та ефективними у сучасному світі. Це сприяє їхньому успіху та довгостроковій

стійкості, дозволяючи їм продовжувати виконувати свою місію та впливати на суспільство.

Традиції фірмового стилю культурно-просвітницьких установ виникли на основі їхньої історії, цінностей та місії. Ці установи часто прагнуть втілити свої унікальні характеристики через візуальні елементи, щоб створити неповторний ідентифікаційний образ та підвищити свою впізнаваність серед аудиторії. [15].

Однією з традицій є використання символів, які відображають місію та цінності установи. Це може бути відображено у логотипі, емблемі чи інших візуальних елементах. Наприклад, музеї мистецтва можуть використовувати мистецькі образи або відомі арт-произведения як символи, що підкреслюють їхню специфіку. Бібліотеки можуть використовувати зображення книг або пергаменту, щоб відобразити свою функцію зберігання та поширення знань.

Кольори також відіграють важливу роль у фірмовому стилі культурно-просвітницьких установ. Деякі установи можуть використовувати традиційні кольори, які асоціюються з їхніми видами діяльності. Наприклад, театри можуть використовувати вишукані кольори, такі як червоний та золотий, щоб створити атмосферу урочистості та елегантності. Водночас, навчальні установи можуть віддавати перевагу серйозним та приємним відтінкам, таким як темно-синій або зелений, що асоціюються зі знаннями та розвитком [12].

Ще однією важливою складовою традицій фірмового стилю є консистентність. Установи прагнуть зберігати стійкий ідентифікаційний образ у всіх візуальних матеріалах, включаючи веб-сайти, рекламні матеріали, листівки, постери тощо. Це допомагає підтримувати єдність та професійний вигляд у всіх аспектах спілкування з аудиторією.

Усі ці елементи допомагають культурно-просвітницьким установам зберігати свою унікальну ідентичність, підсилюють їхню місію та роблять їх більш привабливими для аудиторії [20].

Правильно розроблений фірмовий стиль може сприяти побудові довіри та позитивного сприйняття установи серед громадськості. Наприклад,

привабливий та професійний дизайн логотипу, веб-сайту та рекламних матеріалів може підвищити перше враження про установу та заохочити людей дізнатися більше про її діяльність. Крім того, консистентність у використанні фірмового стилю може сприяти побудові стабільного ідентифікаційного образу, який легко впізнаватимуть та асоціюватимуть з установою.

Дизайн також може впливати на емоційну реакцію аудиторії. Наприклад, використання яскравих та привабливих кольорів може стимулювати позитивні емоції та зацікавленість, тоді як використання стриманих та серйозних кольорів може підкреслити професійний характер установи. Таким чином, графічний дизайн відіграє важливу роль у створенні атмосфери та сприйнятті установи як місця освіти, культури та розваг.

Загалом, фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ відображає їхню унікальність, цінності та місію, а також сприяє побудові позитивних стосунків з аудиторією. Його розвиток та вдосконалення відображає постійну адаптацію установ до змін у суспільстві та технологіях, що допомагає їм залишатися актуальними та ефективними в сучасному світі.

2.2 Інновації графічного дизайну у розробках фірмового стилю Київського планетарію

Київський планетарій, як і багато інших культурно-просвітницьких установ, постійно розвиває свій графічний дизайн та фірмовий стиль, щоб залишатися актуальним та привабливим для своєї аудиторії. При розробці фірмового стилю планетарію враховується його унікальність як місця, де відбуваються науково-популярні заходи, та його специфічні функції, пов'язані з популяризацією астрономії та космосу [13].

У процесі інноваційного графічного дизайну використовуються передові технології та тенденції, щоб створити вражаючий та сучасний образ. Наприклад, можуть бути використані анімаційні та інтерактивні елементи для створення

захоплюючих вражень для відвідувачів. Інноваційні підходи також можуть включати в себе використання віртуальної реальності або розширеної реальності

для створення унікальних іммерсивних досвідів [21].

У розробці фірмового стилю Київського планетарію враховується його місія та цінності, такі як популяризація науки, освіта та розвиток космічних досліджень. Графічний дизайн може відображати ці цінності через використання відповідних символів, кольорів та графічних елементів. Наприклад, зірки, планети, галактики та інші астрономічні об'єкти можуть бути ключовими елементами дизайну, які підкреслюють тематику установи.

Також інноваційний підхід може виявитися в способах презентації інформації та взаємодії з відвідувачами. Наприклад, веб-сайт планетарію може бути розроблений з використанням новітніх технологій, які дозволяють створювати інтерактивні експозиції та віртуальні тури по планетарію.

В цілому, інновації у графічному дизайні та розробці фірмового стилю Київського планетарію допомагають підтримувати його актуальність та привабливість для аудиторії, створюючи захопливі та пізнавальні досвіди для відвідувачів.

Розробка фірмового стилю Київського планетарію включає в себе велику кількість творчих процесів та інноваційних рішень. Одним з ключових аспектів є створення візуальної ідентичності, яка буде відображати унікальність та значимість планетарію як місця науки та культурного розвитку. Під час розробки фірмового стилю враховуються як аспекти дизайну, так і особливості самого планетарію [26].

Графічний дизайн планетарію може бути інноваційним та передовим, відображаючи сучасні технології та здійснюючи спроби залучити аудиторію до вивчення космосу. Це може включати в себе використання 3D-моделювання для створення реалістичних візуальних ефектів під час показу космічних подій, таких як зіркові вибухи чи супутникові місії [29].

Однак, разом із сучасністю, важливо зберегти елементи традиції та класики, що характеризують планетарії як заклади культурної спадщини. Таким чином, графічний дизайн може поєднувати сучасні та класичні елементи, створюючи унікальний ідентифікаційний образ для планетарію.

Також, розробка фірмового стилю має враховувати потреби та очікування аудиторії. Графічний дизайн повинен бути спроектований таким чином, щоб залучити та зацікавити різноманітні групи відвідувачів, від дітей до дорослих, від студентів до наукових дослідників [30].

У планетарію також важливо розробляти систему візуальної ідентичності, яка буде консистентно використовуватися у всіх матеріалах та комунікаціях планетарію, щоб створити єдність та впізнаваність бренду серед аудиторії. [34].

Загалом, інновації у графічному дизайні Київського планетарію сприяють покращенню якості послуг та розвитку культурного середовища, яке сприяє вивченню космосу та наукових досліджень [33].

Київський планетарій, відомий також як Київська астрономічна обсерваторія, є не лише науково-дослідним закладом, але й справжнім шедевром архітектурного мистецтва. Він розташований в історичному центрі Києва і є однією з найбільш визначних споруд міста.

Споруджений у 1952 році, Київський планетарій був задуманий як місце, де жителі та гості міста могли б не лише дізнаватися про таємниці космосу, але й відчувати себе частиною нього. Його дизайн вражає своєю величиною та естетикою, а архітектурні форми додають місту унікального характеру.

Планетарій відомий своїм унікальним куполом, що нагадує величність космосу та зіркового неба. Він створює враження, ніби відвідувачі опинилися всередині самого неба, оточеного мільйонами зірок. Інтер'єр планетарію оформлений у футуристичному стилі, що підкреслює його призначення як місця для дослідження та пізнання космосу.

Навколо планетарію розташовані сквери та зелені насадження, що додають спокою та гармонії до цього космічного комплексу. Ландшафтний дизайн підкреслює красу та велич місця, створюючи атмосферу спокою та релаксації.

Загалом, дизайн Київського планетарію є вражаючим прикладом того, як архітектура може поєднувати в собі науку, мистецтво та красу. Він не лише приваблює відвідувачів своєю величчю, але й надихає на нові відкриття та дослідження у світі космосу.

Київський планетарій відображає не лише наукові досягнення у сфері астрономії, але й еволюцію графічного дизайну та архітектури протягом років. Починаючи з його заснування в 1952 році, планетарій пройшов великий шлях у розвитку та модернізації.

У перші роки свого існування, графічний дизайн планетарію був відображенням тогочасних стандартів та технологій. Його рекламні матеріали, постери та ілюстрації часто використовували класичні наукові малюнки та зображення космічних об'єктів.

