

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Кваліфікаційна наукова праця  
на правах рукопису

**Самер Хамді Ареф Аль Равашдех**

УДК 74.01/.09 (569.5)

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ І  
ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ**

022 Дизайн

02 Культура і мистецтво

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії  
Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,  
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ / Самер Хамді Ареф Аль Равашдех/

Науковий керівник

Лінда Світлана Миколаївна

доктор архітектури, професор

Львів – 2021

## АНОТАЦІЯ

*Самер Хамді Ареф Аль Равашдех.* Дизайн візуальних комунікацій об'єктів культурної і природної спадщини Йорданії. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю – 022 Дизайн. – Національний університет «Львівська політехніка» Міністерства освіти і науки України, Львів, 2021.

У **ВСТУПІ** зазначено актуальність дослідження, сформульовано мету, завдання, об'єкт та предмет роботи, а також визначено наукову новизну та практичну цінність.

У Розділі 1 **«ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ»** обґрунтовано терміни та поняття, які використано у даній роботі, проаналізовано стан дослідження питання, сформовано методику проведення дисертаційної роботи.

У підрозділі 1.1. **«Понятійно-категорійний апарат дослідження»** зазначено, що термінологія спирається на існуючі документи у пам'яткоохоронній діяльності (Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини, 1972) та на визначення, прийняті у світовій та українській теорії дизайну.

У підрозділі 1.2. **«Стан дослідження питання та огляд інформаційних джерел»** наукові матеріали, що склали теоретичну основу дослідження, проаналізовано за такими групами: наукові праці із суміжних дисциплін; дослідження питання глобалізації та національної ідентичності в дизайні; публікації у галузі музеєзнавства та збереження пам'яток культурної спадщини; фундаментальні загальнотеоретичні та методологічні праці у сфері дизайну та візуальних комунікацій; праці, що висвітлюють проблеми предметно-просторового та візуально-комунікативного дизайну експозицій; дослідження питань графічного дизайну Йорданії.

У підрозділі 1.3 *«Емпірична база та методи дослідження»* представлено алгоритм проведення даної роботи. Базовим у проведенні роботи є загальнофілософський діалектичний метод. Дослідження ґрунтується на використанні історичного, системного та культурологічного підходів. На теоретичному загальнонауковому рівні були використані методи аналізу та синтезу зібраного матеріалу, методи порівняння, класифікацій, графічного моделювання, узагальнення. До спеціальних методів були залучені методи морфологічного, композиційного, художньо-образного, конструктивно-технічного, структурно-семіотичного аналізу. Емпіричну базу дослідження сформував матеріал, зібраний автором у процесі натурних обстежень об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Всього було проаналізовано 16 об'єктів культурної спадщини та 2 об'єкти природної спадщини країни.

У розділі 2 **«ВЗАЄМОВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ЛОКАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СУЧАСНІЙ ПРАКТИЦІ ДИЗАЙНУ В ЙОРДАНІЇ»** проаналізовано історичний контекст формування культурної спадщини Йорданії, визначено соціальні та економічні передумови розвитку дизайну в країні сьогодні, з'ясовано, яку роль відіграють глобалізаційні тенденції у розвитку регіонального дизайну країни.

Підрозділ 1.2 *«Історична обумовленість культурно-мистецької самобутності у формуванні дизайну в Йорданії»* присвячений аналізу історичних етапів розвитку країни та їх значення для формування культурної самобутності сьогодні. Територія, яку займає сьогодні Йорданія, тисячоліттями знаходилася на межі зіткнення великих цивілізацій минулого і свій слід тут залишили практично всі учасники тривалого історичного процесу. Для формування мультикультурної спадщини Йорданії особливо велике значення мали античний період, доба Візантії та середньовіччя. Тоді були створені об'єкти, які сьогодні сформували «золотий фонд» не лише йорданської культури, але є надбанням світового масштабу.

У підрозділі 2.2 *«Глобалізаційні тенденції у сучасній дизайнерській діяльності»* з'ясовано значення глобалізаційних тенденцій у сучасному

розвитку дизайнерської діяльності. Виявлено основні чинники глобалізації дизайну: економічний, політичний, соціальний, екологічний, інформаційний, освітній. Відмінною ознакою є різне втілення дизайну у кожній окремо взятій країні за рахунок етнічної культурної самобутності, носіями якої є творці об'єкту дизайну, сам об'єкт та процес творення.

Визначено, що глобалізаційні процеси у сфері дизайну виявляють загальні принципи гармонізації, функціональності, екологічного та ергономічного підходів і, водночас, унаочнюють проблему ідентичності окремих етносів. У дослідженні виявлено, що ціннісну основу регіонального дизайну Йорданії формує сьогодні багатий культурно-мистецький спадок, а саме, традиції каліграфічного письма та орнаментування, народне ремесло та декоративно-ужиткове мистецтво.

У підрозділі 2.3 *«Сучасний стан розвитку графічного дизайну в Йорданії»* проаналізовано основні етапи становлення дизайнерської діяльності в країні, а також визначено потенціал сучасної підготовки дизайнерів для вирішення завдань щодо дизайну візуальних комунікацій.

**Розділ 3 «СКЛАДОВІ ДИЗАЙНУ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНКАЦІЙ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ ТА ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ»** ґрунтується на емпіричному матеріалі.

У підрозділі 3.1 *«Характеристика об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії»* проведена їх систематизація. Усі об'єкти культурної спадщини були розділені за періодами їх створення та належністю до певної культури. Таким чином були визначені об'єкти античної спадщини: Петра, Джераш, Гадара, Пелла, об'єкти, зосереджені в Аммані; об'єкти християнської сакральної спадщини: Мадаба, Маунт Небо; об'єкти християнської мілітарної спадщини: замки хрестоносців Ель-Карак і Шобак; об'єкти ісламської спадщини: замки Аджлун, Кусейр-Амра, Каср аль-Халлабат, Каср аль-Харрана, Каср аль-Мушатта. Серед об'єктів природної спадщини були визначені Ваді-Рам та Мертве море.

У підрозділі 3.2 *«Візуальні комунікації у підсистемі предметно-просторового середовища»* проаналізовано дизайн візуальних комунікацій



об'єктів культурної та природної спадщини за такими блоками: інформаційні системи статичного середовища (системи туристичної навігації та науково-допоміжного супроводу) та інформаційні системи динамічного середовища (інтерактивні інформаційні стенди, відеомеппінг, інсталяції). Встановлено, що у дизайні візуальних комунікацій предметно-просторового середовища накопичений як позитивний досвід (типологічна різноманітність об'єктів культурної та природної спадщини, що дозволяє апробувати креативні підходи у дизайні; різноманітність, що сприяє напрацюванню оптимальних зразків; розвиток оригінальних способів подачі інформації), так є недоліки (нерівномірність забезпечення інформаційними системами об'єктів; відсутність єдиних підходів та стандартів формування інформаційних систем та подачі науково-допоміжного супроводу; неповна забезпеченість сучасними інформаційними системами динамічного середовища та інформаційними системами, які б дозволяли доступ до даних про об'єкт для осіб з обмеженими фізичними можливостями).

У підрозділі 3.3 *«Логотип, як основний елемент візуальної ідентифікації об'єкту культурної та природної спадщини»* виявлено, що у системі візуальних комунікацій логотип є одним із базових елементів та дозволяє найточніше ототожнити об'єкт культурної чи природної спадщини відповідно до його історико-культурної характеристики. Основними підходами у дизайні візуальної ідентифікації об'єктів культурної та природної спадщини визначено універсальний (використання універсальних знаків, перевірених форм та загальновідомих образів) та унікальний (використання традиційних графічних кодів). Констатовано недостатню забезпеченість більшості пам'яток логотипами та графічними стандартами, що суттєво ускладнює ідентифікацію інформації про них у предметно-просторовому, друкованому та цифровому середовищі.

У підрозділі 3.4 *«Візуальні комунікації в підсистемі друкованого середовища»* розглянуто дизайн візуальних комунікацій у друкованому середовищі з огляду на: особливості та активність використання елементів візуальної ідентифікації у друкованій та сувенірній продукції з визначенням її

дієвості чи недієвості за низкою функцій; візуальні характеристики малих поліграфічних форм; особливості дизайну корпоративної періодики та книжкових видань; характер та упізнаваність друкованих рекламних носіїв.

У підрозділі 3.5 *«Візуальні комунікації у підсистемі цифрового середовища»* на підставі аналізу вебсайтів, додатків, окремих віртуальних турів та мультимедійних презентацій було доведено недостатнє використання можливостей цифрового середовища та запропоновано низку підходів для формування даної системи: у вебдизайні – апеляція до шрифтової та орнаментальної своєрідності; використання пріоритетних традиційних кольорових моделей. При формуванні віртуальних реконструкцій у просторовій структурі – активне освоєння та адаптація до умов середовища можливостей відеомепінгу; формування сценарію, базованого на традиції. При формуванні мультимедійних презентацій та віртуальних онлайн турів: апеляція до етнокультурної своєрідності, використання упізнаваних національних мотивів.

У розділі 4 **«ВІЗУАЛЬНА КОМУНКАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ ТА ПРИРОДНИХ КОМПЛЕКСІВ ЙОРДАНІЇ У СВІТОВОМУ КОНТЕКСТІ: ПОРІВНЯННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»** проведено порівняльний аналіз дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії з іншими країнами, визначено перспективи їх розвитку.

У підрозділі 4.1 *«Порівняння дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів Йорданії з іншими країнами»* встановлено, що стан дизайну візуальних комунікацій відповідає ситуації розглянутих країн Європи, Азії та Африки, а їх розробка і представлення відбувається за подібними сценаріями у сфері предметно-просторового дизайну та дизайну поліграфічної продукції. Проте, у порівнянні з деякими європейськими країнами, спостерігається недостача візуальних комунікацій у цифровому середовищі.

У підрозділі 4.2 *«Принципи формування дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів у Йорданії»* сформульовані базові принципи формування дизайну. До функціонально-ергономічних принципів належать: принцип безпеки та мінімального втручання у пам'ятку, доступності

до об'єкту культурної та природної спадщини, дублювання інформаційних систем. До естетично-художніх: принципи єдності дизайну візуальних комунікацій («візуальний паттерн країни») та принцип дотримання художніх засад дизайну візуальних комунікацій. Семіотичний принцип є реалізований через відповідність дизайну візуальних комунікацій об'єкту, який забезпечує ідентифікацію об'єкту культурної та природної спадщини у регіональному та міжнародному контексті.

У підрозділ 4.3 *«Перспективи розвитку дизайну візуальних комунікацій»* окреслено наступні перспективи: розробка та прийняття спеціальної програми щодо дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини на державному рівні; приведення до єдиного стилю (візуальний паттерн країни) дизайну візуальних комунікацій усіх об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії; збалансування системи дизайну візуальних комунікацій; розвиток систем мультимедійного дизайну на об'єктах культурної та природної спадщини Йорданії; вдосконалення системи дизайну візуальних комунікацій цифрового середовища (створення спеціальних сайтів для окремих об'єктів, наукових сайтів); формування стратегії та програми комплексного пристосування об'єктів культурної та природної спадщини для потреб осіб із фізичними можливостями; розвиток системи дизайнерської освіти, зокрема, уведення у навчальні програми дисциплін, пов'язаних із вебдизайном та мультимедійним дизайном.

У **ВИСНОВКАХ** підведені підсумки наукового дослідження.

*Ключові слова:* дизайн візуальних комунікацій, Йорданія, глобалізація, регіональні тенденції, культурна і природна спадщина.

## ABSTRACT

*Samer Hamdi Aref Alrawashdeh.* Design of visual communications of Jordanian cultural and natural heritage sites. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Dissertation for the scientific degree of the doctor of philosophy on a specialty 022 Design. – Lviv Polytechnic National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv, 2021.

The **INTRODUCTION** defines the relevance of the study, formulates the purpose, objectives, object and subject of the work, as well as identifies the scientific novelty and practical value.

In section 1 **«THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF THE RESEARCH»** we have substantiated the terms and concepts used in this work, analyzed the state of research, formed the methodology of the dissertation.

In subsection 1.1. *«The conceptual and categorical apparatus of research»* states that the terminology is based on existing documents in the field of monument protection (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, 1972) and on the definitions adopted in world and Ukrainian design theory.

In subsection 1.2 *«The state of research and review of information sources»* scientific materials that formed the theoretical basis of the study are analyzed in the following groups: scientific papers in related disciplines; research on globalization and national identity in design; publications in the field of museum studies and preservation of cultural heritage monuments; fundamental general theoretical and methodological works in the field of design and visual communications; works that highlight the problems of subject-spatial and visual-communicative design of exhibitions; research on graphic design issues in Jordan.

Subsection 1.3 *«Empirical basis and research methods»* presents the algorithm for this work. The general philosophical dialectical method is basic in carrying out the work. The research is based on the use of historical, systemic and cultural approaches. At the theoretical general scientific level, methods of analysis and synthesis of the

collected material, methods of comparison, classifications, graphic modelling, generalization were used. The methods of morphological, compositional, constructive-technical, structural-semiotic analysis were involved in special methods. The empirical basis of the study was formed by the material collected by the author in the process of field surveys of cultural and natural heritage sites of Jordan. A total of 16 cultural heritage sites and 2 natural heritage sites were analyzed.

Section 2 «**INTERACTION OF GLOBALIZATION AND LOCAL TRENDS IN MODERN DESIGN PRACTICE IN JORDAN**» analyzed the historical context of the development of the global cultural heritage in Jordan.

Subsection 1.2 «*Historical conditionality of cultural and artistic identity in the formation of design in Jordan*» is devoted to the analysis of historical stages of development of the country and their significance for the formation of cultural identity today. The territory occupied by Jordan today has been on the verge of a clash of great civilizations of the past for thousands of years, and almost all participants in the long historical process have left their mark here. The ancient period, the Byzantine period and the Middle Ages were especially important for the formation of Jordan's multicultural heritage. These objects have formed a «golden fund» not only of Jordanian culture, but have also become world heritage sites.

Subsection 2.2. «*Globalization trends in modern design*» explains the importance of globalization trends in modern design. The main factors of design globalization are revealed: economic, political, social, ecological, informational, and educational. A distinctive feature is the different embodiment of design in each country due to ethnic cultural identity, which is carried by the creators of the design object, the object itself and the process of creation. It is determined that globalization processes reveal general principles of harmonization, functionality, ecological and ergonomic approaches and, at the same time, illustrate the problem of identity of separate ethnic groups. It is showed that the value base of Jordan's regional design today is formed by a rich cultural and artistic heritage, namely, the traditions of calligraphy and ornamentation, folk crafts and decorative and applied arts.

Subsection 2.3 «*The current state of development of graphic design in Jordan*» analyzes the main stages of development of design activities in the country, as well as identifies the potential of modern training of designers to solve problems related to the design of visual communications.

Section 3 «**COMPONENTS OF THE DESIGN OF VISUAL COMMUNICATIONS OF JORDAN'S CULTURAL AND NATURAL HERITAGE OBJECTS**» is based on empirical material.

Subsection 3.1 «*Characteristics of Jordan's cultural and natural heritage sites*» systematized these sites. All cultural heritage sites were divided according to the periods of their creation and belonging to a certain culture. Thus were identified objects of ancient heritage: Peter, Jerash, Gadara, Pella, objects concentrated in Amman; objects of Christian sacred heritage: Madaba, Mount Nebo; Christian military heritage sites: the castles of the Crusaders El Karak and Shobak; Islamic heritage sites: Ajlun, Quseir-Amra, Qasr al-Hallabat, Qasr al-Harrana, Qasr al-Mushatta castles. Wadi Ram and the Dead Sea were analyzed in the natural heritage subsystem.

Subsection 3.2 «*Visual communications in the subsystem of subject-spatial environment*» analyzes the design of visual communications of cultural and natural heritage objects by blocks: information systems of static environment (tourist navigation systems, support systems) and information systems of dynamic environment (interactive information stands, video mapping, installations). It is established that in the design of visual communications of the subject-spatial environment accumulated a positive experience (typological diversity of cultural and natural heritage sites, which allows to test creative approaches in design; diversity contributes to the development of optimal samples; development of original ways of presenting information). Also negative aspects were defined (uneven provision of information systems of facilities; lack of common approaches and standards for the formation of information systems and the provision of research and support; incomplete provision of modern information systems of a dynamic environment and information systems that would allow access to information for people with disabilities).

In subsection 3.3 *«Logo as the main element of visual identification of cultural and natural heritage site»* it is revealed that in the system of visual communications the logo is one of the basic elements that allows to most accurately identify the cultural or natural heritage object according to its historical and cultural characteristics. The main approaches in the design of visual identification of cultural and natural heritage objects are defined as universal (exploitation of universal signs, proven forms and well-known images) and unique ones (exploitation of traditional graphic codes) approaches. It is stated that the majority of monuments are not provided with logos, colour and font standards, which significantly complicates the identification of information about them in the subject-spatial, printed and digital environments.

In subsection 3.4. *«Visual communications in the subsystem of the printing environment»* considers the design of visual communications in the printing environment system taking into account: visual characteristics of small printing forms; features of design of corporate periodicals and book editions; nature and recognisability of printed advertising media.

Section 3.5 *«Visual communications in the digital environment subsystem»* based on the analysis of websites, applications, individual virtual tours and multimedia presentations proved the underutilization of the digital environment and proposed a number of approaches to form this system: in web design – appeal to font and ornamental; use of priority traditional colour models. In the formation of virtual reconstructions in the spatial structure – active development and adaptation to the conditions of the environment of video mapping capabilities; formation of a scenario based on local tradition. In the formation of multimedia presentations and virtual online tours: appeal to ethno-cultural identity, the use of recognizable national motifs.

In Section 4 **«VISUAL COMMUNICATION OF JORDAN'S CULTURAL AND NATURAL COMPLEXES IN A WORLD CONTEXT: COMPARISONS AND DEVELOPMENT PROSPECTS»** a comparative analysis of the design of visual communications of Jordan's cultural and natural heritage sites with other countries has been conducted, and prospects for their development have been identified.

Subsection 4.1 «*Comparison of the design of visual communications of cultural and natural complexes of Jordan with other countries*» indicates that the state of design corresponds to most countries in Europe, Asia and Africa, their development and presentation have similar scenarios in the field of subject-spatial design and printing design. However, compared to some European countries, there is a lack of visual communication in the digital environment.

Subsection 4.2 «*Principles of design of visual communications of cultural and natural complexes in Jordan*» formulates the basic principles of design. Functional and ergonomic principles include the principle of safety and minimal interference in the monument, accessibility to the object of cultural and natural heritage, duplication of information systems. To aesthetic and artistic: the principles of unity of design of visual communications («visual pattern of the country») and providing the basic principles of design of visual communications. The semiotic principle is realized through the conformity of the design of visual communications, which ensures the identification of the object of cultural and natural heritage in the regional and international context.

Subsection 4.3 «*Prospects for the development of visual communication design*» outlines the following prospects: development and adoption of a special program for the design of visual communications of cultural and natural heritage sites at the state level; bringing to a single style (visual patterns of the country) the design of visual communications of all objects of cultural and natural heritage of Jordan; balancing the visual communication design system; development of multimedia design systems at Jordanian cultural and natural heritage sites; improving the design system of visual communications of the digital environment (creation of special sites for individual objects, scientific sites); formation of strategy and program of complex adaptation of objects of cultural and natural heritage for the needs of persons with physical abilities; development of the design education system, in particular the introduction of disciplines related to web design and multimedia design in the curriculum.

The **CONCLUSIONS** summarize the results of scientific research.

*Keywords: design of visual communications, Jordan, globalization, regional trends, cultural and natural heritage.*



**ПЕРЕЛІК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА, В ЯКИХ  
ВІДОБРАЖЕНІ ОСНОВНІ НАУКОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЇ**

***Статті у фахових наукових виданнях України,***

***та у збірниках, внесених до науко-метричних баз даних:***

1. Аль Равашдех, С. (2018a), Феномен естетичного у традиційному мистецтві та дизайні Йорданії. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. Львів: ЛНАМ, №35. с. 159-173.
2. Аль Равашдех, С. (2018b), Чинники формотворення у сучасних логотипах Йорданії, *Культура і сучасність : альманах*, № 2, с. 158-163.
3. Аль Равашдех, С. (2018с), Становлення та коротка характеристика сучасного графічного дизайну Йорданії. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: мистецтвознавство*, за ред. О. Смоляка, Тернопіль, №2 (39). с.303-308.

***Публікації у наукових періодичних виданнях інших держав:***

4. Al Rawashdeh, S. (2019a), Globalization as a Form of Cultural Interaction in Contemporary Design Development. *Paradigm of Knowledge*. Sultanate of Oman. Muskat. № 4(36), p.102-112
5. Linda, S., Al Rawashdeh, S. (2021), Means of visual communications in the exhibitions of architectural heritage objects. *Paradigm of Knowledge*. Frankfurt. ТК Meganom LLC. № 3(47), p.16-23 (особистий внесок здобувача полягає у зборі емпіричного матеріалу, проведеному аналізі дизайну візуальних комунікацій в експозиціях архітектурних пам'яток, участі у формулюванні висновків статті).

***Публікації, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:***

6. Аль Равашдех, С. (2017a), Арабське каліграфічне письмо: традиції та практика застосування в сучасному дизайні. *Традиції та новації у дизайні: тези доповідей за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених і студентів, 15 листопада 2017 року*, Луцьк : Луцький національний технічний університет, с.160-162.

7. Аль Равашдех, С. (2017b), Традиційні ремесла Йорданії на тижні дизайну в Аммані. *Всеукраїнська наукова конференція, присвячена 145-річчю кафедри дизайну та основ архітектури НУ «Львівська політехніка», 28 грудня 2017 р.: збірник матеріалів і тез*, Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.118-119.
8. Аль Равашдех, С. (2019b), Взаємодія глобального та національного у візуальній культурі сучасності на прикладі Йорданії. *Всеукраїнська наукова конференція, присвячена пам'яті Ю.Липки. 31 травня 2019 р.: збірник матеріалів і тез*, Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.98-99.
9. Аль Равашдех, С. (2019c), Глобалізаційні тенденції у розвитку візуальних мистецтв Йорданії у ХХ ст. *Міжнародна наукова конференція «Освіта, пам'ять, місто. Присвячується пам'яті архітектора Івана Левинського»:* збірник тез і матеріалів конференції, Львів, 27 вересня 2019 р. Відп.за вип. проф. Б.С.Черкес; за заг.ред. С.М.Лінди. Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.166-169.

## ЗМІСТ

<b>АНОТАЦІЯ</b> .....	2
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>ВСТУП</b> .....	17
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ</b>	
<b>ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ</b> .....	23
1.1. Понятійно-категорійний апарат дослідження.....	23
1.2. Стан дослідження питання та огляд інформаційних джерел.....	27
1.3. Емпірична база та методи дослідження .....	39
Висновки до розділу 1.....	47
<b>Розділ 2. ВЗАЄМОВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ЛОКАЛЬНИХ</b>	
<b>ТЕНДЕНЦІЙ У СУЧАСНІЙ ПРАКТИЦІ ДИЗАЙНУ В ЙОРДАНІЇ</b> ....	
49	
2.1. Історична обумовленість культурно-мистецької самобутності у формуванні дизайну в Йорданії.....	49
2.2. Глобалізаційні тенденції у сучасній дизайнерській діяльності.....	58
2.3. Сучасний стан розвитку графічного дизайну в Йорданії.....	98
Висновки до розділу 2.....	102
<b>Розділ 3. СКЛАДОВІ ДИЗАЙНУ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНКАЦІЙ</b>	
<b>ОБ’ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ ТА ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ</b>	
<b>ЙОРДАНІЇ</b> .....	
107	
3.1 Характеристика об’єктів культурної та природної спадщини Йорданії.....	107
3.2. Логотип, як основний елемент візуальної ідентифікації об’єкту культурної та природної спадщини.....	123

3.3. Візуальні комунікації в підсистемі предметно-просторового середовища.....	133
3.4. Візуальні комунікації в підсистемі друкованого середовища.....	143
3.5. Візуальні комунікації в підсистемі цифрового середовища.....	149
Висновки до розділу 3.....	155
<b>Розділ 4. ВІЗУАЛЬНА КОМУНКАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ ТА ПРИРОДНИХ КОМПЛЕКСІВ ЙОРДАНІЇ У СВІТОВОМУ КОНТЕКСТІ: ПОРІВНЯННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....</b>	<b>160</b>
4.1. Порівняння дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів Йорданії з іншими країнами.....	160
4.2. Принципи формування дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів у Йорданії.....	171
4.3. Сучасні тенденції та перспективи розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.....	179
Висновки до розділу 4.....	187
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>190</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>195</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>220</b>
ДОДАТОК А. Рисунки до розділів.....	221
ДОДАТОК Б. Ілюстрації до розділів.....	278
ДОДАТОК В. Список опублікованих праць за темою дисертації.....	298

## ВСТУП

Зростаючий на світовій арені вплив арабської культури відкриває нові можливості до міжкультурного діалогу та актуалізує проблему розуміння розвитку національних культур країн Азії. Йорданія відносно нещодавно інтегрувавшись у загальноарабський рух відродження (країна здобула незалежність у 1948 р.), у короткий термін подолала шлях від епохи середньовіччя до сучасності, а її культура набула динамічного розвитку. Синтез традицій та інновацій, включення у нові структурні зв'язки класичних тем та мотивів мистецтва арабського Сходу надають дизайну Йорданії рис регіональної самобутності, унікальності та виразності.

Важливого значення у формуванні культурного ландшафту сьогодення в Йорданії набувають об'єкти культурної та природної спадщини<sup>1</sup>. 5 пам'яток знаходиться у переліку об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО, ще 14 є кандидатами на включення до списку світової спадщини (UNESCO. Jordan). Усі ці об'єкти сьогодні є місцями туристичної привабливості. Згідно даних міністерства Туризму та Античності Йорданії у 2019 р. країну з метою культурного туризму відвідало 2 966 815 іноземців (The Ministry of Tourism and Antiquities, 2019). Серед найбільш популярних місць для відвідувань у Йорданії є Петра (1 135 300 відвідувань за рік), Джераш (475 525 відвідувань) та Ваді Рам (364 230 відвідувань).

Зважаючи на популярність об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії, підтримання визначних місць у належному стані стає важливою частиною функціонування туристичної галузі та фактором творення позитивного іміджу країни у світовому контексті. На об'єктах культурної та природної спадщини необхідно забезпечити умови перебування, які б відповідали вимогам безпеки, фізичного та психологічного комфорту,

---

<sup>1</sup> Терміни «*культурна та природна спадщина*» спираються на визначення, які подані у «Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини», яка була підписана у Парижі у 1972 р. (Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини, 1972).

інформативності та зрозумілості. Важлива роль у цьому процесі належить засобам візуальної комунікації.

**Актуальність дослідження** визначається такими положеннями:

1. Об'єкти культурної та природної спадщини Йорданії, володіючи не лише мистецькою та естетичною цінністю, а й економічною значимістю, є важливою складовою туристичної галузі. Тому є необхідний аналіз із аспекту їх адаптації до туристичної мети, де важливу роль відіграють засоби візуальної комунікації.
2. Засоби візуальної комунікації місць культурної та природної спадщини Йорданії ще не стали об'єктом окремого, спеціального дослідження. В країні не створені науково обґрунтовані теоретичні передумови розвитку цього напрямку дизайнерської творчості. Тому необхідно проаналізувати засоби візуальної ідентифікації Йорданії, виявити їх специфіку з метою забезпечення візуалізації культурної ідентичності країні у дизайні візуальних комунікацій.
3. У світі накопичений великий досвід у сфері візуальної ідентифікації об'єктів культурної та природної спадщини, який може бути корисним при формуванні системи принципів візуальної ідентифікації для Йорданії. Це допоможе не лише сформулювати перспективи їх розвитку, але й забезпечити міжнародну зрозумілість з одного боку, а з іншого – зберегти національну самобутність у цьому напрямку дизайнерської творчості.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Тема наукового дослідження відповідає науковому напрямку кафедри дизайну та основ архітектури «Дизайн в системі природи, суспільства та архітектури. Збереження навколишнього середовища та сталий розвиток». Дисертація виконана у межах науково-дослідної роботи кафедри дизайну та основ архітектури «Пам'ять в архітектурі міста і дизайні міста» (№ 0116U002846). Тема дисертації затверджена Вченою радою Інституту архітектури 7 грудня 2018 р. (протокол № 3) та уточнена Вченою радою Інституту архітектури та дизайну 17 грудня 2020 р. (протокол № 3).

**Мета дослідження.** На основі визначення принципів формування дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії окреслити перспективи їх розвитку.

Відповідно до визначеної мети вирішувались **завдання**:

1. Зібрати й систематизувати історіографію стосовно дослідження та розробити його методику.
2. Проаналізувати глобалізаційні та регіональні чинники, що впливають на формування дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.
3. Розглянути сучасний стан розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.
4. Розробити принципи формування дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.
5. Зазначити перспективи розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.

**Об'єкт дослідження** – дизайн візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.

**Предмет дослідження** – сучасний стан, принципи та перспективи формування дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.

**Територіальні межі** дослідження відповідають адміністративним кордонам сучасної Йорданії, проте для порівняльного аналізу також розглядалися системи візуальної ідентифікації європейських країн (Греція, Італія, Кіпр, Україна, Польща, Франція), азійських країн (Ізраїль, Туреччина) та країн Африки (Туніс, Єгипет).

**Хронологічні межі** дослідження визначаються часом активного розвитку систем візуальної ідентифікації об'єктів культурної та природної спадщини у Йорданії, тобто, починаючи із 1970-х років – часу становлення пам'яткоохоронної діяльності у країні та розвитку туристичної галузі.

**Змістовні межі** дослідження визначаються системами візуальної ідентифікації об'єктів культурної та природної спадщини країни, проте, за необхідності окремо були розглянуті питання збереження цих об'єктів, їх функціонування та просторової організації.

**Методика дослідження.** Дослідження ґрунтується на використанні історичного, системного, культурологічного підходів. Основним у проведенні роботи є загальнофілософський діалектичний метод. Для розв'язання поставлених завдань у роботі використано як загальнонаукові (емпіричні та теоретичні), так і спеціальні методи дослідження, властиві для мистецтвознавства. Загальнонаукові методи були розділені на такі групи: методи емпіричного дослідження (спостереження, опис, фотофіксація) та методи теоретичного дослідження (аналізу та синтезу зібраного матеріалу, індукція і дедукція, діахронічний і синхронічний, порівняння, класифікацій, графічного моделювання, узагальнення). До спеціальних методів були залучені методи морфологічного, композиційного, художньо-образного, конструктивно-технічного та ергономічного аналізу.

У дослідженні проаналізовано з аспекту дизайну візуальних комунікацій 18 об'єктів з Йорданії, для порівняльного аналізу розглянуто 20 об'єктів із країн Європи, Азії та Африки.

**Наукову новизну дослідження** характеризують наступні положення:

*Вперше:*

- комплексно досліджено дизайн візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії;
- сформульовано комплекс чинників, що впливають на формування дизайну візуальних комунікацій у Йорданії;
- визначено принципи формування дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії;
- сформульовано перспективи розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.



*Удосконалено:*

- розуміння культурно-мистецького розвитку Йорданії;
- розширено та доповнено історіографію питання;
- методику дослідження дизайну візуальних комунікацій культурної та природної спадщини;

*Набуло подальшого розвитку:*

- уявлення про дизайн візуальних комунікацій культурних та природних комплексів Йорданії як засіб іміджетворення та підвищення туристичної привабливості країни.

**Практичне значення** отриманих результатів. Матеріали дисертації можуть використовуватися при розробці теоретичних дисциплін (історія світового дизайну, історія графічного дизайну, історія і теорія дизайну предметно-просторового середовища; мистецтво Близького Сходу, історія світової художньої культури, історія мистецтва тощо). Основні положення дослідження можуть стати в нагоді у практичній підготовці майбутніх дизайнерів; атрибуції творів; при розробці критеріїв оцінки проектів у галузі дизайну.

**Публікації.** Основний зміст та результати дисертаційного дослідження опубліковані у 9 наукових працях, з них 3 – у фахових наукових періодичних виданнях України [1-3], 2 – у наукових періодичних виданнях інших держав [4, 5], 4 публікації засвідчують апробацію дослідження [6-9].

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційне дослідження написане автором самостійно. У статті 5, яка написана автором у співавторстві з д. арх., проф. Ліндою С.М. здобувачу належить збір емпіричного матеріалу, аналіз дизайну візуальних комунікацій в експозиціях архітектурних пам'яток, участь у формулюваннях висновків статті. Частка у написанні статті становить 50%.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та результати дисертації доповідалися на таких Всеукраїнських наукових та науково-практичних конференціях: «Традиції та новації у дизайні» II Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених і студентів (Луцьк, 2017);

Всеукраїнській науковій конференції, присвяченій 145-річчю кафедри дизайну та основ архітектури НУ «Львівська політехніка» (Львів, 2017); Всеукраїнській науковій конференції, присвяченій пам'яті Ю.Липки (Львів, 2019); Міжнародній науковій конференції «Освіта, пам'ять, місто. Присвячується пам'яті архітектора Івана Левинського» (Львів, 2019).

**Структура роботи.** Дисертація складається з анотацій, змісту, вступу, чотирьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг дисертації становить 299 сторінок, з них 180 сторінок основного тексту, 78 сторінок ілюстративного матеріалу (додатки А – рисунки до розділів; додатки Б – ілюстрації до розділів), список використаних джерел з 294 найменувань на 25 сторінках.

## РОЗДІЛ 1.

### ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

#### 1.1. Понятійно-категорійний апарат дослідження

У підрозділі обґрунтовані основні терміни та поняття, які використані у даній роботі. Термінологія спирається на існуючі документи у пам'яткоохоронній діяльності, а також на усталені терміни та поняття, що використовують у дизайні візуальних комунікацій.

Терміни «*культурна та природна спадщина*» спираються на визначення, подані у «Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини», яка була підписана у Парижі у 1972 р. (Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини, 1972). Йорданія ратифікувала Конвенцію про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини 5 травня 1975 року, тому саме у такому значенні ці терміни використовуються всередині країни. У тексті конвенції подані визначення «культурної» та «природної» спадщини. Так, згідно тексту документа, у статті 1 під «культурною спадщиною» розуміють:

- пам'ятки: твори архітектури, монументальної скульптури й живопису, елементи та структури археологічного характеру, написи, печери та групи елементів, які мають видатну універсальну цінність з точки зору історії, мистецтва чи науки;
- ансамблі: групи ізольованих чи об'єднаних будівель, архітектура, єдність чи зв'язок з пейзажем яких є видатною універсальною цінністю з точки зору історії, мистецтва чи науки;
- визначні місця: твори людини або спільні витвори людини й природи, а також зони, включаючи археологічні визначні місця, що є універсальною цінністю з точки зору історії, естетики, етнології чи антропології (Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини, 1972).

Під поняттям «природна спадщина» розуміють:

- природні пам'ятки, створені фізичними й біологічними утвореннями або групами таких утворень, що мають видатну універсальну цінність з точки зору естетики чи науки;
- геологічні й фізіографічні утворення й суворо обмежені зони, що є ареалом видів тварин і рослин, які зазнають загрози й мають видатну універсальну цінність з точки зору науки чи збереження;
- природні визначні місця чи суворо обмежені природні зони, що мають видатну універсальну цінність з точки зору науки, збереження чи природної краси (Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини, 1972).

Саме у такому контексті поняття «природної та культурної спадщини» використовують йорданські вчені, які досліджують питання охорони, менеджменту та експонування культурної спадщини країни (Abdelkader Ababneh, Fakhrieh M. Darabseh & Areej Shabib Aloudat, 2016). Відповідно до цього визначення у роботі проаналізовані 18 об'єктів природної та культурної спадщини: два з яких належать до унікальної природної спадщини країни, а 16 – до культурної (рукотворні об'єкти античного, візантійського та османського періодів розвитку країни).

Відповідно до теми даної роботи наступним важливим терміном є «дизайн візуальних комунікацій», використаний для того, щоб проаналізувати способи візуальної репрезентації об'єктів культурної та природної спадщини, а також способи поширення інформації про них як у місцях експонування, так і в друкованому та віртуальному просторах.

Дослідники зазначають, що, починаючи із 1960-х років у науці популярною стає теорія «комунікаційного вибуху», яку сформулював професор із Канади М. Маклюен. Вчений виділив дві найважливіші революції, яка відбулися у сфері комунікації: одна пов'язана із розвитком книгодрукування, а інша із появою електронних засобів масової комунікації. За вченим: «Реальність або середовище за термінологією М. Маклюена, являється не тим,

що воно є, а тим, як воно спроектовано і репрезентовано людині засобами комунікації» (Гладун, 2021а). У 1970-х роках було наголошено, що «на перший план у графіці, яка обслуговує педагогіку (оптимальна візуалізація навчального матеріалу), науку (візуальні мови математики, фізики, логіки), транспорт тощо, виходить комунікативна функція» (Гладун, 2021а). З опертям на теорію М. Маклюена у 1990-х роках П. Родькіним була сформована власна теорія, у якій графічний дизайн розглядався як основа нової революції у комунікації.

Л.Лейзеган визначає графічний дизайн як «стратегію візуалізації абстрактної інформації», він же вводить дефініцію графічного дизайну як «функціональну», «аналітичну стратегію комунікації». О.Черневич стверджує про необхідність існування т.зв. «віртуальної установки». «Свідома установка на проектування тексту-повідомлення, системи і середовища як візуального тексту і є візуальним дизайном» (Черневич, 1975, с. 23).

Вченими визначено, що для спілкування людей та для сприйняття інформації особливе значення має візуальний канал. Згідно Г. Почепцова, на візуальну комунікацію відводиться 69% інформації, тобто переважна більшість сприйнятої інформації від навколишнього середовища (Почепцов, 2011, с. 302). Так, О. Гладун зазначає: «... візуальна мова графічного дизайну – це засіб презентації інформації. Знак/система знаків визначають якість інформації, чим якісніший знак, тим вищий ступінь корисної дії. Візуальна мова графічного дизайну є знаковою системою: для передачі інформації вона використовує візуальні повідомлення, що є знаками. У свою чергу, повідомлення формують візуальний текст, який, разом із множиною інших текстів складає візуальний гіпертекст інформаційного середовища» (Гладун, 2012).

Дослідники наголошують, що «принципова різниця візуальної мови графічного дизайну від мови як такої, полягає у тому, що графічний дизайн не має свого власного алфавіту (кінцевого числа літер-фонем), а також кінцевого числа слів, наділених загальноприйнятими значеннями» (Гладун, 2012). З одного боку, це утруднює осмислення його візуальної мови як конвенційної

системи (якою є, наприклад, алфавіт), а з іншого – створює величезні можливості у передачі повідомлення.

Спираючись на вищенаведену інформацію, у даному дослідженні під поняттям «візуальна комунікація» розуміємо *процес передачі інформації, що передбачає прочитання чи споглядання, за допомогою візуальних об'єктів, які представлені естетично засобами візуальної мови* (знак, зображення, образ, типографіка, інфографіка, об'єкти графічного та промислового дизайну, анімація, світлові, інтерактивні об'єкти) (Peterson, 2002, Sless, 2003). Відповідно, дизайном візуальних комунікацій ми вважаємо *практику художньо-технічного оформлення та представлення різної інформації з урахуванням ергономіки, функціональних можливостей, психологічних критеріїв сприйняття, законів композиції та естетики візуальних форм*.

Візуальна комунікація створює тексти, які краще сприймаються і легше запам'ятовуються. Через візуальний канал може надходити навіть більше інформації, ніж відправник намагався відправити. Вчений Г.Почепцов визначає одну із найважливіших характеристик візуальної комунікації: візуальна комунікація не є такою ж багатозначною, як комунікація вербальна, оскільки вона підлягає більшому контролю, тому є більш однозначна і чіткіше сприймається та інтерпретується реципієнтом (Почепцов, 2011, с. 302).

Стосовно об'єктів культурної та природної спадщини дизайн візуальних комунікацій передбачає графічну розробку інформаційних стендів (навігаційних та науково-допоміжних), проектування візуальних знаків (піктограм, емблем, логотипів), формування корпоративного стилю конкретного об'єкта, розробку графічного корпоративного інтегратора (візуального паттерна). Усі ці складові формують *систему візуальних комунікацій* – цілісну систему яка є об'єднана загальними смисловими та графічними характеристиками.

У роботі визначаються такі вимоги до дизайну систем візуальних комунікацій як: змістовна відповідність, наочність, швидкість та ефективність

сприйняття інформації, художня образність, естетичність (Гнатюк, Кочка, 2018).

Формування системи дизайну візуальних комунікацій об'єктів природної та культурної спадщини Йорданії розглядається у відповідності до етапності процесів комунікації (Гладун, 2012). Зокрема, розрізняють такі етапи:

- *формулювання інформаційної концепції*, тобто з'ясування проблеми «що» і «як» потрібно представити. У контексті роботи важливо зрозуміти який саме об'єкт спадщини Йорданії представляється і яка інформація (навігація, пояснення тощо) повинна бути представлена;
- *кодування*: «перетворення концепції комунікації у візуальне повідомлення, де візуальне повідомлення стає продуктом процесу кодування інформації». Тут важливим є не лише вміння та обдарованість графічного дизайнера як митця, але і розуміння контексту. Також на цьому етапі визначаються т.зв. «канали передачі інформації», комплекс засобів, за допомогою яких інформація буде передана: інформаційні стенди, банери, флаєри, буклети, веб-сторінки тощо;
- *передача повідомлення*, тобто «доставка» повідомлення до реципієнта. На цьому етапі дуже важливим є уникнення (або нівелювання) т. зв. «шумів» – перешкод, які супроводжують процес передачі інформації;
- *декодування*: отримання реципієнтом повідомлення та його правильна інтерпретація. Тут дуже важливим є те, щоб відправник (дизайнер) і реципієнт (відвідувач об'єкта культурної або природної спадщини) оперували однаковими символами або однаковим тлумаченням символів, для того, щоб повідомлення було декодоване адекватно. У практиці графічного дизайну це означає правильне, неспотворене сприйняття графічної концепції.

Зважаючи на різноманітність системи візуальних комунікацій та множинність засобів представлення інформації, у роботі візуальні комунікації будуть проаналізовані за такими складовими, які визначаються носієм інформації:

- дизайн візуальних комунікацій предметно-просторового середовища (візуально-предметний тип);
- дизайн візуальних комунікацій друкованого середовища (візуально-графічний тип);
- дизайн візуальних комунікацій віртуального середовища (візуально-динамічний тип).

## **1.2. Стан наукової розробки теми та огляд інформаційних джерел**

Для розв'язання сформульованих у дисертації завдань, окрім комплексного аналізу дизайну візуальних комунікації об'єктів культурної і природної спадщини Йорданії постає цілий ряд питань, пов'язаних з історичними та соціокультурними чинниками розвитку регіонального дизайну. Відповідно, наукові матеріали, що склали теоретичну основу дисертаційного дослідження та сприяли формуванню цілісного уявлення про стан дослідження теми нами об'єднано в наступні тематичні групи:

- наукові праці, що формують загальне розуміння соціо-економічних та геополітичних процесів у Йорданії;
- дослідження історичного та мистецтвознавчого характеру, що висвітлюють історико-культурне тло та особливості формування археологічних, архітектурних, культурних та природно-ландшафтних пам'яток Йорданії;
- праці, де розглянуто загальні питання йорданської художньої культури;
- дослідження питання глобалізації та національної ідентичності в дизайні;
- наукові публікації у галузі музеєзнавства та дослідження, що висвітлюють питання збереження пам'яток культурної спадщини;
- фундаментальні загальнотеоретичні та методологічні праці у сфері дизайну та проектної культури;
- дослідження у сфері дизайну візуальних комунікацій, що охоплюють питання графічного дизайну; дизайну інформаційних ресурсів у



середовищі Інтернет, UI та UX дизайну; мультимедійних технологій у дизайні;

- наукові розвідки, що висвітлюють проблеми предметно-просторового та візуально-комунікативного дизайну експозицій та музейних виставок;
- публікації присвячені графічному дизайну та дизайну візуальних комунікацій Йорданії (рис. А.1.1).

*Першу групу праць формують дослідження, що дають загальну інформацію про Йорданське Хашимітське Королівство, розкривають особливості геополітичних процесів та соціально-економічного розвитку Йорданії у ХХ ст. Це, зокрема, наукові розвідки Джаварне С. (1997), Я. Шолох (2005), А. Аганіна, З. Соловйової (2003), О. Бейдик (2006), А. Мохамеда (2013). Модернізацію та соціокультурний розвиток Йорданії у 1930-1990-х рр. розглядає у дисертаційному дослідженні Ель-Асад Алі (2001). Суть історичних процесів у Йорданії та їх наслідків у контексті сьогодення увиразнюють дослідження Р. Патай (2015), К. Салібі (1998), Ф. Робінса (2019).*

*Важливу групу праць складають дослідження історичного та мистецтвознавчого характеру, що висвітлюють особливості формування археологічних, архітектурних, культурних та природно-ландшафтних пам'яток Йорданії у історико-культурному контексті. Ці праці дозволять сформувати уявлення про процеси формування пам'яток, їх стильові особливості, етнокультурні характеристики, локацію, ступінь збереженості та рівень дослідженості. Останніми роками інтерес з боку науковців до культури арабського сходу невпинно зростає, що пояснюється як загальними глобалізаційними процесами у світі, так і унікальністю національних мистецьких здобутків та традицій (Аль Равашдех, 2018).*

У нашому дослідженні дана група праць охоплює розвідки вчених, зусилля яких спрямовані на вивчення йорданських археологічних та культурних пам'яток, архітектурних споруд та творів мистецтва. Великою мірою такі праці висвітлюють результати наукової співпраці йорданських та зарубіжних

істориків, мистецтвознавців та археологів, публікуються у збірниках, виданих під керівництвом Департаменту старожитностей Йорданії та виданнях Арабського інституту досліджень «Омейяди» і є англо- чи арабомовними. Дослідники Дж.Саба, Р. Аль Узазі (1961), Ф.Токен (1979), Л.Маклоф (1983), Й.Хаванмех (1986) досліджують культурно-історичні пам'ятки йорданських міст Джараша, Мадаби, Аммана, Петри. Архітектурні форми та конструктивні вирішення Халіфських палаців в пустелях, зокрема, Каср Аль-Харана та Кусейр-Амра розглядає у своїх дослідженнях А.С.Альшурман (2018). Ісламську релігійну архітектуру Йорданії в історичному контексті розглядають дослідники С. Скор, М.Тарад (2014). У монографіях П.Б'єнковського (1996), Р. Хілленбранда (2000) подано аналіз йорданських культурно-мистецьких надбань у контексті певних історичних відтинків – античності, ранньохристиянського та ісламського періодів. Формування поняття «культурно-історичної спадщини Йорданії», усвідомлення її ролі у соціокультурних процесах сучасності та проблема її систематизації, вивчення, збереження та використання, висвітлюється у наукових працях Л.Г.Хардінг (1965), С.С. Ан Нахас (1987), Р. Аль Узазі (1987), К.Махадін (1993) С.Муат (2011), С. Скор, М.Тарад (2015) та ін.

Для розуміння культурно-мистецького контексту залучено праці, де розглянуто загальні питання йорданської художньої культури. У контексті еволюції арабського ісламського мистецтва, культурні процеси Йорданії досліджують О. Галеркіна (1963), Б. Веймарн (1974), Т. Буркхард (1976), О. Грабар (1985), І.Аль-Фарук (1986), С.Наср (1987), М. Піотровський (2001), Т. Стародуб (2010). Цінними для формування загальної картини розвитку йорданської художньої культури є дисертаційні дослідження К.Хусні Абу «Основні тенденції розвитку образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва Йорданії 1980-1990-х рр.» (1998), М.Кайтука Акбі «Орнамент в народному мистецтві Йорданії» (1993). Традиційні ремесла та декоративно-ужиткове мистецтво (килимарство, ткацтво, кераміку, художнє скло, меблярство, лозоплетіння) розглядають дослідники Б. Веймарн (1974; 1960),

Т. Каптерева (1990), М. Піотровський (2001), Т. Стародуб (2010). Проблематика йорданського зодчества, формотворення інтер'єру, вплив традиційних ремесел, підняті у дисертаційних дослідженнях Абу-Хані Ахмада Махмуда Сулеймана Саліма (1995), Хасана Мухаммада Салеха Аль-Найрата (2005). Арабську каліграфію та орнаментику досліджують Мохамед Джамаль Хамід Кайтука Акбі (1993), М. Кауч. Сучасне образотворче мистецтво розглядає Абу Краем Хусні (1998).

Водночас, попри увагу зарубіжних та вітчизняних науковців до культури арабських країн, мистецькі процеси в Йорданії вкрай рідко стають предметом зацікавлення українськими науковцями. Останні висвітлюють, найчастіше, сучасні мистецькі практики країни у загальносвітовому контексті (Шеменьова, 2019).

Наступну групу праць складають *публікації, присвячені питанням глобалізації та національної ідентичності у сучасному дизайні*. Сьогодні дизайн є тією сферою, де особливо масштабно виявлено глобалізаційний вплив. Теоретичну базу дослідження глобалізаційних процесів загалом склали праці Р.Робертсона (1992), М.Б. Стігера (2005).

Природа культурного аспекту глобалізації розкрита у працях Р.Робертсона, М.Файрстоуна, Б.Адамса, У.Ханнерза, які акцентували на таких ознаках глобалізації, як: амбівалентність, різноспрямованість динамічних векторів розвитку, гібридний характер взаємодії культур. Американський соціолог Р.Робертсон, який одним з перших почав систематично вивчати явище глобалізації, розтлумачивши його як «стиснення світу та інтенсивне його усвідомлення як цілого», розширив, зокрема, розуміння культурної глобалізації, розглянувши її не тільки в плані гомогенізації і уніфікації, але й «глокалізації» культур (Robertson, 1992).

У контексті сучасної дизайнерської діяльності питання глобалізації та ідентичності розглядали зарубіжні дослідники Д.Гроссман (2017), М.Оно (2005), К.Хірст (2010), Й.Діел та Х.Крістіанс (2006), А. Прайс (1998), О. Беломоева (2009), В.Буденкова (2013). Два типи розвитку глобалізаційних

культурних процесів – «глобалізація по горизонталі», що надає нові можливості розвитку культури та людини через осягнення полікультурності світу та «глобалізація по вертикалі» через уніфікацію і універсалізацію соціокультурного багатоманіття в інтересах домінуючих країн визначають дослідники В.Буденкова та Є.Савельєва (2013), доводячи, що в умовах глобалізації високі адаптивні здатності конкретної культури є запорукою її стійкості та резервом розвитку етнокультурної ідентичності (Буденкова та Савельєва, 2013). Дослідник А. Прайс доводить, що умовою збереження самобутності етнічної культури є подальший розвиток та інтеграція традиційних цінностей у сучасну глобальну культуру, а «...культурна самобутність утверджується за рахунок взаємодії з іншими колективами» (Прайс, 1998).

Вітчизняні дослідники О. Гладун (2007), В. Косів (2003), Б.Черкес (2008), С. Мигаль (2010), С. Бець (2019), В.Воронкова (2008), В.Даниленко розглядають проблематику сучасного дизайну крізь призму глобалізаційних процесів. У дисертації В.Косіва «Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст.» автор розглядаючи проблематику національної диверсифікації та глобальної уніфікації графічного дизайну минулого століття, вводить поняття національної моделі графічного дизайну, яке трактує як «систему образних, формальних та візуально-комунікативних особливостей творів графічного дизайну у межах конкретної держави чи культури» (Косів, 2003). Дослідник В. Даниленко бачить суть дизайну у двоєдиності його складових: *інтернаціональної та національної*. Перша визначає річище розвитку, отримує ідеї та інформацію, ретранслюючи їх у загальносвітове середовище дизайну. Друга – національна – виступає гарантом ідентифікації дизайну (Даниленко, 2004).

Питання ідентичності та проблеми глобалізації в ісламському суспільстві розглядають С.Х.Наср (2009), С. Чистякова (2010), Г. Сеїдова (2013). Дослідники вказують на те, що іслам, на протипагу вестернізації намагається

випрацювати власну оригінальну модель глобалізації, базованої на своїх власних релігійних та культурних традиціях (Чистякова, 2010).

*Важливими є публікації у галузі музеєзнавства та дослідження, що висвітлюють питання збереження пам'яток культурної спадщини.* Формуванню поняття «культурно-історичної спадщини» Йорданії та усвідомлення її місця та ролі в соціокультурних процесах країни сприяли публікації С.Аль Шахран (2001), М.Абдель-Азіз (1997). Ці дослідження унаочнюють масштаб проблематики через розмаїття та багаточисельність культурно-історичних та мистецьких пам'яток на території Йорданії. Загальним проблемам збереження культурних пам'яток, музеєфікації та пристосування об'єктів археологічної спадщини присвячене дисертаційне дослідження М. Бевза «Методологічні особливості збереження та регенерації заповідних архітектурних комплексів історичних міст» (2004), публікації І. Могитича (1996), С.Заремби (2002), Л. Прибєги (1997, 2010), Є.Заварової (1974), Д.Кепіна (1999, 2005, 2007). Окремі питання, пов'язані з реставрацією та збереженням пам'яток архітектури висвітлені у працях Е. Малаховича (2007), А. Кадлучки (2000). Важливими в процесі дослідження є наукові розробки музеологів, що формують загальне розуміння музейної експозиційної роботи як специфічного виду мистецтва, а також дають теоретичне підґрунтя для дослідження музейної комунікації. До 1990-их рр. були сформульовані основні моделі музейної комунікації, що пропонують варіанти взаємодії учасників комунікаційного процесу в музеї: пізнавальна (К.Хадсон), естетична (Г.Осборн), знакова (Ю.Ромедер), діалогова (Р.Стронг, Е.Александр), міждисциплінарна (М.Каган), інформаційна (С.Пшенична). Ці моделі дозволяють констатувати факт, що вивчення музейної комунікації спочатку було звернуто до аналізу експозиційної і освітньої діяльності, не зачіпаючи проблем комунікаційних процесів та засобів їх реалізації. Підходи до вивчення музейної комунікації, розкриті М. Гнідовським (антропоцентричний, культурологічний, діалогічний, аксіологічний) (1986). Дисертація М.Майстровської «Композиційно-художні тенденції формотворення музейної експозиції: в контексті мистецтва,

архітектури, дизайну» дає розуміння принципів та закономірностей формування експозиційного ансамблю у контексті сучасних вимог (Майстровская, 2002). Структурні компоненти музею, напрямкам його діяльності, методика музейної роботи розглядається у публікаціях та монографіях С.Руденко (2005, 2008, 2012), Т. Юренєвої (2003), Ф. Вайдахера (2005). Питання дизайн-проектування музейних експозицій піднімалось вченими ще з середини минулого століття. До сьогодні залишаються актуальними напрацювання А.Михайловської (1964), Р. Клікса (1978), В.Литвинова (1989), Л.Великої (2000). Сучасні дослідження Т. Галкіна (2004), Є.Волкової (2007) формують розуміння музейної експозиції у контексті комунікаційних вимог сьогодення.

Докторська дисертація І.Яковець «Сучасний художній музей як мистецький патерн: сутність, функціонування, розвиток» (2018) представляє теоретичні засади дослідження феномену музею; розкриває роль дизайну в музейно-експозиційній діяльності (Яковець, 2018).

Важливим є дисертаційне дослідження Хассан М.Х.Бані Мустафи «Історія, сучасний стан та перспективи розвитку музейної мережі Йорданії», що сукупно розглядає такі елементи як культурно-історична спадщина Йорданії, регіональна музейна мережа та особливості туристичної інфраструктури. Водночас, стан дизайну візуальної комунікації у даній сфері не піднімається та залишається нерозкритим (Хассан, 2002).

Важлива група публікацій – *фундаментальні загальнотеоретичні та методологічні праці у сфері дизайну та проектної культури*. Зокрема, дослідження В.Даниленка, О.Боднара, В.Аронова, В.Глазичева, С.Мигалья, В.Рунге, Р.Арнгайма, В.Лесняка, Т.Брауна, І. Рижової, В.Медведева, М.Коськова допомагають сформувати загальну теоретичну базу дослідження, уточнити принципові питання пов'язані з проектною культурою. В.Глазичев вважає, що дизайн у широкому сенсі слова – це «проектування матеріальних об'єктів та життєвих ситуацій на основі методу компоновання при необхідному використанні даних науки з метою надання результатам проектування

естетичних якостей і оптимізації їх взаємодії з людиною і суспільством» (Глазычев, 1970). Динаміка індустріального розвитку привела до виникнення дизайну, що увібрав в себе особливості нового суспільства. До періоду початку промислової революції вигляд предметно-просторового середовища людини визначався нормами культури, традиції. Його зміни носили повільний темп. З науково-технічним прогресом ситуація змінилася. Дизайн почав змінювати характеристики матеріального світу людини. Хоча об'єктом дизайну є предметно-речова середовище проживання людей, він вважається практикою, яка має соціально-культурне і гуманістичне значення. М. Кантор зазначає, що дизайн – це феномен, що залежить від культури, як ретранслятор її імпульсів, а точніше за все різноманіття культурних цінностей в предметне середовище суспільства. Соціально-культурна роль дизайну не обмежується створенням зручних і красивих речей для людини: в ньому знаходять вираження традиції і прогрес, філософія і життя, наука і техніка, виробництво і мистецтво. Дослідження та обґрунтування сучасних пошуків дизайну з позиції взаємоадаптації екології і культури, традицій та новацій належить дослідниці Н. Маньковській (2000). На глобальності феномену дизайну, його охопленні найрізноманітніших галузей життєдіяльності людини наголошує дослідник С. Мигаль (2010).

*Наступну групу складають дослідження у сфері дизайну візуальних комунікацій та охоплюють питання графічного дизайну; дизайну інформаційних ресурсів у середовищі Інтернет, UI та UX дизайну; мультимедійних технологій та інтерактивності в дизайні. Ці питання висвітлено у публікаціях Н. Сбітневої, Ю. Золотухіна, О. Соболева, І. Яковець, В.Лесняка, А.Полеухіна, Г.Почепцова, А. Макарової, Ю.Лотмана, В.Косіва, А.Каїро, С.Мільчевича, М. Опалева, Д. Бородаєва, Дж.Берда, П. Макнейла, Г. Нікулова, Н. Чепмена, Н.Брижаченко. Дослідженню теорії та семіотики присвячена ціла низка праць Г.Почепцова. У праці «Теорія комунікації» він розглядає усі види комунікації, розрізняє ієрархічну (пріоритет прямого зв'язку) та демократичну (пріоритет зворотнього зв'язку) комунікацію*

(Почепцов, 2001). Окремо виділяє такі канали інформації як візуальний та вербальний. Візуальна комунікація, на думку дослідника, породжує тексти, які краще сприймаються і краще запам'ятовуються. Для аудіо знаків від відзначає важливість часового виміру, для зорових знаків важливим є просторовий вимір (Почепцов, 2001, с. 320). Дослідник Ф.Шарков розглядає комунікацію у контексті історичного розвитку, виявляє форми та моделі комунікації. Зокрема, акцентує на рекламі, як окремому каналі комунікації (Шарков, 2005). Він же акцентує на трьох комунікаційних революціях: винаході писемності; виготовленні друкарського верстата; впровадженні електронних мас-медіа. Особливо наголошує на можливостях Інтернету, що відкриває нову еру розвитку комунікації та не має фізичних, географічних, адміністративно-державних чи цензурних кордонів. Дослідники Г.Мінервін і В.Шимко пропонують визначення візуальних комунікацій як системи візуально-графічних знаків, що вирішує завдання орієнтації, забезпечення інформацією та регулює поведінку людини у конкретній предметно-просторовій ситуації (Дизайн. Иллюстрированный словарь справочник, 2004). Оскільки, дизайн візуальних комунікацій сьогодні розширює традиційне бачення *графічного дизайну*, а останній стає його невідомою частиною, звертаємось до теоретиків графічного дизайну, та з'ясуємо, зокрема, що до сфер графічного дизайну належить друкована поліграфічна продукція (плакат, книга, періодика, рекламна поліграфія), засоби візуальної ідентифікації (логотип, фірмові константи, акциденція, стилістика реклами, вітрини), засоби візуальної комунікації (символи, піктограми, інфографіка), промислова графіка (етикетки, упаковка, товарний знак), комп'ютерна графіка (Лесняк, 2009, с. 3). Дослідник С.Туемлоу трактує графічний дизайн як особливий тип мови, що використовується для спілкування та створення зв'язку між людьми (Туемлоу, 2012, с. 8).

Проблематика формування логотипу як основи ідентифікаційної графіки піднята у працях Д.Ейрі (2011), Л.Безсонової (2011), Л.Жернокльової (2011), Ю.Купріної (2014), І.Кузнецової (2013). Семіотичний аспект у дизайні



логотипів розглядають В.Паллота, Т. Січкара (2019), А.Кохнович (2018). Аналіз ефективності логотипів з позиції семіотики (знаки-ікони, знаки-індекси, знаки-символи) досліджують Л.Белова, М.Ромашова (2017). Семіотика як наука, що вивчає знаки та знакові системи детально досліджена у працях У. Еко «Відсутня структура» (Еко 2006) Ю. Степанова (1971), Ю.Лотмана (1973).

Теоретичні та практичні аспекти вебдизайну розглянуто в роботах Дж. Берда (2012), Д. Бородаєва (2005, 2006), Я.Нільсена (2003, 2007, 2010), Д. Роббінса (2008), А.Гончарова (2007). Важливими є праці дослідника Д. Бородаєва, зокрема, його монографія «Веб-сайт як об'єкт графічного дизайну» (2006), а також публікації, що висвітлюють питання використання у вебдизайні корпоративної ідентифікації (2006); особливості формування етнічної сильової моделі в умовах глобалізації (2005) тощо. Сьогодні у світі вебдизайну комплексна розробка інтерфейсів тісно пов'язана з дослідженнями у сфері UI дизайну (візуалізація прототипу, розробленого на базі користувацького досвіду та дослідження цільової аудиторії) та UX дизайну (проекування інтерфейсу на базі досліджень користувацького досвіду та поведінки). Автори К.Чендлер, Р.Унгер (2010), А.Ватан, С.Чогер (2005) розглядають роботу над інтерфейсом з позиції дизайнера та розробника. Дослідники окреслюють поняття UX-дизайну у контексті взаємодії користувача з інтерфейсом, а UI-дизайн з позиції візуальної форми цієї взаємодії, а в реальному проектуванні вказується на тісний між ними зв'язок (Чендлер, Унгер, 2010). Важливим є питання інтерактивності та мультимедійних технологій у сучасному дизайні візуальних комунікацій. Дослідження Н. Чепмена, М. Опалєва, Н. Брижаченко увиразнюють поняття мультимедійного дизайну у сучасній проектній культурі. Зокрема, Н. Брижаченко доводить актуальність застосування мультимедійних технологій у дизайні інтерактивного предметно-просторового середовища; окреслює прийоми та засоби мультимедійного мистецтва та їх вплив як на художньо-естетичні властивості об'єкту дизайну так і на функціонально-утилітарну складову (Брижаченко, 2015, с. 7). Дослідник и М.Опалєв і О.Бойчук визначають ряд

критеріїв подання інформації у мультимедійних ресурсах інтернету; виявляють зв'язок між розвитком інтерактивних флеш-ресурсів з розвитком комп'ютерних технологій і техніки та модними трендами і напрямками в сучасному графічному дизайні (Опалєв, Бойчук, 2009).

Наступна важлива група праць – наукові розвідки, що висвітлюють проблеми предметно-просторового та візуально-комунікативного дизайну експозицій та музейних виставок. У цьому блоці цінними є дисертаційні дослідження Т.Сафонової «Дизайн експозицій фрагментів архітектурних пам'яток» (2018), де визначено особливості просторової організації експозицій фрагментів архітектурних пам'яток та сформульовано принципи та вимоги дизайн-проекування; дисертація Л. Литвинюк «Візуальна ідентифікація музейно-виставкових закладів засобами графічного дизайну» (2018), у якій виявлено принципи створення систем візуальної ідентифікації музейних та виставкових закладів; сформовано прийоми, що сприяють формуванню дієвих візуальних комунікацій для музеїв та на ринку культурного туризму загалом. Також, цінними є напрацювання у дисертаційному дослідженні В. Северина «Дизайн сучасної музейної експозиції в контексті розвитку інноваційних технологій» (2015). Автор обґрунтовує поняття дизайну музейної експозиції як сукупність естетичних та функціональних якостей гармонійного просторово-предметного середовища; систематизує та визначає прийоми застосування провідних технічних інновацій у дизайні експозиційного середовища.

Низка праць І.Яковець, зокрема, «Використання засобів медіа-мистецтва та інформаційних технологій в діяльності сучасного музею» (2010), «Музейна експозиція: основні поняття та методи» (2011), «Експозиційне обладнання музеїв та виставок: характеристика основних типів» (2012), формують уявлення про музейну навігацію; принципи формування та побудови музейної експозиції, а також, про можливості засобів медіа-мистецтва та інтерактивних технологій у експозиційному середовищі.

Реалізація нової музейної парадигми засобами графічного дизайну розглядається в дослідженнях К.Сусарової, Н. Шитової (2016). Техічні аспекти

формування музейної експозиції висвітлюють Є.Кальницька (2018), А.Балаш (2019), І.Гринько (2020), В.Северин (2012, 2017).

Група публікацій охоплює ряд праць, присвячених *вивченню дизайну та дизайну візуальних комунікацій Йорданії*. Попри значну увагу українських та зарубіжних дослідників до культури арабських країн, процеси у галузі дизайну візуальних комунікацій Йорданії вкрай рідко стають предметом інтересу науковців. Історію арабського книгодрукування досліджує А. Касим-ас-Самар (1996). Розвиток технологій, осмислення досвіду європейських дизайнерів та їх вплив на розвиток йорданського графічного дизайну досліджує Е. Абу-Авад (2008, 2012). Дослідник Е.Т.А.Авад розглядає особливості сучасного дизайну вивісок в Йорданії (Awad, 2012). У даній праці великою мірою заохочується європеїзований підхід до формування рекламних носіїв, відтак, не увиразнюються регіональні особливості. При розгляді йорданського графічного дизайну важливими є праці у галузі типографіки, арабської каліграфії та їх застосування у сучасному візуально-комунікативному просторі. Формально-пластичні ознаки шести основних стилів арабського письма «куфі», «сульс», «насх», «талік», «дівані» та «рік'я», своєрідність їх графічної мови вивчає М.Піотровський (2001). Можливості каліграфії у сучасних творах графічного дизайну розглядає дослідник М.Кауч (1998). Окремі події та явища сучасного дизайну Йорданії можна простежити у інтернет-джерелах, зокрема, при висвітленні подій «Amman Design Week», водночас, цілісна картина розвитку дизайну Йорданії потребує подальших досліджень.

Аналіз наукової літератури засвідчив, що системних досліджень щодо дизайнерських вирішень та особливостей візуальної ідентифікації об'єктів культурної і природної спадщини Йорданії не проводилось.

### **1.3. Емпірична база та методи дослідження**

*Система наукових підходів та методів дослідження.* Методика дослідження базується на системі наукових методів та підходів. Зокрема, використані загальнофілософські методи наукових досліджень та

загальнонаукові підходи, а також загальнонаукові та спеціальні (конкретнонаукові) методи дослідження. Базовим у проведенні роботи є *загальнофілософський діалектичний метод*, який «передбачає розгляд усіх явищ з урахуванням їх історичної динаміки та врахування каузальності процесу» (Каламбет, Іванов, Півняк, 2015, с. 41).

Дослідження ґрунтується на використанні історичного, системного та культурологічного підходів. *Історичний підхід* дозволив побачити об'єкти дослідження в хронологічній ретроспективі та визначити їх як важливу складову загального процесу формування культури Йорданії. Цей підхід дозволяє здійснити аналіз процесу розвитку об'єкта, його історії з її особливостями та характерними рисами, а також дозволяє відтворити в мисленні історичний процес у хронологічній послідовності. Історичний підхід допомагає глибшому розумінню суті проблеми, що досліджується, а також дозволяє запропонувати більш об'єктивні рекомендації щодо вирішення наукової проблеми.

Завдяки *системному підходу* об'єкт дослідження був представлений як система взаємопов'язаних елементів (предметно-просторових та графічних). Системний підхід сьогодні трактується як один із найважливіших напрямків методології наукового пізнання, «мета і завдання якого полягають у дослідженнях певних об'єктів як складних систем. Системний підхід сприяє формуванню відповідного адекватного формулювання суті досліджуваних проблем у конкретних науках і вибору ефективних шляхів їх вирішення» (Кустовська, 2005, с. 5).

*Культурологічний підхід* зумовив представлення та аналіз об'єкту дослідження у загальнокультурному контексті формування дизайну як Йорданії, так і світу в цілому.

*Загальнонаукові методи емпіричного дослідження* включали спостереження, опис та фотофіксацію об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії.

На *теоретичному загальнонауковому рівні* були використані методи аналізу та синтезу зібраного матеріалу, діахронічний і синхронічний методи (для виявлення особливостей формування дизайну візуальних комунікацій як історично, так і симультанно), порівняння (для визначення особливостей формування дизайну візуальних комунікацій), класифікацій (для створення чітких логічних систем), графічного моделювання (для графічної подачі проаналізованого матеріалу), узагальнення (для формулювання висновків та рекомендацій).

*Конкретнонаукові методи дослідження* визначаються особливим характером предмета й об'єкта дослідження, її теоретичними підставами, що зумовлюють використання певних, специфічних методів (Каламбет, Іванов, Півняк, 2015, с. 42). До таких методів були залучені методи морфологічного аналізу (як інструмент аналізу будови об'єкту і організації елементів в його структурі), композиційного аналізу (для з'ясування стійких характеристик взаєморозташування елементів дизайну візуальних комунікацій), метод художньо-образного аналізу (для виявлення особливостей формування образних аспектів дизайну візуальних комунікацій), метод конструктивно-технічного аналізу (для з'ясування технологічних особливостей дизайну), метод ергономічного аналізу (для врахування ергономічних вимог при розробці дизайну візуальних комунікацій), метод структурно-семіотичного аналізу (для аналізу об'єктів візуальної ідентифікації як знакових систем із використанням інструментарію семіотики), метод компонентного аналізу (для вияву концептуальних принципів побудови структурних складових систем візуальної ідентифікації).

***Емпірична база дослідження.*** Емпіричну базу дослідження сформував матеріал, зібраний автором у процесі натурних обстежень об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Всього було проаналізовано 16 об'єктів культурної спадщини та 2 об'єкти природної спадщини країни (детальніше про це подана інформація у підрозділі 3.1) (рис. А.3.2). Об'єкти були проаналізовані у 2018-2020 роках. Аналіз об'єктів здійснювався за певним алгоритмом:

- ідентифікація об'єкта (місце знаходження, роки будівництва (для об'єктів культурної спадщини));
- фотофіксація, вимірювання, опис об'єкта в цілому;
- фотофіксація, опис елементів предметно-простового середовища візуальних комунікацій;
- аналіз графічних особливостей друкованих носіїв стосовно об'єкта дослідження;
- аналіз функціональних особливостей та дизайну інтернет-ресурсів (вебсайтів) стосовно об'єкта дослідження.

Аналіз елементів предметно-простового середовища [за І.Яковець (2011, 2012) та В. Северином (2015)] був проведений за такими блоками:

- інформаційні системи статичного середовища;
- інформаційні системи динамічного середовища.

До першого блоку належать: системи навігації та системи науково-допоміжного супроводу. Вони були розглянуті за габаритами, матеріалами виконання та їх розташуванням у просторовій структурі об'єкта. До другого блоку належать засоби мультимедіа.

Аналіз графічних особливостей друкованих носіїв стосовно об'єкта дослідження включав такі складові:

- типи носіїв друкованої продукції;
- активне/неактивне використання елементів візуальної ідентифікації;
- уніфікація шрифтових систем;
- дотримання кольорових стандартів;
- стильова та композиційна єдність графічного та фото матеріалу) та змістовним наповненням (кількість та тип інформації, мова подачі інформації, співвідношення текстової та графічної частин).

1. Аналіз вебсайтів з точки зору візуальних характеристик включав такі складові:

- Елементи дизайну в структурі інтерфейсу сайту (шапка, інформаційне поле, футер):

- дизайн айдентики (логотип, фавікон, єдність типографічних і кольорових стандартів, гасло, корпоративний герой);
- дизайн елементів інтерфейсу (елементи навігації, меню, кнопки, знаки прокрутки (скроли), поля пошуку, підказки, спливаючі вікна, календар, системні іконки (homepage, лупа, довідка);
- дизайн інформаційного контенту (використання модульних сіток, візуальна ієрархія інформації, стильова єдність ілюстрацій);
- дизайн фону;
- дизайн анімаційних елементів (за наявності).

2. Аналіз вебсайтів з точки зору *функціональності та використання* включав такі складові::

- візуальна ієрархія елементів;
- пріоритет за контентом та інформаційністю, а не за візуальними ефектами.
- інтуїтивно зрозуміла навігація;
- єдність дизайну мобільної та веб версій;
- ергономічність навігації в мобільній версії (зручність та відповідність розмірам пальців користувача);
- чіткий розбірливий текст та елементи інтерфейсу;
- врахування психологічної дії кольору;
- зовнішній вигляд елементів інтерфейсу відповідає їх функціям;
- логічний для користувача наступний крок;
- організація інформації, що знижує когнітивне навантаження;
- контроль користувачем свого шляху на сайті (наявність навігаційного ланцюжка breadcrumbs).

***Теоретична модель об'єкту дослідження як системи.*** Використання системного підходу, як базового у даному дослідженні зумовило розробку теоретичної моделі об'єкта дослідження, де він був представлений як об'єкт-система. Для побудови теоретичної моделі автором були з'ясовані основні складові системи, для чого були проаналізовані праці із системології та системного аналізу. Система розглядається як ціле, що складається із елементів,

що пов'язані між собою та знаходяться певних взаємовідношеннях та формують цілісність (Каламбет, Іванов, Півняк, 2015, с. 63). Дослідники визначають такі основні властивості системи:

- складність системи;
- цілісність системи;
- ієрархічність.

Кожна система складається із елементів. Так, у дослідженні дизайн візуальних комунікацій був трактований як система, підсистемами якої є:

- підсистема предметно-просторового середовища візуальних комунікацій (навігація та науково-допоміжний супровід);
- підсистема друкованого середовища візуальних комунікацій (поліграфія мала, великоформатна поліграфія, рекламні видання);
- підсистема цифрового середовища візуальних комунікацій (вебсайти, рекламна анімація, додатки мобільні, доповнена реальність).

Аналіз елементів кожної із цих підсистем став підставою для визначення особливостей дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. На основі визначених особливостей дизайну Йорданії та з урахуванням світового досвіду дизайну візуальних комунікацій інших країн були визначені принципи дизайну візуальних комунікацій. А також визначені перспективи розвитку системи візуальної комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Послідовність описаних етапів визначила логічну структуру даної роботи.

Розробка теоретичної моделі стала основою розробки логічної структури дослідження (рис. А.1.2).

**Логічна структура дослідження.** Дослідження приводилося на двох рівнях: емпіричному та теоретичному. На емпіричному рівні була зібрана необхідна вихідна інформація: проаналізована література стосовно об'єкту дослідження, зібраний протягом польових досліджень необхідний емпіричний матеріалі. На теоретичному рівні був поведений аналіз та систематизація зібраного матеріалу.



У ВСТУПІ подано актуальність роботи, об'єкт та предмет дослідження, сформовано мету та завдання роботи, а також представлено наукову новизну та практичну цінність дослідженні. Структура роботи розроблена відповідно до поставлених завдань.

Результати емпіричного рівня дослідження представлені у розділі 1 «ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ». У цьому розділі проаналізована література стосовно за певними інформаційними блоками, проведена дефініція понять, що використовуються у дослідженні, висвітлена методика проведення роботи.

Розділ 2 «ВЗАЄМОВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ЛОКАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СУЧАСНІЙ ПРАКТИЦІ ДИЗАЙНУ В ЙОРДАНІЇ» присвячено аналізу історичних аспектів розвитку культури Йорданії, а також значенню глобалізаційних тенденцій у сучасній дизайнерській практиці Йорданії. За своєю суттю цей розділ також відповідає емпіричному рівню роботи, оскільки носить характер підготовчого, який аналізує чинники сучасного розвитку дизайну у країні.

Розділ 3 «СКЛАДОВІ ДИЗАЙНУ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНКАЦІЙ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ ТА ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ» представляє найважливіший аналітичний розділ даної роботи. У підрозділі 3.1 «Характеристика об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії» представлено результати емпіричного дослідження. У ньому подано опис, коротку історію формування та основні характеристики культурних та природних комплексів країни. Наступні підрозділи відповідають рівню теоретичного дослідження: у них послідовно, згідно визначеної системної моделі проаналізовано такі складові, як логотип (як основі системи візуальних комунікацій), складові предметно-просторового, друкованого та віртуального середовища.

Розділ 4 «ВІЗУАЛЬНА КОМУНКАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ ТА ПРИРОДНИХ КОМПЛЕКСІВ ЙОРДАНІЇ У СВІТОВОМУ КОНТЕКСТІ: ПОРІВНЯННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ» є підсумковим розділом даної роботи. У

підрозділі 4.1 «Порівняння дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів Йорданії з іншими країнами» проведено порівняння з дизайном візуальних комунікацій інших країн Європи, Азії та Африки (в цілому 20 об'єктів з інших країн). У підрозділі 4.2 «Принципи формування дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів у Йорданії» сформульовані базові засади формування дизайну. У підрозділі 4.3 «Перспективи розвитку дизайну візуальних комунікацій» наголошено, що збереження та дбайливе ставлення до мультикультурної спадщини Йорданії забезпечує зростання позитивного іміджу країни у світовому контексті. Орієнтація на мультикультурність повинна знайти своє відображення у дизайні візуальних комунікацій через злагоджену дію різних адміністративних органів, які забезпечують ознакування та промоцію об'єктів культурної та природної спадщини (як державних, так і локальних влад). У підрозділі запропоновано випрацювати загальний візуальний паттерн дизайну візуальних комунікацій, у якому можна було би з одного боку прослідкувати унікальність йорданської спадщини не лише у світовому, але й в арабському контексті, а з іншого – продемонструвати відкритість до світу та взаємоповагу до збереження спадщини інших культур.

Кожен розділ завершується висновками, а наприкінці роботи подані загальні висновки.

## **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1**

1. Термінологія даного дослідження спирається на існуючі документи у пам'яткоохоронній діяльності, а також на усталені терміни та поняття, що використовують у дизайні візуальних комунікацій. Зокрема, терміни «культурна та природна спадщина» відповідає визначенню, яке подане у «Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини», яка була підписана у Парижі у 1972 р.

2. У розділі обґрунтоване використання поняття «дизайн візуальних комунікацій», що включає практику художньо-технічного оформлення та

представлення різної інформації з урахуванням ергономіки, функціональних можливостей, психологічних критеріїв сприйняття, законів композиції та естетики візуальних форм. Система візуальних комунікацій формується множинністю носіїв представленої інформації, які об'єднані смисловими та графічними характеристиками. Також у розділі подано сформульовані вимоги до систем візуальних комунікацій (змістовна відповідність, наочність, швидкість та ефективність сприйняття інформації, художня образність, естетичність) та визначено етапи передачі візуальної інформації, що має принципове значення для роботи графічного дизайнера (формулювання графічної концепції, кодування, передача інформації та декодування).

3. Аналіз літературних джерел засвідчує, що на сьогодні вже накопичено багато наукової літератури стосовно дизайну візуальних комунікацій у Йорданії. Для ефективного дослідження літературні джерела були розділені на такі інформаційні блоки: наукові праці, що формують загальне розуміння соціо-економічних та геополітичних процесів у Йорданії; дослідження історичного та мистецтвознавчого характеру, що висвітлюють історико-культурне тло, а також особливості формування археологічних, архітектурних, культурних та природно-ландшафтних пам'яток Йорданії; праці, де розглянуто загальні питання йорданської художньої культури; дослідження питання глобалізації та національної ідентичності в дизайні; наукові публікації у галузі музеєзнавства та дослідження, що висвітлюють питання збереження пам'яток культурної спадщини; фундаментальні загальнотеоретичні та методологічні праці у сфері дизайну та проектної культури; дослідження у сфері дизайну візуальних комунікацій та графічного дизайну; дизайну інформаційних ресурсів у середовищі Інтернет, UI/UX дизайну; мультимедійних технологій в дизайні; наукові праці, що висвітлюють проблеми предметно-просторового та візуально-комунікативного дизайну експозицій; публікації присвячені графічному дизайну та дизайну візуальних комунікацій Йорданії. Незважаючи на значний осяг наукової літератури, визначено, що

спеціальних досліджень, присвячених аналізу дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії проведено ще не було.

4. Методика дослідження ґрунтується на використанні наукових підходів, підходів, загально філософських, загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. У роботі дизайн візуальних комунікацій був розділені на складові (система предметно-просторового середовища візуальних комунікацій; система друкованого середовища візуальних комунікацій; система цифрового середовища візуальних), згідно яких провадився аналіз об'єкту дослідження. У роботі було проаналізовано з аспекту дизайну візуальних комунікацій 17 об'єктів з Йорданії, для порівняльного аналізу було залучено та розглянуто ще 20 об'єктів із країн Європи та Азії.

## РОЗДІЛ 2.

**ВЗАЄМОВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ЛОКАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ  
У СУЧАСНІЙ ПРАКТИЦІ ДИЗАЙНУ В ЙОРДАНІЇ****2.1. Історична обумовленість мультиетнокультурності формування та розвитку дизайну в Йорданії**

*Загальна інформація про Йорданське Хашимітське Королівств.*

Йорданське Хашимітське Королівство межує на півночі з Сирією, на північному сході – з Іраком, на сході і півдні – з Саудівською Аравією, на заході і північному заході – з Ізраїлем (частина кордону проходить по акваторії Мертвого моря; до Йорданії примикають Палестинські території – Західний берег річки Йордан). На південному заході Йорданія має вихід до затоки Акаба Червоного моря (протяжність берегової лінії 26 км). Площа 89,3 тисяч км<sup>2</sup>. Населення 6,5 мільйонів чоловік (2020 рік). Столиця – Амман. Офіційна мова – арабська. Адміністративно-територіальний поділ: 12 мухафаз (губернаторств) (рис. А.2.1).

Йорданія – унітарна держава. Конституція, прийнята 1 січня 1952 року. Форма правління – дуалістична монархія. Глава держави, виконавчої і законодавчої влади – король. Він призначає прем'єр-міністра, членів верхньої палати парламенту, суддів, вищих цивільних і військових посадових осіб. Король підписує всі закони і може накладати вето на будь-який законодавчий акт (вето короля може бути подолано 2/3 голосів обох палат парламенту). Король має право на свій розсуд скликати, розпустити парламент або призупинити його діяльність. Він є головнокомандувачем збройними силами, наділений правом оголошувати війну і підписувати мирні договори.

Законодавча влада належить королю і двопалатному парламенту – Національних зборів, яке складається з Палати депутатів (110 депутатів, в тому числі 6 жінок, обираються загальним голосуванням на 4 роки) і Сенату (55 senatorів, призначаються королем з числа відомих громадських діячів на 4

роки). Виконавча влада здійснюється королем і урядом. Рада міністрів складається з прем'єр-міністра і міністрів. Рішення уряду затверджуються королем. Рада міністрів відповідає за внутрішню і зовнішню політику держави в межах своєї компетенції і несе колективну відповідальність перед Палатою депутатів.

В Йорданії існує багатопартійна система. Провідні політичні партії – Йорданська демократична партія народної єдності, Йорданська КП, Йорданська арабська національна демократична організація, Фронт ісламської дії. Більшість населення Йорданії становлять араби: йорданці – 45,1%, палестинці – 32,7%, іракці – 14,1%, сирійці – 5,1%, саудівські араби (бедуїни наджді) – 0,9% та ін. В Йорданії живуть також вихідці з Кавказу (черкеси – 1%), друзи (0,3%), вірмени (0,2%), цигани, азербайджанці, курди, англійці та ін. Населення країни після 1960 року зросло більш ніж в 3 рази. Його швидке збільшення відбувалося за рахунок високого природного приросту (3,7% в рік в 1960–1970 роках; 2,3% в 1997–2000 роках) і міграційного припливу (на початку XXI століття в основному біженці з Іраку до 0,7–1,7 мільйонів осіб).

За офіційними даними (2001 рік), близько 92% населення Йорданії – мусульмани, близько 6% – християни. Відповідно до Конституції Йорданії (1952 рік; глава 1, стаття 2), іслам є державною релігією країни. Переважна більшість мусульман сповідують суннізм шафіїтського спрямування; близько 1,5% мусульман – шіїти-імаміти. Є нечисленні громади друзів. Християнське населення зосереджено переважно в містах або компактно розселене в деяких сільських областях.

***Історичні етапи розвитку державності Йорданії.*** Територія, яку займає сьогодні Йорданське Хашимітське Королівство, тисячоліттями знаходилася на межі зіткнення великих цивілізацій минулого і свій слід тут залишили практично всі учасники тривалого історичного процесу.

***Найдавніші часи.*** Відкриття 1975 року залишків цивілізації Ебла довело, що задовго до експансії єгиптян і хетів, в третьому тисячолітті до н.е., територія нинішньої Йорданії входила до складу цієї держави і, перебуваючи на

перехресті торгових шляхів з Малої Азії до Червоного і Мертвого морів, відіграла важливу роль в цивілізації Ебли. Біблійні міста Содом і Гоморра – важливі торговельні центри тієї епохи – нині лежать на дні Мертвого моря, перестали вважатися міфічними. Протягом 3–2 тисячоліттям до н.е. територія Йорданії входила до складу аккадської, Вавилонської, Ассирії, єгипетського імперій. У даний час на місці археологічних розкопок дуже важко відокремити культурні шари, що відносяться до різних епох і цивілізацій.

Згодом у другому тисячолітті до н.е. сюди прийшли гіксоси, які займалися тваринництвом. У XV–XIII століттях до нашої ери територія Йорданії входила в зону експансії єгипетських фараонів XVIII і XIX династій. У Біблії згадуються землі, що лежать на схід від річки Йордан царства Гілеад (північ сучасної Йорданії), Моав (центральна Йорданія), Аммон і Едом, розташовані на південь від них. На початку VI століття територія сучасної Йорданії була захоплена Нововавилонським царством, у 538 році – персами. У цей час в регіоні зміцнилися позиції набатеїв, які спочатку проживали на південь і схід від Едома, але в VI столітті почали витіснити едомітян у південну Палестину.

Набатейське царство. У 332 році землі по берегах річки Йордан були завойовані Олександром Македонським. У IV-I століттях територія Йорданії піддавалася нападам сирійських Селевкідів і єгипетських Птолемеїв. Хоча Зайордання переходило від одних завойовників до інших, в епоху еллінізму тут будувалися нові міста і розвивалася торгівля. Протистояння Селевкідів і Птолемеїв, а також боротьба Селевкідів і Маккавеїв за північну частину сучасної Йорданії дозволили набатеям розширити свій ареал проживання в північному напрямку. В кінці III – початку II століть до н.е. Зайордання опинилося під владою Набатейського царства.

У складі Римської імперії. У 64-63 рр. до нашої ери в межі Набатейського царства вторглися римські війська під командуванням Гнея Помпея, який заснував союз 10 давньогрецьких міст (Декаполіса). На цей час припадає розквіт Петри – столиці набатеїв, розташованої на території Йорданії. У 106 р. нашої ери за імператора Траяна столиця набатеїв увійшла до складу Римської

імперії. З придушенням повстання проти римського панування Бар-Кохби (132-135 роки) вся територія Йорданії була остаточно підпорядкована Римом. Набатеї неодноразово брали участь у військових експедиціях Риму (в 70 році н.е. в облозі римлянами Єрусалима). Найвищого підйому Набатеїське царство досягло при Харітаті IV (9–40 роки). У 106 році царство було завойовано римським імператором Траяном, на його території утворена римська провінція Аравія зі столицею в м. Босра.

*Під владою Візантії.* Після розпаду Римської імперії (кінець IV століття) Зайордання залишалося в складі Візантії. Ще із 70-х років н.е. тут з'являються перші християни – у цей час християнська община Єрусалиму переселяється у Пеллу. У візантійські часи у всіх великих містах регіону будують християнські церкви та монастирі, а єпископи Зайордання беруть участь у церковних соборах. До найзначніших пам'яток цього часу належить мистецько-архітектурний комплекс Мадаби (рис.Б.9-14).

Ірано-візантійські війни помітно послабили владу Константинополя в Східному Середземномор'ї, який став театром військових дій. Хоча в 627–628 роках візантійський імператор Іраклій I завдав поразки персам, Візантія, ослаблена тривалим протистоянням, не змогла втримати свої близькосхідні провінції (в тому числі Палестину і Зайордання).

*Землі Йорданії в VII-XIX століттях.* У 630-х роках територія сучасної Йорданії була завойована арабами (дивись Арабські завоювання) і увійшла до складу Халіфату як частина області Велика Сирія (араб. – аш-Шам). Поступово в цьому регіоні стали поширюватися іслам і арабська мова. При Омейядах, які влаштувалися в Дамаску, пустелі Зайордання служили халіфам мисливськими угіддями. Після приходу до влади Аббасидів (750 рік) і перенесення їх столиці в Багдад територія південної Палестини і Зайордання стала віддаленою і малозначимою для халіфів частиною їхньої держави. З розпадом Халіфату в районі річки Йордан посилювався військово-політичний вплив Єгипту, який перебував у 2-й половині IX століття під управлінням Тулунідів і Іхшидідів (з 969 року - Фатимідів). Після того як в кінці XI століття хрестоносці витіснили з



Палестини Фатимидів, Єрусалимське королівство розповсюдило свою владу на схід від річки Йордан; тут було створено окреме князівство з центром в Ель-Караку. У 1180-х роках хрестоносці були вигнані з Палестини і Зайордання Салах ад-Діном. В середині XIII – початку XVI століть ці райони знаходилися під владою мамлюкського султанату.

З початку XVI століття до 1918 року територія сучасної Йорданії входила до складу Османської імперії як частина Дамаску еялету (вілайета). У XIX столітті, у міру ослаблення позицій імперії на Балканах, османський уряд у ході перетворень Танзімата зміцнював свою владу над арабськими володіннями. Розвивалася дорожня мережа: на початку XX століття за німецького сприяння була побудована Хіджазька залізниця, яка пов'язала Дамаск з Медіною; частина її пройшла по території сучасної Йорданії.

*Емірат Трансйорданія.* У роки Першої світової війни Хашиміти очолили Хіджазьке повстання 1916–1918 років з метою проголошення незалежної арабської королівства. У вересні 1918 року землі по берегах Йордану були звільнені від турецьких військ арабськими повстанськими загонами, які воювали на боці Антанти. Зайордання (поряд з територією сучасної Сирії) перейшло під контроль арабського уряду в Дамаску на чолі з Хашимітським еміром Фейсалом. Однак на конференції в Сан-Ремо у 1920 році Зайордання було включено до складу британського мандата на Палестину, тоді як Сирія оголошена мандатною територією Франції. Після вигнання Фейсала з Сирії французькими військами (липень 1920 року) британська колоніальна адміністрація на Каїрській конференції (1921 рік) виділила частину території на схід від річки Йордан в окрему адміністративну одиницю – емірат Трансйорданія зі столицею в Аммані (назву «Трансйорданія» вперше було вжито в Сайкса – Піко угоді 1916 року). Під командуванням британських офіцерів в 1921 році була створена армія Трансйорданії – Арабський легіон. У вересні 1922 року Ліга Націй за наполяганням Великобританії виключила Трансйорданію з британського мандата на Палестину, а 25 травня 1923 року Великобританія формально визнала незалежність Трансйорданії, проте уряд

останньої повинен був координувати свою діяльність з призначеним Лондоном комісаром. Згідно з укладеним між Лондоном і Амманом договором 1928 року, Великобританія забезпечила свій контроль над зовнішньою політикою, фінансами і збройними силами емірату. Влада династії Хашимітів була закріплена Конституцією (Органічним законом) 1928 року (Джаварне, 1997).