Протягом наступних десятиліть, разом з розвитком технологій, графічний дизайн планетарію почав використовувати більш інноваційні підходи. Відбувалася поступова заміна традиційних друкованих матеріалів на цифрові технології, що дозволили створювати більш динамічні та інтерактивні презентації [46].

Зокрема, інновації у графічному дизайні включали в себе використання комп'ютерних програм для створення реалістичних 3D-моделей космічних об'єктів та ефектів. Це дозволяло створювати захоплюючі візуальні ефекти під час космічних шоу та експозицій [43].

Наприклад, з впровадженням сучасних проекторів і систем візуалізації, планетарій може створювати ілюзію зоряного неба на своїх куполах з неймовірною точністю та реалізмом. Також, інтерактивність стала важливою складовою графічного дизайну, що дозволяє відвідувачам активно залучатися до вивчення космосу та астрономії.

В цілому, розвиток графічного дизайну Київського планетарію відбивав сучасні тенденції та досягнення у світі технологій, що робить його не лише місцем науки, але й справжньою мистецькою та технологічною платформою.

Фірмовий стиль Київського планетарію відображає його унікальність та специфіку як місця науки, освіти та розваг. Він поєднує в собі елементи космічного мистецтва, технологічність та естетику, створюючи неповторний образ, що відображає місію та цінності планетарію [22].

Центральним елементом фірмового стилю є логотип планетарію. Логотип може містити символи космосу, такі як зірки, планети або галактики, що відображають основну тематику діяльності установи. Крім того, логотип може включати назву планетарію або його скорочену версію, що сприяє впізнаваності бренду серед аудиторії [23].

Кольорова палітра фірмового стилю може включати в себе темно-сині, чорні, фіолетові та інші космічні кольори, що створюють відчуття неземного простору та таємничості. Ці кольори можуть використовуватися в рекламних матеріалах, веб-сайті, візуальних презентаціях та інших елементах бренду.

Графічний дизайн планетарію може включати в себе зображення космічних об'єктів, астронавтів, ракет та інших космічних елементів, що асоціюються з космічними дослідженнями та подорожами. Ці елементи можуть використовуватися як у рекламних матеріалах, так і в дизайні приміщень планетарію.

Загалом, фірмовий стиль Київського планетарію відображає його важливу роль у вивченні та популяризації науки про космос та астрономії, а також створює відчуття дива та захоплення у відвідувачів.

2.3 Аналіз фірмового стилю європейського та українського планетарію

Порівняльний аналіз фірмового стилю європейських та українських планетаріїв відображає відмінності та схожості у способах представлення та візуальному ідентифікаційному образі цих установ.

Європейські планетарії, зазвичай, мають більш сучасний та мінімалістичний дизайн, що відображає їхню технологічність та прогресивний підхід до вивчення космосу. Часто вони використовують яскраві кольори та відображають сучасні технології в своєму фірмовому стилі, що створює враження інноваційності та передових досягнень (Рис 1.8).



Рис 1.8. Зразки логотипів Європейських планетаріїв

Українські планетарії, з іншого боку, можуть мати більш традиційний та естетичний дизайн, що відображає їхню зв'язок з культурними та історичними традиціями. Вони можуть використовувати символіку та елементи національної культури в своєму фірмовому стилі, що робить їх унікальними та особливими (Рис 1.9).



Рис 1.9. Зразки логотипів Українських планетаріїв

Київський планетарій є одним з найбільших та найстаріших планетаріїв в Україні. Він поєднує традиційний дизайн з сучасними технологіями, створюючи унікальний візуальний стиль. У графічному дизайні використовуються національні символи та елементи української культури, такі як орнаменти, традиційні кольори та стилізовані зображення космічних об'єктів. Це дозволяє відвідувачам відчувати зв'язок з культурним спадком України, насолоджуючись сучасними астрономічними показами [44].

Львівський планетарій розташований у культурному центрі Львова і є важливою освітньою установою для мешканців та гостей міста. Дизайн планетарію використовує естетичні елементи, що відображають архітектурні традиції Львова. Графічний дизайн включає в себе історичні та культурні символи регіону, що робить його особливим та впізнаваним. Це створює гармонійне поєднання між сучасними технологіями та багатою історичною спадщиною міста.

Одеський планетарій відомий своєю сучасною технікою та інтерактивними виставками. Дизайн планетарію поєднує традиційні українські елементи з

сучасним графічним дизайном. Наприклад, використання мотивів морської тематики, яка є характерною для Одеси, разом з національною символікою. Це дозволяє створити унікальний стиль, що відображає культурну та історичну ідентичність міста.

Харківський планетарій, названий на честь Юрія Гагаріна, є одним з найстаріших в Україні, заснований ще в радянські часи. Його дизайн включає елементи радянської естетики разом з українською культурною символікою, створюючи унікальний візуальний стиль. Це поєднання дозволяє зберегти історичну спадщину, одночасно інтегруючи сучасні елементи та технології.

Дніпровський планетарій, розташований в місті Дніпро, відомий своїми освітніми програмами та сучасними технологіями. Його дизайн використовує індустриальні мотиви разом з українськими культурними елементами, відображаючи історію та сучасність міста. Це створює гармонійне поєднання між культурною спадщиною та сучасними досягненнями в галузі астрономії.

Незважаючи на ці відмінності, європейські та українські планетарії спільно прагнуть досягнення своєї місії - популяризації науки про космос та астрономії. Їхні фірмові стилі відображають цю місію та сприяють створенню враження наукового та освітнього центру, який відкриває перед відвідувачами дивний та захоплюючий світ космосу.

Європейські планетарії розвивали свій фірмовий стиль з врахуванням культурних, наукових та технологічних тенденцій свого часу. Початок формування фірмового стилю європейських планетаріїв можна пов'язати з першими публічними обсерваторіями, які були засновані у Європі в 17-18 століттях. Ці обсерваторії вже тоді мали свої власні символи, логотипи та емблеми, які відображали їхню наукову діяльність та цінності.

У 20 столітті з поширенням інтересу до астрономії та космосу, було створено перші планетарії, які стали центрами популяризації науки про космос серед широкої громадськості. Формування фірмового стилю цих планетаріїв

пов'язується з розвитком нових технологій та методів візуалізації, які дозволяли створювати захоплюючі космічні шоу та експозиції.

З часом, фірмовий стиль європейських планетаріїв став більш унікальним та різноманітним, відображаючи кожен конкретний заклад як центр наукових досліджень, освіти та розваг. Він включає в себе логотипи, кольорову гаму, графічний дизайн та інші елементи, які підкреслюють особливості та цінності кожного планетарію [24].

У дизайні Лондонського та Київського планетаріїв можуть бути помітні різниці, але обидва об'єкти, безсумнівно, приваблюють увагу своєю архітектурою та стилем.

Лондонський планетарій, частина Королівської обсерваторію Грінвіча, вражає сучасною архітектурою зі скла та металу, нагадуючи великий купол, який освітлюється вночі.

Фірмовий стиль планетарію поєднує сучасну естетику та наукову спадщину. Логотип використовує стилізоване зображення купола та абстрактні форми, що символізують космос і зірки. Сучасні геометричні шрифти, темні кольори (темно-синій, чорний, темно-сірий) та яскраві акценти (білий, жовтий, блакитний) підкреслюють важливі елементи.

Графічний дизайн включає друковані матеріали (брошури, афіші, квитки) із зображеннями космосу, а також інтерактивні елементи на цифрових платформах (веб-сайт, соціальні мережі), такі як анімації, інтерактивні карти та віртуальні тури. Сувенірна продукція (футболки, кружки, постери) та освітні матеріали (посібники, зошити, плакати) містять яскраві графічні елементи, які допомагають у навчанні та створюють унікальний візуальний досвід [45].