Межі Трансйорданії встановлювалися англійцями у 1921–1925 роках без урахування природно-історичних, етнокультурних та економічних факторів. В період між Першою і Другою світовими війнами Великобританія всіляко сприяла розвитку військової інфраструктури на території емірату (стратегічна дороги, в тому числі що проходило через Трансйорданію шосе Багдад – Хайфа, віабази в Аммані і Ель-Мафрак). У 1932–1934 роках британська «Iraq Petroleum Company» проклала нафтопровід Кіркук – Хайфа через землі Палестини і Зайорданія. Саме ж трансйорданське суспільство залишалося у значній своїй частині патріархальним і організовувалося по родо-племінному принципу. У 1920-1930-х роках тільки в північній частині Зайорданія в 12 малих містах і менш ніж в 200 селах проживало осіле населення. Промисловість і підприємництво були розвинені слабо. Інші райони емірату були заселені переважно кочовими племенами. До кінця 1930-х років загальна чисельність населення емірату не перевищувала 300 тисяч чоловік, з яких «черкеси» становили близько 20 тисяч (Джаварне, 1997).

У роки Другої світової війни Великобританія широко використовувала Арабський легіон в якості допоміжної військової сили на Близькому і Середньому Сході. Трансйорданські частини несли охорону комунікацій і військових об'єктів в Єгипті, Палестині і особливо в Іраку.

*Йорданське Хашимітське королівство на 2-й половині XX – початку XXI століть.* У повоєнні роки остаточно оформився міжнародно-правовий статус Трансйорданії. 22 березня 1946 був укладений новий англо-трансйорданський договір, за яким Великобританія визнала Трансйорданію повністю незалежною державою. 25 травня 1946 Законодавчі збори в Аммані проголосило емірат Трансйорданія Йорданським Хашимітським королівством, а емір Абдаллах став

іменуватися королем (хоча в міжнародній дипломатичній практиці назву «Трансйорданія» застосовувалося до 1949 року). 1 лютого 1947 року оприлюднено нову Конституція Йорданії, яка підтвердила сильну владу короля і обмежені повноваження парламенту.

Зі зміцненням незалежності країни емір Абдаллах виношував плани відтворення під своєю егідою Великої Сирії та все більше прагнув оволодіти сусідніми арабськими територіями. З цією метою він проводив активну регіональну політику – в березні 1945 року Трансйорданія виступила одним із засновників Ліги арабських держав (ЛАГ). Амбіції Абдаллаха отримали підкріплення після прийняття в листопаді 1947 року Генеральною Асамблеєю ООН резолюції № 181 (II), відповідно до якої дію британського мандата на Палестину було припинено, а на її території створювалися дві держави – єврейська і арабська. Йорданія взяла активну участь в арабо-ізраїльській війні 1948–1949 років. У 1949 році назва країни «Йорданське Хашимітське королівство» була введена в офіційну дипломатичну практику. Цей крок був покликаний підкріпити претензії Абдаллаха на землі по обох берегах річки Йордан (Джаварне, 1997).

24 квітня 1950 року новий парламент Йорданії прийняв рішення про приєднання Західного берега до Йорданії, зробивши застереження, що приєднання «є тимчасовим і не впливатиме на остаточний статус Арабської Палестини». Тим самим палестинці, які постійно проживали на Західному березі, були прирівняні до йорданців і отримали йорданське підданство (Salibi, 1998). Політична стабілізація Хашимітської влади супроводжувалася економічними успіхами. Прагнучи звільнитися від іноземної фінансової залежності, уряд Йорданії в 1962 році розробив і приступив до реалізації 7-річного плану розвитку економіки (1964–1970 роки). Активно розвивалося сільське господарство (особливо зрошуване землеробство в долині річки Йордан), зросла чисельність міського та осілого сільського населення. Головну роль у забезпеченні економічного підйому (в 1960–1967 роках економічне зростання становило в середньому 9% в рік) зіграли гірничодобувна

промисловість (фосфорити, поташ, мінеральні солі) і сфера послуг (головним чином туризм), а також створена на початку 1960-х років із залученням арабських інвесторів легка промисловість.

На зовнішньополітичній арені у 1950–1960-х роках Йорданія виступала з помірних прозахідних позицій, декларуючи політику неприєднання до військово-політичних блоків. В ООН Йорданія була прийнята тільки в грудні 1955 року, що пояснювалося збереженням залежності її зовнішньої політики від Великобританії і неоднозначною реакцією світової спільноти на приєднання Йорданією Західного берега.

Важливою віхою в історії Йорданії стала арабо-ізраїльська війна 1967 року. В ході наступу ізраїльські війська 5-6 червня 1967 р. взяли під свій контроль 5,9 тисяч км<sup>2</sup> території Йорданії (Західний берег річки Йордан з Східним Єрусалимом) (Salibi, 1998). Головні зусилля йорданської дипломатії в 1970–1980-х роках були спрямовані на зміцнення зв'язків із Заходом і досягнення домовленості з Ізраїлем про звільнення окупованого їм Західного берега. Економічні успіхи, досягнуті в ході виконання трирічного (1973–1975 роки) і двох п'ятирічних (1976–1980 і 1981–1985 роки) планів, також сприяли нормалізації. 31 липня 1988 р. король Йорданії офіційно відмовився на користь ООП від претензій на Західний берег, розпустив парламент (оскільки в нього входили депутати від Західного берега), скасував виплату заробітної плати йорданським цивільним службовцям на Західному березі і розпорядився про обмін паспортів палестинців Західного берега на тимчасове посвідчення особи. 15 листопада 1988 року, після проголошення на 19-й сесії Національної ради Палестини в Алжирі Держави Палестина, уряд Йорданії заявило про його визнання.

Відмова від політики утримання Західного берега мала для Йорданії далекосяжні наслідки, сприяла її внутрішній консолідації та демократизації суспільно-політичного життя. 8 листопада 1989 року відбулися вибори до нових Національних зборів; вперше в історії Йорданії виборче право було надано жінкам. Скасовано багато обмежень свободи преси і зборів. У 1990–

1991 роках за дорученням короля лідери різних політичних течій сформулювали Національну хартію Йорданії, в якій ключовими принципами політичного устрою країни були названі демократія, плюралізм і визнання легітимності монархічного правління. У липні 1991 року відмінено військовий стан, а протягом 1992–1993 року – надзвичайні закони, що дозволило легалізувати діяльність політичних партій (Salibi, 1998).

Курс Хусейна бен Талала (помер в лютому 1999 року) на лібералізацію суспільно-політичного життя Йорданії і зниження напруженості на Близькому Сході був продовжений його сином – Абдаллою II бен аль-Хусейном. З 1999 року за підтримки МВФ Йорданія здійснює програму економічних перетворень: вдосконалюється економічне законодавство, проводиться приватизація підприємств державного сектора, заохочуються іноземні інвестиції, особливо в розвиток спеціалізованих промислових зон.

Економіка Йорданії через обмеженість природних ресурсів не вважається сильною на Близькому Сході, що зумовлює суттєву залежність від міжнародної допомоги. Згідно статистичним даним на сферу послуг припадало у 2021 р. 68,8% ВВП, а зайнято у цій сфері близько 77% трудових ресурсів (Jordan's 25-year master plan...). Хоча в Йорданії вважають, що доходи від туристичної галузі є значно нижчими за потенційні, враховуючи багату історію країни. Туристичний сектор знаходиться під контролем Національної стратегії уряду по туризму, яку створили у 2004 р. Метою її діяльності є збільшення доходів від туризму та збільшення кількості робочих місць. Відповідно, Стратегія визначає т.зв. «нішеві ринки», серед яких культурна спадщина визнана пріоритетом. Туризм зараз став однією із найважливіших галузей, що формує економіку Йорданії, а прибутки від іноземного туризму у 2018 р. склали 6 864 000 000 доларів США (Иордания – Поступления от международного туризма, 2019).

## 2.2. Глобалізаційні тенденції у сучасній дизайнерській діяльності

**Поняття глобалізації.** Сьогодні, поряд з конкретними проектними завданнями дизайн вирішує нові проблеми, зумовлені безперервним цивілізаційним розвитком. Зокрема, випрацьовує принципи функціонування традиційних предметних культур у період всезагальної глобалізації та уніфікації в епоху інформаційної революції (Казарін, 2002). Особливий інтерес дизайн представляє як інструмент збереження та розвитку культури, а інтегральний характер дизайну забезпечує взаємозв'язок його численних сфер – філософської, наукової, технічної, естетичної, екологічної з одного боку та продуктивний взаємообмін досягненнями різних регіональних та національних культур з іншого боку. Водночас, варто відмітити, що сьогодні дизайн є тією сферою, де особливо масштабно виявлено вплив глобалізаційних тенденцій.

Поняття глобалізації охоплює процеси в суспільстві, дія яких зменшує залежність соціального і культурного розвитку від географічного фактору. Це взаємодія держав, народів, етносів, соціальних груп в єдиній системі відкритого культурного обміну, запозичень зразків поведінки, адаптації культурних стереотипів до умов глобального буття, що розширює кордони у всіх сферах людської діяльності утворюючи глобальний економічний, екологічний, інформаційний та культурний простір. Це універсалізація, становлення єдиних загальних зв'язків, структур та відносин у різних сферах життєдіяльності (Воронкова, 2008).

Дизайн виступає практикою, що задіяна усіма сферами цього простору (рис.А.2.2). Ровесницею людства вважає глобалізацію дослідник Манфред Б. Стегер, виділяючи наступні періоди: доісторичний (10 тис. р. д.н.е.–3,5 тис.р. д.н.е.); досучасний (3,5 тис. р. д.н.е.–1,5 тис. р. н.е.); ранньосучасний (1500–1750); сучасний (1750–1970); найновіший (з 1970-х рр.) (Steger, 2005). Водночас, термін «глобалізація» поширився з 1980-х років у працях американського соціолога Р. Робертсона. Він одним з перших почав систематично вивчати явище глобалізації, розтлумачивши його як «стиснення світу та інтенсивне його усвідомлення як цілого» (Робертсон, 1992). Головною

ознакою глобалізації, на думку дослідника, є те, що суспільство і окремі індивідууми опинились в даний час в єдиному просторі «всі разом», і це місце (якісний простір) потребує від кожного певного ставлення, чого раніше можна було уникнути через обмеження ситуації локальним контекстом. Наявність глобального контексту у всіх ситуаціях та на всіх рівнях є суттю глобалізації, а розуміння світу як цілості індивідуальними та колективними суб'єктами складає суть «глобальної культури» (Робертсон, 1992). У цьому контексті будь-яка дія автоматично набуває «глобального виміру». Теорія глобалізації увиразнює масштаб змін у світі та засвідчує потенціал західної моделі розвитку, як такої, що визначає та втілює тенденцію до глобалізації, демонструє експансію вестернізації. (Воронкова, 2008). У період 1990-х рр., синхронно зі значним економічним зростанням західного світу, ідея глобалізації набула особливого поширення, а початок третього тисячоліття демонструє нові механізми та інформаційні ресурси її розповсюдження у постіндустріальній цивілізації (Снеговая, 2015).

Словник іншомовних слів визначає поняття «глобалізація» (*від лат. globus - куля*) – як перетворення певного явища на світове, планетарне, такого, що стосується всієї планети Земля. У суспільному значенні «глобалізація» процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації (Словник іншомовних слів).

У межах глобалізації значно розширились просторові горизонти людини в побутовому, психологічному, духовному та історичному контекстах. Не дивлячись на те, що про глобалізаційні процеси можна вести мову у різні періоди розвитку людства, саме наприкінці ХХ ст. формується система, базована на глобальній взаємодії. Культура є суттєвою сферою цієї системи, а ключовими тенденціями, що впливають на процес є інтенсифікація культурних взаємодій у інформаційному суспільстві; посилення інтегративних тенденцій в культурі; домінування західної культури; загальний ріст масштабів культурної індустрії; зміни ціннісно-нормативних засад національних культур у процесі модернізації суспільства; глобалізація символів та універсалій у масовій

культури; розширення функціонування та впливу окремих мов (як от англійської) у засобах комунікації та культурному просторі (Снеговая, 2007).

**Функції глобалізації та проблема збереження самобутності локальних культур.** Глобалізація як культурна інтеракція, що охоплює тенденції уніфікації, стандартизації, інтеграції, суверенізації являє собою об'єктивний процес культурної універсалізації в умовах зростання соціальних взаємодій. Сучасні дослідники визначають два типи розвитку глобалізаційних культурних процесів – «глобалізація по горизонталі», що надає нові можливості розвитку культури та людини через осягнення полі культурності світу; «глобалізація по вертикалі» через уніфікацію і універсалізацію соціокультурного багатоманіття в інтересах домінуючих країн. В умовах полікультурного світу існують різні форми та способи діалогу. Для адаптації до сучасних умов локальні культури повинні мати необхідний комунікативний потенціал та вступати у відносини з іншими культурами і розвиватись під їх впливом зберігаючи власну ідентичність. (Буденкова, 2016). Підвищення комунікативного потенціалу є одним із можливих шляхів практичного збереження культурної ідентичності. Відтак, важливим моментом є те, що високим комунікативним потенціалом і більшим впливом та можливостями розвитку наділені ті культури, базові цінності яких дозволяють здійснювати комунікацію та розширювати комунікативний простір без збитку для себе чи інших учасників діалогу. В умовах глобалізації високі адаптивні здатності конкретної культури є запорукою її стійкості та резервом розвитку етнокультурної ідентичності (Буденкова та Савельєва, 2013).

Для межі ХХ-ХХІ ст. найбільш характерними є три вектори збереження унікальності культур в умовах глобалізації: «самобутність як форма закритості», «самобутність в умовах відкритості», «самобутність, націлена на майбутнє». Перша стратегія скерована на розуміння власної першості, протиставлення себе іншим, захист власного соціокультурного простору. Дана практика призводить до консервації місцевих художніх форм, що має часто зворотній ефект – традиція витісняється в неактуальний незатребуваний



простір та, зрештою, втрачається. Друга стратегія передбачає пом'якшення взаємовиключень та створення умов для співіснування різних етнічних культур, готовність до діалогу. Третя стратегія закладає ґрунт для формування політики культурного плюралізму (Беломоева, 2009). Найбільш перспективними видаються стратегії самобутності в умовах відкритості та націленості на майбутнє. Дослідники сходяться на думці що умовою збереження самобутності етнічної культури є подальший розвиток та інтеграція традиційних цінностей у сучасну глобальну культуру, а «...культурна самобутність утверджується за рахунок взаємодії з іншими колективами» (Прайс, 1998). У час зародження транс-локальної культури, що поширюється ігноруючи національні кордони, лише актуалізація локальних традицій зможе забезпечити існування культурного розмаїття. Підтримка та розвиток цих традицій дозволить зберегти унікальний образ окремих культур та посилити загальне глобальне культурне тло. Водночас, сьогодні неможливо жити виключно за рахунок власного культурного спадку і результатом є співіснування сучасного локального в сучасному глобальному, тобто співвідношення місцевих культурних традицій до загальних проблем розвитку культури в цілому. Важливим фактором взаємодії глобального та локального є «етнічний парадокс» сучасності, тобто посилення етнічної свідомості при послабленні етнічних властивостей традиційної культури (Шкаратан, 1986, с. 261)

Збереження культурної самобутності на загальному тлі акультурації і асиміляції сьогодні оцінюється як вище досягнення цивілізації. Глобалізація сприяє формуванню уявлення про взаємопов'язаний світ, культурний плюралізм, посилює щільність «інформаційного потоку», дає шанс різним культурам вирватися за межі своєї замкненості, отримати поштовх для подальшого розвитку. Позитивною є тенденція глобального суспільства, що дозволяє людині вільно знайомитись з сукупністю артефактів та загальним спадком світової культури. Віртуальний світ інформації за допомогою різних технічних засобів дає моментальний доступ до досягнень світової культури. Вже не обов'язково фізично переміщуватись по світу, щоб побачити ці зразки.

Віртуальні музеї, бібліотеки, концертні зали дають можливість моментальної комунікації (Сертакова, 2009). Водночас, це практичний аспект, який стосується можливості сприймати та переймати певні культурні надбання. Культурна інтеракція охоплює глибинні процеси, які передбачають взаємодію, взаємообмін, взаємопроникнення та синтез явищ культури.

У пошуках «золотої середини» між локальними та глобальними культурними процесами, порівняльно-типологічне вивчення моделей культурної ідентичності дозволяє вести мову про розділення культур на східні та західні. Дослідження окремо східних та західних культур уможливають глибше розуміння процесу їх виникнення, розвитку та функціонування. Специфіка східної культури полягає в орієнтації на саморозвиток людини і суспільства, зверненні до духовного світу людини. Ісламський вектор руху передбачає альтернативну модель сучасності, з прагненням будувати сучасне суспільство як частину глобальної системи натхненну самодостатністю ісламської культури (Сеидова, 2013). Порівняння Сходу та Заходу близьке до порівняння мистецтва з наукою. Східний тип мислення уподібнюється художній діяльності завдяки пріоритетності індивідуально-морального світу. Умовою організації суспільства на Заході є спільна діяльність та взаємозв'язок людей. Східні і західні культури по-різному реагують на глобалізаційні процеси у культурі. На сході, зокрема, часто висловлюються певні застереження. Іранський філософ Наср С. Х. вважає, що сучасна епоха «...у зв'язку з процесами глобалізації виявила проблему цивілізаційної ідентичності. Перед певними суспільствами, як от китайське, індійське, ісламське виникла загроза зникнення або перетворення в периферійні культури всесвітньої цивілізації, побудованої за принципом західної цивілізації. Звідси – бажання даних суспільств відстояти свою ідентичність» (Наср, 2009, с. 37).

Йорданія належить до ісламських арабських країн, й, відповідно, існує низка факторів, які впливають на рівень культурних взаємодій цієї Близькосхідної держави не лише у межах світової спільноти, але й у межах країн арабського світу. Дослідники вказують на те, що іслам, як пануюча

релігія, намагається випрацювати оригінальну модель глобалізації, базовану на своїх власних релігійних та культурних традиціях (Чистякова, 2010). Спільне історичне та культурне тло, релігія, мова, спосіб життя, етнічні традиції визначили культурно-цивілізаційну близькість арабських держав. Відтак, вимальовується така глобалізаційна модель, яка базується на культурно-релігійній уніфікації. І тут постає питання пошуку йорданської ідентичності у контексті загальноарабської мусульманської культури. Для європейця ця ідентичність Йорданії часто є умовною, адже візуальна картина, сформована з таких елементів як: 1) образ міста та території (кліматичний, ландшафтний, архітектурний, інфраструктурний, культурний, інформаційно-комунікативний); 2) образ представника етносу (анатомічний, соціально-поведінковий); 3) релігійно-обрядова поведінка; 4) мистецтво (образотворче, театральне та музичне); 5) традиції та народні звичаї (ремесла, страви, обряди, одяг) є дуже подібною до «візуальної картини» інших арабських держав (рис. А.2.2а).

Дизайн особливо наочно демонструє глобалізаційні тенденції. Як «нове мислення» постіндустріального суспільства, дизайн є сам по собі глобальним феноменом. Охоплюючи різноманітні галузі життєдіяльності людини, дизайн формує предметне та інформаційно-комунікативне навколишнє середовище (Мигаль, 2010). Промислова революція на межі XIX-XX ст. призвела до масового виробництва товарів та зумовила нові уявлення про «прекрасне». При цьому, індивідуальне виробництво з його естетикою та ставленням до навколишнього середовища відійшло на другий план, а апогеєм масовості стали 1960-і рр. з їх мінімалізмом та комерціалізацією процесів. Сьогодні подальший розвиток людства є неможливим без збереження навколишнього середовища та розвитку нових світоглядних понять. Дизайн має високий потенціал у вирішенні соціальних, культурних та екологічних проблем. Ф. Старк на початку 2000-х рр. висловився: «Чверть століття назад кінцевою метою дизайнерів було створення конструкції та зовнішнього вигляду окремої речі. Сьогодні вони повинні постійно пропонувати нові екологічні та філософські цінності, бачення еволюції цивілізації, а не просто стиль та модні тенденції»

(Sheppard, 2012). Слова Ф.Старка дозволяють переглянути суть розвитку дизайну та вивести його бачення на новий рівень. Одним з таких нових рівнів розвитку людства можна вважати ноосферу та ноосферне світобачення, що має вплив на всі види діяльності людини і дизайн зокрема. Ноосфера (з гр., розум і сфера) – єдина система «людина-виробництво-природа», що розвивається на основі природничо-історичних законів, які визначають організованість біосфери та навколишнього космопланетарного простору у відповідності з інтересами сучасного і майбутнього поколінь (Словник іншомовних слів). На етапі переосмислення основ дизайну функції речі розуміють значно ширше, ніж просто задоволення утилітарних потреб та технічних можливостей часу. Сучасні теорії дизайну трактують його по-різному: як засіб покращення якості життя за рахунок технічних та естетичних параметрів; як рекламний агресор та розповсюджувач поверхневого декоративізму; як певну субкультуру, базовану на примітивній імітації модних форм та успішних брендів. Але є спільне бачення того, що в XXI ст. дизайн вступив у нову стадію розвитку та може трактуватись як мистецтво компонування, стилістики та естетизації об'єкту в контексті екологічних проблем (Розенсон, 2006, с.12). З даного визначення зрозуміло, що дизайн враховує ноосферне мислення та задіяний в проблеми глобалізації світового співтовариства вирішуючи питання як втримати свій розвиток суголосно до гуманістичних досягнень людства. Сучасний дизайн стає дизайном середовища, дизайном людського досвіду, дизайном соціального контексту.

Оскільки дизайн передбачає створення комфортних умов для людини у сучасному соціокультурному середовищі, то гуманітарне мислення, а також запозичення кращих зразків та моделей, вивчення та переймання західного досвіду у плануванні предметно-просторового та візуально-інформаційного середовища стає не перешкодою, а каталізатором позитивних змін. І питання ідентичності хоч і залишається актуальним, але, головним чином, зводиться до візуальних характеристик дизайн-об'єктів. Український дослідник В. Даниленко, даючи визначення дизайну, вважає, зокрема, що це

«...вестернізована художньо-проектна діяльність на ґрунті високих технологій західного походження» (Даниленко, 2005). Така думка дуже точно характеризує суть глобалізаційних процесів саме в дизайні, як екстраполяцію промислової революції. Її наслідком, відповіддю на впровадження нових технологій та масове виробництво, зростання масштабів міжнародної торгівлі та споживання середнього класу стало через майже два століття глобальне поширення дизайну, з його можливістю фундаментального позитивного чи негативного впливу на людство (Grossman, 2017). Водночас, дослідник Даниленко вважає, що «...вестернізація художньо-технічної культури всього світу має поверховий характер». Захід, на його думку, не спроможний вторгнутися в архетипи інших культурно-цивілізаційних конгломератів настільки, щоб докорінно змінити їх, уподібнивши собі, у тому числі, у сфері дизайну (Даниленко, 2005).

Відтак, етнокультурні відмінності перманентно виявляються у продуктах дизайну з подібними функціональними можливостями. Тип та форма продуктів впливає на ступінь наявності в них особливостей культурного розмаїття. До прикладу, у таких предметах, як електронна техніка чи автомобілебудування робота дизайнера присутня, водночас, відмінності, пов'язані з культурною різноманітністю відсутні. Причина очевидна: сама природа виробничого процесу серійного виробництва продуктів не дозволяє робити суттєві відмінності між партіями продукту для різних споживачів в усьому світі. *Найчастіше, це стосується переважної більшості промислової продукції масового виробництва, адже у деяких випадках, етнічно-культурні відмінності серйозно суперечить принципу однорідності масового виробництва.* Глобалізація призвела до ситуації, в якій розробляються групи продуктів однією культурою для використання у цілком іншому культурному середовищі. Глобалізація також ставить перед компаніями та їхніми дизайнерами вибір між «глобальним» або «місцевим» дизайном продукції.

У Йорданії промислове виробництво в основному пов'язане з енергетикою та природними ресурсами. Тому більшість товарів широкого вжитку – електроніка, сантехніка тощо до країни імпортується. Відповідно, питання

«місцевого» дизайну залишається відкритим. Вплив місцевого культурного фактору на дизайн продукту формується завдяки наступним чинникам: дизайн-освіта; практичне проектування; культурний рівень дизайнера; естетичні потреби суспільства; споживання конкретного продукту (рис. А.2.3). Сьогодні компанії, виробники як споживчих товарів, так і інтелектуального продукту (до якого можемо віднести дизайн візуально-інформативного середовища) реалізують свою діяльність враховуючи важливість гнучкого та адаптивного проектування відповідно до місцевих ринків. Неспроможність компанії залучити та адаптувати у своїх продуктах культурне розмаїття певної держави чи регіону часто обмежує її комерційний успіх. Тому, сьогодні ряд глобальних компаній вже почали розробляти методи для проведення міжкультурних досліджень. Зокрема, компанія Intel розробила власну «культуральну капсулу», фізичне культурне середовище, яке може імітувати будь-який культурний інтер'єр чи атмосферу. Microsoft, Hewlett Packard і Philips провадять крос-культурні дослідження для розуміння взаємодії культури та людини у дизайні; шукають спосіб ефективно адаптувати рекламу продукту до місцевих переваг, ігноруючи глобальні рішення (Diehl and Christians, 2006).

Втілення національних цінностей будь-якої культури в графічних чи об'ємно-просторових формах творчої діяльності потенційно пов'язано з синтезом естетичної виразності та практичної користі. Адже, саме національні форми є найбільш ефективними з точки зору їх сприйняття. Вони ж унеможливають дисонанс, який може виникнути між чужинними ціннісними характеристиками та візуальними національними архетипами.

Використання у процесі проектування однотипних уніфікованих візуальних вирішень, які домінують завдяки глобалізаційним тенденціям, несуть загрозу обмеження творчої уяви дизайнера жорсткими межами лаконічних стандартів. Стандартизоване середовище, доведений до автоматизму ритм життя, втрата зв'язку з базовими цінностями знижують рівень комфорту людини. Локальні культури звертаються до своїх основ для гармонізації середовища життєдіяльності людини. Дослідження та

обґрунтування сучасних пошуків дизайну з позиції екології культури допоможе визначити шляхи розвитку дизайну у даному річизі. Пристосовуючи нове до старого, традиційного, дизайн матеріалізує культурні виміри історії (Маньковская, 2000).

Спроби відродження втраченого розмаїття предметно-просторового середовища, знівельованого світом «інтернаціонального» дизайну, синхронізуються з актуалізацією процесу відродження найбільш яскравих зразків локальних національних культур, що стали символами існування культури у конкретні періоди. Дизайн у пошуках культурної ідентичності усе частіше апелює до теми традиційного мистецтва, регіональних культурних цінностей, на базі яких реалізуються його культурно-екологічні принципи. Для створення етнокультурних зразків, дизайн використовує форми народного мистецтва. Багатство та розмаїття художніх систем – складових ціннісного капіталу етнокультури, акумулюється, наприклад, у народному традиційному орнаменті та в його використанні у оформленні середовища, що оточує людину. Ця давня форма мистецтва, основа міфологічного знання та предметної творчості є надзвичайно продуктивною для розвитку регіонального дизайну у ракурсі його етнокультурних тенденцій. Орнамент є важливим елементом художнього образу в архітектурі, декоративно-ужиткових мистецтвах, дизайні предметно-просторового середовища, в графічному дизайні. А використання орнаментики, як символу етнічної свідомості, поряд з естетичними уявленнями та формами предметного світу, отримавши за допомогою дизайну можливість інтегруватись у сучасну культуру, сприяє глобальному залученню світового культурно-мистецького спадку та збереженню етнічних традицій.

Новаторство є неможливим без досвіду. Традиції дозволяють людині не загубитись, а пристосувати свій стиль життя до стрімких змін сучасного світу. Глобалізація потребує від місцевих культур не підкорення та розчинення, а селективного вибіркового сприйняття та засвоєння нового досвіду інших цивілізацій. Важливим аспектом глобалізації є те, що вона сприяє формуванню у людини загалом, та дизайнера-творця, зокрема, нового типу ідентичності –

«загальнолюдського». Для сучасного світу характерною є наявність культур з діаметрально протилежними цінностями, ідеологіями, історичними традиціями. Будь-який народ, яким би прогресивним та цивілізованим він не був у баченні розвитку сучасної культури, оперує вічними цінностями, що мають національну специфіку та колорит. В одних культурах ці традиції домінують по сьогодні, для інших вони є менш значними, але існуючими та актуальними. Поряд з характером мислення та світовідчуття, організації суспільного ладу, канонів віри, науки та мистецтва, увиразнюється і суто візуальна сторона, виявлена в матеріальних артефактах, предметах традиційного народного мистецтва, народного зодчества, орнаментики, типографіки тощо. Тому, можна підсумувати, що цілком зруйнувати віками складену систему цінностей певного етносу шляхом уніфікації чи заміни іншими формами, аж до втрати ідентичності, очевидно глобалізація не в силі.

***Чинники, що стимулюють глобалізаційні тенденції у дизайні.*** Дизайн сьогодні, як глобальний феномен, охоплює найрізноманітніші галузі життєдіяльності людини, формуючи предметне та інформаційно-комунікативне навколишнє середовище. Початково, основною метою дизайну, як першого етапу виробничого проектування, було прилаштування виробу до процесу його машинного виробництва, зниження вартості продукції, оптимізація матеріального забезпечення, а також, залучення сфери художнього конструювання для ергономічних параметрів та якісного зовнішнього вигляду. Результатом став ріст продажів товарів, сконструйованих з урахуванням художнього оформлення. А пріоритет застосування технологій та нових матеріалів став одним з провідних принципів дизайн-проектування ХХ ст.

Погляд на дизайн-проектування у контексті загальної глобалізації показує, що уніфікація, стандартизація, комбінаторика та ріст технологій складають мову, стиль мислення та способи діяльності сучасного дизайнера, який працює, зокрема, на глобальну світову економіку. Таким чином, промисловий розвиток країн та ріст світової економіки є першим із факторів глобалізації дизайну.



Іншим важливим фактором є культурний простір природи та екологічна функція дизайну, що об'єднує художньо-проектні основи та наукове осмислення ступеню впливу діяльності людини на природу та взаємодії людини і природи. З філософської точки зору, під терміном «екологічний дизайн» розуміють проектування, спрямоване на гармонізацію людини з природою, а функцією екологічного дизайну є участь у вирішенні соціально актуальних завдань захисту навколишнього середовища (та людей) від наслідків забруднення відходами техногенної цивілізації та порушення екологічної рівноваги у ноосфері (біотехносфері) з позиції цінностей природи та культури (Дмитрієва і Балюта, 2015, с.70). При цьому до завдань дизайну належить не просто створення екологічно чистих конструкцій та продуктів, але й формування нових сенсів, цінностей та норм, що враховують потреби взаємодії природного середовища та культури. Цьому відповідають принципи ноосферного світобачення, коли дизайн стає дизайном середовища та дизайном людського досвіду, дизайном соціального контексту. Основним напрямком розвитку дизайну в сучасному суспільстві в епоху ноосфери є екологічний підхід. Предметом екологічного дизайну є сукупність зв'язків між людиною і середовищем існування, а об'єктом вивчення – екосистема, тобто взаємодія людини та навколишнього середовища. Ця проблема набула економічного, соціального та політичного значення у 1970-х рр., та стала реакцією на науково-технічну революцію. Сьогодні розвиток екологічного мислення є актуальним у всіх верств суспільства через ноосферне мислення, а особливо у пропагандистів новацій – дизайнерів (Жиркова, 2013, с. 1058). Отже, *екологічний чинник* – другий фундаментальний чинник глобалізації дизайну.

Наступний важливий чинник глобалізації дизайну – *політичний*. Протягом ХХ ст. політичний контроль західних держав над близькосхідними, азійськими чи африканськими країнами чинив вплив на різні сфери суспільного та культурного життя. Відтак, переймалась і західна модель розвитку дизайну. Власне, можливість культурної взаємодії є суголосною з наступним важливим чинником глобалізації дизайну – культурним простором соціуму та, відповідно,

з розвитком соціального напрямку дизайну. У 1963 р. двадцять британських дизайнерів на чолі з К. Гарландом підписали маніфест «First Things First», що закликав дизайнерів уважніше та більш свідомо ставитись до власної роботи. Піддаючи критиці роботу над споживчою рекламою, маніфест робив заклик звернути увагу на соціальну сферу, щоб створювати глобальні проекти необхідні людству (Гарланд, 1964). З'являються терміни «соціальний дизайн», «гуманітарний дизайн», «Design for the Other 90 %», а сферами його зацікавлення стають гуманітарні проблеми у всіх без винятку країнах. Таким чином, за допомогою дизайну в культурному просторі соціуму формуються нові цінності, норми, піднімаються питання свободи особистості і індивідуальності, розширюються просторові орієнтації, дії та форми існування окремої людини та суспільства в цілому.

Інший суттєвий чинник глобалізації дизайну – це *ріст транснаціональних зв'язків за рахунок розвитку інформаційно-комунікативних технологій* та, відповідно, можливість блискавичного поширення інформації. Максимальна ефективність в роботі за рахунок доступу до глобальних інформаційних ресурсів та комунікації з замовниками з різних частин світу зумовлені можливостями Інтернету, електронної пошти, PDF-файлам (з можливістю оптимізувати розмір документів), FTP-сайтам (з можливістю термінової передачі великих документів), кібер-конференціям тощо. Тобто, *всесвітня інформаційна відкритість* створює умови для швидкої комунікації та визначається загальним ростом комунікаційних технологій та вільним доступом до них.

Останній важливий аспект глобалізації дизайну – *освітній*. З часу функціонування шкіл Баухауз, Ульм чи ВХУТЕМАС, де окремо здобуті професії в кінцевому результаті вирішували спільні завдання – формотворення та організацію предметно-просторового матеріального середовища людини. Ці завдання могли бути вирішені лише спільними зусиллями на базі цілісного знання та колективних форм діяльності. Відповідним чином створювались навчальні заклади нового формату, адже експерименти з новими ідеями в

межах традиційних мистецьких закладів були неможливими. Навчання було інтегрованим у практичне співробітництво над конкретною проектною задачею у межах творчого колективу. Важливим був зв'язок між наукою, практикою, технічною та гуманітарною сферами для реалізації потреб дизайну, відтак, оптимальними стали модульні навчальні програми, зреалізовані у сучасних дизайнерських школах, як от Central Saint Martins (Великобританія), Parsons School of Design (США), Європейському інституті дизайну (ЄС), Інституті дизайну в Ейндховені (Нідерланди) тощо. До прикладу, навчання в школі Парсонс відбувається за принципом інтегрованого навчання. Студенти різних спеціальностей спільно працюють над творчими проектами, що максимально уподібнює навчання до майбутньої професійної діяльності. Таким чином, протягом ХХ ст. на світовій арені сформувались дизайнерські школи, що мають спільні базові засади та пріоритети діяльності: формотворення та організація предметно-просторового та усього матеріального середовища життєдіяльності людини; соціальні, економічні та творчі реалізації в дизайні. Відмінною ознакою є різне втілення дизайну у кожній окремо взятій країні за рахунок етнічної культурної самобутності, носіями якої є творці об'єкту дизайну, сам об'єкт та процес творення. Такі глобальні тенденції в дизайн-освіті є вирішальними у процесі глобалізації дизайну, адже формують відповідну універсальну шкалу цінностей). Успішним вирішенням у сфері дизайн-освіти, що, також, показує динаміку глобалізації дизайну є об'єднання у 1999 р. Університетом мистецтв та дизайну в Хельсінкі і Королівського коледжу мистецтв в Лондоні провідних культурних і дизайнерських організацій у CUMULUS – систему дизайнерської освіти, що показує прагнення до накопичення знань, необхідних для вирішення нових проблем мистецтва та дизайну. Ця система налаштована на досягнення високої якості та інновацій, створених культурним різноманіттям європейських народів (Елочкин, 2010). Водночас, і сам студент-дизайнер є мобільним, адже подорожує, навчається за кордоном, або використовує для спілкування технологічні ресурси (напр. Skype), маючи змогу відчувати інше оточення, перейняти культурний досвід,

вкорінений у контексті дизайну. Для сучасних студентів-дизайнерів соціальні зв'язки стають частиною професійних умінь та розвивають навички співпраці з корпораціями, громадами, індивідуумами. Міжкультурна комунікація і інтеграція дозволяють розширити уяву про принципи, характер та способи облаштування людини у сучасному світі за допомогою дизайну.

Отже, *економічний, політичний, екологічний, соціальний, інформаційний та освітній* фактори стали ключовими у контексті глобалізаційних тенденцій сучасного дизайну (рис. А.2.4).

Сьогоднішня міжнаціональна спільність підходів до дизайну, підтверджена їх економічною ефективністю сформувала загальні риси у функціонуванні дизайнерських структур у різних країнах: 1. наявність державної підтримки на різних рівнях; 2. функціонування спілок, лабораторій, науково-дослідних інститутів, навчальних центрів, адміністрацій (з функцією управління дизайнерськими структурами держави, організацією виставок, обміном інформацією, тестуванням об'єктів дизайну тощо); 3. проведення представницьких дизайн-форумів (на регіональному чи загальнодержавному рівні); 4. професійна освіта; 5. практична діяльність дизайнерських бюро (з функцією розробки об'єктів дизайну) (рис. А.2.5).

Водночас, крім регіональних організацій існують міжнародні професійні спілки у різних галузях дизайну, покликані популяризувати, інформувати та координувати спільноти професіоналів різних країн.

WDO (World Design Organization) (раніше Icsid – Міжнародна рада промислового дизайну (засн. Лондон, 1953 р.). його членом може стати лише організація, а діяльність дозволила надати промислового дизайну офіційного статусу, сприяла утвердженню професійної діяльності з її можливостями створювати кращі продукти, системи, послуги, бізнес та промисловість, покращувати навколишнє середовище та суспільство в цілому. З дванадцяти професійних асоціацій дизайнерів у 1957 р. сьогодні WDO об'єднує 140 організацій-членів з 40 країн, здійснюючи спільні зусилля та надаючи їм

можливість бути почутими на міжнародному рівні. Сьогодні організація має спеціальний консультативний статус ООН.

Глобалізаційні тенденції у промисловому дизайні на сьогоднішній день є найбільш відчутними, адже ця сфера охоплює величезний ринок товарів та їх найширше розповсюдження для створення комфортного для людини предметного середовища. Розвиток техніки та технологій постійно розширює номенклатуру та напрямки сучасного промислового дизайну. Поряд з традиційними сферами – дизайном електротехнічних виробів, побутових товарів, дизайну приладів та транспорту, займає власну нішу екологічний дизайн. Дослідник О. Бойчук, говорить про екологічний дизайн як про «...метод чи сучасну філософію проектування, спрямовану на збереження балансу між людиною, природою і штучними об'єктами предметного середовища», а його принципами є безвідходне формоутворення; підвищення життєвого циклу виробу шляхом заміни його окремих зіпсованих деталей; принцип рециклінгу; застосування енергозберігаючих технологій, альтернативних джерел енергії тощо (Бойчук, 2009, с. 222). Ще однією сферою, радше технологічною, є мультисенсорний дизайн, що апелює до нематеріальних властивостей сучасних технологій, тактильних відчуттів та нервової системи людини.

Сучасні ринки затребуваності та збуту товарів є глобальними. Багатонаціональні корпорації які раніше орієнтувались лише на свій внутрішній ринок, випускаючи ту ж продукцію для світового ринку, залучають дизайнерів для розробок відповідно до смаку багатокультурного споживача. Ініціюється глобальна розвідка на стратегічних міжнародних ринках, які показують бажання споживачів, специфічні ринкові особливості та товари конкурентів. Метою є визначення спільних знаменників; функція і форма, бажана емоційна прихильність до об'єкта, що пов'язує споживання людства, незважаючи на міжнародні культурні відмінності. Це ретельне демократичне розслідування стає основою глобального дизайнерського вирішення – представлення продукту, переконливого та прийняттого для потреб і побажань світових

споживачів (Hirst, 2010). Водночас, великі виробники все частіше беруть до уваги особливості культурних традицій того чи іншого етносу та держави при продукуванні серійних товарів.

Сфера графічного дизайну сьогодні охоплюється діяльністю ICO-D (The International Council of Communication Design). Відома як Icoграда (Міжнародна рада асоціацій графічного дизайну) – це одна з найбільших у світі спілок професійних дизайнерів, що була створена у Лондоні 1963 р. для формування міжнародного діалогу щодо вектору розвитку графічного дизайну. У 2011 р. Icoграда була перейменована у ICO-D – Міжнародну раду комунікативного дизайну відображаючи розширення дисципліни графічного дизайну в епоху нових медіа технологій. Сьогодні, це міждисциплінарний орган світового дизайну, а його нова стратегія відображає нівелювання кордонів між дисциплінами, оскільки нові технології та засоби масової інформації висувають багатогранні вимоги до професійних дизайнерів. Останні все частіше працюють у складних глобалізованих середовищах, що потребують проведення досліджень за межами своєї галузі та синтезу цілком нових концепцій та вирішень для ефективної взаємодії людей з власним середовищем та суспільством (Ico-d history). Сьогодні рада координує використання єдиних моральних та професійних принципів у роботі дизайнера; поширення технологічних стандартів; та потребу розв'язання засобами графічного дизайну загальносвітових політичних, екологічних і соціальних проблем (Косів, 2003, с. 17). Міжнародні виставки та форуми, видання каталогів та особисті контакти авторів сприяють поінформованості про здобутки колег за кордоном, що також стало чинником певних уподібнень та запозичень. Один з провідних теоретиків та істориків у галузі графічного дизайну Ф. Меггс визначає період 1950–1990-х років як «...епоху інформації: графічний дизайн у глобальному селі» та відмічає початок глобального діалогу, коли «...дизайн перетнув національні кордони, поширюючись від традиційних центрів у кожен куточок планети» (Meggs, 414). Формально та стилістично, глобалізаційні тенденції у графічному дизайні виражені за допомогою міжнародного стилю та його похідних форм.

Особлива роль дизайну в глобальній візуальній культурі сучасності пов'язана з формуванням загального стереотипного кліше міжнародної мови, що може пов'язувати різні народи та культури завдяки синтезу загального та особливого національного змісту. Тому дизайн у перспективі може стати фактором переорієнтації процесів глобалізації у напрямку синтезу культур. Візуальні образи графічного дизайну скеровані на інтенсивну передачу інформації та втілення нових ціннісних ідеалів в культурну систему за рахунок уніфікації або збагачення візуально-образної мови дизайну національним змістом відповідно до культури, де він функціонує. Взаємодія компонент національних знакових систем і елементів інтернаціональної знакової системи проявляється в адаптації їх внутрішніх структур. Такий взаємовплив кодів уможливорює оновлення образних систем традиційних культур у процесі трансформації їх графічної символіки в умовах інформаційного суспільства.

Глобалізація в графічному дизайні виявляється у інформативних знакових формах, візуальних ідентифікаціях транснаціональних компаній та рекламі. Як і у промисловому дизайні, завданням дизайнерів є врахування багатонаціонального міжнародного ринку компаній та, відповідно, створення стилістично нейтральних систем їхньої візуальної ідентифікації з метою привернути увагу якомога ширшої цільової аудиторії. У рекламних кампаніях, водночас, враховується потреба адаптації рекламних образів згідно конкретних соціокультурних регіональних умов, що виявляється у вербальних символах та змістових образах. Сьогодні все частіше дизайнери апелюють до стильових особливостей окремих культур та їх виявів у продуктах графічного дизайну.

Міжнародна федерація архітекторів та дизайнерів інтер'єру IFI (International Federation of Interior Architects/Designers) (засн. 1963 р.) є світовим голосом та авторитетом для професійних архітекторів/дизайнерів інтер'єру. Це глобальний форум для обміну досвідом та розвитком знань у галузі проектування, що об'єднує міжнародне суспільство для подальшого розвитку дизайну інтер'єру, його просування та глобальної соціальної відповідальності та підвищення загального статусу професії (ifi about.

<https://ifiworld.org/about/>). IFI об'єднує близько чверті мільйона дизайнерів, викладачів та представників галузі в міжнародному співтоваристві дизайнерів на усіх континентах, а її цінностями є: провадження дисципліни дизайну інтер'єру в майбутнє; підвищення обізнаності суспільства щодо впливу та ролі дизайну інтер'єру; надання дизайнерських вирішень глобальним проблемам; встановлення та втілення світових стандартів та керівних принципів для професії, освіти, наукових досліджень; розвиток професії завдяки створенню дієвих програм, втіленню кращих практик. Отже, принципи професії, фундаментальні цінності та подальші вектори розвитку формуються у найширших колах міжнародних дизайнерських спільнот, тим самим набуваючи здатності глобального поширення та набуваючи ознак глобального людино-зорієнтованого дизайну. У Йорданії професійною спілкою, що має зв'язок з IFI є Jordanian Interior Design Association. Окрім міжнародної співпраці та взаємообміну досвідом на професійних показах, спілка сприяє організації роботи професійних дизайнерів, проведенню курсів, культурних та науково-технічних конференцій, підтримує місцевий ринок технічними знаннями, координує роботи з університетами та роботодавцями для надання допомоги студентам-дизайнерам у період навчання. Також, метою спілки є декларація та демонстрація у результатах діяльності ознак власної ідентичності.