Київський планетарій поєднує архітектурні елементи модернізму та соцреалізму з сучасними тенденціями. Його фірмовий стиль включає стилізовані астрономічні символи та класичні шрифти, що підкреслюють наукову спрямованість і історичну спадщину. Кольорова палітра використовує темні космічні тони з яскравими акцентами. Графічний дизайн друкованих

матеріалів, таких як афіші та брошури, включає зображення космосу, створюючи атмосферу дослідження. Цифрові платформи мають інтерактивні елементи та анімації. Сувенірна продукція та освітні матеріали відображають поєднання історичних та сучасних елементів, роблячи Київський планетарій унікальним та впізнаваним.

У порівнянні можна сказати, що обидва планетарії вражають своєю архітектурою і використанням сучасних технологій у фірмовому стилі та графічному дизайні. Обидва планетарії використовують інтерактивність та високоякісні графічні рішення для створення захоплюючого досвіду для відвідувачів, що робить їх популярними місцями для освіти та розваг.

Також один з найпопулярніших “Інтрепід-планетарій” в Нью-Йорку вражає своїм унікальним дизайном, який поєднує космічну тематику з історією морської та повітряної авіації. Будівля розташована на історичному авіаносці USS Intrepid, який був активно використовуваний під час Другої світової війни та пізніше перетворений на музей. Дизайн планетарію інтегрується з елементами авіаційної техніки та космічних апаратів, що робить його неповторним серед інших планетаріїв у світі. Планетарій пропонує відвідувачам захоплюючі космічні виставки та інтерактивні програми, а архітектурний дизайн будівлі сам по собі є величною інтерпретацією духу дослідження космосу та подорожей у невідоме.

Фірмовий стиль кожного планетарію є важливим елементом його ідентичності та визначає спосіб, яким він представляє себе перед відвідувачами та громадськістю в цілому. У Європі та Україні планетарії володіють унікальними характеристиками, які відображають історію, культуру та технологічний розвиток кожної країни [25].

Українські планетарії, натомість, можуть мати більш традиційний та естетичний дизайн, який відображає їх зв'язок з культурою та історією країни. Вони можуть використовувати національні символи та елементи у своєму фірмовому стилі, що робить їх особливими та унікальними.

Що стосується початку формування фірмового стилю європейських планетаріїв, варто зазначити, що він був тісно пов'язаний з розвитком астрономії в Європі.

Це можна пояснити тим, що планетарії виникли як спроба навчати та зацікавлювати громадськість космічною наукою, а також показати досягнення у цій галузі. Таким чином, вони відобразили наукові досягнення та використані технології у своєму дизайні, використовуючи сучасні матеріали та форми.

Українські планетарії також розвивали свій фірмовий стиль, враховуючи національні та культурні особливості країни. Вони можуть використовувати у своєму дизайні національні символи, кольори та мотив.

Початок космонавтики ознаменував нову еру у вивченні космосу і розвитку технологій. Від теоретичних розробок Ціолковського, Годдарда і Оберта до практичних досягнень, таких як запуск "Супутника-1" і польот Юрія Гагаріна, космонавтика перетворилася з мрії на реальність. Це дало поштовх до розвитку нових технологій, наукових відкриттів і міжнародної співпраці, які продовжують розширювати наші горизонти в дослідженні космосу.

Європейські планетарії, як вже зазначено, часто мають сучасний дизайн, який використовує високі технології для створення захоплюючих просторів. До цього можна додати, що в різних країнах можуть існувати планетарії, які відрізняються своїм дизайном та фірмовим стилем від того, що зазвичай асоціюється з планетаріями. Наприклад, у Японії можуть існувати планетарії, які відображають традиційну японську культуру в своєму дизайні, або у США - планетарії, які використовують мотиви космічних подорожей у своєму образі.

Порівняльний аналіз фірмового стилю різних планетаріїв з різних країн демонструє різноманітність та унікальність кожної установи, а також різні шляхи, якими вони намагаються привернути увагу відвідувачів до вивчення космосу та науки.

Висновки до розділу 2.

1. В аналітичному розділі було досліджено інновації та традиції фірмового стилю культурно-просвітницьких установ. Встановлено, що поєднання сучасних технологій та традиційних методів дозволяє створити ефективний та привабливий фірмовий стиль.

2. Аналіз фірмового стилю українських планетаріїв показав, що кожен з них має свої унікальні особливості, але спільною рисою є прагнення до створення візуально привабливого та функціонального дизайну місії, що відповідає цінностям установи.

3. Європейські планетарії часто вирізняються сучасним та мінімалістичним дизайном, що демонструє їх технологічність та прогресивний підхід до вивчення космосу.

4. Українські планетарії, такі як Київський, зберігають зв'язок з культурними та історичними традиціями, що додає їм унікальність.

РОЗДІЛ 3 ПРОЄКТНИЙ

3.1 Розробка елементів та носіїв фірмового стилю планетарію

Розробка елементів фірмового стилю для планетарію включає в себе кілька ключових аспектів.

Розробка логотипу для планетарію - це складний процес, який вимагає уважного врахування кількох ключових аспектів. Перш за все, логотип повинен бути унікальним та легко впізнаваним, щоб створити візуальне обличчя планетарію. Для цього можуть бути використані символи космосу, такі як планети, зірки, супутники чи інші астрономічні об'єкти, які відображають його тематику та цінності.

Крім того, важливо врахувати стиль та форму логотипу, які можуть бути абстрактними або реалістичними, залежно від характеру планетарію. Кольорова палітра також грає важливу роль у створенні ефективного логотипу, і вибір космічних кольорів може додати атмосферності та захоплюючого візуального ефекту [47].

Текстовий елемент логотипу, такий як назва планетарію або його скорочення, може додати додаткову інформацію та стиль до візуального образу. Вибір читабельного та стильного шрифту є ключовим аспектом цього елементу.

Вибір кольорової палітри для планетарію також є важливим елементом в розробці його фірмового стилю. Кольори не лише впливають на естетичний вигляд, а й мають суттєвий вплив на емоційну реакцію відвідувачів та їхні асоціації. У цьому контексті синій, чорний, фіолетовий та відтінки сірого визначають атмосферу та настрій планетарію, адже вони часто асоціюються з космічним простором.

Синій символізує безмежність неба та океану, викликаючи відчуття мирності та безкрайності космосу. Чорний надає загадковості та таємничості, що властиві нічному небу, створюючи контраст з яскравими кольорами та

підкреслюючи науковий аспект. Фіолетовий додає магічного елементу, підкреслюючи таємничість та екзотичність космосу. Відтінки сірого доповнюють палітру, надаючи глибини та текстур дизайну.

Важливо, щоб вибрані кольори були гармонійними на всіх носіях бренду, включаючи логотип, веб-сайт, рекламні матеріали та інші елементи, для створення єдиного та впізнаваного образу планетарію, який привертає увагу та зацікавленість відвідувачів.

При виборі шрифтів для планетарію важливо враховувати не лише їхню читабельність, але й асоціації, які вони можуть викликати у відвідувачів. Шрифти, які відображають науковий характер та сучасний підхід планетарію, допоможуть створити відповідну атмосферу та підкреслити його інноваційний характер.

Прості, але стильні шрифти можуть бути ідеальним вибором для планетарію. Вони забезпечують читабельність тексту, що є особливо важливим для передачі інформації про астрономічні явища та наукові дослідження. В той же час, ці шрифти можуть мати сучасний дизайн, який відображає інноваційність та передові технології, що використовуються в планетарію.

Шрифти можуть бути інспіровані космічною тематикою або астрономічними символами, такими як зірки, планети або галактики. Це може додати елемент магії та таємничості до дизайну, а також підкреслити зв'язок планетарію з космосом та небом.

Нарешті, важливо враховувати, як шрифти виглядають в різних контекстах, таких як логотип, заголовки, текстовий контент та інші елементи дизайну. Забезпечення консистентності у використанні шрифтів допоможе створити єдиний та професійний образ планетарію, який буде легко впізнаваним та приваблюватиме увагу відвідувачів.

Поза логотипом, додаткові графічні елементи можуть істотно збагатити візуальну ідентичність планетарію, створюючи унікальну та захоплюючу атмосферу. Розробка таких елементів, як абстрактні зображення планет,

галактик, сузір'їв та інших астрономічних об'єктів, може додати додаткової глибини та магічності до візуального образу планетарію.