Глобалізаційні процеси у сфері дизайну інтер'єру, або, точніше дизайну просторово-предметного середовища так само як і у інших сферах дизайну унаочнюють проблему ідентичності окремих етносів, а художня взаємодія між професійними підходами проектної культури сучасного дизайну та прикладним використанням традиційних форм народного зодчества, мистецтва чи ремесел формують образні характеристики середовища. Отже, спільними глобальними ознаками сучасного предметно-просторового середовища є його функціональні можливості, номенклатура предметів та загальні принципи створення гармонійного предметно-просторового середовища. Відмінності, що зумовлені регіональними впливами, виражаються у особливостях формування та функціонування традиційного зодчества та житла; у матеріалах та техніках їх



обробки; в елементах декоративно-ужиткового мистецтва тощо. Жодні глобалізаційні процеси не можуть вплинути на традиційні способи життя окремих етносів. Це демонструють, зокрема, результати опрацьованих нами досліджень таких науковців, як М.М. Оно (2005), К.Р. Leur (2005), В. Gaver, Т. Dunne та Е. Rascanti (1999), J.C. Diehl та Н.Н.С.М. Christiaans (2006) та ін. щодо вияву візуальних відмінностей між інтер'єрами та обладнанням приміщень з єдиною функцією у різних культурних середовищах. Зокрема, одне з досліджень стосувалось порівняльного аналізу південнокорейської та голландської кухонь. Якщо для європейців у, наприклад, кухонному просторі головними критеріями зручності є цілковита функціональність приладів та робочих зон, то для жителів Азії, які мешкають в Європі, акцент зміщується і значно важливішими постають питання атмосферності, виражені через надмірне декорування і наближення в образних формах до національних традиційних оздоб (Diehl and Christiaans, 2006, p. 505–506).

Отже, етнокультурні відмінності перманентно виявляються у продуктах дизайну та середовищах з подібними функціональними можливостями. Спільними є методи роботи над дизайном середовища і це зумовлюється, часто, професійною освітою дизайнерів, здобутою у школах Європи чи США. Кваліфікований за освітою, досвідом та прикладними навичками дизайнер інтер'єру виявляє, досліджує та творчо вирішує проблеми, пов'язані з функціонуванням, якістю та естетикою внутрішнього простору; програмує, аналізує та планує простір, використовуючи спеціальні знання щодо конструктивних елементів, будівельних норм, матеріалів; готує схеми, креслення та документи по дизайну простору, щоб «...підняти якість життя, захистити здоров'я, безпеку та навколишнє середовище людини» (Ifi about).

Глобалізаційні тенденції у світі зумовлюють появу поняття міжкультурного дизайну, а формування нового мислення у контексті розвитку суспільства ХХІ ст. сприяє входженню ноосферного підходу в дизайні, тісно пов'язаного з екологією та мистецтвом. Подальший розвиток людства не є можливим без збереження навколишнього середовища. Магістральним шляхом

унапрявленнн дизайну в сучасному суспльстві в епоху ноосфери є екологічний підхід та художнє мислення (Жиркова, 2013, с. 1059).

Глобалізація початку ХХІ ст. формується як взаємодія протилежних тенденцій – культурного універсализму, що нівелює етнічну специфіку і гомогенізує соціум та локального етнічного своєріддя. Відбувається поступове формування культури людства як єдиного простору, в межах якого зустрічаються та здійснюють взаємовплив різні національні компоненти. Діалектичну єдність цих начал увібрав термін Р.Робертсона «глокалізація», що підкреслює їх співіснування та взаємозалежність, а Дж. Несбіт назвав даний процес «глобальним парадоксом» (Бек, 2011, с.91). Комбінація інтеграції й фрагментації, глобалізації і регіоналізації, універсализму та багатоманітності дозволяє зрозуміти суть змін, що відбуваються сьогодні в дизайні. Таким чином, завдяки дизайну в культурному просторі соціуму формуються нові цінності, розширюються просторові орієнтації та форми існування окремої людини та суспльства в цілому.

***Художня взаємодія глобалізаційних тенденцій та локальних практик у дизайні Йорданії.*** Ідея спрямованої перебудови світу людиною була від початку основою дизайну як художньо-проектної діяльності. Дизайн функціонально спрямований на гармонізацію та естетизацію матеріального середовища, що оточує людину. Сьогодні роль дизайну визначається зміною характеру проектування та становленням особливого типу постмодерністської проектності, що виводиться з логіки створення «семіотичних моделей» для масового виробництва. Пріоритет технології, конструювання та нових матеріалів у соціально-гуманітарному контексті – один з найважливіших принципів дизайн-проекування ХХ – поч. ХХІ ст. Ці риси виступають технічним та культурологічним фактором, трансформуючи сукупність відносин між людиною та просторово-предметним середовищем та виявляються у глобальній системі дизайну різних культур. На перший план виходять критерії соціально-культурного спрямування – стиль, образ та екологічні якості – енерго- та матеріалоємність, наявність шкідливих викидів, проблеми утилізації

та екологія культури. У багатьох країнах підтримується широкий культурний контекст традиційного побуту, відтак, в єдиному життєвому просторі органічно співіснують традиційні та інноваційні чи запозичені речі.

Важливим питанням є сутність взаємодії загальносвітових глобальних тенденцій в дизайні та етнокультурного фактору. Етнічна культура – це сукупність матеріальних і духовних цінностей, вироблених певним етносом впродовж його історії на його власній території засобами етнічного самовираження (рідна мова, рідна релігія) і не включає імпортованих зразків (напр., світові релігії) (Лозко, 2001, с. 299).

Дослідник В. Даниленко бачить суть дизайну у двоєдиності його складових: *інтернаціональної та національної* (Даниленко, 2005). Перша визначає річище розвитку, отримує ідеї та інформацію, ретранслюючи їх у загальносвітове середовище дизайну. Друга – національна – виступає гарантом ідентифікації дизайну. Питання культурно-екологічних вимірів сучасного дизайну передбачає звернення до національного етнокультурного фактору конкретного етносу, регіону чи держави. Специфіка регіонального дизайну (визначеного певною формою само ідентифікації територіальних співтовариств з їх прагненням збереження самобутності регіону) визначається формуванням візуальних способів комунікації з іншими народами та культурами за рахунок засвоєння культури, традицій та норм етнічного довкілля. Концепції регіонального дизайну, що реалізують культурно-екологічний підхід передбачають відтворення в дизайні середовища тих стилів та способів життя, які були притаманні тій чи іншій регіональній традиції. Такий дизайн включає у проектні вирішення ті регіональні цінності, які найбільш показові у візуальному та змістовому сенсі та найбільш цікаві у плані формотворення та знаково-символічних побудов. Такі сутнісні основи культури та художньо-естетичні форми матеріального світу викликають інтерес у сучасного дизайнера та задіюють у дизайнерські практики багатий художній досвід народного мистецтва, ремесла тощо.

Отже, «національну» складову регіонального дизайну Йорданії формує сьогодні багатий культурно-мистецький спадок, а саме, *традиції письма та орнаментування, а також народне ремесло та декоративно-ужиткове мистецтво*. Усвідомлення йорданськими митцями цінності цього культурно-мистецького спадку як джерела формування сучасного предметно-просторового середовища прийшло вже з середини ХХ ст., суголосно із радикальними змінами у образотворчому мистецтві країни. Загалом, друга половина ХХ – поч. ХХІ ст. стали для Йорданії визначальними у контексті розбудови власного культурного життя та поступової інтеграції у глобальний культурний простір. Будучи до середини ХХ ст. напівзалежною аграрною країною, Йорданія сьогодні стрімко інтегрується у світове співтовариство, а культурно-мистецькі здобутки країни демонструють рівноправне партнерство у художньому житті арабських країн. Характерною рисою процесу культурогенезу Йорданії була його початкова орієнтація на досвід західноєвропейського мистецтва. Такий стан речей дозволив перейняти нові мистецькі форми, а тяжіння до сучасного побуту та стилю життя активізувало напрями предметно-просторового та комунікативного дизайну. Звернення дизайнерів до західних практик у сфері проектування та класичних традицій арабо-мусульманської культури дозволяє вести мову про національний базований на традиціях підхід з рисами регіональної самобутності та виразності, або ж художню взаємодію глобалізаційних тенденцій та етнокультурних практик дизайну Йорданії (Аль Равашдех, 2018, с. ).

У попередньому підрозділі було з'ясовано, що екологічний та мистецький підхід складають основу нового бачення дизайну сьогодні. Західне мистецтво почало впливати на ісламські землі в середині-кінці ХІХ століття внаслідок арабського ренесансу, або аль-Нахди (з араб. النهضة «пробудження», «Ренесанс»), і європейської колонізації Близького Сходу. Хоча аль-Надха являв собою період відродження традиційної літератури і поезії, він представляв вестернізацію, а не традиційне відродження, оскільки західне мистецтво сприймалось як частина політики модернізації. Європейська колоніальна

експансія змусила художників Близького Сходу прийняти західні художні традиції та естетику, які почали домінувати над традиційними художніми традиціями. Навіть у більшій частині Османської імперії, де не відбувалася європейська колонізація, західні економічні та культурні впливи були сильними внаслідок ослаблення імперії (Mavrakis, 2013). Внаслідок аль-Нахди та європейської колонізації на початку ХХ ст. більшість традиційних форм ісламського мистецтва були замінені західними формами мистецтва. Створення традиційних ісламських артефактів продовжувалося виключно для задоволення іноземного туристичного ринку. Навчальні заклади, мистецькі товариства та салони були створені для підтримки розвитку західного мистецтва на Близькому Сході. Художники вивчають західні мистецькі практики в Європі, а європейські інструктори викладають курси з фахових мистецьких дисциплін у навчальних закладах. Відповідно, громадськості презентується західноєвропейська робота арабських художників.

Після того, як країни Близького Сходу здобули незалежність від європейських колоніальних держав, ці країни поступово почали втрачати ідею, щодо вищості європейської культури. Вони почали усвідомлювати значення і пишатися власною культурною спадщиною та національною ідентичністю. В Йорданії перші кроки до формування своєї школи здійснюються у 1920-х-1930-х рр. коли невелика кількість художників, зокрема, Омар Онсі (1901-1969), Зяуддін Сулейман (1880-1945), Джордж Алеф оселилися в Аммані та почали поширювати мистецькі знання за допомогою викладання та виставкової діяльності (Bloom and Blair, 2009, p. 362). Наприкінці 1950-х рр. молоді художники як з європейською, так і місцевою професійною освітою, зокрема, Муханна Аль-Дура, Рафік Лахам і Суха Катіба Нурсі заклали основи йорданського руху сучасного мистецтва не лише власною творчістю, але й впливом на наступні покоління творчих людей (Zuhur, 2001, p. 377). Серед видатних учнів Муханна Аль Дура – принцеса Війдан Алі, відома своїми спробами відродити традиції ісламського мистецтва та Навал Абдаллах – провідний лідер сучасного мистецтва Йорданії, чия творчість часто включає

каліграфію (Teller, 2002, p.425 [https://en.wikipedia.org/wiki/Jordanian\\_art](https://en.wikipedia.org/wiki/Jordanian_art)). Друга група митців, серед яких Халід Хреїс (р. 1955); Набіль Шехаде (р. 1949); Ясер Дуваїк (р. 1940); Махмуд Таха (р. 1942) і Азіз Амура (р. 1944), які навчалися в Європі та Америці у 1960-х рр. повернулися до Йорданії та почали шукати у мистецтві своєрідність йорданського художнього вираження і відстоювати власну арабську ідентичність.

Важливим моментом у розвитку «арабського сценарію» в мистецтві як засобу вираження культурної ідентичності, став загальний для країн Близького Сходу та Північної Африки мистецький рух Хуруфії (з арабської: *هيفورح*, буквально значення «літери алфавіту»). Це модерністський стиль другої пол. ХХ ст. (започаткований близько 1955 р.) що апелював до традиційної ісламської каліграфії у межах норм та правил сучасного західного мистецтва. Водночас, хуруфія – це не традиційне мистецтво каліграфії, а явище, що посилається на художнє експериментування з арабською мовою, літерами або текстом як візуальним елементом для композиції творів, що цілком вкладаються у європейські форми (Schimmel, 1999, p. 31-32). Використання каліграфії в сучасному мистецтві розповсюдилось у багатьох ісламських державах. Це був не спеціально організований, але дуже злагоджений процес, що по-різному виявлявся у різних авторів окремих країн та містив унікальні авторські риси. Водночас, це не був цілком унікальний мистецький процес. Хуруфійські художники шукаючи нову образотворчу ідентичність та інтегруючи ісламські візуальні традиції через каліграфію надихнулись західними прикладами. У творчості художників-кубістів Пабло Пікассо та Джорджа Брака, Піта Мондріана, Макса Ернста, Хуана Міро, Брюса Наумана, Поля Клеє, а також дадаїстів Трістана Тцари, футуристів Ф.Т. Марінетті, А.Софіччі, Ф. Делеро текстові елементи ставали повноправними елементами художніх композицій. В Європі подібні експерименти з текстом стали одним з етапів розвитку графічного дизайну, адже відкривали шлях до нового розуміння та застосування шрифтових елементів.

Серед найвідоміших представників Хуруфійського руху на теренах Йорданії є принцеса Вайдан Алі – художниця, історик мистецтв, педагог і дипломат. Вона є засновницею Королівського товариства образотворчих мистецтв, Національної галереї образотворчих мистецтв Йорданії, а також засновницею та деканом новоствореного факультету мистецтв і дизайну в Університеті Йорданії (Амман). Вона також є меценатом мистецтв та куратором ряду виставок ісламського мистецтва. У своїй творчості вона відроджує та розвиває традиції ісламського мистецтва та арабської каліграфії в сучасному форматі, зокрема, у абстрактних картинах (Mavrakis, 2013). Завдяки використанню арабської каліграфії як графічної форми, вона вважається піонером Хуруфійського мистецького руху, а роботи зустрічається в колекціях Британського музею, музею Ашмолею, Американського національного музею жінок у мистецтві та Національної художньої галереї Пакистану. Найвідомішими творами Вайдан Алі є мерехтливі пустелі-пейзажі (1980-ті рр.).

Махмуд Таха – випускник Багдадської академії образотворчих мистецтв та Кардіффського коледжу мистецтв в Уельсі вважається «провідним гончарем та керамістом в арабському світі». Крім того, Таха став одним з перших художників, які використовували каліграфію як графічний елемент у своїй роботі, поєднуючи традиційні форми мистецтва з інноваційними способами, і таким чином піонером мистецького руху Хуруфія. Про себе митець каже: «Таха формує глину свого рідного ґрунту в повні, гладкі судини, які не тільки зберігають давню традицію, але й досліджують інноваційне поєднання текстур, глазури та форм» (Таха, 2017). Мадіха Омар була однією з перших художниць Близького Сходу, яка успішно відродила використання арабської тематики в русі Хуруфії, але часто демонструвала вплив західного мистецького устрою, зокрема, прямі аналогії з композиційно-колористичними вирішеннями творів Хуана Міро (Mavrakis, 2013).

Творчість згаданих художників є вкрай важливою для розуміння суті мистецьких процесів у Йорданії, адже розкриває шлях до визначення першого, одного з найважливіших факторів національної ідентичності йорданців та

джерела натхнення для візуального мистецтва й дизайну ХХ ст. – *арабської каліграфії*. Своєрідність та автентичність графічної мови каліграфічного письма, оригінальність малюнка та віртуозність виконання знаходять сьогодні місце у акцидентних шрифтових композиціях, у логотипах та елементах корпоративної ідентифікації, мистецтві плаката та інших аркушевих виданнях, газетно-журнальній та книжковій графіці, мультимедійному дизайні, дизайні упаковки, елементах предметно-просторового середовища. Розвиток цифрових технологій сприяв популяризації і взаємозбагаченню різних каліграфічних культур, відтак, закономірним є звернення західних дизайнерів-графіків до багатовікового досвіду каліграфії арабського Сходу (Аль Равашдех, 2017).

Арабське каліграфічне письмо, розвитку якого сприяла заборона на зображення живих істот в ісламі, є невід’ємним аспектом мусульманської культури, поряд з мовою та релігією. Поняття «каліграфія» (з грец. κάλλος «гарне» + γράφή «письмо») – майстерність писати, краснопис, арабською мовою звучить як «хатт» та має сакральний сенс, адже виникає та розвивається на основі копіювання Корану (Таранов, 1986, с. 15). Арабську каліграфію зазвичай розглядають як прояв людського духовного начала, бо «чистота і пишність писемності» є свого роду вираженням непорочності внутрішнього світу людини.

Шість основних стилів арабського письма: «куфі», «сулюс», «насх» (найдавніші стилі) та «талік» (фарсі), «дівані» та рік’я» були канонізовані у Х ст. чіткою системою пропорцій, а їх формально-пластичні ознаки зумовили сферу їх застосування – від книг до декору архітектурних споруд (Elmansy, 2014). Найдавніший шрифт «куфі» (كوفي) утворений у III-IV ст., за рахунок кутастих форм та масивних довгих вертикальних ліній найчастіше використовувався у монументальному мистецтві.

Іншим давнім шрифтом і, водночас, найбільш розповсюдженим у цифровому друці сьогодні є «насх» (نسخ – горизонтальний курсивний округлий стиль, що за рахунок доброї читабельності використовується для написання довгих текстів і книг (Арабская письменность). Водночас, для



скоропису араби використовують зручний злігований курсив «рік'я» (ةعقرلا). Шрифт «сулюс» (ثلاثلا), у якому криволінійні та прямолінійні штрихи співвідносяться як 1:3, а сильно витягнуті по вертикалі літери з гачками та петлями надають виразних декоративних ознак, настільки гармонійний та декоративно виразний, що активно використовується сучасними дизайнерами у власних роботах, зокрема у каліграмах. Подібну складну декоративну візуальну мову має стиль сіні, розповсюджений серед китайських мусульман (Бибикова, 2005, с. 75). Інші шрифтові форми, що мають виразні декоративні ознаки та творчо переосмислюються сучасними дизайнерами – «дівані» (ين او يدلا), з характерними вишуканими вигнутими формами та «талік (قيل عتلا)», у якому сильно виражене «сповзання» штрихів згори донизу задає особливого діагонального ритму (Стародуб, 2010, с.50). Ще однією формою візуальної мови в арабській культурі є типографічні композиції-рисунок до аятів Корану, створені зі слів чи фраз – «тугра», за допомогою яких султани «закручували» в складний орнаментальний узор власні імена на офіційних паперах. Згодом, такі типографічні елементи стали використовуватись як декор книг або інтер'єру. Сучасна назва подібних каліграфічних творів – каліграма – феномен графічного зображення, створеного за рахунок тісного злиття шрифту з фігуративним образом. Розвиток арабської каліграфії призвів до виникнення кількох декоративних стилів метою яких є у першу чергу – естетичний ефект. Гульзар був введений теоретиком-типографом Сафаді у 1979 р. в ісламську каліграфію як складна техніка наповнення простору всередині та довкола каліграфічних арабських літер чи слів різними орнаментальними елементами. Мерайя або мутханна – техніка дзеркального письма, в якій композиція зліва дзеркально відображає композицію справа (Safadi, 1979).

Загалом, поза власним змістовим контекстом, арабська каліграфія має дві функції – релігійно-містичну та художньо-декоративну. Остання стала джерелом рецепції для сучасних художників та дизайнерів поза межами ісламського світу. Опираючись на арабську каліграфічну спадщину, вони використовують формально-морфологічні характеристики арабського письма

як геометрично-орнаментальні абстракції у різних сферах власної проектної діяльності. У сучасному дизайні візуальних комунікацій пластичні та образні характеристики арабської каліграфії стають джерелом натхнення в поліграфії, у формотворенні логотипів, зовнішній рекламі, анімації. П.Гоулд (Австралія, студія «Creative Cubed»), М. Таммам (Єгипет) займаються арабською каліграфією, шукаючи нових форм її застосування у сучасному візуально-інформаційному просторі (Арабские слова). Засобом формотворення виступають арабські символи у предметному дизайні західних дизайнерів, як-от Е.Барбі (США, Шотландія, Ліван). Перспективною є сфера застосування класичної арабської каліграфії у дизайні міського середовища. Творчість арабського художника Ель Сід виявляє цілком нове явище сучасного каліграфічного та вуличного мистецтва – «каліграффіті», що зберігає тісний зв'язок по духу та візуальному посилю з каліграфією, але набуває нових технічних та змістових ознак (Болатаев, 2010). У предметно-просторовому дизайні концептуальна каліграфія представлена двома протилежними підходами: 1. використання готових елементів арабської в'язі для оформлення та декорування простору без змін якості самого каліграфічного знака; 2. розвиток та творче переосмислення традиційних каліграфічних елементів, з метою перетворення їх з носія сталої інформації в повноцінні об'єкти дизайну без апеляції до тексту. Ще однією сферою сучасного використання каліграфії є експерименти, що сприяли переходу з площинно-просторових (пластичних) до просторово-часових (синтетичних) видів мистецтва. Концептуальна каліграфія *стає сферою*, в якій головний акцент робиться на дійстві, а творчим продуктом стає перформанс, тобто процес що синтезує засоби літератури, драматургії, анімації, кіно та музики. Каліграфічні символи використовуються у якості матеріалу, а цифрові технології – як засоби зображення, фіксації та демонстрування, що дозволяє по-новому осмислити взаємини між текстом, часом і простором. Створюються візуальні версії тексту на екрані чи сцені за рахунок монтажу та використання сучасного мультимедійного інструментарію (Khan, 2009, p. 202).

Отже, інтерпретація арабської каліграфії знайшла широке застосування у сучасному візуально-інформаційному та предметно-просторовому просторі. Водночас, для арабської типографіки актуальною сьогодні залишається проблема застосування шрифту у набірних текстах. Якщо у латинському та кириличному шрифті кожна літера строго окреслена, то в арабській мові букви об'єднуються в слова, щоб приймати нові форми в залежності від контексту. Арабська писемність має безліч лігатур та інших елементів, що сильно відрізняє її від традиційного європейського методу створення шрифтів. Арабська каліграфія «стирає межі між писемністю і мистецтвом», звідси – певні труднощі з виконанням її прямої функції у сучасному суспільстві – оперативної передачі інформації через набір (раніше металевий, нині – комп'ютерний). Велика частина арабського світу, що відчула на собі західне колоніальне панування, відчуває сьогодні проблеми в друкованому виробництві. Вони намагаються переосмислити і розширити можливості арабської в'язі за рахунок латинського алфавіту, привнесеного в арабську мову. Те, що можна побачити в арабських газетах зараз є лише відголосом арабської в'язі, яка була піддана змінам згідно урахування дискретності букв для зручності набору друкарського тексту. Оскільки розробка набірних шрифтів є важливою сферою дизайну, у арабоалфавітних країнах, серед яких і Йорданія – ця сфера наразі слабо розвинена. Не дивно, що колоніальні держави намагалися нівелювати стилістичні відмінності в мовах своїх колоній, але навіть сьогодні багато арабських країн не використовують свій типографічний культурний спадок для розробки нових практичних шрифтових гарнітур. Сьогодні існує більше ста тисяч способів форматизації літер латинською абеткою (англійською мовою), у той час як для арабської мови (якою користується півтори мільярда людей) створено та оцифровано лише близько ста гарнітур. У такій ситуації задіяний і політичний аспект, адже, загальний стандарт писемності може дещо знівелювати глибинні культурні відмінності Близького Сходу з його перманентною політичною нестабільністю (Павленко, 2017). Серед популярних арабських шрифтів, які сьогодні оцифровані та часто

використовуються у набірних текстах на різних носіях – Mirsaal та Yakout. Сучасний ліванський дизайнер Рана Абу Рейлі (Rana Abou Rjeily) – після навчання в США та Великобританії займається відродженням арабської типографіки, а її шрифтова гарнітура Mirsaal є експериментом для подолання розриву між арабським і латинським текстом. Mirsaal будується за принципами західної типографіки з метою осучаснення, спрощення та більшого увиразнення форм арабської в'язі. В основі його є принцип написання латинського гротескового алфавіту зі збереженим характером рукописного письма насх. Оскільки для передачі арабської мови завжди використовувався курсив, Mirsaal частково позбувається цієї характеристики для того, щоб гармонійно співіснувати з латинськими гарнітурами і, водночас, передає культурну сутність та форму арабської каліграфії.

Гарнітура, яка часто використовується у арабських друкованих виданнях Yakout розроблена німецько-британською компанією Linotype і Machinery Ltd у 1956 р. для металевих наборів. Подібно до шрифтів друкарської машини, він використовує обмежений діапазон літерних форм, щоб представити повний набір арабських символів, формуючи, таким чином, стиль шрифтового дизайну, відомий як «спрощений арабський». Вдала графічна динамічна форма гарнітури особливо добре працює в дизайні газетних шпальт. Згодом, цифрові технології покращили оригінальний дизайн, дозволили ввести більше символів та додаткових літер, удосконалили читабельність роботою базової лінії (Linotype Originals). Yakout доступний у двох накресленнях OpenType: Yakout Light та Yakout Bold та містять латинські гліфи всередині файлів шрифтів, що дозволяє одним шрифтом працювати з текстом двома мовами – англійською та арабською. Такі суто утилітарні розробки в галузі сучасної типографіки мають суттєвий вплив на розвиток та формальні ознаки творів та загалом, на розвиток графічного дизайну.

Отже, сучасні дизайнери звертаються до функціональних, формально-образних та композиційно-структурних характеристик традиційної арабської каліграфії, використовуючи її у різних сферах проектної діяльності. Вільний,

гнучкий пластичний стиль арабських символів, особлива пропорційність та ритміка побудови каліграфічної композиції дозволяють сформувати відповідну візуальну «мелодію» та унікальний витвір дизайну. Водночас, розглянувши сфери, у яких застосовано традиційну каліграфію, можна констатувати, що вони максимально охоплюють сучасну номенклатуру графічного дизайну – візуальна комунікація, візуальна ідентифікація, реклама, упаковка, вебдизайн, мультимедійний дизайн, книжково-журнальний дизайн тощо. Більшість зі згаданих сфер є продуктами глобалізаційних процесів та технологічного розвитку у дизайні ХХ-ХХІ ст. Відповідно, взаємодія відбувається за рахунок поєднання форми (загальної, визнаної на міжнародному рівні) та образу (національна складова, як гарант ідентифікації дизайну). Варто додати, що окрім формальних міжнародних спільних ознак у графічному дизайні виявляються стильові ознаки міжнародного, так званого «інтернаціонального» графічного стилю.

Інша сфера, яка особливо увиразнює національний аспект регіонального дизайну охоплює художню взаємодію *орнаментальних форм* у різних мистецьких жанрах та професійні підходи проектної культури сучасного дизайну. Дизайн-проекування об'єкту чи просторового середовища зі зверненням до орнаменту передбачає формування концепції їх взаємовідносин на конструктивному, символічно-змістовому та візуальному рівнях. Проведений у дослідженні короткий огляд основних етапів історії Йорданії як території, що охоплює єдиним географічним та культурним простором різні народи, дозволяє визначити фактори, що мали вплив на розвиток орнаментики у різних сферах народного мистецтва. Незважаючи на суттєвий зовнішній вплив, почергову зміну, взаємодію та асиміляцію різних культур, а також релігій (язичництво, юдаїзм, християнство, мусульманство), збагачуючись за їх рахунок, та «нашаровуючи» стилі, йорданська орнаментика зберігає й місцеве давнє коріння, що сягає періоду неоліту. Базові складові елементи декору йорданського народного мистецтва пов'язані з неолітичними геометричними орнаментами та символічними знаками. Дослідники відзначають, що досі у

складі орнаментальних композицій ужиткових виробів, зокрема, кераміці, ювелірних виробів, килимах фігурують елементи давньої землеробської символіки, найпростіших геометричних мотивів, магічних знаків. Основні типи доісламського орнаменту – геометричний, рослинний, зооморфний і антропоморфний демонструють домінування архаїчних традицій, використання солярних знаків, символів землі, води тощо є основою художньої виразності творів (Кайтука Акби, 1992). Вплив грецької та римської культур позначились на появі в орнаментиці і декорі сюжетних сцен за мотивами грецького вазопису, стилізованих птахів та звірів, міфологічних сцен, а також, алегоричних зображень, декоративних гірлянд, листя аканту, фруктів. У кераміці періоду Омейядів все ще присутні ремінесценції греко-римських орнаментальних традицій, а також, елементи християнської символіки (Кайтука Акби, 1992, с. 18). Водночас, нове бачення розвитку мистецтва ісламського періоду, внесло певні зміни і у розвиток орнаментики. Дослідники відмічають, що ісламське мистецтво відрізняється від інших культур за формою, матеріалом, тематикою, змістом. Існує думка, що східне мистецтво, емоційне, жіноче та оперує, в першу чергу, кольором, на відміну від західного мистецтва – чоловічого, інтелектуального, що ґрунтується на пластичних формах. Теоретик Дж. Бурвін, порівнюючи художні форми грецької, японської та ісламської культур, класифікував їх відповідно до трьох категорій, що стосуються тварин, рослин та мінералів. На його думку, грецьке мистецтво підкреслює пропорції та пластику форми, а також характеристики антропоморфних та анімалістичних мотивів. Мистецтво Японії апелює до естетики біонічних мотивів. Ісламське мистецтво, на відміну від мистецтва інших культур, концентрується не на відтворенні природних об'єктів, а на абстрактних формах, які дослідник порівнює з геометрією та кристалічною структурою певних мінералів. Абстрактні форми ісламського мистецтва дослідник Р. Пріссе класифікував як флористичні, геометричні та каліграфічні. Ці форми виявляються у більшості зразків монументального (екстер'єр та інтер'єр архітектурних споруд) та декоративно-ужиткового мистецтва

(кераміка, керамічна плитка, різьба по дереву та шкірі, ліпнина, текстиль) (Rabah, 2000). Існують два основних види мусульманського орнаменту, що мають нескінченну різноманітність варіантів, рослинний – іслімі (візерунок з гнучких, кучерявих рослинних стебел, пагонів, листя і квітів) та геометричний гіріх (жорсткі прямокутні і полігональні безперервні фігури-сітки, вузли). Рослинні форми в арабській орнаментиці ніколи не відтворюють реальні природні процеси. За рахунок багатократного перетину, множення ліній, переплетенні, вони настільки абстрактні, що часто не відрізняються від геометричних композицій, у які вписуються. Геометричні абстрактні форми, що особливо часто використовувались в предметно-просторовому середовищі мечетей, стимулюючи духовне споглядання та Божу волю (Nasr, 1987, с. 100). Різноманітність загальних композиційних рішень в іслімі і гіріх досягається за рахунок нескінченного числа комбінацій складових орнаментів, варіювання розмірів, щільності розташування, колірної насиченості першоелементів, а також різних видів симетрії (дзеркальної, стрічкової, спіральної), застосування різних принципів зонування (пальми, випромінювання), прийомів повторюваності, підкреслення рамками тощо, але вони завжди чітко математично вивірені і розраховані. Варто відмітити, що геометрія як наука була дуже розвинена у мусульманському світі, а художники та архітектори систематично звертались до геометричних форм ще з XV ст., розвиваючи теоретичні правила естетичної геометрії. Виникла нова форма мистецтва, повністю побудована на комбінаториці математично розрахованих геометричних фігур – квадратів, трикутників, кіл, що дозволила художникам позбутися образної фантазії на користь композиційної.

Найвиразніше згадані декоративні форми виявились у архітектурі та традиційному ремеслі – кераміці, художньому металі та зброярстві, текстилі, мозаїці. Мистецький рівень останніх демонструє дієвість декоративних методів та їх фундаментальну вартість у розвитку художньої культури Йорданії (Аль Равашдех, 2018а). Очевидно, що таке історично-складене тяжіння до

індексального абстрактно-знакового виразу змісту в мистецтві є ключовим методом для графічного дизайну в наш час.

Орнамент для будь-якого народу є культурним явищем, візуальним кодом, який виділяє з навколишньої реальності найцінніше. Він як фільтр пропускає крізь себе світ дійсності, перетворюючи його в художній феномен. Навколишній світ виступає в орнаменті не як об'єкт безпосереднього споглядання, а як осмислена одухотворена виражена в гармонічній пластичній формі цілісність. Формуючись як естетично самостійний образ, наділений художніми якостями, орнамент пройшов стадії міфу, культу, символу, знаку, метафори й часто уміщує в собі кілька цих рівнів. Раціональна основа орнаментальної побудови доволі консервативна, майже не піддається часовим змінам та виступає своєрідним кліше в орнаменті культури.

Сьогодні традиційний йорданський орнамент слугує одним з джерел художніх ідей у практиці дизайнерського (і архітектурного) проектування середовища. Художня традиція, на думку дослідника І.Юрченка, «...формується і відшліфовується в результаті наполегливої праці багатьох поколінь майстрів» (Юрченко, 2011, с. 201). Процес «традиція-інновація» виявляється у пошуку художньої взаємодії на рівні конкретних практик дизайну просторово-предметного середовища, а художня взаємодія орнаменту та різних сфер дизайну виявляється на двох рівнях – на рівні формотворення та на рівні знаково-символічної мови. Орнаментика, відповідно, відіграє декоративну, семантичну або формотворчу роль. Практичний результат такої взаємодії демонструє появу нового смислу та нової художньої мови у творах дизайну.

Зв'язок традиції та новацій забезпечує спадковість культурно-історичного досвіду, збереження технологічних інновацій та рівня розвитку суспільства в цілому. Формується система відносин сутнісних властивостей дизайну, що регламентує поняття у межах діяльності «ремісник – художник декоративного мистецтва – дизайнер». У межах цієї системи реалізується взаємопроникнення



традицій ремесла, декоративно-ужиткового мистецтва, архітектури та новаційних форм дизайну.

Тісний зв'язок сучасних дизайн-практик з традицією демонструється на щорічному тижні дизайну в Аммані (ADW) – провідній події у мистецькому житті Йорданії, що з кожним роком посилює розуміння ролі творчих ініціатив у їх здатності формувати візуальний ландшафт сучасності та впливати на культурно-економічний розвиток цієї близькосхідної країни. Одна з найбільш масштабних подій тижня – «Територія ремесел», що віддає належне місцевій спадщині, висвітлюючи соціальний, перформативний та критичний дискурс у галузі сучасного дизайну та традиційного ремесла. Територія організована як інтерактивний простір, який декларує відродження національних ремесел та повернення до ручної роботи. Експозиційні площі розміщені під відкритим небом у мобільних модульних демонстраційних структурах презентують роботу різноманітних ремісничих громад Йорданії – керамістів, склодувів, ювелірів та зброярів, майстрів по текстилю, валянню вовни, лозоплетінню, мозаїці. Загалом, ключова концепція «Територія ремесел» на ADW полягає у популяризації власної культурної ідентичності у творах дизайну за рахунок підтримки ремісників та демонстрації аудиторії унікального досвіду майстрів у традиційних художніх напрямках, техніках та матеріалах, інтерпретованих крізь призму сучасних методів та технологій. Ці нові дизайн-форми демонструють результати даного симбіозу у сучасному дизайні Йорданії (Аль Равашдех, 2017).

Отже, наступною етнокультурною практикою, що взаємодіє з глобалізаційними процесами у сучасній дизайн-творчості Йорданії є *декоративно-ужиткове мистецтво та ремесла*.

У традиційній матеріальній культурі простежується низка понять, що наближені до категорій формотворення дизайну. Протягом століть на території Йорданії випрацьовувались естетичні, семантичні та технологічні засади ремісничого виробництва, які нині структуруються в єдину систему художньо-проектної діяльності. У зв'язку з посиленням інтересу до сфери ремесел як

засобу національної ідентифікації дизайну, постає питання про їх подальший розвиток сьогодні та пошук способів інтерпретації у предметно-просторовому середовищі. Вплив ремесел та декоративного мистецтва на розвиток дизайну базується на єдності закономірностей розвитку мистецтва та культури в цілому, у можливості синтезу їх засобів виразності.

Не зважаючи на суттєвий вплив зовнішніх факторів, асиміляцію різних культур та народів, витоки ремісничого виробництва в Йорданії мають місцеві давні корені. Специфіку йорданського народного мистецтва визначила послідовна зміна різних культур і, як показує історія, їх одночасна взаємодія. Водночас, незважаючи на існування різних ознак етнічного своєріддя, численні зміни та новації, принесені в народне мистецтво Йорданії тими чи іншими народами, культурами та релігіями, крізь всі нашарування чітко виявляються риси місцевої художньої культури (Кайтука Акби, 1992). Гончарне мистецтво Йорданії є одним з найдавніших ремесел. Кераміка містила символічний геометричний декор та мала сформовані технологічні прийоми орнаменталізації (ліпка об'ємом, витискування, прошкрябування, контр рельєф, ангоби). Ці архаїчні символи продовжували існувати в кераміці у наступні епохи, поряд з греко-римськими та візантійськими орнаментальними традиціями і в мусульманський період історії Йорданії. Загалом же, дослідники сходяться на думці, що в період Омейядів почались активні пошуки власного художнього стилю та усвідомлення цінності своєї культури без сторонніх запозичень. Відповідно, у керамічних виробках подальших епох звернення до корінних місцевих традицій мало домінуюче значення (Кайтука Акби, 1992). Накопичений місцевими майстрами досвід сьогодні використовується при створенні сучасних виробів не лише з утилітарною та декоративною функцією (наприклад для інтер'єру), але й у якості джерела переосмислення художніх та формальних характеристик у інших сферах мистецтва та дизайну. Під впливом європейського мистецтва у XX ст. в Йорданії розвивається нетрадиційний новий напрям – декоративна пластика, що синтезує традиційні прийоми та цілком нові просторові форми і використовується при формуванні предметно-

просторового середовища житла та громадських споруд (Салим, 1995, с. 12). Інший напрям сучасного розвитку кераміки – пошук синтезу матеріалу у творах, де поєднано кераміку та гутне скло.

На щорічних тижнях дизайну в Аммані (ADW), існує лабораторія інноваційних ремесел, де сучасні дизайнери експериментують з традицією. Вони вивчають пластичні та візуально-образні можливості матеріалу співпрацюючи з професійними ремісничими спілками та представляють сучасні концептуальні проекти. Така співпраця місцевих ремісників та професійних дизайнерів дозволяє оптимізувати розвиток традиційних творчих галузей і осучаснити їх за допомогою можливостей дизайну.

Достойне місце у контексті переосмислення традиційної культури Йорданії займає сьогодні ще одне ремесло з давніми традиціями – ткацтво. Професійні дизайнери, що звертаються до засобів цього ремесла, мають нове розуміння естетичних завдань ткацтва, відтак, їх твори набувають ознак арт-об'єктів здатних органічно увійти у ансамбль сучасного інтер'єру. Ці твори демонструють володіння новими техніками, нове розуміння ролі матеріалу, осмислення декоративної форми, що надає виробам яскраво виражене сучасне звучання. Поряд з традиційними матеріалами сучасні дизайнери застосовують і альтернативні, зокрема шкіру, папір, біопластик тощо. У такому випадку кінцевою метою роботи стає форма як транслятор певного повідомлення. Разом з тим часто зберігається характерний колорит робіт, технічні прийоми (у виконанні нетиповими матеріалами), інтерпретація автентичних орнаментальних елементів, знаків-символів або сюжетів, пов'язаних з реаліями життя арабів тощо. Ці ознаки роблять їх «упізнаваними», властивими саме йорданському сучасному візуальному мистецтву.

Наступне традиційне ремесло, яке сьогодні стає джерелом переосмислення у сфері дизайну – металообробка та ювелірна справа. Ремісники і сьогодні використовують традиційні технології та декор, де художні ефекти продиктовані самими властивостями матеріалу та методами його обробки. Основною складовою декору тут виступають характеристики

використовуваних матеріалів – металу та каменю, а декоративна оздоба у якості технічного трактування декоративних мотивів, нанесенні на метал орнаментальних образів зустрічається рідше та нав'язана традиціями інших народів. Сучасні дизайнери, що у своїй творчості апелюють до здобутків традиційної ювелірної справи та металообробки також основним засобом формотворення використовують характеристики матеріалу. Але відмінність полягає в тому, що вони застосовують матеріали як допоміжний засіб до візуалізації конкретної ідеї – «творчого повідомлення», що відкриває цілком новий зміст окремого проекту. Демонстрацію їх роботи можна побачити на території ремесел на тижнях дизайну в Аммані (ADW). Дизайнер Lubna Al-Mousa створює проекти прикрас апелюючи до формальних характеристик традиційних знарядь праці та речей домашнього вжитку. У модерних мінімалістичних пластичних формах переосмислюється, наприклад, культ хліборобства через стилізацію форми традиційних печей «табун»; гостинність та рух життя через творчо переосмислену форму традиційної бедуїнської кавомолки «мехбаш» тощо (Heritage Traces, 2019). Подібні експерименти з матеріалом та образом сучасні йорданські дизайнери проводять і у просторово-предметному середовищі.

Наочно демонструє світові тенденції у дизайні, зокрема, екологічний підхід, дизайн меблів та обладнання. Традиція у цій галузі співіснує та часто поступається новим тенденціям до використання перероблених матеріалів, вторинної сировини, а також цілком новим формальним якостям виробів. Проте такі тенденції не мають масового характеру та стосуються новітніх пошуків у сфері предметного дизайну Йорданії XXI ст. Basel Naouri використовує регенеровану деревину та сталь для створення колекції меблів, демонструючи процес трансформації матеріалу з первісного необробленого до остаточного полірованого стану. Ammar Kalo досліджує м'якість рециркульованої гумової крихти, її і здатність зв'язуватися з іншими переробленими матеріалами, такими як деревна стружка, переосмислюючи взаємозв'язок між м'якою та жорсткою поверхнею у кріслі. Rula Jahmur досліджує можливість використання у дизайні

предметно-просторового середовища повторно використовувани будівельні матеріали. З залишків та відходів каменеобробної промисловості та будівельних проектів створено серію меблів та світильників «кутлех» (з араб. «блок») (Reclaimed Materials: Furniture Design, 2019). Такі проекти показують відкритість йорданських дизайнерів до світових тенденцій у дизайні і, водночас, базуючись на місцевих традиційних матеріалах, залишаються у тісному зв'язку із власною культурою.

Проблема національної своєрідності пов'язана з проблемою традиції та новаторства, які сьогодні органічно взаємоіснують. У дизайні сучасного предметно-просторового середовища Йорданії, зокрема у дизайні житлових комплексів актуальними залишаються культурні, будівельно-технічні, екологічні та інші національні традиції, що сприяють створенню як своєрідного психологічно близького середовища, так і вирішенню важливих екологічних та енергоефективних завдань. До останніх, зокрема, належать: підпорядкування композиції умовам інсоляції, синтез природних та штучних форм, прийоми художньої пропорційності, особливості побудови традиційних композицій, застосування художньо-декоративних засобів та елементів традиційної архітектури (масштабі, вітровловлюючі пристрої (малькаф), купольні та склепінні форми покриттів, обрамлення дверних і віконних прорізів, квамарії, скульптурний і орнаментальний різьблений декор, епіграфіка тощо) (Таррад, 2005). Розвиток технологій, глобалізація та культурний взаємообмін внесли багато суттєвих змін у інтер'єр як житлових так і громадських споруд Йорданії, водночас, дослідники вказують на зворотній вплив. Зокрема, використання деструктивної колористики у орнаментиці настінних композицій арабського інтер'єру стали витоком для розвитку оптичного (оп-арт) та кінетичного мистецтва (В. Вазарелі, Дж. Р. Сото), стали одним з каталізаторів сучасної середовищної суперграфіки, а традиція мусульманського декоративного мистецтва щодо організації просторових форм без тла, стала основою творчого методу таких майстрів як П. Мондріан, П. Клеє, М.К.Ешер (Васеф, 1999).

Отже, західні європейські впливи та глобалізаційні тенденції в культурному та інформаційному просторі виявлялись у мистецтві Йорданії протягом ХХ ст. та сукупно з пошуками джерел власної ідентичності визначали особливості розвитку більшості візуальних мистецтв.

### **2.3. Сучасний стан розвитку графічного дизайні в Йорданії**

Графічний дизайн як частина комунікативного дизайну є невід'ємним атрибутом сучасного життя. Сьогодні дизайн є всезагальною мовою глобальних зв'язків та комунікації, сутністю процесів інформатизації суспільства та глобалізації. У сучасних умовах традиційна сфера застосування графічного дизайну та його початкової поліграфічної форми значно розширена сферою екранного дизайну. На базі комп'ютерних технологій виник та стрімко розвивається дизайн електронного середовища, що змінює усталене уявлення про графічний дизайн. Замість кінцевого матеріального (друкованого) продукту з'являється віртуальний, що виходить за межі предметної культури та трансформується у нову галузь творчості. Такі динамічні зміни та новації, що охоплюють комп'ютерну графіку, мультимедійний дизайн та вебдизайн розширюють традиційне поняття графічного дизайну, формуючи глобальну сферу комунікативного дизайну. Водночас, суть графічного дизайну залишається незмінною – це особливий тип мови, що використовується для спілкування та створення зв'язку між людьми (Туемлоу, 2012, с. 8).

До сфер графічного дизайну належить друкована поліграфічна продукція (плакат, книга, періодика, рекламна поліграфія), засоби візуальної ідентифікації (логотип, фірмові константи, акциденція, стилістика реклами, вітрини), засоби візуальної комунікації (символи, піктограми, інфографіка), промислова графіка (етикетки, упаковка, товарний знак), комп'ютерна графіка (Лесняк, 2009, с. 3). Ці сфери нині формують системи візуальних комунікацій (рис.А.2.6). Дослідники пов'язують становлення графічного дизайну в Європі з епохою Й. Гуттенберга та його винаходом. Перша друкована книга арабською мовою була випущена у 1514 р. видавцем Грегоріо де Грегоріс у Фано (Італія). Текст

книги був набраний друкарським шрифтом, розробленим і виготовленим італійськими майстрами. У друкарні Медічі орієнталіст Жан Батист Раймонд (1540-1610) створив високо естетичний, відповідний до характеру почерку насх набірний шрифт, який отримав широке розповсюдження в друкарнях Європи. Перша набірна книга на Сході арабським шрифтом виходить у Туреччині у 1729 р. В Єгипті перший друк арабським шрифтом було здійснено за підтримки Наполеона у друкарні Конгрегації на борту корабля «Орієнт» (1798), а у 1822 р. у Каїрі відкрито першу державну друкарню (Касим ас-Самар, 1996) .

Не зважаючи на те, що європейські друкарі тиражували арабо-алфавітні видання ще від початку XVI ст., на Аравійському півострові можливість тиражування з'явилась лише у середині XIX ст. Спочатку в Ірані (1846 р.) та в Іраці (1856 р.) літографічним способом були тиражовані рукописні Корани, а у 1872 р. в Ємені почався друк чотирьох-аркушевої газети "Сана" з використанням металевих набору. На території Йорданії перша приватна типографія «Халіл Наср Прес» була заснована у 1909 р. у Хайфі, а її діяльність обмежувалась в основному випуском щоденної газети "Джераб аль-Курді". Газетні видання також склали ліву частку перших тиражів державної типографії «Джордан Пресс», заснованої у 1925 р. в Аммані. Тривалий час домінуючим був чорно-білий друк, а використання фотоцинкографічних кліше не давало потрібної якості кольоровим репродукціям. Лише з 1965 р. в Йорданії з'являються перші офсетні машини, що значно покращило загальну якість друкованих видань та дозволило розширити їх номенклатурний діапазон: з'являються книги, журнали, акциденція та великоформатна поліграфія, рекламні матеріали тощо (Abu-Awad E, 2008; Аль Равашдех, 2018b).

Розвиток технологій, маркетингові інструменти комерційно-інформаційних комунікацій, а також осмислення практичного досвіду західноєвропейських дизайнерів великою мірою формували візуальний образ графічного дизайну Йорданії. Наприкінці 1960-х рр. дизайнери працювали над рекламними макетами, створенням оригінальних зображень, монтажем фотоматеріалів та додрукарською підготовкою, а їх основним технічним

методом був колаж, фотомонтаж та робота з типографікою. Починаючи з 1970-х рр. діапазон технічних прийомів дизайнерів розширила техніка аерографії, надавши можливість працювати з градієнтом та досягаючи тривимірного ефекту при створенні зображень рекламного та інформаційного характеру – в плакатах, листівках, друкованій рекламі (Awad, 2012, с. 187). Водночас, суттєвим поштовхом до радикальної зміни у підході формування зображення та способом підвищення продуктивності роботи дизайнера стала поява першого комп'ютера Apple Macintosh у 1988 р. та подальше масове забезпечення персональними комп'ютерами практикуючих художників. Протягом трьох наступних десятиліть кількість агенцій, дизайнерських бюро та видавництв, які практикували графічний дизайн як частину своєї діяльності суттєво зросла. За даними Міністерства промисловості та торгівлі Йорданії, кількість агенцій, що займались різними сферами графічного дизайну – рекламою, вебдизайном, комунікативним дизайном, арт-дизайном за вищевказаний період зросла від 13 до 1434 (Awad, 2012, с.191).

Технологічний розвиток та комунікативні потреби суспільства формують нові завдання перед сучасними дизайнерами. Якщо першими розробками у галузі графічного дизайну на території Йорданії займались, як, зрештою і в Європі, професійні архітектори та художники, зокрема, випускники Художнього коледжу в університеті Ярмук (Ірбід), то вже наприкінці ХХ ст. постало актуальне питання професійної підготовки спеціалістів по графічному дизайну.

Сьогодні в Йорданії успішно розвивається дизайнерська освіта. Найзначнішим осередком підготовки графічних дизайнерів є факультет Мистецтва і дизайну при Університеті в Аммані (відкритий у 2002 р.), також підготовка дизайнерів провадиться на Факультеті Мистецтва і дизайну у Приватному університеті прикладних мистецтв в Аммані (відкритий у 2005 р.). В університетах та коледжах відкриваються факультети графічного дизайну, які поєднують технічні, технологічні, загальноосвітні та художні компетенції в навчанні. Окрема увага приділяється наступним сферам: 1. розвиток особистих



творчих навичок; 2. оволодіння академічним рисунком; 3. вивчення сучасних дизайнерських теорій та методів; 4. оволодіння різними сферами графічного дизайну – анімація, типографіка, створення зображень, верстка та додрукарська підготовка, вебдизайн, мультимедійний дизайн; 4. вивчення англійської мови; 5. вивчення професійних комп'ютерних програм, технологій та матеріалів для друку; 6. навички управління та менеджменту; 7. вивчення цифрової графіки; 8. оволодіння арабською та латинською каліграфією (рис.А.2.7). Такі програмні навчальні засади є базовими при підготовці графічних дизайнерів у Йорданії та свідчать про рівень потреб суспільства у якості та масштабі графічних комунікативних проєктів (Аль Равашдех, 2018, с.160).

Початкова орієнтація Йорданії на західноєвропейський мистецький досвід та стиль життя активізувала усі сучасні напрями комунікативного дизайну. Оцінку стандартів графічного дизайну країни можна дати за аналізом періодичних видань, книг, рекламних повідомлень, ідентифікаційної графіки та екранного дизайну, що стали невід'ємною частиною соціо-системного середовища сучасних йорданців. Звернення дизайнерів до західних практик у сфері проєктування часто демонструє запозичення універсальних підходів та концепцій дизайну, зокрема, в рекламі та ідентифікаційній графіці. Типові композиційні прийоми та класична структура дизайну, загальновідомі візуальні образи та символи, використання латинської абетки часто нівелюють унікальність власних національних традицій. Таким чином, формування загального стереотипного кліше міжнародної мови в глобальній візуальній системі з одного боку пов'язує народи та культури, з іншого, все більше увиразнює потребу переорієнтації процесів глобалізації у напрямку синтезу культур, збагачення візуально-образної мови дизайну національним змістом відповідно до традицій культури, де він функціонує. Втілення національних цінностей в графічних формах потенційно пов'язане з синтезом естетичної виразності та практичної користі. Сьогодні дослідники дизайну апелюють до актуальності національних форм та візуальних архетипів, як до найбільш ефективних з точки зору сприйняття (Косів, 2003).

Проблема використання та перетворення образних компонент культури з абстрактної форми в матеріальні об'єкти графічного дизайну пов'язана з характеристикою специфіки знакових систем і їх функціонального призначення. Унікальність традицій арабо-мусульманської культури, виражена в орнаментальних формах декоративно-ужиткового та монументального мистецтва, а також, особливості арабської каліграфії дозволяють сформувати національний підхід з рисами регіональної самобутності. Одним з канонів сучасного графічного дизайну Йорданії є мистецтво арабської рукописної книги, що характеризується домінуванням декоративного начала, складною орнаментикою та каліграфічним виконанням арабських текстів. Можна констатувати, що саме формальні, пластичні та стильові ознаки арабської в'язі та орнаментики найвиразніше можуть демонструвати вплив традиції у сучасному графічному дизайні Йорданії. Загалом, пошук ідентичності через образні форми відбувається через культурну та політичну ідентичність. І вищезгадані орнаментальні форми, каліграфія, традиції ремесла формують візуальне тло культурної ідентичності. Символи політичної ідентичності – герб, королівська корона, прапор говорять про Йорданію як про самостійну державу.

Звернення дизайнерів до західних практик у сфері проектування та класичних традицій арабо-мусульманської культури дозволяє вести мову про національний базований на традиціях підхід з рисами регіональної самобутності та виразності. Простежити синтез традицій та новацій у дизайні Йорданії можна, зокрема, на прикладі ідентифікаційної графіки, яка набуває розвитку паралельно з соціально-культурною та економічною сферами.

## **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2**

1. За багатовікову історію територія нинішньої Йорданії ставала ареною боротьби різних цивілізацій, які зароджувалися тут або приходили сюди, змінюючи один одного. Сліди багатьох з них – в Йорданії налічується не менше 160 тисяч різних історичних пам'ятників – збереглися до наших днів. Сьогодні вони є не лише культурним надбанням, важливим фактором формування

національної ідентичності країни, але складовою туристичної галузі. Будучи об'єктами особливої туристичної привабливості вони вимагають не лише збереження, але і популяризації. Тому візуальній ідентифікації цих об'єктів сьогодні надається особливого значення.

2. Визначено, що важливою передумовою розвитку самобутнього дизайну в Йорданії є історико-культурна спадщина, яка формувалася впродовж тисячоліть. В історичному розвитку країни визначають такі відтинки: давня історія (до 1550 р. до н.е), залізна доба (від XVI ст. до н.е до III ст. до н.е), античний період (від III ст. до н.е. до IV ст.), візантійський період (IV–VI ст.), середньовіччя, пов'язане із розповсюдженням ісламу (VI ст.–1516 р.), османський період (1516–1918 рр.), Емірат Трансйорданія (1918–1948 рр.), Йорданське Хашимітське Королівство (від 1948 р.). Для формування мультикультурної спадщини Йорданії особливо велике значення мали античний період, доба Візантії та середньовіччя. Саме тоді були створені об'єкти, які сьогодні сформували «золотий фонд» не лише йорданської культури, але є надбання світового масштабу: Петра, Джераш, Пелла, Мадаба, чисельні замки пустель. Дослідження, збереження та експонування цих об'єктів розпочалося у 1970-х роках.

3. Зважаючи на глибоку інтегрованість йорданського суспільства, а, відтак, діяльності йорданських дизайнерів, у світовий контекст важливим є з'ясувати взаємовплив глобалізаційних та локальних тенденцій у сучасному розвитку дизайнерської діяльності. Поняття глобалізації охоплює процеси у суспільстві, дія яких зменшує залежність соціального і культурного розвитку від географічного фактору. Глобалізація сприяє формуванню у дизайнера-творця нового типу ідентичності – «загальнолюдського», а до завдань дизайну включається потреба формування нових сенсів, цінностей та норм, що враховують принципи ноосферного світобачення коли дизайн стає дизайном середовища та дизайном людського досвіду, дизайном соціального контексту.

4. Виявлено, що основними факторами глобалізації дизайну є: 1. *Економічний чинник*, пов'язаний з промисловим розвитком та ростом світової економіки; 2. *політичний чинник*, що зумовив прямий контроль та вплив

західних держав на близькосхідні, азійські чи африканські країни; 3. *Соціальний чинник* з актуалізацією вирішення гуманітарних проблеми у всіх без винятку країнах; 4. *Екологічний чинник* з потребою вирішення соціально актуальних завдань захисту навколишнього середовища від наслідків забруднення відходами техногенної цивілізації та порушення екологічної рівноваги у ноосфері з позиції цінностей природи та культури; 5. Всесвітня інформаційна відкритість, що створює умови для швидкої комунікації та визначається загальним ростом комунікаційних технологій й вільним доступом до них формує *інформаційний чинник*; 6. *Освітній чинник*. Протягом ХХ ст. на світовій арені сформувались дизайнерські школи зі спільними базовими засадами та пріоритетами діяльності: формотворення та організація предметно-просторового та усього матеріального середовища життєдіяльності людини. Відмінною ознакою є різне втілення дизайну у кожній окремо взятій країні за рахунок етнічної культурної самобутності, носіями якої є творці об'єкту дизайну, сам об'єкт та процес творення. Такі глобальні тенденції в дизайн-освіті є вирішальними у процесі глобалізації дизайну, адже формують відповідну універсальну шкалу цінностей.

5. Сьогоднішня міжнаціональна спільність підходів до дизайну, підтверджена їх економічною ефективністю сформувала загальні риси у функціонуванні дизайнерських структур у різних країнах: 1. Наявність державної підтримки на різних рівнях; 2. Функціонування спілок, лабораторій, науково-дослідних інститутів, навчальних центрів, адміністрацій (з функцією управління дизайнерськими структурами держави, організацією виставок, обміном інформацією, тестуванням об'єктів дизайну тощо); 3. Проведення представницьких дизайн-форумів (на регіональному чи загальнодержавному рівні); 4. Практична діяльність дизайнерських бюро (з функцією розробки об'єктів дизайну). Водночас, крім регіональних організацій існують міжнародні професійні спілки у різних галузях дизайну, покликані популяризувати, інформувати та координувати спільноти професіоналів різних країн.

6. Для сучасного світу характерною є наявність культур з діаметрально протилежними цінностями, ідеологіями, історичними традиціями. Будь-який

народ, яким би прогресивним та цивілізованим він не був у баченні розвитку сучасної культури, оперує вічними цінностями, що мають національну специфіку та колорит. В одних культурах ці традиції домінують по сьогодні, для інших вони є менш значними, але існуючими та актуальними. Поряд з характером мислення та світовідчуття, організації суспільного ладу, канонів віри, науки та мистецтва, увиразнюється і суто візуальна сторона, виявлена в матеріальних артефактах. Для кожного народу його генетичний код, закладений у власній матеріальній культурі найкраще здатен виконувати такі важливі функції як гармонізація навколишнього середовища, впорядкування та орієнтування в інформації. Глобалізація потребує від місцевих культур не підкорення та розчинення, а селективного вибіркового сприйняття та засвоєння нового досвіду інших цивілізацій, можливого лише у процесі конструктивного діалогу.

7. Глобалізаційні тенденції у дизайні візуальних комунікацій виявляються у підходах та формах інформаційно-комунікативних знакових систем, проблемах екранного дизайну, візуальних ідентифікаціях транснаціональних компаній, рекламі тощо. Як і у промисловому дизайні, завданням дизайнерів є врахування багатонаціонального міжнародного ринку компаній та, відповідно, створення стилістично нейтральних систем їхньої візуальної ідентифікації з метою привернути увагу якомога ширшої цільової аудиторії. У рекламних кампаніях, водночас, враховується потреба адаптації рекламних образів згідно конкретних соціокультурних регіональних умов, що виявляється у вербальних символах та змістових образах. Сьогодні все частіше дизайнери апелюють до стильових особливостей окремих культур та їх виявів у продуктах графічного дизайну.

8. Глобалізаційні процеси у сфері дизайну просторово-предметного середовища виявляють загальні принципи гармонізації, функціональності, екологічного та ергономічного підходів і, водночас, унаочнюють проблему ідентичності окремих етносів. Художня взаємодія між професійними підходами проектної культури сучасного дизайну та прикладним використанням

традиційних форм формують образні характеристики середовища. Відмінності, що зумовлені регіональними впливами, виражаються у особливостях формування та функціонування традиційного зодчества та житла; у матеріалах та техніках їх обробки; в елементах декоративно-ужиткового мистецтва тощо.

9. У дослідженні виявлено, що ціннісну основу регіонального дизайну Йорданії формує сьогодні багатий культурно-мистецький спадок, а саме, традиції каліграфічного письма та орнаментування, народне ремесло та декоративно-ужиткове мистецтво. Концепції регіонального дизайну, що реалізують культурно-екологічний підхід передбачають відтворення у дизайні просторово-предметного та інформаційного середовища візуальних образів та регіональних цінностей, притаманних певній регіональній традиції. Найбільш цікаві у плані формотворення та знаково-символічних побудов художньо-естетичні форми матеріального світу залучають до дизайнерських практик багатий художній досвід народного мистецтва, ремесла тощо.

10. Західноєвропейські впливи та глобалізаційні тенденції в культурно-мистецькому та інформаційному просторі Йорданії протягом ХХ ст. сукупно з пошуками джерел власної ідентичності визначили особливості розвитку більшості візуальних мистецтв. Під впливом західної традиції художня культура Йорданії ХХ ст. збагачується новими мистецькими формами та напрямками дизайн-творчості (у галузях предметно-просторового, графічного дизайну). Водночас, дизайнери звертаються до класичних традицій арабо-мусульманської культури, пропонуючи власний колоритний, базований на давніх традиціях підхід.

## РОЗДІЛ 3.

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНКАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ  
КУЛЬТУРНОЇ ТА ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ3.1. Характеристика об'єктів культурної та природної спадщини  
Йорданії*Систематизація об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії*

На 2019 р. у списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Йорданії знаходиться 5 об'єктів, це є 0,4% від загального числа об'єктів ЮНЕСКО у цілому світі. 4 об'єкти є включені у список за культурними критеріями, причому три з них визнані шедеврами людського генія, та 1 об'єкт включений за змішаними критеріями. Крім цього, за станом на 2019 рік, 14 йорданських об'єктів є кандидатами за включення до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. На рис. А. 3.1 показано розташування найвизначніших культурних та природних комплексів Йорданії на території країни, які стали основним об'єктом дослідження.

Для структуризації роботи всі об'єкти були систематизовані. Так у підсистемі «Об'єкти культурної спадщини» вони були розділені за періодами створення та належності до певної культури. Таким чином було визначено 18 об'єктів:

- *об'єкти античної спадщини*: Петра, Гераса (Джераш), Гадара, Пелла, об'єкти, зосереджені в Аммані (Філадельфія);
- *об'єкти християнської сакральної спадщини*: Мадаба, Маунт Небо;
- *об'єкти християнської мілітарної спадщини*: замки хрестоносців Ель-Карак і Шобак;
- *об'єкти ісламської спадщини*: замки Аджлун, Кусейр-Амра, Каср аль-Халлабат, Каср аль-Харрана, Каср аль-Мушатта.

У підсистемі «Об'єкти природної спадщини» були визначені такі складові:

- *пустелі*: Ваді-Рам;
- *водні ресурси*: Мертве море.

Систематизація об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії представлені на рис. А.3.2. Інформація стосовно досліджених об'єктів була представлена у зведеній таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Звідна таблиця елементів візуальних комунікацій об'єктів  
культурної та природної спадщини Йорданії**

№	Об'єкт	Складові візуальної комунікації			Логотип
		Предметне середовище	Друковане середовище	Віртуальне середовище (офіційний веб-сайти, веб-путівники)	
1	Археологічна дільниця, Петра	+	+	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Petra.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Petra.aspx</a> ; <a href="https://www.wmf.org/project/petra-archaeological-site">https://www.wmf.org/project/petra-archaeological-site</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/petra">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/petra</a>	
2	Археологічна дільниця, Джераш	+	+	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Petra.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Petra.aspx</a> ; <a href="https://www.wmf.org/project/petra-archaeological-site">https://www.wmf.org/project/petra-archaeological-site</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/jerash">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/jerash</a>	-
3	Археологічна дільниця, Гадара (Умм-Кайс)	+	-	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/UmmQays.aspx?tabId=156">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/UmmQays.aspx?tabId=156</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/gadara-umm-qais">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/gadara-umm-qais</a>	
4	Археологічна дільниця, Пелла	+	-	-	-
5	Великий античний театр, Амман	+	-	-	-
6	Археологічний парк Німфей, Амман	+	+	-	-
7	Національна історична пам'ятка Цитадель, Амман	+	+	-	-
8	Археологічний парк в Мадабі	+	+	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Madaba.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Madaba.aspx</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/madaba">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/madaba</a>	-



				<a href="https://www.touristjordan.com/jerash/">https://www.touristjordan.com/jerash/</a>	
9	Маунт Небо	+	+	<a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/mount-nebo">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/mount-nebo</a>	-
10	Замок Ель-Карак	+	+	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Kerak.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Kerak.aspx</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/karak">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/karak</a>	-
11	Замок Шобак	+	+	<a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/shobak">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/shobak</a>	
12	Аджлун	+	+	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Ajlun.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Ajlun.aspx</a> <a href="https://www.touristjordan.com/ajloun-castle/">https://www.touristjordan.com/ajloun-castle/</a>	-
13	Замок Кусейр-Амра	+	-	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx</a>	-
14	Замок Каср аль-Халлабат	+		<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/desert-castles">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/desert-castles</a>	-
15	Замок Каср аль-Харрана	-	-	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/desert-castles">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/desert-castles</a>	-
16	Замок Каср аль-Мушатта	+	-	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/desert-castles">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/desert-castles</a>	-
17	Пустеля Ваді Рам	+	+	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Wadirum.aspx">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Wadirum.aspx</a> <a href="https://www.wadirumstillness.com/">https://www.wadirumstillness.com/</a> <a href="https://universes.art/en/art-destinations/jordan/wadi-rum">https://universes.art/en/art-destinations/jordan/wadi-rum</a> <a href="http://wadirum.jo/">http://wadirum.jo/</a>	
18	Мертве море	+	+	<a href="http://international.visitjordan.com/Wheretogo/TheDeadSea.aspx#at">http://international.visitjordan.com/Wheretogo/TheDeadSea.aspx#at</a>	-

## *Атрибуція об'єктів культурної спадщини Йорданії*

### Об'єкти античної спадщини

Античні міста Йорданії – це особливо яскрава сторінка історичного минулого країни. Свідченням цього є те, що чотири із десяти міст *Декаполісу*

знаходилися на території сучасної Йорданії: це Петра, Гадара, Пела, Гераса і Філадельфія (сьогодні Амман).

**Петра** (араб. البتراء, *аль-Батра́*; дав.-гр. Πέτρα – скеля) – найдавніше печерне місто-скеля в Едомських горах на півдні Йорданії, в минулому столиця могутнього набатейського царства. Цей регіон, унікальний за своєю природою і клімату, з водними джерелами, був заселений вже в найдавніші часи. Місто було випадково «відкрите» у 1812 р. швейцарським істориком мистецтв Іоганом Буркхардтом (рис.Б.15).

Столиця набатейського царства була захована глибоко в горах, що тягнуться червоно-рожевими пасмами уздовж долини Ваді Араба, в просторі між Мертвим морем і Акабською затокою Червоного моря. Специфікою міста є те, що будівлі повністю висічені у скелях і неповторного вигляду надають фасади, «втоплені» в природні схили гір. До списку Світової спадщини ЮНЕСКО Петра була внесена у 1985 році. У 2007 році Петра була визнана одним із Семи нових чудес світу.

У вхідній зоні археологічного парку розташований візитинг-цент, де можна отримати всю необхідну інформацію. Система візуальної комунікації Петри сформована стаціонарними об'єктами інформації (стендами, тумбами, макетами, внутрішньою навігацією), а також друкованою продукцією (брошури, флаєри, карти-схеми) та цифровим середовищем (<http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Petra.aspx>; <https://www.wmf.org/project/petra-archaeological-site>). Археологічна дільниця має свій логотип. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Джераш** (араб. مدينة جرش, стародавні назви – Гераса (грец. Γέρασα), Гарашу (івр. גֶרָשׁ)) – у II ст. до н.е. семітське поселення, яке існувало на даному місці, стало елліністичним полісом Антіохія-на-Хрісорроасі. З 64-63 р. до н.е. місто опинилася під владою Стародавнього Риму. Рах Романа стимулював економічний розвиток і торгівлю в усьому регіоні. До I століття н. е. Гераса була приєднана до регіональної асоціації провідних міст під назвою Декаполіс, до якої увійшли Дамаск і Філадельфія (нинішній Амман).

Наступний стимул для розвитку Гераса отримала у 106 р. н. е., коли імператор Траян приєднав місто до провінції Аравія. На XVI ст. залишки античної Гераси опинилися поховані під товщею селевих потоків, які викликалися зливами. Проте, саме це врятувало місто від пограбувань. Відбудова міста припадає на кінець XIX ст. З 1925 р. в античній Герасі стали проводити планомірні археологічні розкопки (Jerash).

Археологічні розкопки Джераша (Гераса) – одне найбільших і найкраще збережених греко-римських міст у світі. У його склад входять знаменита Овальна площа, оточена колонадою, вулиця Cardo з колонадою, два заповідники, два театри, терми, іподром та арка. Джераш сьогодні – одна з головних туристичних атракцій Йорданії. Згідно статистичним даним у 2018 р. місто відвідало 260 тис. туристів (Jordan's tourism sees 'good year')

Світовий банк підтримав Йорданію в рамках Проекту культурної спадщини, туризму та розвитку міст (СНТУД) з метою сприяння розвитку туризму в п'яти містах (включаючи Джераш). Проект головним чином був зосереджений на забезпеченні інфраструктури, необхідної для сталого розвитку сектору. Проект був затверджений у 2007 році та закритий у 2014 році. Однією із підстав для імплементації проекту були, власне, проблеми візуальної ідентифікації археологічного місця: була відсутня інформація про археологічні розкопки, продаж квитків і екскурсійні стенди знаходилися далеко від археологічної зони, не був створений центр для відвідувачів тощо (JORDAN Cultural Heritage, Tourism, and Urban Development Project, [https://ieg.worldbankgroup.org/sites/default/files/Data/reports/ppar\\_jordanculturalheritage.pdf](https://ieg.worldbankgroup.org/sites/default/files/Data/reports/ppar_jordanculturalheritage.pdf)). У результаті реалізації проекту було створено дуже добру систему візуальної комунікації: сучасний центр для відвідувачів із необхідною довідковою літературою, інформаційні стенди біля кожного значного об'єкту, необхідна друкована продукція. Археологічна дільниця Джерашу висвітлена на кількох сайтах (Visit Jordan).

Свого логотипу археологічна зона у Джераші не має, проте античний архітектурний образ, як зображальний елемент, часто використовується для

логотипів різноманітних заходів, що проводяться у місті. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Гадара** (ивр. גַּדְרָא, gad'a-ra или גַּדְרָא, ga-der; давньо.-грец. τὰ Γάδαρα; араб. أم قيس, Умм-Кайс) – це давнє укріплене місто, яке знаходиться у Східній Палестині, приблизно 100 км від Амману, сьогодні місто називається Умм-Кайс. З III ст. до н.е. сюди прийшли греки, у I ст. до н.е. місто було завойоване царем Іудеї Александром Яннаєм і у 63 р.до н.е. Гадара була передана у Декаполіса – союзу 10 елліністичних міст Зайордання, які знаходилися під владою Риму. Місто було зруйноване потужним землетрусом у VII ст. н.е.

Розташування Умм-Кайса особливо важливе. Відвідувачі місця можуть оглянути Сирійські Голанські висоти, гору Гермон, озеро Тверія та північні палестинські рівнини. У місті збереглася загальна система планування міста та залишки багатьох будівель та споруд. Система візуальної комунікації на археологічній ділянці практично відсутня, надписи та описи на інформаційних стендах вицвіли і практично нечитабельні, відсутня друкована продукція. Окремого вебсайту археологічна ділянця не має, обмежену інформацію можна знайти на загальному сайті, присвяченому пам'яткам культурної спадщини Йорданії (Visit Jordan). Археологічна ділянця має логотип. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Пелла** (др.-гр. Πέλλα, Фіхль, Фахль, Табакат-Фахль, Табкат-Фахіл, араб. طبقة فحل, Tabaqat Fahl) – античне місто, залишки якого розташовані недалеко від сучасного арабського села Такабат Фал, було одним із міст римського Декаполіса. Археологи виявили, що це місце було заселене протягом 6000 років. Основною будівлею, і насправді однією з найкраще збережених руїн, є візантійська церква, яка була побудована над попереднім римським громадянським комплексом у V столітті і кілька разів перебудовувалася протягом наступних двох століть. Поруч знаходиться одеон (невеликий театр, що використовується для музичних вистав). Колись він містив 400 глядачів, але для того, щоб уявити це зараз, знадобиться значна фантазія. На схід від церкви знаходяться низинні залишки римського німфею (громадський фонтан). За

межами основної ділянки, приблизно за 200 м на північ від головного входу, знаходяться руїни невеликого поселення Аббасидів (Walmsley, 1992). Візуальні комунікації представлені лише інформаційними стендами (вони у відносно поганому стані). Офіційного вебсайту та розробленого логотипу археологічна дільниця не має. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Амман** – столиця королівства Йорданія, з давніх часів поселення було відоме як Раббат-Аммон. Птолемей II (IV ст. до н.е.) перейменував Аммон у Філадельфію, і під цією назвою місто увійшло в елліністичний період Декаполіса (Декаполіса). Амман-Філадельфія перетворилася на римське місто, там були побудовані храми і терміни, Німфей, величезний театр на відкритому повітрі. Під час ери Гассанідів (VII ст. н.е.) Філадельфія була перейменована в Амман. Кілька античних об'єктів стали зараз важливими туристичними пам'ятками Йорданії (Awwad, Abu-Hammad and Abu-Hamattah, 2019).

**Великий античний театр** (Римський театр, Великий театр Аммана) – це дуже важлива пам'ятка античного періоду столиці Йорданії. Він розташований біля підніжжя гори-фортеці. Театр, розрахований на 600 глядачів, був побудований у період 138-161 рр. н. н. Уряд Йорданії провів реставрацію театру в 1957 році (Haddad, 2008). На сьогодні – це один із найбільш відвідуваних об'єктів столиці Йорданії. Візуальна комунікація представлена інформаційним стендом та навігацією. Офіційного вебсайту та свого логотипу цей об'єкт не має. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Археологічний парк Німфей.** Римський Німфей (фонтан) є найбільшою архітектурною пам'яткою цього типу в регіоні. Німфей був споруджений поблизу перетину вулиць з колонадами – Кардо та Декуманус. Зараз він розташований у центрі міста Амман. Проект реставрації та реабілітації римського Німфею в Аммані був реалізований протягом 2014-2018 рр. Потреба в консерваційних роботах була обумовлена не тільки поганим станом пам'ятника, але і станом прилеглої території, 70% жителів яких були незадоволені якістю життя там. Ось чому однією з цілей проекту реставрації було: «відновити Німфей та його околиці, щоб підготувати його до можливого

використання у сфері туризму, який принесе користь громаді» (Al Adarbeh, El Khalili Al Bawab, Abdullah and Bianchini, 2019). Візуальні комунікації представлені інформаційними стендами, засобами навігації. Наукова інформація доповнена макетом-реконструкцією Німфейона античних часів. Пам'ятка не має свого логотипу та офіційного вебсайту, інформацію можна знайти лише на туристичних сторінках (інформація носить популярний характер і може бути науково недостовірною) Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

***Національна історична пам'ятка Цитадель (Амманська цитадель)*** – одна з найстаріших пам'яток Аммана. Цитадель розташована на вершині одного з пагорбів в центрі Аммана. Більшість будівель Цитаделі походять з римського, візантійського та омейядського періодів. Національна історична пам'ятка Цитадель включає руїни фортечних стін, залишки римського храму Геракла, цистерну з водою Омейяд, сторожову вежу Айюбід, візантійську базиліку та палац Аль-Каср. Перші розкопки були проведені між 1930 і 1938 рр. італійськими археологами. Подальша робота була проведена в 1960-1970-х роках Департаментом старожитностей Йорданії (DoA) та Американським центром східних досліджень (ACOR)<sup>2</sup>, а також Британським археологічним інститутом. Метою дослідження було розроблення генерального плану благоустрою Амманської цитаделі та розвитку археологічного парку. У 1991 р. Розкопки в Цитаделі були відновлені під керівництвом ACOR та DoA (ACOR: The First 25 Years The American Center of Oriental Research, с. 40). На території комплексу знаходиться Йорданський археологічний музей, який був відкритий в 1951 році. Уздовж дороги з центру є вказівники до Цитаделі, отже орієнтація є легкою. Інформація для відвідувачів доступна у сучасному центрі, який повністю пристосований для потреб людей з обмеженими фізичними можливостями. На території багато знаків навігації. Біля кожного об'єкта є

---

<sup>2</sup> Американський центр досліджень (ACOR) - це міжнародна некомерційна академічна установа, яка розвиває розуміння Йорданії та Близького Сходу, минулого та сьогодення. Цент просуває та підтримує дослідження в широкому діапазоні соціальних, природничих та фізичних наук, гуманітарних наук та мистецтв. Для цього пропонується комплексна програма стипендій для науковців та студентів, проводяться проекти археологічних розкопок та реставрацій, підтримується надійну публічна бібліотека (<https://acorjordan.org/>).

інформаційні дошки двома мовами. Логотипу та офіційного вебсайту цей об'єкт не має. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

Об'єкти християнської сакральної спадщини.

**Мадаба** (араб. مادبا; застар. Медеба или Медаба) – це місто, яке розташоване на відстані 30 км від Амману, і яке відоме своїми мозаїками, виконаними у VI –VIII століттях. Територія, на якій зараз локалізоване місто, була заселена ще 4500 років тому і згадується у біблії як Моабітське місто Медеба. Протягом багатьох століть місто перебувало під владою моабітів та набатеїв, з II ст. Мадаба стала частиною Римської імперії. У центрі Мадаби досі збереглися залишки дороги і міських споруд римської Енох. Коли було утворено ісламський халіфат Омейядів, Мадаба стала частиною південного регіону Жунда Філастін. У 746 р місто було повністю зруйноване під час землетрусу і тільки в 1880 р. вдалося розчистити руїни, а на їх місці побудувати нове йорданське місто. На території міста було знайдено багато пам'яток старовини, які можна побачити у міському музеї і в Археологічному парку. У цей же час під руїнами були виявлені легендарні мозаїки – карта Святої Землі і Єрусалиму. У грецькій християнській церкві св. Георгія знаходиться найдавніша зі збережених карта Святої Землі часів імператора Юстиніана (VI ст.н.е.). Мадабу часто називають «містом мозаїк», у багатьох храмах і будинках міста можна побачити мозаїки V-VII ст. н.е. До головних визначних пам'яток міста також належить церква Пресвятої Богородиці і апостолів, церква Пророків, собор Іоанна Хрестителя, храм Святого Іллі, кілька мечетей, Музей мозаїки, музей фольклору Мадаби, квартал Таль Мадаба, Археологічний музей і Археологічний парк Мадаби з руїнами церков і вілл візантійського періоду (рис.Б.6-14).

У 1991 р. Міністерство туризму та старожитностей Йорданії, Американський центр східних досліджень (ACOR) та Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) ініціювали проект створення археологічного парку в самому центрі Мадаби. Парк включає добре збережену ділянку пізньоримської вулиці та споруди дат римського, візантійського та раннього

ісламського періодів та початку 20 століття. Цілями проекту парку було вивчити історію Мадаби, захистити її археологічну спадщину від руйнування та оживити центр міста Мадаба (Richard, D'Andrea, Polcaro, and Clark, 2019).

Мадаба має порівняно добре розвинуту туристичну інфраструктуру, з добре збереженими археологічними та історичними пам'ятками. Подібно як у Джераші, у Мадабі був також реалізований проект, підтриманий світовим банком розвитку, основною метою якого стало оживлення історичного ядра та покращення загальної якості міського середовища, що допомогло покращити придатність для життя в історичному ядрі, сприяючи збереженню об'єктів спадщини та створюючи необхідні умови для забезпечення місцевого економічного розвитку (JORDAN Cultural Heritage).

Завдяки функціонуванню археологічного парку, а також реалізації проекту, Мадаба на сьогодні має одну із найкраще розвинутих систем візуальних комунікацій. У місті прекрасна система навігації, об'єднана єдиним стильовим задумом, кожен з об'єктів археологічного парку оснащений стендами із науковою інформацією. У візитинг-центрі є доступна друкована продукція (путівники, карти-схеми). Мадаба, поряд з Петрою, є найкраще представлена на вебсайтах в інтернет-середовищі (Madaba). Свого логотипу Мадаба не має. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Маунт Небо** (arabic: جَبَل نَيْبُو, romanized: Jabal Nībū; Hebrew: הַר נְבֻז, romanized: Har Nevo) – це гора, з якої, як вважають, Мойсей бачив землі Ізраїля. Гора Небо знаходиться в 10 км на північний захід від Мадаби. Гора Небо є одним з найбільш відвідуваних місць в Йорданії завдяки своєму релігійному та історичному значенню. Тут розміщена Меморіальна церква Мойсея, яка була побудована приблизно в IV столітті, а також деякі мозаїки та Францисканський археологічний інститут. Комплекс, відкритий після реставраційних робіт 2016 р. має порівняно добру систему візуальних комунікацій: інформаційні стенди, вітрини, макети реконструкцій, а також поліграфічну продукцію. Свого логотипу Маунт Небо немає, офіційну інформацію про об'єкт можна знайти лише на сайті вебпутівника (Art



Destination Jordan). Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

### Об'єкти християнської мілітарної спадщини: замки хрестоносців

**Замок Ель-Карак** (араб. الكرك) – найбільший і один із найцікавіших замків в Йорданії, що включає елементи фортифікації епох хрестоносців і мамлюків. У 1142 році Крак-де-Моав (так в той час називався Ель-Карак) захопили хрестоносці. Плануючи закріпитися на завойованих землях, лицарі приступили до зведення укріплень. Найбільш важливим елементом архітектури мусульман в фортеці є донжон, споруджений в південній частині фортеці. Крім донжона з об'єктів мусульманського періоду, відзначають залишки мамлюкського палацу, який використовується турками в кінці ХІХ століття в якості в'язниці. У 1980 році на території фортеці відкрився Каракський археологічний музей. У ньому містяться фрагменти, які стосуються періоду моавитян (в першому тисячолітті до н.е.), і наступних періодів: набатейського, римському, візантійського, часу правління хрестоносців і ісламського панування (рис.Б.5).

Завдяки включенню у проект культурної спадщини, туризму та розвитку міст (СНТUD) замок володіє достатньою системою візуальної комунікації, всі найважливіші об'єкти є описані на інформаційних стендах. Музей оснащений необхідною науковою супровідною інформацією. З поліграфічної продукції у наявності лише флаєри. Замок не має власного логотипу, офіційну інформацію про замок можна знайти лише на сайті «Jordan Tourist Board» (Kerak). Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Замок Шобак** або **Монреаль** (arabic: مونتريال; latin: Mons Regalis, Mont Real) – був побудований за часів хрестових походів першим королем Єрусалимського королівства. Замок знаходиться в 120 км від Керак, і в 35 км. від Петри і є першим, і найбільшим на той період, замком хрестоносців в Зайорданні. Після завоювання Єрусалиму в 1099 р. хрестоносці поступово розширюють свої володіння у Святій Землі. Там для зміцнення свого становища був закладений замок Шобак. Замок займав стратегічне положення,

підносячись на пагорбі над долиною, і дозволяв контролювати шляху паломників і караванів з Сирії на Аравійський півострів. Король Балдуїн I брав плату за прохід повз замок і тим самим поповнював казну королівства. Замок був у володінні Королівства Єрусалимського до 1142 року, після чого він перейшов у володіння Зайордання. Паломник Тетмар, який побачив замок у 1217 році після завоювання мусульман, назвав його «найвидатнішою фортецею, оточеною потрійними стінами і такою міцною, як будь-яка, яку я коли-небудь бачив». Від початкових укріплень хрестоносців залишилось небагато. Найзначнішими залишками частин хрестоносців замку хрестоносців є залишки стіни, що проходила всередині пізніших мусульманських прибудов та двох каплиць. Незважаючи на доволі значне культурне та історичне значення, система візуальної ідентифікації замку практично не розвинена. Замок розташований на вершині пагорба, обабіч туристичних трас і найчастіше не стає частиною туристичного маршруту. Тому тут не проводять екскурсій. Хоча вхід контрольований, проте безкоштовний. Замок не має інформаційних стендів, логотипу, друкованої продукції. Інформація про нього не відображена на офіційному туристичному порталі «Jordan Tourist Board». Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

#### Об'єкти ісламської спадщини

**Замок Аджлун** (араб. قلعة عجلون) є одним із найкраще збережених прикладів середньовічної арабо-ісламської військової архітектури. Замок був побудований між 1184 і 1188 роками племінником мусульманського полководця Саладіна. Стратегічне розташування замку дозволило армії Саладіна шукати через долину Йордану окупантів. З часів хрестових походів замок зазнав значних змін внаслідок перебудов та нищень, спричинених землетрусами. Зокрема, особливо руйнівними були землетруси в 1837 та 1927 роках. Тому на сьогодні мало що збереглося від первісного замку з XII ст. У 1812 році швейцарський мандрівник Йоганн Людвіг Буркхардт знайшов замок, в якому проживало близько сорока людей. Нещодавно Міністерство

старожитностей Йорданії спонсорувало програму відновлення та укріплення стін (рис.Б.1).

Замок є відкритий для туристів. Він забезпечений розвиненою системою візуальної комунікації: у наявності інформаційні стенди та інші супровідні науково-допоміжні матеріали, є друкована продукція (флаєри, брошури), інформацію у віртуальному середовищі можна знайти у веб-путівках та офіційних сайтах (Ajlun). Логотипу замок не має. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Замок Кусейр-Амра** (араб. قصر عمرة) – один із найвідомішою з «замків пустелі», який розміщений на сході Йорданії. Замок був побудований на початку VIII століття. Згідно досліджень, він призначався для гарнізону солдат (тобто був фортецею), проте, одночасно він був резиденцією халіфів. Будівлі оздоблені фігурними розписами, що демонструють мистецтво того часу (особливо загадковими є зображення тварин та людей).

Структура замку збереглася порівняно добре, у задовільному стані є фрески. Замок забезпечений мінімальною, проте необхідною системою візуальної ідентифікації на місці. Проте, практично відсутня друкована продукція. У віртуальному середовищі інформацію про замок можна знайти на офіційному сайті (Desert Castles. Visit Jordan). Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Замок Каср аль-Мушатта** (arabic: قصر المشتى, «Winter Palace») – це один із найбагатше оздоблених «замків пустелі» в Йорданії. На сьогоднішній день збереглася лише центральна частина архітектурного комплексу. Внутрішні стіни не зберегли характерних ознак ісламського мистецтва. Частина різьбленого фасаду з південного боку палацу, включаючи головний вхід з його пишною рельєфним різьбленням, на початку XX століття була розібрана і перевезена в Пергамський музей в Берліні. Археологи встановили, що будівництво палацу було розпочато в 733 році, в період правління омейядського халіфа Аль-Валіда II ібн Язіда. Однак дослідникам досі не вдалося встановити його середньовічну назву і сьогодні він відомий як «Зимовий палац». Палац

Каср аль-Мшатта є найбільшим з усіх омейядських палаців, розташованих в Йорданії. Він включає в себе зал для прийомів, невелику мечеть, тронний зал і житлові приміщення. Палац був оточений великою оборонною стіною, довжина якої з кожної сторони становила понад 100 метрів, і безліччю сторожових веж. Праворуч від входу знаходяться залишки мечеті, а з північного боку – руїни залу для прийомів, прикрашених арками і житлові приміщення.

Замок забезпечений необхідною системою візуальної ідентифікації на місці. Відсутня друкована продукція. У віртуальному середовищі інформацію про замок можна знайти на сайтах (Desert Castles; Visit Jordan). Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Каср аль-Харрана** (ар. قنارخ رصق) – це один із найвідоміших замків пустелі. Він є розташований у східній Йорданії, неподалік від кордону із Саудівською Аравією. Вважається, що він є побудований у VIII столітті, підтвердженням чого є графіті. Цей замок вважається одним із перших прикладів ісламської архітектури. Призначення будівлі не з'ясовано досі. Замок є «неправильним», тому що внутрішній устрій будівлі не передбачає його використання в будь-яких військових цілях, а тріщини в його стінах не нагадують бійниці або щілини для стріл. Дослідники припускають, що це міг бути караван-сарай або місце відпочинку для мандрівних торговців, але навколо нього немає звичайних для таких будівель джерел води, а сам замок розташований на території, через яку не проходив жоден з головних торгових маршрутів. Будівля – незалежно від початкового призначення – добре збереглася. Оскільки Каср Харана знаходиться поруч з головним шосе і недалеко від Аммана, він став одним з найбільш відвідуваних «замків пустелі». Незважаючи на це, замок практично не забезпечений системами візуальної ідентифікації (відсутні інформаційні стенди, брошури, флаєри), немає логотипу. Інформацію у віртуальному середовищі можна знайти на сайтах (Desert Castles. Visit Jordan). Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Замок Каср аль-Халлабат** (араб. قصر الحلابات) – замок розташований у східній пустелі Йорданії. Спочатку це була римська будівля, зведена у II-III столітті нашої ери для захисту східних кордонів Римської імперії. Це був один із багатьох фортів на шляху, що зв'язував Дамаск з Айлою (сучасна Акаба) через Петру та Філадельфію (сучасний Амман). У VI ст. форт був переданий Гассанідам, які змінили структуру замку та побудували монастир. У VIII ст. військовий об'єкт був перебудований і став одним з найбільших з усіх пустельних комплексів Омейядів.

На сьогодні Каср аль-Халлабат вважають одним із найбільш репрезентативних та важливих місць на Близькому Сході для розуміння соціально-політичних та культурних змін, що відбулися в перехідний період від пізньої античності до раннього середньовіччя, що породив ісламську культуру.

Подібно, як інші «замки пустелі» Касраль-Халлабат забезпечений мінімальним, проте необхідним набором засобів візуальної ідентифікації, проте відсутній логотип, друкована продукція. Інформацію у віртуальному середовищі можна знайти на сайтах (Desert Castles. Visit Jordan). Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

### ***Атрибуція об'єктів природної спадщини в Йорданії***

**Пустеля Ваді-Рам** (араб. وادي رم, інша назва – «Місячна долина») – це пустеля в Йорданії, яка займає площу 74 180. За типом являє кам'яну пустелю. Поверхня Ваді-Рам нерівномірна, з великою кількістю каньйонів, впадин та височин. Ваді-Рам була заселена ще з доісторичних часів, причому багато культур – включаючи набатейців – залишили свій слід у вигляді петрогліфів, написів та храму (рис.Б.3).

Ваді-Рам є одним з найпопулярніших туристичних місць Йорданії і приваблює іноземних туристів. У місті Ваді Рум проживає плем'я Залабіє, яке розвивало еко-пригодницький туризм та надають послуги на всій заповідній території. Вони забезпечують екскурсії, проживання, надають необхідні послуги. Територію під захистом «Ваді-Рам» (Wadi-Rum Protected Area, WRPA) було створено в 1997 році після рішення уряду та продовжено у 2002 році. З

2011 р. Ваді-Рам є вписана у список Світової архітектурної спадщини ЮНЕСКО (UNESCO. Jordan). Основна діяльність зосереджена на всебічному обстеженні та інвентаризації природних та культурних ресурсів, розвитку програми збереження та інтерпретації цінностей власності, співпраці з місцевою владою. WRPA вимагає постійного моніторингу, попереджувального збереження природних та культурних ресурсів та періодичного оновлення плану управління.

Ваді-Рам має добре розвинену систему візуальної інформації (інформаційні стенди, візуальна навігація). Пам'ятка природи має свій логотип, інформація про Ваді-Рам представлена на багатьох сайтах (зокрема, <http://wadirum.jo/>) та у чисельній поліграфічній продукції. Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

**Мертве море** (араб. *الْبَحْرُ الْمَيِّت*, Ель-Мейт - «Мертве море»; івр. יַם הַמֶּלַח Ям ха-мелак – «солоне море»; також Асфальтове море, Содомське море) – безстічне солоне озеро на Близькому Сході, що розташоване між Ізраїлем, Йорданією і Палестинською Автономією. Рівень води в Мертвому морі на 430м нижчий за рівень світового океану.