Наприклад, абстрактні зображення планет можуть створювати враження дивовижного космічного простору, де відвідувачі можуть відчувати себе дослідниками невідомого. Галактики та сузір'я можуть додати відчуття таємничості та містичності, що відображають нескінченні можливості космосу.

Ці графічні елементи можуть бути використані для декорування різних матеріалів, таких як рекламні банери, листівки, плакати, а також для оформлення інтер'єру планетарію. Наприклад, вони можуть бути використані для створення унікальних муралів або вітрин, які захоплять увагу відвідувачів та створять унікальну атмосферу в закладі [48].

Важливо, щоб ці графічні елементи були гармонійно інтегровані з іншими елементами бренду та відображали його цінності та ідеї. Крім того, вони мають бути використані розумно та з обережністю, щоб не перевантажити візуальний образ та забезпечити чіткість та зрозумілість для відвідувачів.

Розробка фірмового стилю для планетарію полягає в тому, щоб він був однаково ефективним на різних носіях. Це означає, що логотип, кольорова палітра, шрифти та інші графічні елементи мають бути легко адаптовані для використання на веб-сайті, плакатах, рекламних буклетах та будь-яких інших матеріалах.

Наприклад, логотип повинен бути відтворений у векторному форматі, щоб забезпечити якість зображення на будь-яких роздрукованих матеріалах, а також у піксельному форматі для використання на веб-сайті та в інтернет-матеріалах. Кольорова палітра повинна бути однаково відтворена у CMYK для друку та RGB для веб-дизайну, забезпечуючи однаковість відтінків на різних носіях.

Шрифти також повинні бути обрані з урахуванням їхньої читабельності та універсальності на різних матеріалах. Наприклад, шрифт для використання на плакатах може бути більш великим та виразним, але в той же час повинен бути легко читабельним на великій відстані. Для веб-сайту варто вибрати шрифт,

який добре виглядає як у заголовках, так і у тексті, і є читабельним на екранах різних розмірів.

Збереження єдності образу планетарію на всіх носіях допомагає підсилити впізнаваність бренду та створити послідовність в сприйнятті його відвідувачами. Це сприяє позитивному враженню про заклад та сприяє побудові стабільної та довгострокової співпраці з клієнтами.

За допомогою різних стилів дизайну планетарію можна створити неповторну атмосферу, що відображається у всій його концепції та візуальному образі.

Науково-інформаційний стиль спрямований на передачу точної та наукової інформації про космос. Тут використовуються чіткі візуалізації планет та галактик, а також наукові графіки, діаграми та лаконічні шрифти, що сприяють зрозумілості та зосередженості.

Фантастичний стиль створює магічний світ космосу, використовуючи яскраві кольори, абстрактні форми та фантастичні мотиви. Шрифти можуть мати містичний вигляд, доповнюючи загадкову атмосферу.

Мінімалістичний стиль відрізняється простотою та мінімалізмом, де використовуються прості форми та мало кольорів. Такий дизайн передає лаконічність та чистоту.

Технологічний стиль підкреслює використання передових технологій та інновацій у планетарію. Тут використовуються елементи високотехнологічного обладнання, цифрові екрани та сучасні шрифти, що відображають передові можливості планетарію.

Ці різноманітні стилі можуть бути поєднані або адаптовані залежно від конкретних потреб та цілей планетарію, створюючи унікальну та захоплюючу атмосферу для відвідувачів.

3.2 Визначення прийомів та методів художнього оформлення планетарію

Художнє оформлення планетарію - це складний процес, який передбачає застосування різних прийомів та методів для створення захопливого та освітнього середовища. Ось деякі з них:

Візуальні ефекти та проекції грають важливу роль у створенні космічної атмосфери. Світлові ефекти на стінах і стелі планетарію можуть створити вражаючий ефект, який зацікавить дітей.

Тематичне оформлення різних зон планетарію, таких як "Сонячна система" або "Глибини космосу", допомагає дітям краще зрозуміти та запам'ятати інформацію про космос.

Інтерактивні елементи, такі як симулятори космічних польотів або сенсорні дисплеї, залучають дітей до активного вивчення космосу та збагачують їх досвід.

Використання мультимедійних матеріалів, таких як відеоролики та аудіозаписи, допомагає дітям краще зрозуміти складні концепції та події з історії космічних досліджень.

Цікаві експонати, такі як моделі планет та космічних апаратів, можуть зацікавити та стимулювати допитливість дітей, роблячи вивчення космосу ще захопливішим.

Ці методи об'єднуються, створюючи захопливе та навчальне середовище для дітей у планетарію.

Методи художнього оформлення планетарію - це складний та захоплюючий процес, що поєднує в собі елементи історичних традицій і сучасних технологій. Вони дозволяють створювати неповторне космічне середовище, яке зацікавлює та навчає відвідувачів будь-якого віку.

Сучасні планетарії використовують передові технології, такі як великі купольні проекції та інтерактивні відтворення космосу. Ці методи дозволяють

створити вражаючі візуальні ефекти, що переносять глядачів у захоплюючу подорож крізь зірки та галактики.

Проте розвиток планетаріїв не обмежується лише використанням технологій. Важливу роль відіграє історична і культурна спадщина, що додає особливий колорит та глибину до оформлення. Деякі методи, такі як відтворення давніх астрономічних карт або міфологічних легенд про зорі та планети, переносять нас в минуле, де вчені та мислителі вперше розглядали та пояснювали таємниці космосу.

Крім того, методи художнього оформлення планетарію зачіпають багато галузей науки та мистецтва. Вони використовуються для створення інтерактивних виставок, де діти та дорослі можуть експериментувати з науковими фактами та концепціями через мистецтво та дизайн.

У цій суміші традицій і новаторських рішень художнє оформлення планетарію виявляється як потужний інструмент, що відкриває перед нами нескінченні простори космосу та надихає на дослідження та вивчення.

При створенні планетарію для різних вікових груп відвідувачів важливо враховувати їхні унікальні потреби та інтереси.

Для дітей дошкільного віку важливо створити просте, зрозуміле та безпечне середовище, яке стимулює їх допитливість та активність. Яскраві кольори, великі рухомі об'єкти, м'які меблі для відпочинку, а також інтерактивність вигляду та дотику можуть зацікавити малюків та створити дружню атмосферу для їхнього відвідування.

Для школярів та підлітків важливо забезпечити стимулююче середовище, яке допоможе їм зрозуміти складніші наукові концепції та зацікавить їх у дослідженнях космосу. Інтерактивні виставки, ігрові зони для експериментів та можливості спілкування з науковцями можуть заохочувати їх до вивчення науки та технології.

Для дорослих відвідувачів важливо створити середовище, що надихає до вивчення космосу на більш глибокому рівні. Це може включати в себе

високотехнологічні візуальні ефекти, відеопрезентації про сучасні наукові дослідження та можливості участі в наукових дебатах та дискусіях.

Забезпечення доступності для всіх відвідувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями, є невід'ємною частиною дизайну будь-якого планетарію. Адаптовані маршрути, підйомні платформи, аудіогіди та інші доступні засоби допомоги можуть забезпечити комфортне та цікаве відвідування для всіх гостей.

Загалом, гнучкий та цільовий дизайн планетарію допомагає створити неперевершений досвід для кожного відвідувача, незалежно від їхнього віку та інтересів [49].

У дизайні планетарію існує безліч цікавих прийомів, які допомагають створити захоплююче та навчальне середовище для відвідувачів.

Перш за все, 360-градусна проекція на всіх стінах і стелі планетарію створює вражаючий ефект поглиблення у космосі, дозволяючи відчувати себе серед зоряного простору. Додавання віртуальної реальності розширює можливості відвідувачів, дозволяючи їм зануритися в унікальні космічні пригоди.

Аудіовізуальні інсталяції, засновані на використанні світлових та звукових ефектів, а також інтерактивних проекцій, допомагають поглибити досвід відвідувачів та забезпечити їм незабутні враження.

Співпраця з науковими експертами для проведення "живих" виставок та лекцій дозволяє гостям почути цікаві розповіді про космос та задати питання фахівцям. Крім того, інтерактивні дослідження, які дозволяють відвідувачам проводити власні експерименти та дослідження, сприяють активному навчанню та розвитку допитливості.

Ці прийоми разом створюють захоплююче та навчальне досвід для відвідувачів планетарію, роблячи їхню подорож крізь космос ще захопливішою та запам'ятовуванішою.

При проектуванні дизайну колористики для планетарію важливо враховувати його цільову аудиторію та створювати атмосферу, що відображає космічні таємниці та захоплення.

Перш за все, природні кольори, такі як темно-синій, пурпурний та чорний, можуть створити враження незбагненності та містичності космосу. Додавання яскравих акцентних кольорів, таких як жовтий чи червоний, може привернути увагу до певних елементів і робити їх більш видимими для відвідувачів.

Кольорова тематика може бути спрямована на певні аспекти космосу, такі як глибини космічного простору, планети або галактики, щоб створити специфічну атмосферу та передати науковий або фантастичний настрій.

Використання освітлення з різними відтінками та інтенсивністю може створити ефект глибини та руху у просторі, а контрастність між кольорами може підсилити враження простору та глибини космосу.

Ці прийоми в дизайні колористики допомагають створити захоплюючу та незабутню візуальну атмосферу, яка відтворює чарівність та загадковість космосу для відвідувачів планетарію.

У планетаріях, подарунки для дітей не лише привертають увагу, але й стимулюють подальше вивчення космосу та науки. Від моделей планет до космічних книжок, ось кілька ідей:

Моделі планет Сонячної системи - чудовий спосіб освітити дітей щодо розташування та вигляду планет.

Космічні книжки та головоломки - захоплюючі матеріали, що стимулюють інтерес до подальшого вивчення космосу.

Космічні іграшки - від плюшевих планет до моделей космічних кораблів, що розвивають творчість та уяву.

Комплекти для спостережень - біноклі та телескопи, які сприяють поглибленню знань про нічне небо.

Космічні прикраси та аксесуари - цікаві прикраси з космічними мотивами, які вражають та надихають.

Освітні набори - набори, які включають експерименти та наочні демонстрації для активного вивчення науки.

Ці подарунки не лише розважають, але й сприяють вивченню та поглибленню знань про космос та астрономію.

Планетарії – це не лише місце для спостереження зоряного неба, але й центр науки, культури та розваг. Дизайн планетарію включає в себе широкий спектр інноваційних підходів та технологій, які створюють неповторний та захоплюючий досвід для відвідувачів.

Однією з інноваційних технологій є використання 360-градусної проекції. Ця технологія дозволяє створювати ілюзію поглиблення у космосі, де відвідувачі можуть відчувати себе серед зоряного неба. Комбінація цієї проекції з використанням віртуальної реальності може забезпечити ще більш захоплюючий досвід, де гості можуть відправитися у захоплюючі подорожі крізь космос та вивчати віддалені галактики.

Іншим інноваційним рішенням є створення інтерактивних зон та експозицій. Інтерактивність заохочує відвідувачів до активної участі, дозволяючи їм вивчати науку шляхом експериментів та досліджень. Такі зони можуть включати ігрові елементи, віртуальні лабораторії та можливості взаємодії з різними космічними явищами.

Крім того, планетарії можуть впроваджувати інші інновації, такі як використання сучасних аудіовізуальних технологій, розробка мобільних додатків для додаткової освіти та можливості спілкування з науковими експертами через онлайн-платформи.

Забезпечення доступності для всіх відвідувачів є ще однією важливою складовою дизайну планетарію. Це означає створення комфортних умов для людей з обмеженими можливостями, включаючи адаптовані маршрути, підйомні платформи та інші засоби підтримки.

Загалом, інноваційний дизайн планетарію сприяє навчанню, розвагам та дослідженням космосу для всіх відвідувачів, надаючи їм неповторний та захоплюючий досвід.

3.3 Оформлення фірмового стилю до Київського планетарію

Оформлення фірмового стилю для Київського планетарію – це не лише створення естетичного зовнішнього вигляду, але й визначення унікальної ідентичності закладу, що відображає його місію, цінності та спрямованість. Дизайн фірмового стилю важливий для створення впізнаваності та позиціонування планетарію серед конкурентів, а також для привертання уваги відвідувачів.

Використання векторної графіки у фірмовому стилі дозволяє створити чіткі, яскраві та привабливі зображення, що легко розпізнаються на різних матеріалах фірмової продукції.

Особливу увагу приділено вибору кольорової палітри. Вибір синьо-фіолетових тонів асоціюється з глибиною неба та таємничістю космосу, що підкреслює тематику планетарію та створює відповідну атмосферу.

Акцент на дітях у фірмовому стилі планетарію сприяє залученню молоді до вивчення космосу та астрономії, а також створює дружню та привітну атмосферу для всіх відвідувачів.

Такий підхід до оформлення фірмового стилю Київського планетарію дозволяє підкреслити його унікальність та сприяти популяризації науки серед дітей та молоді.

Логотип Київського планетарію є центральним елементом фірмового стилю. Він включає символи, пов'язані з космосом, такі як зірки, планети та телескопи. Логотип розроблений з урахуванням простоти, зрозумілості та гармонійності, використовуючи синьо-фіолетові відтінки, що підкреслюють тематику космосу та створюють відчуття глибини та таємничості (Рис. А.3.1).

Плакати для Київського планетарію створені з метою привернення уваги та інформування відвідувачів про події та програми. Використання яскравих кольорів та графічних елементів робить їх привабливими, а чітка подача інформації забезпечує легкість сприйняття. Плакати відповідають загальному

стилю планетарію, використовуючи його кольорову палітру та шрифти (Рис. А.3.2, Рис. А.3.3).

Основним аспектом графічного дизайну є створення привабливих і естетичних графічних матеріалів, таких як плакати, афіші та логотипи, що відображають красу космосу та астрономічні об'єкти. Чистий і сучасний дизайн сприяє легкому сприйняттю інформації, а емоційно привабливі зображення викликають цікавість та захоплення у відвідувачів.

Афіші відіграють важливу роль у промоції подій та програм планетарію. Вони включають графічні елементи, що викликають інтерес, такі як ілюстрації космічних об'єктів та фонові зображення нічного неба. Афіші розроблені з акцентом на візуальну привабливість та чіткість повідомлення, що робить їх ефективним засобом комунікації (Рис. А.3.4).

Дизайн квитків для Київського планетарію зосереджений на функціональності та візуальній естетиці (рис. А.3.5), А.3.6). Квитки включають важливу інформацію (дата, час, місце проведення заходу) та відповідають загальному стилю закладу. Використання унікальних графічних елементів, таких як логотип та фонові зображення космічних об'єктів, робить квитки частиною єдиного візуального образу планетарію.

Обрання синьо-фіолетової кольорової палітри для фірмового стилю Київського планетарію було зумовлено кількома важливими факторами. Ці кольори асоціюються з глибиною неба та таємничістю космосу, відображаючи основну тематику планетарію. Вони також викликають відчуття спокою, захоплення та інтересу, що сприяє залученню відвідувачів та створює відповідну атмосферу для вивчення космічних явищ.

Синьо-фіолетові кольори добре поєднуються з яскравими акцентами, такими як білий, жовтий чи оранжевий, створюючи контрастні та привабливі зображення. Вони додають естетичну цінність до загального дизайну, роблячи його більш стильним та сучасним. Також ці кольори часто асоціюються з наукою, технологіями та інноваціями, підкреслюючи науковий аспект діяльності планетарію.

Дослідження аудиторії є важливою частиною розробки фірмового стилю для Київського планетарію. Основна мета полягає у визначенні цільової аудиторії, яка відвідує планетарій, та їхніх очікувань. Планетарій має різні групи відвідувачів, включаючи дітей, сім'ї та дорослих. Діти часто відвідують планетарій разом з батьками або шкільними групами, цікавляться космосом і очікують навчальних та розважальних активностей. Сім'ї шукають місце, де можна провести час разом і отримати освітній контент, який підходить для всієї родини. Дорослі мають інтерес до астрономії, космосу та науки, і шукають освітній досвід, що допоможе їм краще зрозуміти космос.