Вздовж східного берега Мервого моря, який належить Йорданії, розташовано безліч туристичних атракцій. Так, заповідник Мауджіб розташований в ущелині Ель-Мауджіб. Тут виявлено 420 видів рослин і близько 100 видів птахів. Неподалік від містечка Сафії знаходиться Печера Лота. Поруч можна побачити і соляний стовп – нібито той, в який перетворилася дружина Лота. Тут знаходиться монастирський комплекс, який крім печери включає в себе візантійську церкву з мозаїчною підлогою, ряд службових і житлових приміщень для ченців і прочан і кількох гробниць. Мертве море – це оздоровчий курорт як локального, так і міжнародного значення (рис.Б.16).

Зважаючи на велику кількість місць туристичної привабливості, а також на те, що Мертве море належить не лише Йорданії, єдиної системи візуальної ідентифікації для цього об'єкта природної спадщини не створено. Друкована

продукція здебільшого зосереджена у виданнях (флаєрах, брошурах) лікувально-профілактичного призначення. Офіційного сайту немає, а інформацію можна знайти на туристичних сайтах (<http://international.visitjordan.com/Wheretogo/TheDeadSea.aspx#at>). Динамічних систем інформаційного середовища не виявлено.

### **3.2. Візуальні комунікації в підсистемі предметно-просторового середовища**

У підрозділі проаналізований дизайн візуальних комунікацій предметно-просторового середовища об'єктів культурної та природної спадщини за двома блоками:

*- інформаційні системи статичного середовища;*

*- інформаційні системи динамічного середовища.*

**Інформаційні системи статичного середовища.** Типологія інформаційних систем статичного середовища формується такими складовими:

- *Системи навігації:*
  - зовнішні системи вказівників (зовнішні знаки туристичної навігації);
  - внутрішні системи навігації (внутрішні знаки туристичної навігації);
- *Система науково-допоміжного супроводу:*
  - інформаційні стенди;
  - неінвазивні реконструкції об'єктів культурної спадщини (об'ємно-просторові [макети] та графічні реконструкції за принципом доповненої реальності);

*Системи навігації.* Знаки туристичної навігації, які включають туристичні інформаційні вказівники, стенди, таблички – особливий вид візуальних знаків, значення яких полягає у полегшенні орієнтації туристів у новому місці та у підтримці туристичної інфраструктури. Окрім функції туристичної навігації, вуличні вказівники можуть стати частиною дизайну міського середовища.

У дослідженні також було звернуто увагу на наявність дорожніх знаків-вказівників, які полегшують пошук пам'ятки автотуристам. Туристичні знаки ще часто називають коричневим знаком, – це дорожній знак, метою якого є спрямовувати відвідувачів до туристичних напрямків, таких як історичні будівлі, туристичні регіони, каравани або кемпінги, місця для пікніків, спортивні споруди чи музеї. За міжнародною конвенцією для цього часто використовують коричневі знаки з білими літерами та білими піктограмами. З цього часу ідея скеровувати туристів до визначних пам'яток та визначних пам'яток, використовуючи єдиний тип вивісок, поширилася по всьому світу (Touristic signage on German Autobahns, 2020).

У роботі системи навігації поділені на системи зовнішньої туристичної навігації (тобто ті, які знаходяться поза межами пам'ятки) та системи внутрішньої туристичної навігації (ті, які розташовані на території пам'ятки).

Системи зовнішньої туристичної навігації. Візуальний аналіз систем зовнішньої туристичної навігації демонструє, що у містах Йорданії цей вид візуальних комунікацій розвинутий порівняно слабо. Було виявлено, що встановлені *дорожні знаки-вказівники* до певних об'єктів культурної та природної спадщини, які полегшують знаходження пам'ятки автотуристам. Такими прикладами є вказівники в Аммані, які полегшують орієнтацію у знаходженні об'єктів (рис. А.3.4а) та вказівники, які розташовані вздовж позаміських доріг (рис. А.3.4б). Дизайн цих дорожніх знаків-вказівників є уніфікований: коричневе тло<sup>3</sup> і на ньому написи білими буквами двома мовами (англійською та арабською). Проте, цих знаків недостатньо і до багатьох пам'яток їх не передбачено. У середовищі міст не виявлені туристичні інформаційні вказівники, стенди та таблиці, які б інформували про пам'ятки культурної та природної спадщини (лише безпосередньо біля об'єктів). Отже, система зовнішньої туристичної навігації у Йорданії розвинута слабо.

---

<sup>3</sup> Same take tlo використовується для навігації для пам'яток культури, що відповідає міжнародним стандартам (Gibson, 2009).



Автором дослідження була також звернута увага на наявність інших знаків навігації (знаки сервісу): вказівників до туристичних офісів, поліції (рис. А.3.5а), ознакування місць, призначених для людей з обмеженими фізичними можливостями (рис. А.3.5б). Проте, зауважено, що їх також недостатньо.

Системи внутрішньої туристичної навігації. До цієї системи зараховані ті знаки-вказівники, туристичні стенди, вивіски, які знаходяться або на пам'ятці, або на території пам'ятки. Як правило, такі таблички, які вказують на вхід, можуть бути настінні, підвісні, окремо розміщені на опорі.

Усі об'єкти культурної та природної спадщини є оснащені настінними таблицями або таблицями на опорах. Прикладами таблиць на опорах є вивіски до Німфейону в Аммані (рис. А.3.6а) або входу на територію Римського театру (рис. А.3.6б). Настінні вивіски можуть бути частиною загального дизайну вхідної частини (рис. А.3.7). Настінні вивіски, представлені на рис. А.3.7а – А.3.7в свідчать про уніфікований підхід до естетичної організації вхідних груп найзначніших об'єктів культурної спадщини Йорданії. Вони виконані уніфікованим шрифтом, двомовні, на однаковому тлі стіни, яка є облицьована вапняковими плитами теплого відтінку.

На рис. А.3.8 представлені інші варіанти інформації біля вхідної групи: окремо розміщені інформаційні стенди вертикальні, як біля замку Карак (рис. А.3.8а) або похилі, як біля Маунт Небо (рис. А.3.8б).

Паралельний візуальний аналіз вхідних груп, вертикальних комунікацій засвідчує, що об'єкти культурної та мистецької спадщини практично не пристосовані для потреб людей з обмеженими фізичними можливостями. Пандусами обладнані лише входи на Цитадель, внутрішні пандуси виявлено у Німфейоні. На жаль, яудові експозиційні простори Мадаби, об'єкти Петри та Джерашу залишаються недоступними для осіб, що пересуваються на кріслах-візках.

Система внутрішньої навігації на кожному об'єкті культурної спадщини є уніфікована, як це показано на прикладі системи внутрішньої навігації у Катедральній церкві у Мадабі (рис. А.3.9). Проте, єдиної уніфікованої системи

внутрішньої навігації у країні не розроблено. Багато пам'яток (зокрема, відносно невеликих пустельних замків, взагалі не мають такої системи).

На території об'єктів культурної спадщини присутні вказівники до об'єктів сервісу, маршрутизатори, проте, це – поодинокі випадки (рис. А.3.10).

#### *Система науково-допоміжного супроводу*

Зважаючи на особливості об'єктів експонування, науково-допоміжний супровід об'єктів культурної та природної спадщини в основному обмежується інформаційними стендами. Як правило, інформаційні стенди мають узагальнюючий науковий характер.

Змістовне наповнення інформаційних стендів визначається такими двома складовими:

- текстова складова;
- графічна складова.

Тестова частина представлена наступною інформацією:

- історія будівництва та історія археологічних й архітектурних досліджень даного об'єкту культурної спадщини;
- експлікація об'єктів на даній ділянці (коли мова йде про архітектурно-археологічні комплекси);
- хронологічне розшарування експонованого об'єкту та стратиграфічні дослідження.

Графічна частина представлена такими складовими:

- карти та схеми архітектурно-археологічних комплексів;
- плани, фасади, розрізи будівель пам'яток архітектури;
- графічні реконструкції об'єктів.

Графічна реконструкція як правило поєднується із текстовою інформацією, проте інформаційні стенди можуть бути представлені лише з текстом, або лише графікою.

Слід зауважити, що інформаційні стенди, якими оснащені території пам'яток культурної спадщини виконані на високому професійному графічному та науковому рівні. Такими прикладами є інформаційні стенди багатьох

об'єктів археологічного парку у Мадабі (рис. А.3.11а – А.3.11г). Вони виконані у єдиній художній стилістиці (шрифти, композиція, кольори), що є результатом реалізації комплексного проекту. Завдяки цьому система науково-допоміжного супроводу сприймається дуже цілісно та органічно.

Подібним чином організований науково-допоміжний супровід у археологічній дільниці Джераші. Стилiстично стенди відрізняються від Мадаби, проте, вони формують єдиний візуальний ряд у межах одного об'єкту культурної спадщини. Безумовно, це також є результатом реалізації Проекту культурної спадщини, туризму та розвитку міст (СНТУД) з метою сприяння розвитку туризму в п'яти містах (включаючи Джераш), який був завершений у 2014 р.

Натомість інша визначна пам'ятка культурної спадщини – археологічна дільниця у Петрі – не має такої якісної системи дизайну візуальних комунікацій (рис. А.3.12а – А.3.12в). Створені у різні періоди інформаційні стенди суттєво відрізняються і якістю змістовного наповнення (текстового та графічного матеріалу), а також дизайном (хоча вони можуть належати одному об'єкту, рис. А.3.12а і рис. А.3.12б). Слід зауважити, що система внутрішньої туристичної навігації у Петрі розвинута також доволі слабо, що в цілому створює труднощі для туристів з ознайомленням та пересуванням по великому археологічному комплексу.

Науково-допоміжні інформаційні системи є присутні на всіх об'єктах культурної спадщини та у Ваді Рам. Проте, вони не є об'єднані єдиним дизайнерським задумом. Створені у різний час, за різними науковими та дизайнерськими принципами, різними організаціями вони не формують цілісної візуальної картини, що в цілому негативно позначається на формуванні якісного дизайнерського іміджу Йорданії<sup>4</sup>.

Подача текстової інформації повинна відповідати засадам науковості (інформація має бути достовірною), повинні бути відібрані найважливіші тези,

---

<sup>4</sup> Деякі інформаційні стенди були створені дуже давно, з неякісних матеріалів, тому зараз складно навіть зрозуміти інформацію, яка була подана на стендах (наприклад, у Пеллі).

щодо «життя об'єкту» (історія будівництва, змін, історія досліджень та реставрації). З аспекту дизайну рекомендовано використовувати не більше трьох типів шрифтів на одному інформаційному стенді. Важливе значення має висота букв: вони повинні достатньо великі, щоб можна було вільно прочитати інформацію і не завеликі, щоб не марнувати місце на інформаційному стенді. Висота букв анотацій у верхній частині експозиційного поясу повинна складати 4–5 см, для загальних анотацій – 2–3 см, для решти текстів – 0,5–0,8 см. При визначенні висоти розташування текстів необхідно виходити із ергономічних показників та розташовувати їх на висоті 1,5–2 м на вертикальних площинах, та 0,8–1 м на похилих площинах (Сафонова, 2018, с. 152).

Важливою складовою інформаційних стендів є відомості про виконавців, координаторів, спонсорів проекту. Як правило, їх розташовують окремою смугою знизу інформаційного стенду. Таким прикладом є інформаційний стенд біля Спаленого палацу у Мадабі (рис. А. 3.13а) або інформаційний стенд у пустелі Ваді-Рам (рис. А.3.13б).

Шрифти рекомендовано використовувати рубані, без «засічок», оскільки вони є легші для візуального сприймання. Проте, можливим є й інший підхід: наближення стилю шрифту до часу побудови пам'ятки. Фон і колір шрифту повинні бути контрастними. Важливим є використання у дизайні інформаційних стендів елементів візуальної ідентифікації: корпоративних шрифтів, логотипів, корпоративних кольорів (рис. А.3.14). Ці ж елементи, представлені у дизайні поліграфічної продукції та у дизайні віртуального середовища допоможуть створити комплексний образ об'єкта візуальних комунікацій.

Композиційно текстова частина поєднана із графічною. Важливо, щоб шрифти колористично гармоніювали із графічною частиною. Графічна частина представлена кресленнями, фотографіями, рисунками. Як правило, графічна частина є зібрана згрупована та розташована згори, з боків або у центрі текстової частини (переважно її розміщення відповідає засадам симетрії стенду). Аналіз співвідношення текстової та графічної частини демонструє

певні закономірності у їх компонуванні: співвідношення графічного та текстового матеріалу приблизно 1:1 стосовно площі інформаційного стенду; графічний матеріал вимагає високого рівня виконання. Він повинен бути науково достовірним та атракційним (оскільки інформаційний стенд носить науково-допоміжний характер і турист не повинен бути перевантажений зайвою графічною інформацією). Важливим є те, що всі інформаційні стенди подані у двох мовах: англійській та арабській.

Важливою частиною експозицій пам'яток культурної спадщини є *неінвазивні реконструкції*. Широка практика реконструкції пам'ятки архітектури (гіпотетичне або точне відтворення її первісного вигляду) з'явилася у середині XIX ст. і переважно була пов'язана із діяльністю Eugène Emmanuel Viollet-le-Duc – французького архітектора та реставратора, спеціаліста з архітектури середньовіччя (окремі випадки робіт з реставрації спостерігалися і раніше). Сьогодні досвід його реставраційної практики є дискусійним та визнається антинауковим, проте, на той момент це, очевидно, була єдина можливість зберегти об'єкт від руйнування та забуття. Це був тип інвазивної реконструкції, тобто, такої, яка безпосередньо втручалася в автентичну збережену тканину пам'ятки. З критикою цієї реставраційної практики і пропозиціями, які увійшли в сучасну теорію реставрації, виступив італійський реставратор Камілло Бойто, який рекомендував відмовитися від інвазивної реставрації, вважаючи її фальсифікацією пам'ятника. Всі його заходи були спрямовані на те, щоб зберігалася достовірність історичної пам'ятки і застосовувався науковий підхід під час реставраційних робіт.

Проте, потреба у представленні реконструкцій зросла із розвитком експозиційної діяльності, практикою музеєфікації архітектурних руїн, створенням чисельних археологічних місць, яка поширилася у світовій практиці у повоєнний період. Аналіз представлених прикладів неінвазивних реконструкцій показує, що на сьогодні напрацьовані такі головні методи:

- створення об'ємно-просторових моделей (макетів);
- створення графічних реконструкцій;

- створення графічно-просторових реконструкцій та просторових систем.

Серед представлених методів перші два можна вважати традиційними методами, оскільки вони відомі вже близько століття в експонуванні та дослідженні пам'яток архітектури. Натомість останній метод – це інноваційний, пов'язаний із тенденцією глобальної диджиталізації.

Фізичні моделі або макети до цього часу є важливими джерелами інформації про гіпотетичний вигляд об'єкту. Їх виконують у різних масштабах та матеріалах, переважно з метою експонування для туристів (або із метою дослідження, з'ясування конструктивних особливостей будівлі. На території об'єктів культурної спадщини Йорданії таких реконструкцій виявлено не багато. Зокрема, таким прикладом є макет розкопок та залишків першої церкви у Маунт Небо (рис. А.3.15).

Найпоширенішим видом інформування про гіпотетичний вигляд об'єкту залишаються графічні реконструкції, представлені, як правило, на інформаційних стендах біля експозицій архітектурних пам'яток. На інформаційних стендах таких реконструкцій також не представлено (можливо, це зумовлено тим, що більшість об'єктів зберегли свою добре чительну просторову структуру і турист може легко уявити як виглядала пам'ятка).

Паралельно з'являлися локальні вирішення неінвазивних реконструкцій: просторове «накладання» графічного зображення на прозорому екрані на збережені руїни. Таким прикладом є просторова неінвазивна реконструкція Храму Крилатих левів у Петрі (рис. А.3.12д). На прозору пластину нанесено рисунок реконструкції фрагменту плану. Під час споглядання під певним кутом через прозорий пластик збережені частини накладаються на рисунок реконструкції, створюючи цілісну композицію.

На жаль, не було виявлено на об'єктах культурної та мистецької спадщини макетів, призначених для тактильного знайомства для незрячих людей.

### Габарити інформаційних систем

Інформаційні носії мають свої габарити, які є зумовлені з одного боку ергономічними вимогами, а з іншого – використаними матеріалами та конструкціями.

Розміри стендів залежать від необхідності розміщення певної кількості інформації. Орієнтація стендів може бути вертикальна або горизонтальна. Зазвичай розміри від 750мм-1200мм на 1200мм-1500мм. Стандарту стосовно габаритів інформаційних стендів не існує.

Висота розміщення інформаційних стендів зазвичай не перевищує 2 м – висоти, на якій з ергономічного аспекти ще можливо сприймати текстовий матеріал. Нижні межі кріплення текстової інформації для вертикальних площин становить приблизно 1 м (оскільки зона від 0,8–0,9 м до 2,5 м по висоті вважається найсприятливішою зоною для сприйняття інформації). Інформаційні стенди можуть бути прикріплені вертикально (якщо вони на висоті від 1,5м до 2 м, або під кутом, якщо висота кріплення менше 1,5м).

### Матеріали та конструкції інформаційних систем

Матеріали стендів повинні бути такими, що протистоять несприятливим погодним умовам та бути стійкими до актів вандалізму (оскільки мова йде про зовнішні носії інформації). Для їх виготовлення використовується різний матеріал: пластик, метал, оргскло.

Конструктивні вирішення інформаційних стендів вирішуються двома способами:

- окремо розташовані стенди на стійках;
- настінні стенди, прикріплені до стіни.

При виборі конструктивного вирішення слід пам'ятати про те, що експоновані об'єкти – це цінні пам'ятки культури, тому одним із головних обмежень при виборі конструктивного вирішення повинен бути принцип мінімального втручання в автентичну структуру пам'ятки.

***Інформаційні системи динамічного середовища.*** Інформаційні системи динамічного середовища формуються засобами мультимедіа. Згідно

класифікації В. Северина (2015) до мультимедійного обладнання належать: засоби відображення інформації, до яких належать проектори, плазмові та РК-панелі, інтерактивні кіоски, інтерактивні дошки, інтерактивні столи, інтерактивні стіни, псевдоголовграми, відеокуби, світлодіодні екрани. Ми можемо сюди також зарахувати відеомеппінг, інсталяції. Реалізація цих можливостей здійснюється за допомогою сучасних технічних можливостей. На жаль, на об'єктах культурної та природної спадщини таких типів інформаційних систем не виявлено.

Отже, аналіз представлених систем візуальної комунікації у предметно-просторовому середовищі засвідчує наступне:

- поки ще існує єдиної уніфікованої системи дизайну візуальних комунікацій. Проаналізовані приклади відрізняються як за змістовним, так і за графічним наповненням. Проте, їх значна різноманітність дозволяє напрацювати оптимальні зразки візуальних комунікацій, які б найкраще відповідали завданням;
- у країні сформувалися оригінальні способи подачі інформації, такі як графічні реконструкції за принципом доповненої реальності (Петра). Вони є відносно недорогі і можуть бути успішно використані у дизайні інших об'єктів культурної та природної спадщини;
- велика типологічна різноманітність об'єктів культурної та природної спадщини дозволяє використати та апробувати різноманітні креативні підходи у дизайні візуальних комунікацій;
- об'єкти культурної та природної спадщини Йорданії дуже нерівномірно забезпечені інформаційними системами (найкраще забезпечені Петра, Мадаба, Джераш, замки Аль-Карак, Аджлун, Маунт Небо, пустеля Ваді Рам і майже відсутні інформаційні системи у Пеллі, Замки Каср Аль-Мушатта, Каср Аль-Харрана, Мертве море);
- відсутні єдині підходи та стандарти формування інформаційних систем об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії (вони подаються за різними змістовними та художніми принципами);



- відсутні єдині підходи до подачі науково-допоміжного супроводу та формування візуального паттерну;
- недостача сучасних інформаційних систем динамічного середовища (інтерактивних стендів, відеомепінгу тощо);
- недостача інформаційних систем, які б забезпечували доступ до інформації для осіб з обмеженими фізичними можливостями (з вадами опорно-рухового апарату, слуху та зору).

### **3.3. Логотип, як основний елемент візуальної ідентифікації об'єкту культурної та природної спадщини**

Основним елементом ідентифікаційної графіки, що найчастіше використовується у корпоративному дизайні є логотип. Термін «логотип» виник в Європі у XVIII ст. як синонім типографічного поняття «лігатура» – середньовічного способу прискорення письма та економії місця шляхом злиття двох чи більше графем. З часом терміном «логотип» позначали цілісні друкарські кліше, що відтворювали часто вживані слова та словосполучення. У процесі розвитку промислового виробництва та в міру виникнення потреби у візуальній ідентифікації термін «логотип» закріпився як усталене накреслення найменування товару, виробника чи постачальника (Безсонова, 2011, с.5). Отже, виникнувши як функціональний елемент типографіки та поліграфічного виробництва, логотип лише з кінця XIX ст. почав використовуватись як упізнаваний елемент візуальної ідентифікації, набуваючи образних ознак та художніх характеристик. Основною функцією логотипу як елементу ідентифікаційної графіки є створення візуального стереотипу, що миттєво ідентифікує певний об'єкт (інтернет-ресурс, фірму, організацію, установу тощо).

Як було показано у підрозділі 3.1 (таблиця А.3.1) об'єкти культурної та природної спадщини Йорданії поки що, в основному, не мають своїх логотипів. Винятками є лише археологічний комплекс у Петрі, археологічний комплекс у Пеллі (Ум-Квайс), пустеля Ваді Рам. Також свої логотипи мають організації, які

пов'язані із дослідженням, зокрема, з реставрацією та промоцією об'єктів культурної та природної спадщини. Проте, їх є замало для оцінки існуючого стану розвитку цього елементу ідентифікаційної графіки у Йорданії. Тому для аналізу нами було обрано елементи візуальної ідентифікації засобів масової інформації, навчальних закладів, культурних центрів Йорданії. Морфологічний аналіз та класифікація цих логотипів за композиційно-образною побудовою та способом графічного накреслення дозволить виявити основні чинники формотворення та вивести певний алгоритм у використанні традицій на новітній йорданськими дизайнерами.

Основними складовими, що формують візуальний образ логотипу є *словесно-шрифтовий* та *зображальний* елементи. Суто шрифтовий логотип будується на основі окремих літерних символів або слів, логотип комбінований містить унікальне шрифтове накреслення та зображення. При цьому зображення та шрифт можуть бути нерозривно поєднані між собою (синтетичний логотип), або існувати (та навіть використовуватись) автономно (універсальний). В Йорданії, як і в інших арабоязичних країнах особливістю словесно-шрифтових логотипів є характерна графічна форма самого шрифту. Навіть таке поняття як «лігатура» є історично усталеним у арабському письмі та використовується при сполученні певних літер, наприклад, «аліф» та «лям». Формально-пластичні ознаки шести основних стилів арабського письма «куфі», «сульс», «наسخ», «талік», «дівані» та «рік'я», своєрідність та автентичність їх графічної мови, оригінальність малюнка, гармонійність та декоративна виразність знаходять сьогодні місце у формотворенні елементів корпоративної ідентифікації і поза межами арабського світу. Максимально наближеними за морфологічними ознаками до сучасних логотипів є традиційні типографічні композиції-рисунок до аятів Корану – «тугра» (каліграма) (Пиотровский, 2001, с.17). Тривала іконоборницька традиція зумовила домінуюче становище геометрично-рослинної орнаментики та каліграфії у мистецтві Йорданії і сьогодні такий підхід великою мірою визначає морфологію логотипів країни.

Перша група логотипів утворена *словесно-шрифтовими ідентифікаційними знаками*. У Йорданії тривале перебування під британським протекторатом зумовило масштабне використання латинської абетки поряд з арабським письмом, відтак, шрифтові логотипи часто містять подвійне шрифтове накреслення, або мають два альтернативні накреслення латинським та арабським шрифтом. Такий прийом спостерігається як в ідентифікаційних знаках інформаційних ресурсів, так і в логотипах урядових організацій, вищих навчальних закладів, культурних проектів, у закладах сфери обслуговування. Образно-інформаційний зміст у логотипах цього виду формується за рахунок художніх та формальних характеристик шрифтових елементів. Треба відмітити, що навіть за рахунок самих лише образних та пластичних ознак арабської каліграфії, такі логотипи європейцями сприймаються цілісно та монолітно. Основними чинниками формування даних логотипів можна виділити композиційну побудову, пропорції окремих елементів, співвідношення крапка/лінія/пляма. Водночас, саме стилістика та образні характеристики арабської в'язі у шрифтовому блоці є ключовими у формуванні таких логотипів. Вони визначають диктуючі лінії, пластичні параметри та задають логотипу композиційних характеристик – динаміки при використанні шрифтів насх або сульс (телевізійні канали «Азхарі TV», «Ройя TV», «Карамеш», газета «Аль Рай»), або статички та врівноваженості при використанні шрифту куфі (телеканали «Аль Хакека», «Акаба TV», газети «Ассабеель», «Аль Хад», «Аль Ахалі») (рис. А.3.16). Монументальні форми куфі, а також характерні для арабської в'язі лігатури формують цілісні, виразні та читабельні логотипи. Образності, ритму та вишуканої лаконічності надають графічним знакам повторювані верхні або нижні виносні елементи, діагональні або вертикальні гачкоподібні штрихи. До прикладу, у логотипі газети «Ассабеель» кількість однакових гачкоподібних елементів сягає семи, створюючи справді високий зразок сучасної типографіки.

При одночасному використанні арабського та латинського шрифтів спостерігаємо певний конфлікт форм (рис. А.3.17). У логотипах телеканалів

«Аль Давліях», «Аганіна TV» стилістика арабського курсиву не знаходить підтримки у формах латинського гротеску чи антикви, у результаті, логотип втрачає цілісність та читабельність у обох варіантах накреслень. Водночас, використання кольорової площини симетрично до геометризованої літери «F» у логотипі каналу міжнародних новин «Аль Хаджеджах», а також зведений до округлих форм текст латинкою дозволяє говорити про збалансованість композиції та узгодженість стилю основних шрифтових елементів. У логотипі телеканалу «Мерсал TV» здійснено спробу стилізувати латинський шрифт під арабську каліграфію, відтак, шрифтовий блок має цілісний та формально єдиний характер. Написання в один рядок візуально руйнує різницю між обома текстами, тому використано маркування кольором – червоний колір застосовано для арабського тексту, а жовтий для латинської транслітерації. Вдалих образний хід використано у типографічному логотипі телеканалу «А1». Візуально першочергово сприймається форма латинської літери «А». Водночас, її графема зібрана з червоної цифри «1», сформованої правим вертикальним штрихом, а також арабської літери «аліф», сформованої лівим діагональним штрихом (Аль Равашдех, 2018с).

У обраній нами групі ідентифікаційних знаків досить часто зустрічаються *комбіновані логотипи*, що поєднують текст та графічний символ. Як і в попередній групі шрифтових логотипів, чинниками формоутворення даних знаків можна вважати композиційну побудову, пропорції елементів та співвідношення крапка/лінія/пляма, стилістика шрифту, а також характер та пластичну мову графіки (Рис.А, 3.18).

У розглянутих нами логотипах можна виділити наступні групи:

1. За взаємозумовленістю складових елементів логотипів: універсальні (автономність шрифтового та графічного символів); синтетичні (повне злиття та нероздільність шрифтового та графічного елементів). В універсальних логотипах зображення є формально незалежним від шрифтового елементу, а в єдиному комплексі їх утримує композиційна будова, пропорції та стилістика. На практиці універсальні логотипи можуть бути розділені на графічну та

шрифтову компоненти для використання окремо. Такими, зокрема, є логотипи каналів «Jordan TV», «Arab motors», новинної агенції «Petra. Jordan news Agency». В синтетичних логотипах шрифт та зображення формують єдине ціле та є нероздільними за рахунок органічного з'єднання зображення зі шрифтом, або, навпаки, поглинання шрифту зображенням. У таких знаках окремі компоненти втрачають самостійне художньо-образне чи інформаційне значення та працюють лише у синтезі. Найкращим прикладом синтетичного знаку є логотип газети «Альхад», де зліва від шрифту (в кінці слова, адже арабський текст читається справа наліво) подано інтернаціональне зображення символу «play». Сам по собі цей значок не несе змістового навантаження, однак, в єдиній композиції з масивним геометризаним кукі стає символом спілкування «онлайн», задає динаміки, руху вперед. До синтетичних логотипів можемо віднести, також, ідентифікатори телеканалів «Аль Дистор», «Ярмук TV», «Звейна Баладна», «Аль Майд».

2. За композиційною побудовою: статичні, динамічні, контрастні, ритмічні, врівноважені. Найчастіше, динаміки логотипам задає характер самого шрифту. Це стосується тих логотипів, де використано почерк насх або сульс. Такі логотипи є завжди контрастними, ритмічними і динамічними («Азхарі TV», «Ройя TV»). У комбінованих логотипах графічне зображення досить рідко надає динаміки («Джафра TV», «Алаам Хаваа TV»). Найчастіше, зображення подається по осі симетрії та працює на загальну рівновагу та статичність логотипу («Jordan TV», «Arab motors»).

3. За характером розміщення та пропорціями елементів: домінуючий шрифт та додаткове зображення (газети «Альхад», «Аль Майд»); домінуюче зображення та другорядний шрифт («Ярмук TV»); рівноцінність елементів (газета «Аль Рай»).

4. За співвідношенням основних графічних засобів: домінуюча лінія, лінійний рисунок зображення, простий шрифт («Азхарі TV», «Аль Дистор»); домінуюча пляма та робота силуету («Аль Рай», «А1»).

5. За стилем шрифту: арабська каліграфія насх, куфі, сульс, дівані, рік`я (стилізовані, декоровані, геометризовані); антиква, гротеск, фантазійний, декоративний.

6. За характером та пластичною мовою графіки: двовимірна лінійна («Аль Майд»), двовимірна площинна («Аль Рай»), псевдооб'ємна («Шада TV»), реалістична («Jordan TV»), абстрактна («Аль Хаджеджах»), стилізована («Аль Арраб TV»), монохромна («Аль Арраб TV»), поліхромна («Карамееш»), ахроматична («Авто TV»).

7. За зображуваним образом: а) геометрична форма: коло, трикутник, ромб, квадрат («Шада TV»); б) предметний світ: механізми, зброя («Аль Майд»), архітектурні споруди («Аль Дистор»); в) геральдичні символи: кольори національного прапора Йорданії («Ярмук TV», «Звейна Баладна), г) географічні символи (земна куля («JoSat», «Petra. Jordan news Agency»), картографічна форма Йорданії («Аль Ахалі», «Звейна Баладна»); д) живі істоти (птахи («Тойор аль Джанах»), тварини, стилізована людина («Ярмук TV»)) (рис. А. 3.19).

Як видно з дослідження, що більшість проаналізованих логотипів містять графічні зображення, які мало говорять про національну культурну ідентичність країни. Окремо можна виділити групу ідентифікаційних знаків, при створенні яких використано офіційну національну символіку – кольори національного прапора (червоний, чорний, білий, зелений), герб, королівську корону. Для аналізу взято шість груп логотипів для державних та урядових установ (домінуюча вісь симетрії, синтетичність структури, «гербова» стилістика, основна форма – коло); закладів освіти культури та медицини (загальна форма найчастіше – щит, коло, трикутник, графічні елементи домінують, але майже не створюють образ і «розлітаються»); інформаційних ресурсів (апеляція до основних кольорів, різна форма і композиція (зазвичай асиметрична), домінуюча типографіка); спортивних організацій (симетрія, форма щита, реалістичні зображення спортивних атрибутів, національні кольори як тло); комерційних установ; організацій та закладів інфраструктури

(найбільш непередбачувана та розмаїта композиція, національні символи трактуються через колір) (Рис. А.3.20).

Найбільш цікаві за формою та змістом логотипи приватних фірм, закладів громадського харчування, і, що важливо, туристичних об'єктів. Їх можна загалом розділити на дві великі групи – європеїзовані та «національні». Останні можемо вважати пошуковими, адже пошук форми присутності «національної» складової для йорданського графічного дизайну залишається відкритим питанням.

Отже, основними підходами у дизайні логотипів Йорданії визначено:

- універсальний підхід, що тяжіє до експлуатації універсальних знаків, перевірених форм та загальновідомих образів;
- унікальний підхід, що демонструє різну міру експлуатації етнокультурних особливостей країни та традиційних графічних кодів втілених через елементи орнаментики; лінійно-примітивізоване трактування образів; образних характеристик шрифту (головно, арабської в'язі).

Об'єкти культурної і природної спадщини Йорданії представлені обмеженим рядом логотипів та наявні в системах візуальної ідентифікації таких пам'яток як:

- Археологічна дільниця Петра;
- Археологічна дільниця Гадара (Умм-Кайс);
- Пустеля Ваді Рам.

До розгляду залучено, також, логотипи для туристичного бюро Йорданії (Jordan Tourism Board International), Міністерства культури Йорданського Хашимітського королівства, а також, логотипи фестивалів та культурно-мистецьких заходів, що відбуваються на території археологічних дільниць чи поблизу об'єктів природної та культурної спадщини Йорданії.

Варто відмітити, що принципи формування логотипів природної та культурної спадщини цілком вписуються у описану вище типологію та представлені комбінованими універсальними логотипами.

Логотип археологічного комплексу Петра є візуально впізнаваним, адже його основним графічним елементом є зображення однієї з найбільш впізнаваних пам'яток комплексу – храму-мавзолею Ель-Хазне (з араб. الخزنة – Скарбниця фараона) (рис.А.3.21а). Логотип складається з домінуючого графічного зображення у лівій частині композиційного поля та типографічного блоку у правій частині композиційного поля. Графічне зображення скарбниці має доволі незвичне, як для логотипу, стилістичне вирішення, адже, тяжіє до тривимірності. Даний логотип належить до універсальних комбінованих логотипів, статичний та контрастний за композиційною побудовою, з домінуючою плямою графічного зображення, з використанням трьох типів шрифтів – антиквою (слово «Petra»), гротеском (Petra Development & Tourism Region Authority), та дубляжем арабською мовою шрифтом куфі. Графічне зображення скарбниці попри площинне трактування окремих елементів формує тривимірний об'єкт, розриває простір та зосереджує на собі увагу. Вдало обрана кольорова гама логотипу відповідає колористиці природного ландшафту та самих скельних комплексів, відповідно, фіксується в пам'яті та легко вирізняється з-поміж інших логотипів. На нашу думку, образність та візуальна відповідність пам'ятці є позитивним аспектом логотипу, водночас, при розробці цілісної комплексної системи візуальних комунікацій для усіх пам'яток Йорданії, такий підхід видається занадто складним та потребує коригування. Певне застереження є до типографічного елементу, адже це набірна антиква (типу Times New Roman), занадто безлика що робить логотип дещо незавершеним.

Логотип популярного національного парку Йорданії – пустелі Ваді Рам – також один з найбільш упізнаваних, адже використовується на усіх інформаційно-рекламних носіях цієї відомої ландшафтно-природної пам'ятки. Зображення на логотипі – лінійне спрощене, примітивізоване. Це зображення вершника бедуїна на коні – динамічне та, незважаючи на мінімалістичність у графічних засобах та загальну лаконічність – інформативне та образно досконале (рис.А.3.21б).



Археологічна дільниця, Гадара (Умм-Кайс) забезпечена комбінованим універсальним логотипом, що застосовується в структурі інтерфейсу сайту та на друкованих матеріалах (рис.А.3.21в,г). у даному логотипі посилено контраст між типографічним та графічним елементом, оскільки для назви використано пластичний та динамічний каліграфічний шрифт сульс, а графічний елемент сформовано спрощеним геометризованим майже схематичним зображенням архітектурного панрамного фрагменту. Незважаючи на певний конфлікт форм, даний логотип має добре збалансовані пропорції та чітку логічну структуру, добре запам'ятовується та легко сприймається.

Усі три проаналізовані логотипи мають спільний принцип формування – комбінація образно-графічного та типографічного елементу, кожен з яких може бути використаний окремо. Логотипи є достатньо функціональними та можуть бути використані у різних типах візуально-комунікативного середовища без втрат читабельності. Стилістика зображення на кожному з логотипів може бути застосована при розробці додаткових елементів візуальної ідентифікації – для додаткових навігаційно-орієнтаційних елементів, системи піктограм, графічних інтеграторів, паттернів та рекламно-інформаційних ілюстрацій.

Ще одна важлива організація, логотип та графічні елементи якої є одними із найбільш упізнаваних, оскільки використовуються на інформаційних носіях майже усіх об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії – туристичне бюро Jordan Tourism Board International (рис.А.3.22 а). Даний логотип належить до *словесно-шрифтових ідентифікаційних знаків* хоч, на перший погляд, поряд з текстовим блоком латинською абеткою він містить декоративно-образний елемент. Насправді, цей декоративно-образний елемент у лівій частині є стилізованою типографічною композицією та прочитується з арабської мови як «Йорданія». Даний проектний підхід вважаємо дуже вдалим, адже, як показав попередній аналіз цілої низки двомовних логотипів з одночасним використанням арабського та латинського шрифтів – спостерігається певний конфлікт форм і шрифти між собою не мають візуально-композиційного зв'язку. У даному випадку стилізація слова «Йорданія» арабськом шрифтом

куфі із чіткою геометрією та підкресленими горизонталями та вертикалями, які візуально формують декоративний орнаментальний елемент, досить гармонійно єднається з геометрією та лаконічністю форми шрифту у слові «Jordan». Логотип опрацьовано на контрасті написання цих двох слів – арабська версія подана як елемент орнаменту на творах декоративно-ужиткового мистецтва з динамічною внутрішньою графічною структурою, а версія латинкою частково наслідуючи співвідношення горизонтальних та вертикальних штрихів арабської версії працює як біла контрформа на помаранчевій плашці. Варто відмітити, що елемент з арабською версією слова «Йорданія» часто використовується у якості фризового або рапортного орнаменту на найрізноманітніших друкованих рекламно-інформаційних носіях.

Важливим є логотип Міністерства туризму та античності, який часто використовується на різних інформаційних носіях (зокрема, на вхідних квитках на територію більшості пам'яток) (рис. А.3.22 б).

Проаналізовані логотипи об'єктів культурної та природної спадщини демонструють універсальність загальної композиційно-формальної структури (стандартна форма комбінованого логотипу, що містить образно-графічне зображення та типографічний елемент) та унікальний підхід при формуванні образної складової. Цей підхід є дієвим, оскільки образно-графічне зображення виконує цілий ряд функцій, надаючи знаку естетичності, асоціативності, упізнаваності. Графічно-образні елементи у наявних логотипах демонструють прямий візуальний зв'язок з пам'ятками, які представляють, а рівень стилізації та графічне виконання зображень пов'язані з традиційними графічними кодами країни втіленими через елементи орнаментики, спрощене лінійне або площинне трактування образів. Вважаємо за доцільне акцентувати увагу на типографічній складовій та шукати складнішого образного вирішення для посилення цілісності та естетичної виразності логотипів, адже у наявних логотипах не повністю використовуються візуальні та образні характеристики арабської каліграфії – за рахунок двомовності логотипів – арабська типографіка є лише

скромним доповненням до універсального і іноді надто безликого типографічного елемента латинським шрифтом.

Водночас, помітна відсутність загального, уніфікованого підходу до формування елементів візуальної ідентифікації пам'яток.

### **3.4. Візуальні комунікації в підсистемі друкованого середовища**

Для формування цілісної картини сучасного стану дизайну візуальних комунікації важливим є аналіз друкованої продукції, яка пов'язана із рекламою та промоцією об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Поліграфічно-видавнича продукція представлена наступними складовими: малі поліграфічні форми: подарункові та інформаційні листівки; вхідні квитки; карти; іміджеві та рекламні флаєри, буклети, візитки; книжково-журнальні видання: путівники, туристичні рекламні брошури, каталоги, науково-популярні книжкові видання; подарункові книжкові видання, корпоративні журнали. Кожна пам'ятка представлена різною кількістю найменувань видань, з різним структурно-функціональним підходом формування змісту, різною візуальною подачею матеріалу, інформативністю та загальною естетичною вартістю. Окремі пам'ятки не мають жодного інформаційного представлення в друкованих виданнях та фігурують лише у поліграфічній продукції туристичних організацій та бюро у контексті загальної інформації (наприклад, замки в пустелі, Мертве море). Водночас, є такі об'єкти (зокрема, пустеля Ваді Рам, археологічний комплекс Петра, Ум-Кайс), де поліграфічні інформаційно-рекламні матеріали створені у контексті загальної системи візуальної ідентифікації та в комплексі формують цілісну візуальну картину.

У межах даного дослідження візуальні комунікації в підсистемі друкованого середовища будуть проаналізовані з огляду на:

- особливості та активність використання елементів візуальної ідентифікації у друкованій продукції з визначенням її дієвості чи недієвості за низкою функцій;

- візуальні характеристики малих поліграфічних форм (подарункові та інформаційні листівки; вхідні квитки; карти; іміджеві флаєри та буклети, візитки);
- особливості дизайну корпоративної періодики та книжкових видань (путівники; інформаційні брошури; каталоги; подарункові книжкові видання; журнали, газети або інформаційні повідомлення в періодичних виданнях);
- характер та упізнаваність друкованих рекламних носіїв (рекламні плакати, білборди, транзитна реклама).

За цими пунктами проведемо аналіз видавничо-поліграфічної продукції.

1. Питання використання елементів візуальної ідентифікації у друкованій продукції з визначенням її дієвості чи недієвості за низкою функцій передбачає загальний огляд наявних друкованих матеріалів. У підрозділі 3.3 було з'ясовано, що лише окремі пам'ятки Йорданії мають повноцінну систему візуальної ідентифікації і цей фактор суттєво впливає на загальну упізнаваність та інформаційну повноцінність друкованих матеріалів. У поліграфічно-видавничій продукції для інформаційно-рекламного забезпечення пустелі Ваді Рам, археологічного комплексу Петра, та комплексу Ум-Кайс активно використовуються наявні логотипи та елементи візуальної ідентифікації – кольорові та типографічні стандарти, стандарти верстки тощо. На порівняльному рисунку А.3.23 видно різницю між друкованими матеріалами з використанням елементів візуальної ідентифікації та їх відсутністю: буклети та вхідні квитки до археологічного комплексу Петра суттєво вирають поряд з інформаційними матеріалами до інших пам'яток, де не використовується унікальне знаково-символічне накреслення та де немає уніфікації у графічно-типографічному наповненні. Наявність логотипу та візуальних графічних стандартів посилює функціональність друкованих матеріалів, працюючи на естетичну привабливість, запам'ятовуваність, універсальність, оригінальність, асоціативність, функціональність.

2. Аналіз візуальних характеристик малих поліграфічних форм передбачає збір та огляд вхідних квитків, подарункових та інформаційних листівок, карт місцевості та архітектурних чи природних комплексів, іміджевих флаєрів, буклетів, візиток. Вхідними квитками на територію забезпечені усі без вийняту пам'ятки (окрім Мертвого моря), відповідно, цей елемент друкованої продукції є одним з найбільш показовим та свідчить про загальний стан функціонування візуальних комунікацій об'єктів природної та культурної спадщини Йорданії. У розглянутому масиві вхідних квитків варто відмітити один позитивний момент – більшість з них є уніфікованими з позиції загального змісту та формально-композиційних особливостей, адже, не маючи власної візуальної ідентифікації, виходять під логотипом Міністерства туризму та античності Йорданії (рис.А.3.24). Цей підхід дозволяє упорядкувати загальну візуальну картину і увиразнити зв'язок між усіма пам'ятками. Водночас, на нашу думку доцільним було б, попри наявну уніфікацію дизайну ввести графічне зображення/логотип кожного з об'єктів, залишивши при цьому спільну композицію, верстку тексту та колористику. Квитки до пустелі Ваді Рам та на територію комплексу Петри мають власний унікальний дизайн та якісно відрізняються від попередньої групи (рис.А.3.25). Ці квитки є носіями корпоративного стилю та гармонійно вписуються у загальну систему інформаційно-реklamних елементів корпоративної ідентифікації пам'ятки.

Рекламно-інформаційні буклети об'єктів природної та культурної спадщини Йорданії також не мають спільного проектного підходу, у них досить розмаїте оформлення, що не вписується у загальну візуальну картину. Формат, структура, суть та якість поданої в них інформації суттєво відрізняються (рис.А.3.26). Окремі пам'ятки досі не мають англomовного забезпечення подібними друкованими матеріалами та є виключно арабомовні, що утруднює їх розуміння та сприйняття.

Рекламно-інформаційний буклет пустелі Ваді Рам – це великоформатний аркуш з двостороннім друком (445x400), тричі сфальцьований по вертикалі та один раз по горизонталі, який концентрує велику кількість інформації у

стислій, зрозумілій та читабельній формі. Інформація в буклеті поділена на 5 рубрик – «що побачити», «мапа території», «резервування житла», «контактна інформація», «правила поведінки» (рис.А.3.27). Кожна з рубрик позначена окремим кольором, який, при загальній корпоративній колористиці (охра, коричневий, холодна бронза) гармонійно її доповнює та акцентує на необхідній інформації. Модульна сітка в буклеті організовує текст, фотоматеріали та вільний простір, відповідно вся інформація легко сприймається. Позитивним моментом є використання навігаційних піктограм, що допомагають орієнтуватись на території парку. На першій сторінці буклету присутній логотип.

Рекламно-інформаційний буклет археологічного комплексу Петра (450x300), має у складеному вигляді малий формат (150x90) сфальцьований чотири рази по вертикалі та один раз по горизонталі, з двостороннім друком. Як і попередній проаналізований буклет, він є досить інформативним та має мапу, яка займає 4/5 формату однієї сторони. Буклет також має маркування окремих інформаційних блоків кольором, що дозволяє легко знайти потрібну інформацію, подану в концентрованому вигляді. Загалом, буклет досить читабельний та функціональний, водночас, є певний огріх з використанням модульної сітки для верстки тексту, результатом чого є занадто малі захисні поля (рис.А.3.28). У буклеті використано логотип на першій сторінці та дотримано вимог кольорових стандартів.