Для ефективного впровадження фірмового стилю також важливо проаналізувати фірмові стилі інших планетаріїв і музеїв космосу. Цей аналіз дозволяє визначити унікальні особливості, які можна використати для відокремлення від конкурентів, зокрема тематичні кольори і символіка, типографія і стиль, що створюють враження космічної теми і науки [50].

На другому етапі розробки фірмового стилю для Київського планетарію проводиться концептуалізація ідеї. Це включає в себе вибір основних напрямків для розвитку стилю, таких як мінімалістичний, технологічний, мистецький тощо. Кожен напрямок відображає тематику космосу через відповідний вибір кольорових схем і типографії.

При розробці концепцій логотипу і кольорових схем створюються ідеї, які найкраще підходять для візуального представлення планетарію. Кольорова палітра зазвичай включає синій і фіолетовий, що асоціюються з космічним простором, а також інші кольори, що доповнюють тему. Вибір шрифтів також враховується, щоб вони відповідали обраному стилю та асоціювалися з наукою і космосом. Цей етап є вирішальним для подальшого створення концепції фірмового стилю, який буде відображати унікальність планетарію та привертати увагу цільової аудиторії.

На третьому етапі розробки фірмового стилю для Київського планетарію проводиться розробка дизайну, що включає кілька ключових компонентів (рис. А.3.7).

Розробка логотипу є першим кроком на цьому етапі. Логотип розробляється таким чином, щоб він був легко впізнаваний і асоціювався з планетарієм. Він повинен передавати основні ідеї і стилістику, що використовуються в загальному фірмовому стилі.

Далі відбувається виготовлення графічних елементів. Це включає створення векторних зображень, символів та інших графічних елементів, які використовуються для декорування різноманітних матеріалів планетарію.

Останнім етапом є дизайн матеріалів. Він включає розробку дизайну для плакатів, афіш, брошур, квитків та інших матеріалів, які використовуються для просування та інформування відвідувачів. Кожен з цих елементів повинен відповідати загальній стилістиці, що була визначена на попередніх етапах розробки.

Критерієм також є етап розробки фірмового стилю для Київського планетарію проводяться тестування і затвердження дизайну. Після завершення розробки дизайну, він перевіряється на різних матеріалах і форматах, щоб забезпечити консистентність і чіткість візуального представлення.

Далі проводиться збір відгуків від внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб. Отримані відгуки аналізуються, і вносяться необхідні корективи для вдосконалення дизайну з урахуванням отриманих коментарів.

Завершальним кроком є отримання остаточного схвалення від управління або керівництва. Після затвердження фінального дизайну він готується для використання на всіх матеріалах та платформах планетарію.

Після затвердження фінального дизайну фірмового стилю для Київського планетарію настає етап впровадження і використання.

Впровадження айдентики передбачає його застосування на всіх візуальних матеріалах планетарію, таких як плакати, афіші, брошури, квитки та інші рекламні матеріали. Всі ці елементи мають відповідати новому дизайну, щоб створювати єдиний стильний образ планетарію для відвідувачів.

Далі проводиться підготовка документації і навчання персоналу щодо використання нового культурного силу. Це включає розробку рекомендацій

щодо застосування логотипу, кольорів, шрифтів і графічних елементів, а також проведення тренінгів для персоналу.

На останньому етапі відбувається моніторинг і підтримка фірмового стилю. Це означає постійне відстеження і перевірку використання стилю для забезпечення його відповідності і актуальності. Це включає в себе аналіз реакції відвідувачів і можливі корективи в дизайні для покращення його ефективності.

Цей комплексний підхід дозволяє створити унікальний і впізнаваний образ Київського планетарію, який не тільки відповідає його місії та цінностям, але й сприяє емоційному зв'язку з відвідувачами. Ретельне дослідження аудиторії і аналіз конкурентів дозволили визначити унікальні особливості та потреби відвідувачів, що стало основою для створення дизайну, який привертає та залишає незабутні враження. Кожен елемент фірмового стилю — від кольорової палітри до типографії і графічних елементів — підібраний з урахуванням тематики космосу, створюючи атмосферу загадки, дослідження та науки. Впровадження нового образу на всіх платформах планетарію дозволяє створити єдиний, послідовний ідентифікаційний код, який підкреслює його унікальність і запрошує відвідувачів у захоплюючу подорож крізь простір та час.

Висновки до розділу 3.

1. Розроблено елементів та носіїв фірмового стилю для планетаріїв.
2. Визначено прийоми та методи художнього оформлення, що дозволило створити ефективні дизайнерські рішення, які підкреслюють унікальність закладу та сприяють його пізнаваності.
3. Створено фірмовий стиль культурно-просвітницьких установ, який є інструментом для підвищення їхньої пізнаваності та довіри з боку аудиторії.
4. Показано, що використання інноваційних підходів та збереження традиційних елементів дозволяє створити унікальний та привабливий фірмовий стиль.

ВИСНОВКИ

Створення фірмового стилю культурно-просвітницьких установ, зокрема планетаріїв, є складним і багатоаспектним процесом, який вимагає врахування специфіки закладу, місії, цінностей та аудиторії. У теоретичному розділі дослідження було визначено, що фірмовий стиль справи є ключовою роль у спілкуванні з відвідувачами, підвищуючи пізнаваність та довіру до встановлення. Особливості фірмового стилю культурно-просвітницьких установ включають застосування унікальних візуальних елементів, які відображають культурну та освітню цінність закладу. Рекомендації до створення фірмового стилю включають гармонійне поєднання традиційних та інноваційних елементів.

Емоційний дизайн фірмового стилю, як було важливо, є багатьом аспектом, що сприяє створенню глибокого емоційного зв'язку з аудиторією.

В аналітичному розділі було досліджено інновації та традиції фірмового стилю культурно-просвітницьких установ. Встановлено, що поєднання сучасних технологій та традиційних методів дозволяє створити ефективний та привабливий фірмовий стиль.

Аналіз фірмового стилю українських планетаріїв показав, що кожен з них має свої унікальні особливості, але спільною рисою є прагнення до створення візуально привабливого та функціонального дизайну місії, що відповідає цінностям установи. Європейські планетарії часто вирізняються сучасним та мінімалістичним дизайном, що демонструє їх технологічність та прогресивний підхід до вивчення космосу. Українські планетарії, такі як Київський, зберігають зв'язок з культурними та історичними традиціями, що додає їм унікальність.

Проектний розділ дослідження присвячено розробці конкретних елементів та носіїв фірмового стилю для планетаріїв. Визначення прийомів та методів

художнього оформлення дозволило створити ефективні дизайнерські рішення, які підкреслюють унікальність закладу та сприяють його пізнаваності.

Таким чином, створення фірмового стилю культурно-просвітницьких установ є інструментом для підвищення їхньої пізнаваності та довіри з боку аудиторії. Використання інноваційних підходів та збереження традиційних елементів дозволяє створити унікальний та привабливий фірмовий стиль.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айдендика бренду: 6 компонентів, які визначають стиль компанії URL: <https://freshtech.global/ua/blog/brand-identity-6-components-that-define-the-companys-style>. (дата звернення 30.05.2024).
2. Благодір О. Л., Розум Т. В., Сокол О. П. Систематизація технологій виготовлення етикетково-пакувальної продукції в Україні Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Технічні науки, 2015. № 2. С. 95-100.
3. Вайт. А. Основи графічного дизайну / пер. з англ. Київ: Arthuss, 2023, 240 с.
4. Гаврилюк О. Ілюстрація в українському дизайні. Київ: АБА, 2017. С. 41-44.
5. Голден Б. Сучасний графічний дизайн / Переклад з англійської. Київ: Видавництво Основи, 2015. С. 78-83.
6. Голуб І.А. Теорія та практика графічного дизайну. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. С. 61-65.
7. Графічний дизайн. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD (дата звернення 29.05.2024).
8. Графічний дизайн: творчість і технології – збірник статей. Київ: Мистецтво, 2021. С. 66-69.
9. Добірка варіативних шрифтів для графічного дизайну URL: <https://www.komarov.design/dobirka-variativnikh-shriftiv/> (дата звернення 10.05.2024)
10. Дизайн систем візуальної інформації : навч. посіб. / О. В. Чемакіна, А. Л. Рубцов, В. О. Свірко, О. П. Олійник, Л. М. Акімова, О. В. Кузьмін / За заг. ред. В. О. Свірка. Херсон : Олді-плюс, 2019. 200 с.
11. Evans M. Logo, revised edition. Laurence King Publishing, 2021. 432; illustrations: 1600.