3. Огляд книжкових видань – путівників, інформаційних брошур, каталогів, подарункових книг, журналів та/або рекламних оголошень в періодиці дозволяє сформувати більш точну картину, адже охоплює продукцію, яка, на відміну від малих поліграфічних форм, має значно триваліший термін використання і, відповідно, підхід до дизайну та загальні видавничо-поліграфічні стандарти є вищими. На жаль, не усі пам'ятки Йорданії забезпечені більш фундаментальними друкованими виданнями – великоформатними альбомами, науково-популярною літературою, каталогами. Найчастіше, зустрічаються загальні та локальні путівники, які дають детальну

інформацію про об'єкти окремо або у комплексі. Такі путівники можуть бути у вигляді брошур (24-36 стор.), або багатосторінкових видань. Проведений пошук засвідчив, що подібними виданнями забезпечені майже всі об'єкти культурної та природної спадщини, їх можна знайти у сувенірних крамницях на території пам'яток або в туристичних бюро та центрах. Водночас, їх видавцями часто виступають інші країни, а авторами текстів та упорядниками – іноземні дослідники (Bourbon, 2021; Machowski, 2015). Такі видання є якісними та цінними з позиції теоретичної та ілюстративної подачі матеріалу, водночас, загальний дизайн вкладається в типову західну модель подібних видань та, на жаль, не підтримує загальну систему візуальної ідентифікації пам'ятки (рис.А.3.29). На нашу думку, у таких виданнях важливим є, власне, регіональний аспект – унаочнений не лише за рахунок змісту видання, але й його дизайну. Йорданська традиція книговидання сформована у загальному контексті розвитку арабоалфавітної видавничої продукції має велику кількість характерних особливостей та прийомів, які могли б якісно вирізнити місцеві видання (про місцеву культурну та природну спадщину) з-поміж інших.

Одним з таких прийомів є використання *унвана* (з араб. «назва») – у арабських та перських рукописах орнаментальна заставка на початку твору чи розділу, яка займала від третини до половини сторінки. Унван – це поширений елемент оформлення арабоалфавітної книги (не тільки Корану) у формі декоративного орнаменту, що почав використовуватись у книжковій каліграфії ще на початку ісламської культури. Унван є частиною композиції сторінки, займає 2/3 її частини та являє собою декоративну рамку з орнаментом, обрамлену зверху фестончастою аркою у вигляді купола, з декоративним завершенням – «мадохілем» (Зайцев, 2016). В унван часто вписувалася традиційна мусульманська сакральна формула, а в деяких випадках вписувалася назва книги або твору (Ахмадуллин, 2014, с.356). Звичайно, ця традиція стосується рукописної та ранньої друкованої книги, водночас, у сучасній йорданській книзі для підкреслення регіонального контексту, творче опрацювання та сучасна інтерпретація унвана могла б увиразнити унікальність

місцевого дизайну. Варто відмітити, що віддалені осучаснені інтерпретації унгану можна зустріти в дизайні окремих путівників по Йорданії, де вони змінюють традиційне місце розташування, але далі є носіями символічних ознак. Особливо виразно виглядає використання цього графічного декоративного елемента у концептуально мінімалстичному дизайні видань, коли прості геометричні форми, повітря сторінки, функціональна модульна сітка та чітка типографіка на контрасті лише посилюють візуальний вплив, набувають нових унікальних ознак.

4. Характер та упізнаваність друкованих рекламних носіїв, а саме, рекламних плакатів, білбордів та транзитної реклами частково повертає дослідження до системи предметно-просторового середовища, де ці поліграфічні форми функціонують. Найчастіше можна зустріти формат плакату – аркушевого видання середнього формату, яке використовується з рекламною метою, а також з'являється у системі візуальної ідентифікації пам'яток у якості сувенірної продукції (рис.А.3.30). Плакати виконані у різних графічних манерах та найчастіше носять не інформаційний, а іміджевий характер.

Окремі проаналізовані аркушеві видання (плакати) та великоформатна поліграфія (білборди) вкладаються в певну типологію: 1. Використання у якості носія повідомлення виключно арабської типографіки (іноді з англomовним дубляжем меншого кеглю), що інформують про певну локацію чи подію; 2. Використання у якості носія повідомлення фотозображення та мінімального текстового блоку (різного розташування, іноді такого, що суперечить візуальному посилю самого зображення); 3. Використання графічної/ілюстративної композиції та текстового блоку. Найчастіше зустрічається перший тип видань і позитивним моментом є те, що арабська типографіка обігрується та набуває образних ознак. Для людини, що не володіє арабською мовою, естетика такого візуального посилю сприймається на рівні з зображенням. На жаль, ідентифікувати такі рекламно-інформаційні повідомлення досить важко, оскільки вони не містять жодних знаково-



символьних зображень, що могли б принаймні дозволити пов'язати зміст плакату з конкретною пам'яткою.

У підрозділі доведено, що для дієвої візуальної комунікації вкрай важливим є використання єдиної знаково-символьної системи, як транслятора ідентичності пам'ятки та об'єднавчої ланки між найрізноманітнішими друкованими носіями. Водночас, треба констатувати, що лише окремі об'єкти культурної та природної спадщини (Петра, Мадаба, Джераш, Аджлун, Маунт Небо) демонструють цілеспрямовану та системну роботу за напрямом візуальної комунікації у системі друкованого середовища. Часто ресурс друкованих візуальних комунікацій обмежено лише вхідним квитком (з елементами візуальної ідентифікації); інформаційним буклетом та рекламними флаєрами, а також рекламними повідомленнями, що часто повністю втрачають зв'язок з композиційно-образними характеристиками візуальної ідентифікації об'єкту, негативно впливаючи на процес популяризації пам'яток, що не відповідає потребам сучасного суспільства. Недостатня забезпеченість пам'яток більш фундаментальними друкованими виданнями формує нові організаційні та творчі завдання перед фахівцями та увиразнює магістральне річище розвитку візуальних комунікацій Йорданії на подальшу перспективу.

### **3.5. Візуальні комунікації в підсистемі цифрового середовища**

Об'єкти культурної та мистецької спадщини Йорданії представлені у віртуальному середовищі. У даному підрозділі проаналізоване графічне наповнення цих сайтів. Для аналізу були розглянуті загальні сайти, а також сайти, присвячені окремим пам'яткам культурної та природної спадщини.

*Загальні сайти, присвячені об'єктам культурної та природної спадщини.* Здебільшого у віртуальному середовищі об'єкти культурної та природної спадщини представлені на загальних туристичних сайтах або веб-путівниках. За змістом ці сайти вміщують загальну інформацію про об'єкти, їх локацію, коротку історико-архітектурну довідку, інформацію про час роботи

локації, ціну на квитку тощо. Інформація, представлена на цих сайтах є достовірною, проте, вона не носить науковий характер.

Одним із найзначніших сайтів є сайт Ради туризму Йорданії (<http://www.visitjordan.com/>). Рада з туризму Йорданії (JTB) була офіційно заснована в березні 1998 року як незалежне партнерство з державно-приватним сектором, що має на меті використовувати маркетингові стратегії для брендуння, позиціонування та просування йорданського туристичного продукту як місця вибору на міжнародних ринках. Стратегія налаштована на відображення справжнього іміджу туристського продукту Йорданії як культурного, природного, релігійного, пригодницького, дозвіллевого призначення.

У рамках своїх маркетингових стратегій JTB планує та виконує інтегровану програму міжнародних рекламних заходів. Ця програма включає активну участь у виставках, торгових семінарах, торгових та споживчих дорожніх шоу, ознайомчих поїздках, поїздках для преси, виробництві брошур та мультимедіа та зв'язках із ЗМІ. Для реалізації своїх цілей Рада з туризму Йорданії використовує послуги офісів у Європі та Північній Америці. (<http://international.visitjordan.com/page/30/Aboutus>).

Сайт JTB з позиції функціональності має чітку візуальну ієрархію елементів, інтуїтивно зрозумілу навігацію, чіткий розбірливий текст та елементи інтерфейсу, наявний навігаційний ланцюжок «хлібні крихти» breadcrumbs. Сайт використовує елементи айдентики – власний логотип (стартова сторінка, сторінка меню) та його частину у якості фавікону, усталені типографічні та кольорові стандарти. Оскільки візуальна наповненість сайту дуже насичена фотоматеріалами, типографічна подача інформаційного контенту, елементи навігації, меню, кнопки мають дуже функціональний та мінімалістичний дизайн (рис. А.3.31).

За підтримки Міністерства Туризму та Античності у Йорданії (The Ministry of Tourism and Antiquities in Jordan) розроблений туристичний пакет «Jordan Pass» (<https://www.jordanpass.jo/>). «Jordan Pass» – це найкращий екскурсійний

пакет, який був спеціально розроблений для відвідувачів країни. Це дає можливість власникам пакету максимально використати свою поїздку, відвідуючи найкращі пам'ятки та визначні місця, заощаджуючи час, гроші та зусилля. На підставі пакету можна відвідати більше 40 атракцій Йорданії різного призначення. Цікавим є те, що придбавши «Jordan Pass» можна отримати безкоштовну візу у Йорданію (важливою умовою є перебування у країні не менше 4 днів). Туристичний пакет можна придбати на спеціальному сайті. На цьому є сайті можна ознайомитися зі всіма головними місцями туристичної привабливості (у тому числі об'єктами культурної та природної спадщини).

Сайт Jordan Pass демонструє логічну структуру та навігацію та яскравий дизайн інтерфейсу. З позиції функціонального аналізу сайт має чітко виражену візуальну ієрархію елементів; навігацію, зрозумілу на інтуїтивному рівні. Дизайн мобільної та веб версій є гармонійно узгодженим. Сайт має можливість зворотнього зв'язку з користувачем; є лендінг, де можна заповнити реєстраційну форму та здійснити покупку екскурсійного пакету. Шапка інтерфейсу містить логотип JTB а корпоративні кольорові стандарти створюють насичений контрастний образ – достатній для того, щоб утримувати та скеровувати в потрібному напрямку увагу користувача. Відмітимо, що врахована психологічна дія кольору – домінуючим є червоний колір, що наскрізно проходить через усі сторінки та елементи сайту. Цей колір активний та динамічний, а контрастуючи з білим нейтральним тлом інтерфейсу – спонукає до дії (насамперед до придбання Jordan Pass) (рис.А.3.32).

Йорданська стежка – це пішохідна стежка в Йорданії, що з'єднує країну від Ум-Кайса на півночі до Акаби на півдні. Стежка проходить через країну, починаючи від гірських лісистих пагорбів на півночі, скелі Петри, піски та високі гори у Ваді-Рам до Червоного моря. Спеціально для бажаючих відвідати цей пішохідний маршрут був створений веб сай (<https://jordantrail.org/>), що містить загальну інформацію про стежку, поради щодо підготовки до подорожі та список груп та компаній, що пропонують свої послуги вздовж маршруту.

Інтерфейс сайту максимально функціональний, а структуру лонгріду з вікном зворотнього зв'язку у футері дає змогу швидко ознайомитися з основною інформацією. Логотип розташований у верхній частині інтерфейсу (на хеддері), він має яскраву колористику та динамічну рухливу форму, водночас, інтерфейс сайту виконано у аскетичній кольоровій гамі, композиція функціональна та лаконічна. Цей підхід пояснюється великою кількістю фотозображень, які ілюструють даний маршрут та потребують локального спокійного фону. Сайт пропонує власну візуальну ідентифікацію для усіх пам'яток, що зустрічаються на маршруті – вони подані у лінійній манері та підтримуються лінійною версією логотипа (рис.А.3.33).

Окрім цих сайтів, загальну інформацію про об'єкти культурної та мистецької спадщини зібрано на веб-путівнику «Art Destination Jordan», що концентрує інформацію стосовно культури, історії та сучасного мистецтва Йорданії та інших країн (<https://universes.art/en/>), а також на туристичних сайтах, як наприклад на сайті «Туристична Йорданія» (<https://www.touristjordan.com/ajloun-castle/>).

**Сайти окремих об'єктів культурної та природної спадщини.** Окремий сайт, присвячений найвідомішому об'єкту Йорданії – Петрі, був створений у 2015 р. Регіональною службою розвитку і туризму у Петрі (Petra Development And Tourism Region Authority) (<https://visitpetra.jo/>). Сайт містить стислу інформацію про Петру: історію виникнення, відкриття, археологічні об'єкти, пішохідні маршрути.

Функціональність сайту <https://visitpetra.jo> визначається: наявністю стартової сторінки з можливістю вибору мови; чіткою візуальною ієрархією елементів; інтуїтивно зрозумілою навігацією; пріоритетом за контентом та інформаційністю, а не за візуальними ефектами; чіткою структураю та подачею текстових блоків; розбірливим текстом та елементами інтерфейсу. Сайт використовує елементи власної айдентики – логотип, фавікону, усталені типографічні та кольорові стандарти (рис.А.3.34).

Також окремий сайт був розроблений у 2014 р. для об'єкту природної спадщини: «Ваді-Рам – зона під охороною» (<http://wadirum.jo/>). Сайт присвячений дослідженню, захисті та відвідуванню Ваді-Рам – однієї із найцікавіших та наймальовничіших пустельних місць на землі. З точки зору функціональності – сайт має чітку візуальну ієрархію елементів, інформативний читабельний контент; логічну систему навігації. Структура меню містить блоки «Про Ваді Рам», «Що побачити і зробити», «Місцеве населення», «Охорона та збереження». Ці блоки об'єднують велику кількість менших рубрик, вивчаючи які користувач може легко повернутись на домашню сторінку. Загальний дизайн сайту витриманий у корпоративних кольорах (природні відтінки пустелі). Фон сайту має фотозображення з прозорістю понад 70%, що посилює атмосферність сайту, але не псує читабельності та загальної функціональності (рис.А.3.35).

**Віртуальні 3D реконструкції.** Починаючи із 1990-х років у світі поширилися інноваційні методи неівазивної реконструкції – 3D моделі (віртуальні реконструкції). Починаючи з того часу, були створені дослідницькі лабораторії по створенню тривимірних реконструкцій пам'яток архітектури. Такими є проект по віртуальній реконструкції Риму, віртуальна реконструкція фризу Парфенону. Один із таких проектів був реалізований у Йорданії.

Підставою для оцифрування є твердження про те, що об'єкти культурної спадщини часто є погано документованими, багато хто є під загрозою пошкодження чи знищення. Сюди входять підвищення рівня моря, стихійні лиха, вандалізм та навмисні руйнування, культурний тероризм, війна, гірничодобувна промисловість, будівництво, погано керований туризм та зубожіння часу. Таким чином, цифрові колекції матеріальної археологічної, культурної та антропологічної інформації, що містяться на цих сайтах, стали особливо актуальними.

За останні 15 років, у співпраці зі значними міжнародними організаціями спадщини, такими як ЮНЕСКО та Всесвітній фонд пам'яток, дослідницька група «Zamani Project» із Університета Кейптауна задокументувала понад 250

споруд, пам'ятки наскального мистецтва та статуї приблизно на 65 об'єктах спадщини в 18 країнах Африки, Близького Сходу та Південно-Східна Азії (<https://zamaniproject.org/>). Дослідники збирають та аналізують дані про культурну спадщину, повідомляють про важливість спадщини та надаємо можливість експертам та громадськості отримувати доступ до віртуальних архівів культурної спадщини для дослідження та збереження.

Під час польових кампаній працівники збирають метрично точні просторові дані за допомогою лазерного сканування та безпілотного та наземного фотографування для фотограмметрії, а також панорамної фотографії та супутникових зображень, забезпечуючи точність за допомогою контрольних точок та технології GPS / GNSS. За допомогою внутрішньої обробки ці дані використовують для створення 3D-моделей, географічних інформаційних систем, розділів, планів, висот, панорам та панорамних турів, і в свою чергу використовують їх для створення анімації сайтів та інтерактивних віртуальних світів. Колекція зберігається на захищеному сервері в УСТ і забезпечує постійне сховище інформації для використання у дослідженнях та освіті, реставрації, консервації та управлінні сайтами та як запис для майбутніх поколінь.

Команда проекту «Замані» просторово задокументувала Петру протягом 8 польових кампаній, що тривали 3 роки у період між 2011-2014 роками, як частина проекту під егідою ЮНЕСКО. Дослідження лазерного сканування Петри є частиною проекту Siq Stability, який є проектом Міністерства закордонних справ Італії для ЮНЕСКО «Фонди в довірі». Він управляється Офісом ЮНЕСКО в Аммані, а головними партнерами є італійські геологічні експерти з ISPRA (Італійський інститут охорони навколишнього середовища та досліджень – Геологічна служба Італії), Дослідницької групи Замані (Університет Кейптауна), а також геологи та геодезист з Національної служби у Петрі. Проект виконувався у співпраці з Департаментом старожитностей Йорданії (DOA) та Адміністрацією регіону розвитку та туризму Петри (PDTRA).

Група Zamani головним чином відповідала за тривимірне моделювання Siq, тобто шлях доступу до місця на основі наземного лазерного сканування та аерофотозйомки, створення ГІС та бази даних, віртуальний тур та тривимірну документацію важливих гробниць та конструкцій. Команда виконала понад 2000 сканувань і створила хмару точок, що складається з приблизно 12 мільярдів поверхневих точок. Структури, задокументовані та змодельовані в 3D, включають Siq; скарбницю (Аль-Хазне); монастир (Ad Deir); Могили Урни; палацові могили; Коринфську могили; Шовкову могили; театр; Каср аль Бінт; Великий храм; ворота Теменос; вулицю фасаду (фасадні могили); Храм Крилатого Лева; Могили Туркменія; Могили солдата (Ваді Фараса); Садову могили (Ваді Фараса); могили епохи Відродження (Ваді Фараса); трикліній; Блоки Джинна (перед входом у Сік); могили Обеліска та Баб Аль Сік (після блоків Джинна), а також ландшафт Ваді Муса та ландшафт Ваді Фараса.

Результат лазерного сканування був описаний у брошурі Laser scanning Petra (Laser scanning Petra), а віртуальні реконструкції зараз є доступними у просторах **всесвітньої мережі Інтернет** (рис.А.3.36) (<https://www.youtube.com/watch?v=E9ywNH58-0A>; <https://www.youtube.com/watch?v=GTUP1fTICow>, <https://www.youtube.com/watch?v=Re-AALgJTaw>)

Отже, цифрове середовище нині стає основним інформаційним ресурсом, що дає змогу віддалено отримати усю необхідну інформацію про конкретну пам'ятку. Виявлено, що загалом, пам'ятки Йорданії забезпечені засобами візуальної комунікації в середовищі Інтернет, наявні корпоративні та загальні туристичні сайти путівники дають достатню інформацію, уможливають дистанційного придбання квитків, пропонують 3D тури.

### **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3**

1. Емпіричну базу для дослідження склали 18 об'єктів природної та культурної спадщини Йорданії, обстежені автором особисто. До об'єктів культурної спадщини належать: об'єкти античної спадщини (Петра, Фараса

(Джераш), Гадара, Пелла, античні об'єкти, зосереджені в Аммані); об'єкти християнської сакральної спадщини (Мадаба, Маунт Небо); об'єкти християнської мілітарної спадщини (замки хрестоносців Ель-Карак, Шобак); об'єкти ісламської спадщини (замки Аджлун, Кусейр-Амра, Каср аль-Халлабат, Каср аль-Харрана, Каср аль-Мушатта). До об'єктів природної спадщини належать Мертве море і пустеля Ваді-Рам.

2. Об'єкти були проаналізовані за такими показниками: атрибуція (коротка історія), наявність елементів візуальної комунікації предметного середовища, наявність логотипу та інших елементів візуальної комунікації друкованого середовища та наявність елементів візуальної комунікації віртуального середовища. Результати аналізу були представлені у зведеній таблиці.

3. Встановлено, що всі об'єкти оснащені такими елементами візуальної комунікації статичного середовища як інформаційні стенди, внутрішня навігація, графічні реконструкції. Проте, оснащення їх не є рівномірним. Найкраще системами візуальної комунікації забезпечені найзначніші та найцінніші (з культурно-мистецького аспекту) об'єкти – Петра, Мадаба, Джераш, пустеля Ваді-Рам. Менше ознаковані «замки пустелі», де візуальні комунікації зводяться до найнеобхіднішого мінімального набору елементів (вивіска, інформаційні стенд із загальною інформацією). Жоден об'єкт не забезпечений динамічними системами інформаційного середовища візуальних комунікацій (інтерактивні інформаційні стенди, відеомеппінг, інсталяції).

4. Встановлено, що власні логотипи мають лише поодинокі об'єкти: Петра, Пелла (Ум-Кайс), пустеля Ваді-Рам. Достатньою кількістю поліграфічної продукції (флаєри, брошури, туристичні карти) забезпечені лише найзначніші об'єкти туристичної привабливості. З'ясовано, що всі об'єкти представлені у віртуальному середовищі, проте інформація про них також є нерівномірною. Зведена інформація про об'єкти культурної та природної спадщини представлена на загальних сайтах туристичного призначення та веб-путівниках («Jordan Tourist Board», «Art Destination Jordan» тощо). Лише кілька об'єктів мають власні веб-сайти (Петра, Мадаба, Джераш).



5. Встановлено, що в цілому найкраще системами візуальної комунікації забезпечені ті об'єкти, реставрація та пристосування для туристичних потреб яких відбувалися у межах реалізацій комплексних міжнародних проєктів. Таким прикладом є реалізація Проєкту культурної спадщини, туризму та розвитку міст (СНТУД) з метою сприяння розвитку туризму в п'яти містах. На підставі цього проєкту був суттєво покращений дизайн візуальних комунікацій в археологічних зонах Джерашу, Мадаби, а також замку Аль-Карак.

6. У дослідженні встановлено, що позитивними аспектами сучасного стану статичного предметно-просторового середовища візуальних комунікацій є:

- їх значна різноманітність дозволяє напрацювати оптимальні зразки візуальних комунікацій, які б найкраще відповідали завданням;

- напрацювання оригінальних способів подачі інформації, такі як графічні реконструкції за принципом доповненої реальності (Петра, Джераш);

- велика типологічна різноманітність об'єктів культурної та природної спадщини дозволяє використати та апробувати різноманітні креативні підходи у дизайні візуальних комунікацій.

7. У роботі визначені також проблеми сучасного стану статичного предметно-просторового середовища візуальних комунікацій:

- об'єкти культурної та природної спадщини Йорданії дуже нерівномірно забезпечені інформаційними системами (найкраще забезпечені Петра, Мадаба, Джераш, замки Аль-Карак, Аджлун, Маунт Небо, пустеля Ваді Рам і майже відсутні інформаційні системи у Пеллі, Замки Каср Аль-Мушатта, Каср Аль-Харрана, Мертве море);

- відсутні єдині підходи та стандарти формування інформаційних систем об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії (вони подаються за різними змістовними та художніми принципами);

- відсутні єдині підходи до подачі науково-допоміжного супроводу та формування візуального паттерну;

- нестача сучасних інформаційних систем динамічного середовища (інтерактивних стендів, відеомепінгу тощо);

– нестача інформаційних систем, які б забезпечували доступ до інформації для осіб з обмеженими фізичними можливостями (з вадами опорно-рухового апарату, слуху та зору).

8. Морфологічний аналіз та класифікація низки логотипів культурних та ландшафтно-природних пам'яток Йорданії (а також, логотипів установ у сфері туризму, медіа та культурно-освітніх проектів) дозволили виявити основні чинники формотворення (за взаємозумовленістю складових елементів, за композиційною побудовою, за характером та пропорціями елементів, за стилем типографіки, за характером та пластичною мовою графіки, за зображуваним образом) та вивести певний алгоритм їх формування. Виявлено, що основними підходами у дизайні візуальної ідентифікації об'єктів культурної та природної спадщини є: універсальний підхід, що тяжіє до експлуатації універсальних знаків, перевірених форм та загальновідомих образів та унікальний підхід, що демонструє різну міру експлуатації етнокультурних особливостей країни.

9. Поліграфічно-видавнича продукція у системі візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії представлена наступними складовими: 1. малі поліграфічні форми: подарункові та інформаційні листівки; вхідні квитки; карти; іміджеві та рекламні флаєри, буклети, візитки; 2. книжково-журнальні видання: путівники, туристичні рекламні брошури, каталоги, науково-популярні книжкові видання; подарункові книжкові видання, корпоративні журнали. Кожна пам'ятка представлена різною кількістю найменувань видань, з різним структурно-функціональним підходом формування змісту, різною візуальною подачею матеріалу, інформативністю та загальною естетичною цінністю. Лише окремі об'єкти культурної та природної спадщини (Петра, Мадаба, Джераш, Аджлун, Маунт Небо) демонструють цілеспрямовану та системну роботу за напрямом візуальної комунікації у системі друкованого середовища. Часто ресурс друкованих візуальних комунікацій обмежено лише вхідним квитком (з елементами візуальної ідентифікації); інформаційним буклетом та рекламними флаєрами, а також рекламними повідомленнями, що часто повністю втрачають зв'язок з

композиційно-образними характеристиками візуальної ідентифікації об'єкту, негативно впливаючи на процес популяризації пам'яток, що не відповідає потребам сучасного суспільства.

9. У роботі проаналізовано матеріали Інтернет ресурсів та констатовано, що загалом, структура вебсайтів пам'яток Йорданії вкладається в усталену універсальну модель, а візуальна форма має нейтральну стилістику та демонструє ознаки глобалізаційних тенденцій (зумовлених єдиними технологіями, стандартними інструментами, використанням англійської мови тощо). Дизайн мобільних додатків об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії не має ще системного характеру та формується без прив'язки до візуальної ідентифікації конкретного об'єкту, базуючись на візуально-формальному баченні самого розробника. Констатовано недостатнє використання можливостей цифрового середовища у системі візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії та запропоновано низку підходів для формування даної системи з урахуванням таких чинників як: шрифтова та орнаментальна своєрідність, розташування елементів навігації не орієнтоване на європейські стандарти, використання пріоритетних традиційних кольорових моделей (для вебдизайну); активне освоєння та адаптація до умов середовища можливостей відеомепінгу (при формуванні віртуальних реконструкцій у просторовій структурі пам'ятки та віртуальних онлайн турів); апеляція до етно-культурної своєрідності.

## РОЗДІЛ 4

### **ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ ТА ПРИРОДНИХ КОМПЛЕКСІВ ЙОРДАНІЇ У СВІТОВОМУ КОНТЕКСТІ: ПОРІВНЯННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Розділ є заключним і у ньому представлено стан дизайну візуальних комунікацій Йорданії у контексті інших країн світу, також виведено принципи формування системи візуальних комунікацій, які б з одного боку були б загальнозрозумілі (відповідали глобалізаційним тенденціям), а з іншого – забезпечували збереження національної ідентичності країни. Також у розділі, на підставі виявлених позитивних та негативних тенденцій у сучасному розвитку дизайну візуальних комунікацій, представлено як сучасний стан дизайну візуальних комунікацій у Йорданії, так і перспективи розвитку даного дослідження.

#### **4.1. Порівняння дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів Йорданії з іншими країнами**

Станом на 2019 рік у Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО був внесений 1121 об'єкт, з яких 869 об'єктів були об'єктами культурної спадщини, 213 – природними і 39 – змішаними. Розміщувалися вони в 167 країнах – членах Конвенції ЮНЕСКО про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (World Heritage List, 2020). Всі ці об'єкти потребують свого графічного оформлення та розвитку системи візуальних комунікацій. Тому, можна стверджувати, що у світі вже накопичений величезний досвід формування систем візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини.

У даному підрозділі системи візуальних комунікацій пам'яток Йорданії розглянуто у порівнянні із іншими країнами. Для порівняльного аналізу були обрані об'єкти із Європи (Греція, Італія, Кіпр, Польща, Україна), Азії (Туреччина, Ізраїль) та Африки (Єгипет, Туніс). Був проаналізований дизайн

візуальних комунікацій 20 об'єктів із 9 країн. Всі об'єкти проаналізовані автором самостійно у процесі натурних обстежень, додаткова інформація була використана із офіційних джерел (сайтів об'єктів культурної та природної спадщини, сайтів міністерств відповідних країн, а також з поліграфічної продукції).

### *Дизайн візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини, які розташовані у Європі*

Греція. На території цієї країни, яка є одним із центрів світової цивілізації, зосереджено безліч пам'яток культури. Для аналізу були вибрані об'єкти культурної спадщини різного періоду та такі, які розташовані у різних природних умовах: Кносський палац на о. Крит, острів-музей Делос, а також Афінський акрополь та Новий музей Акрополя в Афінах.

Кносський палац розташовано біля Геракліону – столиці о.Крит (рис. А. 4.1). Це один із найстаріших представників мінойської культури, імовірно палац почали будувати 4 тис. років тому. Руїни палацу були відкриті на початку ХХ ст. сером Артуром Евансом, він же і провів часткову реконструкцію палацу у 1920-х і 1930-х роках. На сьогодні Кносський палац – це головна атракція о.Крит, а також один із основних пунктів призначення туристів у Греції. Незважаючи на це, пам'ятка археології та культури не має офіційного веб-сайту. Біля квіткового павільйону розміщено стенд з графічною реконструкцією комплексу. Туристичний маршрут на території палацу не є ознакований спеціальними символами, проте, він є логічно зрозумілий. Біля кожного значного об'єкта розміщено інформаційний стенд доволі простого, функціонального дизайну. Інформація подана на двох мовах: грецька та англійська. Композиційно у центрі розміщено схему палацу і позначено частину, про яку інформує стенд. Кольорова гама інформаційних стендів переважно монохромна: чорно-біла. Кносський палац має свій логотип, в основі якого – іконічне зображення реконструйованого фрагменту портика палацу – найвідомішої частини комплексу.

Острів-місто Делос, який знаходиться біля о.Миконос, також є важливою туристичною атракцією острівної Греції (рис. А.4.2). Розквіт Делоса припадає на VIII-VII ст. до н.е. коли він був релігійним і політичним центром союзу іонійських держав. Проте, забудова острова тривала і у V-IV ст. до н.е. На жаль, незважаючи на виключний статус пам'ятки, острів-музей не має офіційного веб-сайту. Основний засіб візуальної комунікації – це стенди з доволі детальною та вичерпною науковою інформацією. Двомовні тексти доповнені дуже старанними графічними реконструкціями кожного об'єкту. Дизайн супровідних матеріалів (квитків, флаєрів) є доволі простий. Візуальна частина представляє фотографію символу острова – дев'яти архаїчних левів із наксосського мармуру.

Афінський акрополь та Музей Акрополя являють собою єдиний комплекс і розташовані поруч (рис. А.4.3, А.4.4). Афінський акрополь із видатними пам'ятками грецької культури класичного періоду – часу найвищого розквіту (V ст. д н.е). Найзначніші об'єкти акрополя в Афінах – це храми Парфенон, Ерехтейон, храм Ніки Аптерос, Пропілеї. Реставраційні роботи на Акрополі розпочалися наприкінці XIX – поч. XX ст., вони тривають і досі. Основна реставраторська методика – методика анастилозу – є довготривалою і вимагає ретельних попередніх досліджень. Комплекс акрополя в Афінах має добру систему візуальної ідентифікації: на місці біля кожного об'єкта представлені інформаційні стенди з якісним та докладним науково-інформаційним супроводом, у наявності є друкована продукція: квитки, брошури, карти-схеми, виконані у спільному дизайні. Новий музей Акрополя в Афінах, який знаходиться поруч із Акрополем, був закладений у 2003 р. і відкритий у 2009 р. Це сучасний музей із прекрасно організованою експозицією із мультимедійним забезпеченням (інтерактивні дошки, панелі). Музей має свій логотип (буквенний) та весь набір елементів корпоративної ідентифікації, а також власний сайт (<https://www.theacropolismuseum.gr/en>), де, окрім звичної інформації, представлено віртуальну експозицію музею.

*Кіпр*. Незважаючи на невеликі розміри на Кіпрі міститься багато пам'яток культурної спадщини, оскільки цей острів здавна був одним із центрів розвитку античної цивілізації. Тут були розташовані грецькі, а згодом римські міста. Залишки по цим містам сьогодні є одними із найважливіших туристичних атракцій острова.

Археологічний парк Куріон біля Лімасолу. Це античне місто-держава, яке знаходилося на південному узбережжі острова Кіпр (рис. А.4.5). Місто функціонувало до часів Середньовіччя. Проте, найважливіші пам'ятки належать добі античності. Сьогодні на місці міста функціонує Археологічний парк, який включає близько 30 об'єктів. Найвідоміші з них: античний театр, будинок Ахіллеса, римські терми. Об'єкт забезпечений елементами візуальної ідентифікації предметно-просторового середовища (інформаційні стенди); елементами внутрішньої туристичної навігації. Об'єкт не має свого логотипу та окремого вебсайту.

Археологічний парк у Пафосі. Археологічний парк Пафосу – це найдавніший музей під небом біля гавані Като-Пафосу (рис. А.4.6). Це місце розкопок античного міста Неа-Пафосу. Парк перебуває у списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО з 1980 р. У парку добре збереглися давньоримські мозаїчні панно, випадково виявлені на початку 1960-х років під час сільськогосподарських робіт. Розкопки і дослідження культурних шарів тривають досі, при цьому історичні споруди відкриті для відвідувачів цілий рік. Парк включає в себе місця і пам'ятники від IV століття до н.е. до середньовіччя, а більшість з них датуються римським періодом. Складні мозаїчні підлоги чотирьох римських вілл (будинку Діоніса, Тесея, Орфея і Еона) утворюють вражаючу центральну композицію і зображують різні сцени з грецької міфології. Комплекс також включає в себе і інші такі важливі пам'ятки, як Асклепион, Одеон, Агору, замок Саранта Колонес (Сорок Колон), руїни ранньохристиянської базиліки Ліменіотісса і Царські гробниці.

Об'єкт забезпечений елементами візуальної ідентифікації предметно-просторового середовища (інформаційні стенди); елементами внутрішньої

туристичної навігації, у наявності є карта-схема. Об'єкт не має свого логотипу та окремого вебсайту.

Комплекс Царських гробниць у Пафосі. Це другий за популярністю після археологічного парку Пафосу туристичний об'єкт (рис. А.4.7). Він забезпечений необхідними елементами дизайну візуальних комунікацій – детальними стендами з науково-допоміжним супроводом біля кожного об'єкту комплексу. У наявності є мапа комплексу та флаєри.

Інформація про пам'ятки природи та культури на острові зібрані на одному туристичному сайті «Visit Cyprus» (<https://www.visitcyprus.com/>), (рис. А. 4.8).

Італія. На території Італії знаходиться найбільша кількість об'єктів природної та культурної спадщини, які внесені у список світової спадщини ЮНЕСКО. Досвід експонування пам'яток культурної спадщини в Італії величезний і бере свій початок ще з епохи бароко. Так, з кінця XVIII ст. почалися розкопки Римського форуму. В результаті цих робіт не лише надзвичайно розширилися знання про образотворче мистецтво і архітектуру античного світу, але і було привернуто загальну увагу до долі самих пам'яток. До перших десятиліть XIX ст. відноситься реставрація Колізею за проектом Рафаеля Стерн.

Римський форум – форум (площа) в центрі Стародавнього Риму разом з прилеглими будівлями. Спочатку на ньому розміщувався ринок, пізніше він включив в себе коміції (місце народних зборів), курію (місце засідань Сенату) і придбав також політичні функції. Дослідження Римського форуму активно провадилося наприкінці XIX – початку XX століть, коли були проведені значні археологічні роботи. Проте, під час глобальної реконструкції Риму, яка була здійснена у 1930-х роках під патронатом Б. Муссоліні, частина об'єктів форуму була залита бетоном для того, щоб створити презентаційну вулицю від площі Венеції до Колізею для проведення парадів. Сьогодні збережені фрагменти доступні для огляду (рис. А.4.9). Об'єкт культурної спадщини має якісний дизайн інформаційних стендів, розроблена друкована продукція.



Окрім того, опрацьована віртуальна 3D реконструкція римського форуму на період імператорського Риму. Як дослідницький та навчальний проект, «Digital Forum Romanum» має на меті відновити втрачений вигляд Стародавнього римського форуму за допомогою цифрової моделі. З 2011 року викладачі, а також студенти Інституту Вінкельмана з Берлінського університету імені Гумбольдта працюють над науково-критичною 3D-реконструкцією Форуму у співпраці з організацією TOPOI: Формування та трансформація простору та знань у давнину Цивілізації та «Architekturreferat» Німецького археологічного інституту в Берліні. Особливий акцент було зроблено на трансформації Форуму, який неодноразово перебудовувався та перетворювався на простір публічного спілкування та політичної репрезентації. Цифрова реконструкція Форуму базується на ґрунтовних наукових дослідженнях та вивченні всіх наявних свідчень та даних (залишки матеріалів на місці, записи розкопок, а також літературні, епіграфічні та зображальні джерела).

Священна територія у Римі. Area Sacra, Largo di Torre Argentina – це місце, де знаходяться руїни найдавніших храмів Риму. На площі із західною стороною розташований театр Арджентина. Чотири найстаріші храми позначені літерами А, В, С, D (рис. А.4.10). Дизайн візуальних комунікацій представлений лише інформаційним стендом.

Археологічний парк Остія Антіка біля Риму. Це велика археологічна ділянка, розташована в Остії, на місці, де колись розташовувалось місто-гавань часів Стародавнього Риму. Сьогодні Остія Антіка представляє собою великий археологічний комплекс під відкритим небом. В Остії античні будівлі збереглися у порівняно доброму стані. Близько 450 р. до н.е. Остія була військовим форпостом у дельті Тібру у місці її впадання в Тирренське море. Можливо, що Остія була найважливішим торговим центром Римської імперії. Коли навігація по Тибру стала неможливою, Остія була покинута. У часи найбільшого процвітання Остія була містом із населенням більше 100 000 людей. Головна вулиця – Декуманус Максимус, довжиною більше 2 км. Найважливіші будівлі: храми, форум, театр, чисельні вілли.

Територія Археологічного парку Остія Антіка має добру систему візуальних комунікацій (рис. А.4.11). Всі об'єкти супроводжуються інформаційними стендами, у наявності є друкована продукція: карти схеми, брошури, також є власний логотип. У 2017 р. Археологічний парк Остія Антіка отримав власний веб сайт (<https://www.ostiaantica.beniculturali.it/>).

*Польща.* Цікавим прикладом використання найновіших мультимедійних технологій (поряд із традиційними) в експонуванні об'єктів культурної спадщини є експозиція в музеї «Підземелля Ринку» у Кракові (рис. А.4.12). Експозиція доповнена, наприклад, відеостолами. Технологія відеомеппінгу дає можливість реконструювати історичні події, або, «демонтувавши» стіну, показати інтер'єр кімнати в минулому. На стіни проектуються відопрезентації, які є тематично пов'язані із експозицією об'єктів культурної спадщини. В експозиції також використано голограмні зображення.

*Україна.* В Україні одним із найкращих прикладів дизайну візуальних комунікацій є Державний історико-культурний заповідник «Тустань» в Уричі, що у Львівській обл. Тустань – це унікальний комплекс середньовічної наскельної оборонно-житлової забудови в Карпатах Дослідження в Тустані розпочались близько 40 років тому Михайлом Рожком, де дослідник виявив невідомі скельні укріплення, аналогів яких у світі не було. Вивчення скельної фортеці в Тустані було продовжено В. Рожком, який на підставі досліджень створив серію 2D графічних реконструкцій, які представлені на інформаційних стендах (рис. А. 4.13). Створення віртуальної 3D-реконструкції відкрили нові перспективи для дослідників у з'ясуванні невирішених питань: розташування вертикальних комунікацій, висота поверхів, суперечливі місця, чітка диференціація між конфігурацією будівель, що належать до різних періодів тощо. Макет тривимірної моделі здійснено у 2011–2012 рр. спільними зусиллями співробітників кафедри реставрації архітектурно-художньої спадщини та кафедри архітектурного дизайну Національного університету «Львівська політехніка» ([https://old.tustan.ua/tustan\\_3d/](https://old.tustan.ua/tustan_3d/)) (Тустань).

У 2014 р. на публічній презентації 3D-моделі Тустані було представлено можливість просторового дослідження архітектури Тустані із різних періодів через веб-переглядач, через pdf-оглядач, з режимами прозорості та можливістю вимірювання відстаней, а також віртуальну мандрівку навколо та всередині в програмі Lumion, паралельні (минуле-сучасне) 3D-панорами п'яти точок. Проте завершеними продуктами стали два короткі відеоролики з начиткою: це були фотореалістичний огляд 5-го періоду забудови фортеці й розповідь про еволюцію усіх п'яти періодів Тустані на комплексі скель Камінь.

Наступним кроком стала розробка студентами Львівської політехніки додатку доповненої реальності для Android. Після запуску програми й наведення гаджета на скелі можна побачити зображення фортеці 5-го періоду – 3D-модель, накладену на скелі. Це досягнення дало змогу бачити фортецю кожному відвідувачу пам'ятки, завантаживши додаток із Google.

### ***Дизайн візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини, які розташовані в Азії***

*Туреччина.* Ефес є найзначнішим археологічним об'єктом на території не лише Туреччини, але й Малої Азії (рис. А. 4.14). В античні часи тут розміщувалося одне з найважливіших елліністичних міст. Торговельне місто було зведене на узбережжі Егейського моря, проте, згодом бухта обміліла, море відступило (зараз знаходиться на відстані 9 км), що стало причиною занепаду міста. Місто було відкрите археологами у середині XIX ст. З того часу тут постійно проводяться археологічні та реставраційні роботи, проте лише 15 % на сьогодні розкопано. На території археологічного парку розміщені інформаційні стенди, мапи, елементи туристичної навігації. Незважаючи на свою культурну значимість та внесення у список світової спадщини ЮНЕСКО (<https://whc.unesco.org/en/list/1018/>) (Ephesus), Ефес не має власного веб сайту.

У 20 км від міста Денізлі, розташовується один з найвідоміших природно-культурних об'єктів Туреччини – Памуккале (рис. А.4.15). Дослівний переклад слова «Памуккале» (pamukkale) з турецької мови означає «бавовняний замок», відповідає незвичайному природному ландшафту. Дизайн візуальних

комунікацій «in situ» зведений лише до найнеобхіднішого інформаційного стенді на вході. Інформацію у мережі Інтернет можна знайти на сайті <https://www.pamukkale.net/> дуже простого (навіть примітивного) дизайну (Pamukkale).

Каппадокія – це історична назва місцевості на сході Малої Азії на території сучасної Туреччини (частина земель мулів Стамбул, Кайсері, Стамбул і Ніде), що вживається з часів античності (рис. А 4.16). Характеризується цікавим ландшафтом вулканічного походження, підземними містами, створеними в I тис. до н. е. і великими печерними монастирями, що ведуть свою історію з часів ранніх християн. Національний парк Гереме і печерні поселення Каппадокії входять до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Об'єкти туристичної привабливості мають різні «набори» елементів дизайну візуальних комунікацій: від елементарних інформаційних стендів до розвиненої системи дизайну предметно-просторового та друкованого середовища. Інформацію можна знайти у мережі Інтернет на сайті <https://www.visitcappadocia.com/>. У вкладках розміщена доволі детальна інформацію про туристичні місця в Каппадокії, історичні довідки, туристичні маршрути (рис. А. 4.17).

На сайті міністерства культури та туризму Туреччини зібрана вся інформація про об'єкти культурної та природної спадщини (<https://www.ktb.gov.tr/>) (Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı).

*Ізраїль.* Серед величезної кількості об'єктів культурної та природної спадщини Ізраїлю був розглянутий дизайн візуальних комунікацій Національного парку Кейсарія (рис. А.4.18), в якому до цього часу провадять археологічні роботи та дослідження. Національний парк «Кейсарія» – це весь центр стародавнього міста Кейсарія Палестинська, який природним чином пішов під воду багато століть тому. Територія парку насичена інформаційними стендами з науково-допоміжним супроводом, у наявності є брошури і флаєри із мапами, також є відеоролики, де можна познайомитися із етапами розвитку

міста та його дослідженням. Вся необхідна інформація зібрана на офіційному вебсайті (<https://www.parks.org.il/en/>) (National Parks and Nature Reserves).

***Дизайн візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини, які розташовані в Африці.***

*Туніс.* Недалеко від міста Туніс знаходиться *Карфаген* – місто, яке було заснований фінікійцями приблизно в 814 році до нашої ери (рис. А.4.19). Довгий час його руїни спочивали під землею і лише в другій половині ХІХ ст. почали поступово відкриватися світу. Археологічний парк вважається однією з головних визначних пам'яток Тунісу, тому сюди приїжджають тисячі туристів з усього світу. У 1979 р об'єкт був включений в список Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Територія Археологічного парку має необхідний набір елементів дизайну візуальних комунікацій (інформаційні стенди, туристичну навігацію, друковану продукцію). Окремого вебсайту Археологічний парк не має, інформацію можна знайти на сайті, який присвячений пам'яткам культури Африки (<https://www.africanworldheritagesites.org/cultural-places/frontiers-of-the-roman-empire/carthage.html>).

Стародавнє місто *Дугга* розташований в 120 кілометрах від міста Туніс практично в центрі країни. Перші згадки про місто датуються ІV століттям до нашої ери (рис. А. 4.20). За всю історію свого існування в місті панували бербері, римляни, нумідійці. Найвизначніші руїни – римські, побудовані у ІІ та ІІІ століттях нашої ери та включають надзвичайно вцілілу будівлю Капітолію, театр та Ліцинієві ванни. Руїни вважаються найкращим зразком африкансько-римського міста в Північній Африці. Дугга в 1997 році внесена до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Територія Археологічного парку має розвинену систему дизайну візуальних комунікацій (інформаційні стенди, туристичну навігацію, друковану продукцію). Окремого вебсайту та логотипу немає, інформацію можна знайти на сайті, який присвячений пам'яткам культури Африки (Frontiers of the roman empire).