- 12.Hornung D. Color Third Edition: A workshop for artists and designers. Laurence King Publishing; 3rd edition, 2020. 235 p.
13. Київський планетарій – офіційний сайт – Афіша подій 2024. URL: <https://planet.org.ua/> (дата звернення 25.04.2024).
14. Кокота В. Б. Види та технології друку. Збірник тез Міжнародної студентської науково-технічної конференції «Природні та гуманітарні науки. Актуальні питання», 26-27 квітня 2018 р. Т : ТНТУ, 2019. Т.1. С.42.
- 15.Графічний дизайн і колір: колірне кодування та його правила. URL: https://tcd.kiev.ua/uk/kolirne-koduvannya-v-grafichnomu-dizajni/?srsltid=AfmBOooaKELK7qLM7L19jtra5Ql2dAmT5Cu88IgeZ3_eUuiTPEGBr8Js (дата звернення 13.05.2024).
- 16.Кольорова психологія в дизайні інтерфейсу та брендингу URL: <https://ux.pub/vio/kolorova-psikhologhiia-v-dizaini-intierfieisu-ta-briendinghu-220c> (дата звернення 17.05.2024).
- 17.Космос на дотик: топ-7 найкращих планетаріїв та астрономічних музеїв світу URL: <https://maxpolyakov.com/ua/top-7-naikrashchykh-planetariiv-ta-astronomichnykh-muzeiiv-svitu/> (дата звернення 23.05.2024).
- 18.Лаптон Е., Філліпс Д. К. Графічний дизайн: Нові основ: переклад з англійської І. Михайлишева. Київ: Arthuss, 2020. 262 с.
- 19.Lupton E. Thinking with Type: A Primer for Designers: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. Princeton Architectural Press. 2010. 224 p.
- 20.Міжнародний день планетаріїв. URL: https://daytoday.ua/podiya/mizhnarodnyy-den-planetariiv/#google_vignette (дата звернення 27.05.2024).
- 21.Munara B. Design as Art. Penguin, 2008. 224 p.
- 22.Бережна О.Б., Андрюшенко Т.Ю. Типографіка : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 125 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26377/1/2021-%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%B0%20%D0%9E%20%D0%91%2C%20%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D1%8E%D1%89%>

D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A2%20%D0%AE.pdf. (дата звернення 23.05.2024).

- 23.Огілві Д. Про рекламу; пер. з англ. Д. Шостак. Книжковий Клуб Сімейного Дозвілля, 2023. 240 с.
24. Основні елементи фірмового стилю URL: <https://shapoval.agency/osnovni-elementy-firmovogo-stylyu/> (дата звернення 27.04.2024).
- 25.Чупріна Н.В., Струмінська Т.В. Сучасні технології дизайн-діяльності : навч. посіб. К. : КНУТД, 2017. 416 с. Петрук А. Мистецтво типографіки: теорія і практика. Київ: Видавництво Києво-Могилянської академії, 2016. с 33-36.
- 26.Портал освітньо-інформаційних послуг «Студентська консультація». URL: https://studcon.org/#google_vignette (дата звернення 14.04.2024).
- 27.Айдентики та брендбук URL:<https://owlweb.com.ua/services/rozrobka-aydentiki-ta-stvorenniya-brendbuku> (дата звернення 30.05.2024).
- 28.Скрипник М. Графічний дизайн в Україні: від початків до сучасності. Київ: Наукова думка, 2011. С. 23-25.
29. Сосюрка Н. П. Сутність фірмового стилю та його роль для сприятливого іміджу компаній. Час мистецької освіти. Теорія і методика виховання художньо-обдарованої особистості у закладах мистецької освіти : зб. ст. VII Всеукр. наук.-практ. конф., 17–18 жовт. 2019 р. : [у 2-х ч.] / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; [редкол.: В. В. Фомін (голов. ред.) та ін.]. Харків : ХНПУ, 2019. Ч. 1. С. 41–44.
- 30.Samara T. Design Elements: A Graphic Style Manual. Rockport Publishers; First Edition, 2007. 272 p. Ткаченко Н. "Основи комп'ютерної графіки та дизайну". Київ: Кондор, 2012. с 57-60.
- 31.Twemlow A. What Is Graphic Design For? Rotovision; First Edition, 2006. 256 p.
- 32.Український авангард: образотворче мистецтво і графіка – збірник статей. Київ: Мистецтво, 2017.
33. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник. Х. : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.

- 34.Фірмовий стиль URL: https://www.seotm.com/ua/services/design/firm_style.html
(дата звернення 18.04.2024).
35. Фірмовий стиль: 4 основні елементи URL: <https://1001druk.com/firmovyj-styl-4-osnovni-elementy.html> (дата звернення 22.04.2024).
36. Фірмовий стиль: що це, з чого він складається та навіщо потрібен компанії URL: <https://deltadesign.com.ua/what-is-corporate-identity/> (дата звернення 04.05.2024).
- 37.Формування та підтримка лояльності до бренду. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0-7> (дата звернення 22.04.2024).
- 38.Чебаник В.Я. Графіка української мови. Рутенія. АДЕФ-Україна. 2024. 192 с.
- 39.38 цікавих фактів про Планетарії URL: https://tsikavi-fakty.com.ua/38-tsikavyh-faktiv-pro-planetariyi/#google_vignette (дата звернення 28.05.2024).
- 40.How to create a logo: comparing the best ways to get. URL: <https://99designs.com/blog/logo-branding/how-to-create-logo/>(дата звернення 28.05.2024).
- 41.Як винаходили планетарій. URL: <https://thealphacentauri.net/52951-yak-vinahodili-planetariy/> (дата звернення 26.04.2024).
- 42.The Role of Digital Design in Branding and Identity. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/role-digital-design-branding-identity-alastaer-angoluan-aj--86bsf>. (дата звернення 26.04.2024).
43. Design & Digital Design — Rebrand / Corporate Identity URL: <https://creativecircle.dk/arbejder/planetarium/> (дата звернення 21.04.2024)
- 44.Development of corporate style for the success of your brand
URL: <https://coi.ua/en/blog/DesignCo/what-does-a-brand-style-include/> (дата звернення 21.04.2024).
- 45.Galactic.name URL: https://www.galactic.name/vokrug_sveta/planetarium_ukr.php
(дата звернення 24.04.2024).

46. Shanghai Planetarium - Winner Brand Identity URL: <https://www.german-design-award.com/en/the-winners/gallery/detail/23398-shanghai-planetarium.html> (дата звернення 23.04.2024).
47. Mastering Content Creation for Your Planetarium Business
URL: <https://desygner.com/blog/industry/how-to-create-content-for-planetarium-business> (дата звернення 24.04.2024).
48. Immersive experience URL: <https://www.immersive-experiences.co.uk/about/> (дата звернення 29.05.2024).
49. Planetarium Celebration Shows. URL: <https://www.rmg.co.uk/whats-on/planetarium-shows> (дата звернення 07.05.2024).
50. A Brief History of Corporate Identity - Zool Agency URL: <https://zool.agency/branding/a-brief-history-of-corporate-identity/> (дата звернення 19.04.2024).

ДОДАТКИ

Додатки А. До розділу 3.



Рис. А. 3.1. Логотип Київського планетарію



Рис. А.3.2..Мокап логотипу Київського планетарію



Рис. А.3.3..Плакати Київського планетарію

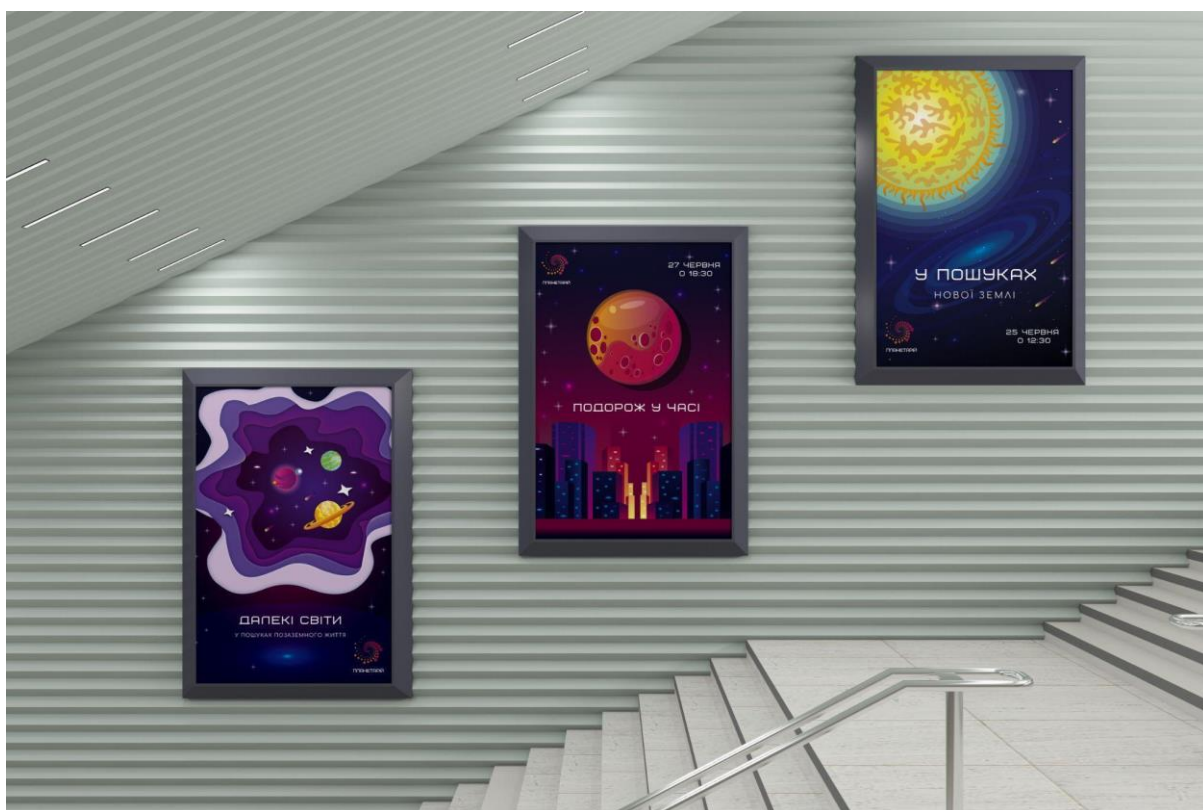
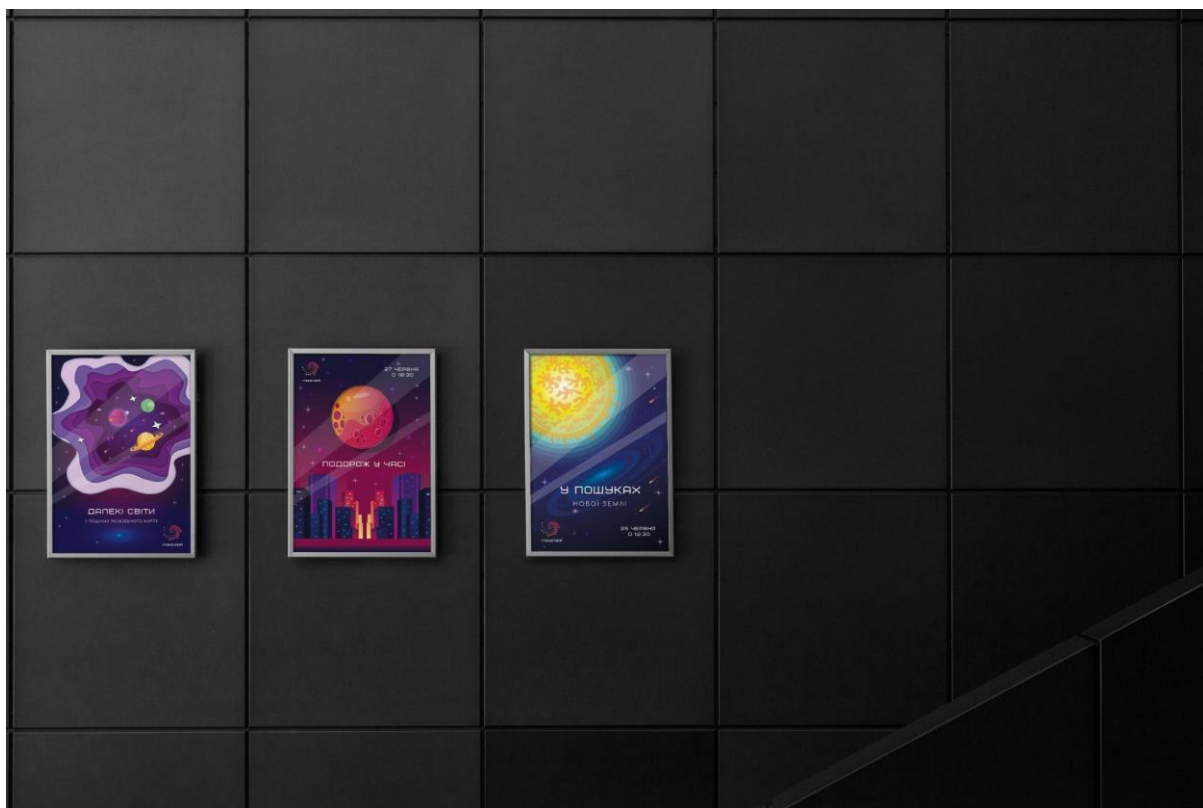


Рис. А.3.4. Мокап плакатів Київського планетарію



Рис. А.3.5. Сувенірна продукція Київського планетарію

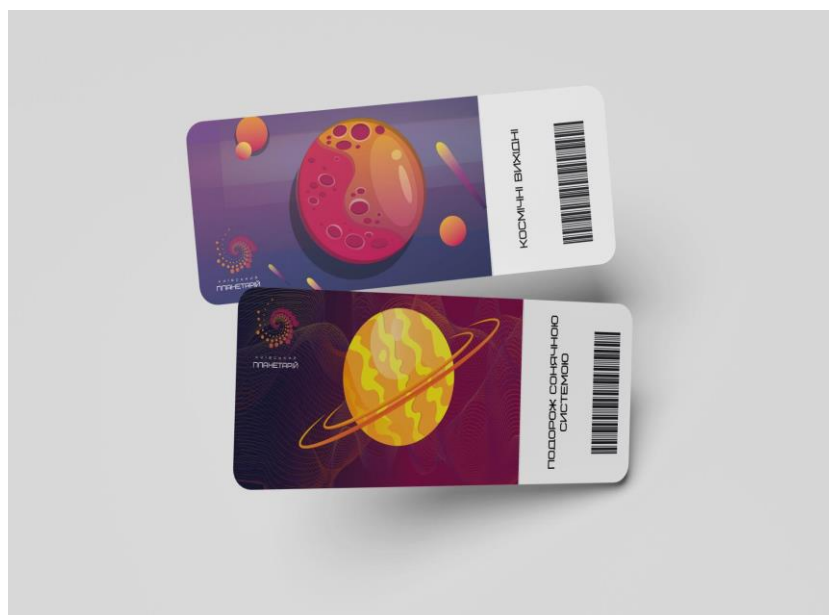


Рис. А.3.6. Квитки Київського планетарію



Рис. А.3.7. Фірмовий стиль Київського планетарію