*Єгипет.* Храми у Луксорі напевне, поряд із комплексом пірамід у Гізі, є найвідомішими об'єктами культурної спадщини у Єгипті. *Луксорський храм*

(рис. А. 4.21) – це руїни центрального комплексу Амона-Ра, які розташовані на правому березі Нілу, в межах сучасного міста Луксор. Незважаючи на величезне культурне значення, храмовий комплекс доволі слабо ознакований. Фактично, інформацію можна здобути лише з із стенду, який розташований при вході (він доволі у поганому стані). Луксорський храм не має власної веб сторінки та логотипу. Інформацію можна знайти в Інтернеті на збірному сайті Міністерства туризму та античності Єгипту (<https://egyptmonuments.gov.eg/monuments/luxor-temple/>), багатьох туристичних або неофіційних веб сайтах (<https://www.memphistours.com/Egypt/Egypt-Wikis/Luxor-Attractions/wiki/Luxor-Temple>).

*Комплекс пірамід у Гізі* – найвідоміший об'єкт Єгипту (рис. А 4.22). Це комплекс трьох пам'ятників, розташований за 8 км від старого міста Гіза на річці Ніл, приблизно в 25 км на північний захід від центру Каїра. Споруди були створені у період Стародавнього царства Стародавнього Єгипту під час правління IV–VI династій (XXVI– XXIII століття до н. е.

Комплекс ознакований доволі скромно – дизайн візуальних комунікацій зводиться до найнеобхіднішої інформації стосовно об'єкта. Є у наявності друкована продукція – брошури і флаєри. Власної веб сторінки комплекс пірамід у Гізі не має, проте існує 3D тур, який є у вільному доступі в Інтернеті (<http://giza.fas.harvard.edu>) (Welcome to the GIZA PLATEAU). The Giza Project – це некомерційна міжнародна ініціатива, що виникла в Гарвардському університеті у 2011 р. За допомогою цифрової археології було зібрано та представлено віртуальні матеріали стосовно комплексу пірамід у Гізі та навколишніх кладовищ і поселень. Проект Гізи надає доступ до найбільшої колекції інформації та дослідницьких матеріалів, зібраних коли-небудь щодо пірамід та пов'язаних з ними місць на єгипетському плато Гіза.

Практика дизайну візуальних комунікацій інших країн засвідчує подібність загальних підходів візуального представлення об'єктів культурної та природної спадщини. Спільними з йорданським дизайном підходами можна визначити наступні:

- формування та розвиток дизайну візуальних комунікацій у підсистемах предметно-просторового, друкованого та віртуального середовищ, тобто різноманітність використання засобів візуальних комунікацій;
- дизайн візуальних комунікацій предметно-просторового середовища розвивається у Йорданії за тими самі принципами (основними носіями інформації залишаються стенди, які мають подібне змістовне наповнення і складаються із графічної та текстової частини), той самий набір друкованої продукції та відображення інформації про об'єкти у віртуальному середовищі. Якісно продукція дизайну візуальних комунікацій у Йорданії представлена на рівні з країнами Азії та Африки (проаналізованими), проте, дещо відстає від країн Європи (Польща) та Туреччини;
- створення «візуального паттерну» країни є актуальним завданням також для інших проаналізованих країн. Єдність дизайну візуальних комунікацій предметно-просторового, друкованого та цифрового середовища можна спостерігали лише у порівняно невеликих країнах (як, наприклад, Кіпр), де всі об'єкти підпорядковані єдиним органам управління.

#### **4.2. Принципи формування дизайну візуальних комунікацій культурних та природних комплексів у Йорданії**

На підставі аналізу сучасного стану розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії, а також сучасних світових тенденцій у даному розділі запропоновані принципи формування дизайну візуальних комунікацій. Ці принципи були розділені на такі групи: функціонально-ергономічні, естетично-художні та семантичні (Рис.А.4.23).

### ***Функціонально-ергономічні принципи:***

- принцип безпеки та мінімального втручання у пам'ятку, який забезпечує збереження цінних пам'яток архітектури та природи;
- принцип адресності дизайну візуальних комунікацій;
- принцип доступності до об'єкту культурної та природної спадщини та дублювання інформаційних систем, який забезпечує однакову можливість доступу та зрозумілість інформаційних систем для осіб різного віку, статі, національності та осіб з обмеженими фізичними можливостями.

### ***Естетично-художні принципи:***

- принцип єдності дизайну візуальних комунікацій («візуальний паттерн країни»), який забезпечує ідентифікацію об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії у світовому контексті;
- принцип забезпечення основним засадам дизайну візуальних комунікацій (єдність стилю, гармонія, порядок, емфаза, контраст, баланс).

### ***Семіотичний принцип:***

- принцип відповідності дизайну візуальних комунікацій об'єкту, який забезпечує ідентифікацію об'єкту культурної та природної спадщини у регіональному та міжнародному контексті.

### ***Функціонально-ергономічні принципи***

*Принцип безпеки та мінімального втручання у пам'ятку, який забезпечує збереження цінних пам'яток архітектури та природи* виникає із пам'яткоохоронної концепції важливості автентичності пам'ятки культури. Цей принцип має на увазі зведення до мінімуму будь-якого фізичного втручання у структуру об'єкту культурної та природної спадщини (наприклад, прикріплення інформаційних стендів), використання та кріплення обладнання та елементів дизайну візуальних комунікацій таким чином, щоб вони не завдавали шкоди пам'яткам. Бажано забезпечити мінімалізацію тактильного контакту глядачів з об'єктами культурної та природної спадщини (якщо це можливо). Цього можна досягнути за рахунок влаштування фізичних бар'єрів, а також попереджувальних таблиць, інформаційних щитів. Принцип безпеки має



на увазі використання таких матеріалів та технологій, які не будуть шкодити як стану об'єктів культурної та природної спадщини, так і здоров'ю відвідувачів.

*Принцип адресності дизайну візуальних комунікацій* передбачає орієнтацію дизайну на різні вікові, соціальні групи глядачів, враховуючи різноманітність мотивації, яка може носити просвітницький (пізнавальний) характер, культурний (підвищення свого інтелектуального рівня), престижно-іміджеву мотивацію (відвідування особливо відомих місць світової культурної спадщини, як, наприклад, Петра або Ваді-Рам), паломницьку мету (відвідування Мадаби, Маунт Небо). Важлива роль у цьому процесі належить засобам дизайну, особливо коли мова йде про подачу інформації для дитячої та молодіжної аудиторії. Тут особливо ефективним є звернення до засобів мультимедіа: завдяки використанню мультимедійних технологій можна залучити дитину до «реставрації» чи «відбудови» об'єкта, до «одягання» героїв в одягу, яка належить епосі експонування тощо. Ефективним методом популяризації інформації про об'єкті є створення та постійна прокрутка коротких фільмів або роликів про об'єкт, які доцільно розміщувати у рекреаційних зонах об'єктів культурної та природної спадщини (там можна передбачити місця для відпочинку, продаж напоїв тощо).

*Принцип фізичної доступності до об'єктів культурної та природної спадщини і дублювання інформаційних систем*, який забезпечує однакову можливість доступу та зрозумілості інформаційних систем для осіб різного віку, статі, національності та осіб з обмеженими фізичними можливостями.

Поняття забезпечення однакових можливостей до доступу до інформації – одне із фундаментальних понять «Загальної декларації про права людини», яка була прийнята у 1948 р. У статті 27 сказано: «Кожна людина має право вільно брати участь у культурному житті суспільства, втішатися мистецтвом, брати участь у науковому прогресі і користуватися його благами» (Загальна декларація про права людини).

У 2006 р. у «Конвенції про права людей з інвалідністю» було сказано, що основними принципами Конвенції є: «рівність можливостей, доступність». У

статті 9 «Доступність» сказано, що: «Щоб надати особам з інвалідністю можливість вести незалежний спосіб життя й усебічно брати участь у всіх аспектах життя, держави-учасниці вживають належних заходів для забезпечення особам з інвалідністю доступу нарівні з іншими до фізичного оточення, до транспорту, до інформації та зв'язку, зокрема інформаційно-комунікаційних технологій і систем, а також до інших об'єктів і послуг, відкритих або таких, що надаються населенню, як у міських, так і в сільських районах. Ці заходи, які включають виявлення й усунення перепон і бар'єрів, що перешкоджають доступності, повинні поширюватися, зокрема: а) на будинки, дороги, транспорт й інші внутрішні та зовнішні об'єкти, зокрема школи, житлові будинки, медичні установи та робочі місця; б) на інформаційні, комунікаційні та інші служби, зокрема електронні служби та екстрені служби, в) оснащувати будинки та інші об'єкти, відкриті для населення, знаками, виконаними абеткою Брайля у формі, що легко читається і є зрозумілою; г) надавати різні види послуг помічників і посередників, зокрема провідників, читців і професійних сурдоперекладачів, для полегшення доступності будинків та інших об'єктів, відкритих для населення, д) заохочувати доступ осіб з інвалідністю до нових інформаційно-комунікаційних технологій і систем, зокрема Інтернету» (Конвенція про права людей з інвалідністю).

Серед 7 принципів Універсального дизайну, які були розроблені в 1997 р., слід наголосити на принципі 3 «Просте та інтуїтивне використання» (використання дизайну є легко та зрозуміле, незалежно від досвіду користувача, знань, мовних навичок або поточного рівня концентрації), на принципі 4 «Сприйнята інформація» (дизайн, який ефективно передає необхідну інформацію користувачеві, незалежно сенсорних можливостей користувача), на принципі 7 «Розмір та простір для підходу та використання» (передбачено відповідний розмір та простір для підходу, досяжності, використання незалежно від розміру тіла, постави або рухливості користувача) (The 7 Principles).

Це означає, що для людей з обмеженими фізичними можливостями (інвалідам на крісла-візках, інвалідам по зору, слуху та інших форм) необхідно передбачати не лише вільний та безбар'єрний доступ до огляду об'єктів культурної та природної спадщини, але й передбачити спеціальні дублюючі системи візуальних комунікацій, які б допомагали всім групам населення отримати необхідну інформацію про об'єкт. Мова йде про відповідну висоту розташування інформаційних стендів, щоб інформацію могли особи на кріслах-візках. Зазвичай нижня висота такого кріплення повинна бути 600мм від рівня землі. Іншим засобом пристосування дизайну для потреб людей з обмеженими можливостями є влаштування тактильних об'єктів (макетів) виставки, забезпечення допоміжними картками (стендами) зі шрифтом Брайля. Для осіб старшого віку, яким складно читати інформацію на стендах, або складно користуватися мультимедійними системами, слід всю інформацію дублювати у друкованому вигляді. Важливим є дизайн туристичної навігації. Знаки повинні бути великими, яскравими, добре видимими, водночас не повинні порушувати гармонії та цілісного дизайну середовища об'єкта.

### ***Естетично-художні принципи***

*Принцип єдності дизайну візуальних комунікацій* («візуальний паттерн країни»), який забезпечує ідентифікацію об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії у світовому контексті через єдність та сукупний вплив всіх засобів дизайну візуальних комунікацій (предметно-просторового, друкованого та цифрового середовищ). Цей принцип є реалізований через використання засад корпоративного стилю, проте. у масштабах цілої країни. Мова йде про використання єдиних принципів, шрифтів, колірних сполучень і образів для всіх форм дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Це свого роду загальна інформація про країну, яка є «трансльована» через сукупний дизайн візуальних комунікацій.

У дослідженні запропоновано випрацювати загальний т. зв. «візуальний паттерн», у якому можна було би з одного боку прослідкувати унікальність йорданської спадщини не лише у світовому, але й в арабському контексті, а з

іншого – продемонструвати відкритість та дружність до світу та взаємоповагу до збереження спадщини інших культур. Пропонується використовувати цілісну систему візуальної ідентифікації – «візуальний паттерн країни» для всіх об'єктів культурної та природної спадщини, який би включав:

- подібне змістовне та художнє наповнення систем предметно-простового, друкованого та цифрового середовища;
- тип та композицію елементів корпоративної ідентичності, проте відмінне колористичне вирішення (у залежності від типу пам'ятки);
- створення єдиної системи цифрового середовища для промоції об'єктів культурної та природної спадщини.

Ознаками, які ідентифікують дизайн візуальних комунікацій Йорданії у контексті світовому є: використання каліграфічного письма, кольорів прапора країни (зокрема, зеленого), використання одного графічного елементу. Пропонується розробку системи графічних елементів провадити за єдиним для кожної пам'ятки принципом, де обов'язковим є іконічне зображення об'єкту візуальної комунікації.

*Принцип забезпечення основним засадам дизайну візуальних комунікацій є реалізований через єдність стилю, гармонію, порядок, емпфузу, контраст та баланс, тобто через основні засади дизайну візуальних комунікацій.*

Єдність стилю. Єдністю стилю відрізняється вся творча реклама. Композиція замислюється як єдине ціле, взаємозв'язку складових елементів якого (текст, графіка, заголовок, логотип і т. д.) створюють загальний, цілісний ефект. За відсутності єдності виконання дизайн візуальних комунікацій перетворюється в нагромадження окремих частин. Мабуть, єдність стилю візуальної комунікації можна вважати головним принципом дизайну, необхідною умовою успішного звернення.

Гармонія. З єдністю стилю тісно пов'язана ідея про те, що все елементи композиції повинні поєднуватися один з одним. Гармонія якраз досягається підбором сумісних елементів, а композиція ефективна тільки в тому випадку,

якщо її елементи гармоніюють між собою. В дизайні не повинно бути занадто багато шрифтів різного типу або розміру, ілюстрацій і т. д.

Порядок. Дизайн повинен бути впорядкованим, для того, щоб була однакова можливість прочитання зліва направо, згори і донизу і навпаки. Така послідовність елементів спрямовує погляд читача в потрібну сторону. Елементи дизайну варто розташовувати так, щоб погляд спочатку падав туди, куди замислювалося і рухався по певній траєкторії. Найбільш поширене упорядкування в формі букв Z і S.

Емфаза. Емфаза – акцентування елементу (або їх групи) для його виділення на загальному тлі. Слід визначити, на чому зробити наголос: на ілюстрації, заголовку, логотипі або основному тексті. Якщо всі ці елементи будуть сприйматися як рівнозначні, є ризик втрати емфазы.

Контраст. Щоб дизайн не був візуально нудним, у ньому повинні бути присутніми різні розміри, форми або тони. Виділення жирним або курсивом, а також розширення інтервалу між буквами привертають увагу до слова або фрази і створюють контраст між шрифтовими елементами. Контраст робить композицію цікавішою.

Баланс. Під балансом розуміється розмір, тон, вага і позиції елементів оголошення. Збалансовані елементи виглядають спокійно і природно.

### ***Семіотичний принцип***

*Принцип відповідності дизайну візуальних комунікацій об'єкту* забезпечує ідентифікацію об'єкту культурної та природної спадщини у регіональному та міжнародному контексті.

Семіотика як наукова дисципліна виникла у 1950-х роках. У цей час дослідники усвідомили також той факт, будь-які культурні явища обов'язково є виражені у знаках і представляють собою знакові механізми. Тому головним поняття семіотики є поняття «знаку» та «знакової системи», при чому у такому трактуванні воно використовується не лише у лінгвістиці (сфера, де семіотика була сформована як наукова дисципліна), а й в інших формах наукової та

практичної діяльності. Дизайн візуальних комунікацій – це дизайн знаків, їх створення, закріплення, розповсюдження.

Будучи знаком, об'єкт дизайну візуальної комунікації повинен обов'язково зберігати семантичний зв'язок із своїм референтом – об'єктом культурної або природної спадщини. Збереження цього зв'язку є обов'язковою умовою ідентифікації логотипа (як головного елемента системи візуальних комунікацій). Як було показано у розділі 3.4 саме іконічне зображення об'єкту (кодування) культурної спадщини (скарбниці Аль-Хазна для Петри; піщаних дюн для Ваді-Рам або Великої тріумфальної арки у Джераші) надає можливості однозначної інтерпретації (декодування). У цьому випадку ми можемо говорити про семантичність форми знаку, яка ґрунтується на іконічному представленні об'єкта. Отже, зображальна складова залишається для дизайну візуальних комунікацій найважливішою складовою і повинна бути присутня у дизайні всіх об'єктів. Зображальна складова доповнюється вербальною частиною, що утворює комбінований знак. Вербальна (словесна) частина допомагає однозначно конкретизувати об'єкт. У цьому випадку дуже важливий є стиль шрифту (його форма), також важливим є співвідношення зображальної та вербальної частин, де візуальний образ-ікона повинні домінувати.

Не менш важливою є семантика кольору. Український мистецтвознавець В. Овсійчук у роботі «Українське малярство Х–XVIII століть. Проблеми кольору» зазначив: «Барва є тонким камертоном часу. Кожне століття чи великі історичні епохи так чи інакше відтворюють притаманний їм колірний феномен, бо народ в силу географічних умов, історико-суспільного розвитку, традицій, духовного потенціалу виробляє своє відношення до кольору» (Овсійчук, 1996). Цим визначається надзвичайно велике семантичне навантаження на колірну гаму дизайну. Дослідники наголошують, що при сприйнятті дизайну візуальних комунікацій важливе значення мають «семантичні та емоційні асоціації, культурні й соціальні засади, які об'єднуються в загальне, комплексне сприйняття». Наприклад, К. Като у 2007 р. на Міжнародній конференції HiBrand «Нестандартні брендингові стратегії» говорив про використання у

рекламному дизайні «синергетичних вирішень, тобто знаходженні асоціативних моментів в арсеналі художніх образів і використанні можливостей дизайн-технологій, за допомогою яких комплексний вплив багатьох задіяних чинників дає сумарний ефект значно більший, ніж проста сума кожного з них» (Прищенко, Прищенко, 2015). У цьому контексті, С.Прищенко та О.Прищенко навіть уводять термін «синергетика кольору».

Використовуючи семіотичний принцип, слід наголошувати не лише на регіональній ідентифікації, а також представляти об'єкти культурної та природної спадщини, як пам'ятки міжнародного надбання, уводячи у композицію форми, кольори, знаки, символи, які б ідентифікували об'єкти як приклади світової спадщини. Безумовно, це сприятиме виробленню та підтриманню позитивного іміджу країни.

#### **4.3. Сучасні тенденції та перспективи розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії**

У підрозділі підведений підсумок дисертаційного дослідження, зокрема: визначені позитивні та проблемні тенденції розвитку дизайну візуальних комунікацій в Йорданії і окреслено можливі шляхи вирішення проблем.

В цілому *позитивними тенденціями* у розвитку дизайну візуальних комунікацій в аспекті *предметно-просторового середовища* визначено наступні:

- усі об'єкти забезпечені, принаймні, мінімальним набором елементів дизайну візуальних комунікацій, вони є охоплені програмами збереження, дослідження та реставрації. Деякі об'єкти (Джераш, Мадаба, замок Карак) були включені у комплексні програми ревіталізації, що позитивно відобразилося також і на дизайні візуальних комунікацій;
- дизайн, змістовне та графічне наповнення інформаційних стендів відповідає в цілому науковим, експозиційним вимогам та світовим тенденціям.

*Проблемними тенденціями* у розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єкту культурної та природної спадщини Йордані в аспекті предметно-простового середовища є такі:

- нерівномірність та незбалансованість забезпечення об'єктів культурної та природної спадщини елементами візуальних комунікацій (від дуже високого рівня, як у Петрі та Мадабі, до, фактично, мінімального, як у «замках пустелі»). Така ситуація призводить до недооцінки цієї спадщини, а також, до того, що ці об'єкти часом «випадають» із туристичних програм та маршрутів;
- об'єкти культурної та природної спадщини практично не пристосовані для потреб осіб із обмеженими фізичними можливостями (як для осіб, що пересуваються на кріслі візку, так і для осіб із вадами зору, слуху, ментальними проблемами). На думку автора дослідження це серйозна проблема, оскільки призводить до того, що багато як туристів, так і громадян Йорданії позбавлені можливості огляду та отримання інформації (рис.А.4.24).

Ключовим елементом візуальної ідентифікації – логічно побудованої та обґрунтованої системи знакових та графічно-типографічних елементів, що дозволяє ототожнювати об'єкти культурної та природної спадщини відповідно до їх історико-культурних характеристик та диференціювати за конкретними ознаками є логотип. Наявність логотипу дозволяє вести мову як про функціонування системи візуальної ідентифікації загалом, так і про її дієвість. Основними функціями логотипу є комунікативна, ідентифікаційна, мотиваційна, охоронна, рекламна, репутаційна, а візуальними ознаками та характеристиками, що забезпечують ці функції є простота, естетична привабливість, читабельність та зрозумілість, запам'ятовуваність, універсальність, оригінальність, асоціативність, функціональність та унікальність. Відповідно, навіть присутність самого лише логотипу у системі візуальної ідентифікації пам'ятки дозволяє забезпечити упізнаваність її рекламно-інформаційних та сувенірних матеріалів. Дослідження показало, що,



забезпечення об'єктів культурної і природної спадщини Йорданії системами візуальних ідентифікацій є недостатнім, адже лише 3 пам'ятки з 18 опрацьованих (Археологічна дільниця Петра, Археологічна дільниця Гадара (Умм-Кайс), Пустеля Ваді Рам) мають логотипи та забезпечені додатковими елементами візуальної ідентифікації з дотриманням уніфікованих шрифтових систем, кольорових стандартів та стильової єдності візуальних інтеграторів.

Сучасний стан забезпечення об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії системами візуальних ідентифікацій демонструє наступні *позитивні аспекти*:

- найбільш відомі та популярні серед туристів пам'ятки Йорданії забезпечені логотипами та іншими елементами візуальної ідентифікації, що спорадично зустрічаються на різноманітних рекламно-інформаційних носіях у предметно-просторовому, друкованому та віртуальному середовищах. За рахунок цього вони є упізнаваними та повністю виконують ідентифікаційну та комунікаційну функцію. Це свідчить про усвідомлення професійними спільнотами в Йорданії важливості цього візуального забезпечення, перспективність та подальший поступовий процес у цій сфері;
- наявні логотипи демонструють універсальність загальної композиційно-формальної структури (стандартна форма комбінованого логотипу, що містить образно-графічне зображення та типографічний елемент) та унікальний підхід при формуванні образної складової – відповідно, артикуючи до унікальності регіональних етнокультурних особливостей країни;
- графічно-образні елементи у наявних логотипах демонструють прямий візуальний зв'язок з пам'ятками, які представляють, а рівень стилізації та графічне виконання зображень пов'язані з традиційними графічними кодами країни втіленими через елементи орнаментики, спрощене лінійне або площинне трактування образів;

- логотипи є достатньо функціональними та можуть бути використані у різних типах середовищ (в друкованому, цифровому) без втрат читабельності.

Також, можна виділити наступні *негативні аспекти* за системами візуальних ідентифікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії:

- недостатня забезпеченість більшості пам'яток логотипами та кольоровими і шрифтовими стандартами суттєво ускладнюють ідентифікацію інформації про них у предметно-просторовому, друкованому та цифровому середовищі;
- відсутній загальний, можливо, навіть загальнонаціональний уніфікований підхід до формування елементів візуальної ідентифікації пам'яток, виявлений у спільному багатоаспектному підході до їх створення, використання та розвитку;
- наявні елементи та об'єкти інформаційно-рекламного супроводу часто різностильові та не уніфіковані, результатом чого є візуальний хаос та погана упізнаваність;
- у наявних логотипах не повністю використовуються візуальні та образні характеристики арабської каліграфії – за рахунок двомовності логотипів – арабська типографіка є лише скромним доповненням до універсального і іноді надто безликого типографічного елемента латинським шрифтом (рис.А.4.25).

Важливе місце в системі візуальних комунікації займають об'єкти друкованого середовища – *поліграфічна продукція*, яка пов'язана з інформаційним супроводом, рекламою та промоцією об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Для дієвої візуальної комунікації необхідним є використання єдиної знаково-символьної системи, як транслятора ідентичності пам'ятки та об'єднавчої ланки між найрізноманітнішими друкованими носіями.

*Позитивними аспектами* функціонування систем візуальної ідентифікації у друкованому середовищі є:

- забезпечення практично усіх пам'яток різноманітною малою поліграфічною продукцією – вхідними квитками, інформаційними листівками, картами та флаєрами, що дає можливість швидко отримати необхідну інформацію;
- інформативність рекламних буклетів – на обмеженому форматі подано достатньо необхідної ілюстративно-текстової інформації;
- широкий діапазон друкованих видань загальнонаціонального бюро «Jordan Tourism Board International» частково компенсує відсутність таких видань у комунікаційних системах окремих об'єктів культурної та природної спадщини та є одним із найбільш упізнаваних та візуально цілісних. Цей універсальний підхід є позитивним прикладом уніфікації друкованих матеріалів (за рахунок, типографічних та кольорових стандартів, стандартів верстки та формування візуального ряду) і, водночас, може бути втілений при формуванні візуальної комунікації для кожного об'єкту окремо.

*Водночас, треба констатувати наявність наступних проблемних моментів:*

- лише окремі об'єкти культурної та природної спадщини демонструють цілеспрямовану та системну роботу за напрямом візуальної комунікації у системі друкованого середовища;
- часто ресурс друкованих візуальних комунікацій обмежено лише вхідним квитком без конкретних елементів візуальної ідентифікації, що абсолютно не відповідає потребам сучасного суспільства та гальмує процес популяризації пам'яток;
- інформаційно-рекламні буклети та інша друкована продукція для однієї ж і тієї пам'ятки повністю втрачають зв'язок між собою та не створюють єдиної композиційно-образної знаково-символьної системи;
- окремі інформаційні буклети мають проблему з візуальною ієрархією елементів, верстанням основного тексту та структуруванням інформації, а підбір фото та ілюстративних матеріалів логічно не обґрунтовані;

- недостатня забезпеченість пам'яток більш фундаментальними друкованими виданнями – альбомами, каталогами, детальними путівниками, науково-популярними альманахами, подарунковими книжковими виданнями та корпоративною періодикою (рис.А.4.26).

Інтернет-орієнтованість сучасного суспільства вимагає ретельного підходу до проектування систем візуальної комунікації у *цифровому середовищі*, адже це основний інформаційний ресурс що дає змогу віддалено отримати усю необхідну інформацію про конкретну пам'ятку та великою мірою має вплив на прийняття рішення щодо її відвідування (наприклад, закордонними туристами). У роботі проаналізовано матеріали Інтернет ресурсів та констатовано, що загалом, структура вебсайтів пам'яток Йорданії вкладається в усталену універсальну модель, а візуальна форма має нейтральну стилістику та демонструє ознаки глобалізаційних тенденцій (зумовлених єдиними технологіями, стандартними інструментами, використанням англійської мови тощо).

*Позитивними аспектами* функціонування систем візуальної ідентифікації у цифровому середовищі є:

- наявність загальних туристичних сайтів-путівників, які поєднують в собі інформацію про певну кількість об'єктів культурної та природної спадщини;
- універсальність та інформативність сайтів для найбільш відомих пам'яток Йорданії (зокрема, для Археологічного парку Петра, пустелі Ваді Рам). Вони цілком відповідають загальним вимогам щодо користувацької зручності, функціональності та дизайну. Наявність таких сайтів окреслює загальні перспективи для подальших розробок у цій сфері;
- використання принципів UI та UX дизайну при розробці вебсайтів;
- реалізація інноваційних методів неівазивної (віртуальної) реконструкції пам'яток, що допомагає убезпечити пам'ятку (яка перебуває під загрозою пошкодження, знищення чи є погано документована) від можливого

майбутнього забуття. Такі віртуальні реконструкції допомагають отримати досвід перебування та контакту з пам'яткою навіть з іншого кінця світу.

*Негативними аспектами* функціонування систем візуальної ідентифікації у цифровому середовищі є:

- дизайн інтерфейсів проаналізованих сайтів орієнтований на європейські стандарти, що є позитивним з позиції UI/UX дизайну. Водночас, мало виявлена регіональна самобутність (без негативного впливу на функціональність) – недостатньо акцентовано на своєрідності орнаментально-типографічних елементів, традиційних кольорових моделях, композиційних вирішеннях, що підкреслювали б національну приналежність;
- дизайн мобільних додатків об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії не має системного характеру та формується без прив'язки до візуальної ідентифікації конкретного об'єкту, базуючись на візуально-формальному баченні самого розробника;
- можливості цифрового середовища у системі візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії недостатньо задіяні та потребують уваги зі сторони відповідних міністерств, адже саме вони мають сьогодні найширшу аудиторію та формують думку мільйонів користувачів – потенційних відвідувачів Йорданії;
- недостатньо активно освоюється сфера віртуальних реконструкцій у просторовій структурі пам'ятки, а також віртуальних онлайн турів (рис.А.4.27).

Збереження та дбайливе ставленні до мультикультурної спадщини Йорданії забезпечує зростання позитивного іміджу країни у світовому контексті. Орієнтація на мультикультурність повинна знайти своє відображення у дизайні візуальних комунікацій через злагоджену дію різних адміністративних органів, які забезпечують ідентифікацію та промоцію об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Вирішення проблемних питань, на думку автора дослідження, полягає у наступному:

- розробка та прийняття спеціальної програми щодо дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини на державному рівні. Необхідна координація науково-дослідної, реставраційної, промоційної, туристичної та дизайнерської роботи;
- приведення до єдиного стилю (візуальний паттерн країни) дизайну візуальних комунікацій усіх об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії;
- збалансування системи дизайну візуальних комунікацій, розробка не лише візуального стандарту дизайну візуальних комунікацій, але і «мінімального» та «оптимального» пакету елементів дизайну у залежності від рангу пам'ятки у регіональному та міжнародному контексті;
- розвиток систем мультимедійного дизайну на об'єктах культурної та природної спадщини Йорданії;
- вдосконалення системи дизайну візуальних комунікацій цифрового середовища (створення спеціальних сайтів для окремих об'єктів, наукових сайтів);
- формування стратегії та програми комплексного пристосування об'єктів культурної та природної спадщини для потреб осіб із фізичними можливостями. Такі програми мали би включати розробку маршрутів для пересування осіб на кріслах-візках, усунення або нівелювання фізичних перешкод на місцях їх пересування, особливо, у місцях вертикальних комунікацій (проекування пандусів, підйомників, ліфтів). Це завдання є надзвичайно складним та потребує ретельного вивчення та особливого підходу, оскільки у таких археологічних дільницях як, наприклад, Петра така діяльність пов'язана із втручанням в автентичну субстанцію пам'ятки. Іншим напрямком є розвиток тактильних експозицій (макетів, схем), інформаційних стендів і табличок із шрифтом Брайля;
- розвиток системи дизайнерської освіти, зокрема уведення у навчальні програми дисциплін, пов'язаних із веб дизайном та мультимедійним дизайном.

Водночас, автор сформулював і *перспективи дослідження дизайну візуальних комунікацій у Йорданії*:

- дослідження можливостей пристосування об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії з аспекту дизайну до потреб людей з обмеженими фізичними можливостями;
- поглиблене вивчення способів ідентифікації специфіки країни через дизайн візуальних комунікацій;
- дослідження можливостей координації зусиль урядових та приватних структур з метою створення єдиної стратегічної програми формування дизайну візуальних комунікацій;
- виявлення прогалин та опрацювання рекомендацій щодо викладання дизайну (зокрема, веб дизайну) у вищих навчальних закладах (рис.А.4.28).

#### **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 4**

1. У дослідженні був проаналізований дизайн візуальних комунікацій 20 об'єктів культурної та природної спадщини із 9 країн. Визначено, що в цілому дизайн візуальних комунікацій предметно-простового середовища та друкованого середовища Йорданії співпадає із загальносвітовими тенденціями (різноманітність використання засобів візуальних комунікацій, дизайн візуальних комунікацій предметно-простового середовища розвивається у Йорданії за тими самими змістовними та художніми принципами). Одночасно, спостерігається відставання йорданської практики дизайну візуальних комунікацій цифрового середовища та засобів мультимедіа від передового європейського досвіду.

2. На підставі аналізу сучасного стану розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії сформовано такі групи принципів дизайну візуальних комунікацій: функціонально-ергономічні, естетично-художні та семантичні. Функціонально-ергономічні принципи: принцип безпеки та мінімального втручання у пам'ятку, який забезпечує збереження цінних пам'яток архітектури та природи; принцип

адресності дизайну візуальних комунікацій; принцип доступності до об'єкту культурної та природної спадщини та дублювання інформаційних систем, який забезпечує однакову можливість доступу та зрозумілість інформаційних систем для осіб різного віку, статі, національності та осіб з обмеженими фізичними можливостями. Естетично-художні принципи: принцип єдності дизайну візуальних комунікацій («візуальний паттерн країни»), який забезпечує ідентифікацію об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії у світовому контексті; принцип забезпечення основним засадам дизайну візуальних комунікацій (єдність стилю, гармонія, порядок, емпфаза, контраст, баланс). Семіотичний принцип: принцип відповідності дизайну візуальних комунікацій об'єкту, який забезпечує ідентифікацію об'єкту культурної та природної спадщини у регіональному та міжнародному контексті.

3. Визначені позитивні тенденції розвитку дизайну візуальних комунікацій в Йорданії: якісний розвиток дизайну візуальних комунікацій у Йорданії (забезпечення найвідоміших об'єктів усіма необхідними елементами дизайну); відповідність дизайну візуальних комунікацій світовим зразкам щодо змістовного та графічного наповнення; функціональність та висока графічна образність елементів дизайну; широкий діапазон друкованих видань; універсальність та інформативність наявних сайтів для найбільш відомих пам'яток Йорданії; реалізація інноваційних методів неівазивної (віртуальної) реконструкції пам'яток, що допомагає убезпечити пам'ятку (яка перебуває під загрозою пошкодження, знищення чи є погано документована) від можливого майбутнього забуття.

4. Проблемними тенденціями у розвитку дизайну візуальних комунікацій є: нерівномірність та незбалансованість забезпечення об'єктів культурної та природної спадщини елементами візуальних комунікацій; об'єкти культурної та природної спадщини (у тому числі з аспекту дизайну) практично не пристосовані для потреб осіб із обмеженими фізичними можливостями (як для осіб, що пересуваються на кріслі візку, так і для осіб із вадами зору, слуху, ментальними проблемами); відсутній загальний, можливо, навіть



загальнонаціональний уніфікований підхід до формування елементів візуальної ідентифікації пам'яток; інформаційні стенди, друкована продукція для однієї ж і тієї пам'ятки деколи втрачають зв'язок між собою та не створюють єдиної композиційно-образної знаково-символьної системи; недостатня забезпеченість пам'яток більш фундаментальними друкованими виданнями; можливості цифрового середовища у системі візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії недостатньо задіяні

5. Зважаючи на значний потенціал країни та наявні успіхи у формуванні дизайну візуальних комунікацій запропоновані шляхи вирішення проблемних: розробка та прийняття спеціальної програми щодо дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини на державному рівні; приведення до єдиного стилю (візуальний паттерн країни) дизайну візуальних комунікацій усіх об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії; збалансування системи дизайну візуальних комунікацій; розвиток систем мультимедійного дизайну на об'єктах культурної та природної спадщини Йорданії; вдосконалення системи дизайну візуальних комунікацій цифрового середовища (створення спеціальних сайтів для окремих об'єктів, наукових сайтів); формування стратегії та програми комплексного пристосування об'єктів культурної та природної спадщини для потреб осіб із фізичними можливостями; розвиток системи дизайнерської освіти, зокрема уведення у навчальні програми дисциплін, пов'язаних із веб дизайном та мультимедійним дизайном.

6. Сформульовано перспективи розвитку даної роботи: дослідження можливостей пристосування об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії з аспекту дизайну до потреб людей з обмеженими фізичними можливостями; поглиблене вивчення способів ідентифікації специфіки країни через дизайн візуальних комунікацій; дослідження можливостей координації зусиль урядових та приватних структур з метою створення єдиної стратегічної програми формування дизайну візуальних комунікацій; виявлення прогалин та опрацювання рекомендацій щодо викладання дизайну (зокрема, веб дизайну) у вищих навчальних закладах.

## ВИСНОВКИ

1. Аналіз літературних джерел засвідчує, що на сьогодні накопичено достатньо наукової літератури стосовно дизайну візуальних комунікацій у Йорданії. Для ефективного аналізу літературні джерела були розділені на такі інформаційні блоки: наукові праці, що формують загальне розуміння соціо-економічних та геополітичних процесів у Йорданії; дослідження історичного та мистецтвознавчого характеру, що висвітлюють історико-культурне тло, а також особливості формування археологічних, архітектурних, культурних та природно-ландшафтних пам'яток Йорданії; дослідження питання глобалізації та національної ідентичності в дизайні; наукові публікації у галузі музеєзнавства та дослідження, що висвітлюють питання збереження пам'яток культурної спадщини; фундаментальні загальнотеоретичні та методологічні праці у сфері дизайну та проектної культури; дослідження у сфері дизайну візуальних комунікацій та брендингу; наукові праці, що висвітлюють проблеми предметно-просторового та візуально-комунікативного дизайну експозицій; праці, що висвітлюють питання медіапростору, інформаційних ресурсів у середовищі Інтернет та використання мультимедійних технологій; публікації присвячені графічному дизайну та дизайну візуальних комунікацій Йорданії. Незважаючи на значний обсяг наукової літератури, визначено, що спеціальних досліджень, присвячених аналізу дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії проведено ще не було.

2. Методика дослідження ґрунтується на використанні наукових підходів, загальнофілософських, загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. У роботі дизайн візуальних комунікацій був розділений на складові (система предметно-просторового середовища візуальних комунікацій; система друкованого середовища візуальних комунікацій; система цифрового середовища візуальних), згідно яких провадився аналіз об'єкту дослідження. У роботі було проаналізовано з аспекту дизайну візуальних комунікацій 18

об'єктів з Йорданії, для порівняльного аналізу були проаналізовано ще 20 об'єктів із країн Європи та Азії.

5. Визначено, що важливими чинниками, які сьогодні визначають стан дизайну візуальних комунікацій у Йорданії є: мультикультурна спадщина країни, представлена цінними пам'ятками культури різних часів; природні ресурси, які формують унікальні природні комплекси; комфортна соціальна ситуація, яка дозволяє вільний розвиток усіх народностей та релігійних конфесій у країні; великий потенціал туристичної галузі, який підтримується на державному рівні; розвиток системи дизайнерської освіти, що забезпечує країну професійними кадрами; культурна інтегрованість Йорданії у загальносвітовий контекст, що забезпечує постійну взаємодію з культурними середовищами інших країн.

6. Зважаючи на глибоку інтегрованість йорданського суспільства, а, відтак, діяльності йорданських дизайнерів, у світовий контекст важливим є взаємовплив глобалізаційних та локальних тенденцій у сучасному розвитку дизайнерської діяльності. Виявлено основні чинники глобалізації дизайну: економічний, політичний, соціальний, екологічний, інформаційний, освітній. Відмінною ознакою є різне втілення дизайну у кожній окремо взятій країні за рахунок етнічної культурної самобутності, носіями якої є творці об'єкту дизайну, сам об'єкт та процес творення. Встановлено, що ціннісну основу регіонального дизайну Йорданії формує сьогодні багатий культурно-мистецький спадок, а саме, традиції каліграфічного письма та орнаментування, народне ремесло та декоративно-ужиткове мистецтво.

3. У дослідженні була проведена систематизація об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії. Так, об'єкти культурної спадщини були поділені на об'єкти античної спадщини, християнської сакральної спадщини, християнської міліарної спадщини, ісламської спадщини. Об'єкти природної спадщини були поділені на пустелі та водні. Аналіз систем візуальної ідентифікації провадився згідно цієї систематизації. Встановлено, що на сьогодні досягнуті значні успіхи у розробці дизайну візуальних комунікацій.

4. Виявлено, що в системі візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії логотип є одним з базових елементів, що дозволяє найточніше ототожнити об'єкт культурної чи природної спадщини відповідно до його історико-культурної характеристики. Основними підходами у дизайні візуальної ідентифікації об'єктів культурної та природної спадщини визначено: універсальний підхід, що тяжіє до експлуатації універсальних знаків, перевірених форм та загальновідомих образів; унікальний підхід, що демонструє різну міру експлуатації етнокультурних особливостей країни та традиційних графічних кодів (втілених через елементи орнаментики; лінійно-примітивізоване трактування образів; образних характеристик шрифту, головно, арабської в'язі).

5. Встановлено, що у дизайні візуальних комунікацій предметно-просторового середовища накопичено як позитивний так і негативний досвід. До позитивних аспектів належать: велика типологічна різноманітність об'єктів культурної та природної спадщини, що дозволяє апробувати креативні підходи у дизайні; різноманітність сприяє напрацюванню оптимальних зразків; напрацювання оригінальних способів подачі інформації. Проблемами визначено такі: нерівномірність забезпечення інформаційними системами об'єктів; відсутність єдиних підходів та стандартів формування інформаційних систем та подачі науково-допоміжного супроводу; неповна забезпеченість сучасними інформаційними системами динамічного середовища та інформаційними системами, які б дозволяли доступ до інформації для осіб з обмеженими фізичними можливостями (з вадами опорно-рухово апарату, слуху та зору).

6. У роботі розглянуто дизайн візуальних комунікацій в системі друкованого середовища з огляду на: особливості та активність використання елементів візуальної ідентифікації у друкованій та сувенірній продукції; визначено її дієвість/недієвість за низкою функцій; візуальні характеристики малих поліграфічних форм (подарункові та інформаційні листівки; вхідні квитки; карти; іміджеві флаєри та візитки); особливості дизайну корпоративної періодики та книжкових видань (путівники; інформаційні буклети; каталоги;

подарункові книжкові видання; журнали, газети або інформаційні повідомлення в періодичних виданнях); характер та упізнаваність друкованих рекламних носіїв (рекламні плакати, білборди, рекламні щити та вивіски, транзитна реклама).

7. З огляду на постійний розвиток технологій, у роботі підкреслено перспективність та важливість формування системи візуальних комунікацій у цифровому середовищі, визначення дієвих підходів для їх реалізації. На підставі аналізу вебсайтів, додатків, окремих віртуальних турів та мультимедійних презентацій було доведено недостатнє використання можливостей цифрового середовища та запропоновано низку підходів для формування даної системи: у вебдизайні – апеляція до шрифтової та орнаментальної своєрідності, розташування елементів навігації не орієнтоване на європейські стандарти, використання пріоритетних традиційних кольорових моделей; при формуванні віртуальних реконструкцій у просторовій структурі: активне освоєння та адаптація до умов середовища можливостей відеомепінгу, формування сценарію, базованого на традиції; при формуванні мультимедійних презентацій та віртуальних онлайн турів: апеляція до етно-культурної своєрідності, використання упізнаваних національних мотивів та традиційних форм.

8. У роботі сформульовані основні принципи розвитку дизайну візуальних комунікацій в Йорданії: функціонально-ергономічні, естетично-художні та семантичні. До функціонально-ергономічних принципів належать принцип безпеки та мінімального втручання у пам'ятку та принцип доступності до об'єкту культурної та природної спадщини і дублювання інформаційних систем. До естетично-художніх: принцип єдності дизайну візуальних комунікацій («візуальний паттерн країни») та принцип забезпечення основним засадам дизайну візуальних комунікацій. Семіотичний принцип є реалізований через відповідність дизайну візуальних комунікацій об'єкту, який забезпечує ідентифікацію об'єкту культурної та природної спадщини у регіональному та міжнародному контексті.

9. На підставі визначення позитивних та проблемних тенденцій у формуванні дизайну візуальних комунікацій Йорданії окреслено перспективи його розвитку: розробка та прийняття спеціальної програми щодо дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини на державному рівні; приведення до єдиного стилю (візуальний паттерн країни) дизайну візуальних комунікацій усіх об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії; збалансування системи дизайну візуальних комунікацій; розвиток систем мультимедійного дизайну на об'єктах культурної та природної спадщини Йорданії; вдосконалення системи дизайну візуальних комунікацій цифрового середовища (створення спеціальних сайтів для окремих об'єктів, наукових сайтів); формування стратегії та програми комплексного пристосування об'єктів культурної та природної спадщини для потреб осіб із фізичними можливостями; розвиток системи дизайнерської освіти, зокрема уведення у навчальні програми дисциплін, пов'язаних із веб дизайном та мультимедійним дизайном.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### *Законодавча та нормативна література*

1. Загальна декларація про права людини. Режим доступу: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015?lang=uk#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015?lang=uk#Text)
2. Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини, (1972). Режим доступу: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_089#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_089#Text)
3. Конвенція про права людей з інвалідністю. Режим доступу: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_g71#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71#Text)
4. Міжнародна хартія з охорони й реставрації нерухомих пам'яток і визначних місць (Венеціанська хартія) (1964), Режим доступу: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_757](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_757) (доступ 5.06.2015).
5. Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of armed conflict (the «Hague Convention»), with regulations for the Execution of Convention, as well as the Protocol to the Conventions and the Conference resolutions, 14 May 1954 (1985), Conventions and Recommendations of UNESCO concerning the protection of cultural heritage, Paris. Available at: <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>

### *Наукові публікації та література*

6. Абу-Хани, А. (1995), Художественная организация интерьера народного жилища Иордании (национальные традиции): автореф. канд. искусствоведения. 17.00.06. Москва. 20 с.
7. Авраменко, Д. (2013), Середовище як формоутворюючий фактор об'єктів зовнішньої реклами. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв.: збірка наукових праць*. Серія: Мистецтвознавство №2. Харків: ХДАДМ, с.146-149.
8. Аганин, А., Соловьева, З. (2003), *Современная Иордания*. Москва: Институт изучения Израиля и Ближнего Востока, 2003.
9. Агостон, Ж. А. (1982). *Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне*. Москва: Мир.

10. Аль-Найрат, Х. (2005), *Вплив народних традицій на формоутворення предметно-просторового середовища сучасного житла (на прикладі країн Аль-Шама)*: автореф. канд. мист., 05.01.03. Харків, ХДАДМ, 20 с.
11. Аль Равашдех, С. (2017а), Арабське каліграфічне письмо: традиції та практика застосування в сучасному дизайні. *Традиції та новації у дизайні: тези доповідей за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених і студентів, 15 листопада 2017 року*, Луцьк : Луцький національний технічний університет, с.160-162.
12. Аль Равашдех, С. (2017b), Традиційні ремесла Йорданії на тижні дизайну в Аммані. *Всеукраїнська наукова конференція, присвячена 145-річчю кафедри дизайну та основ архітектури НУ «Львівська політехніка», 28 грудня 2017 р.:* збірник матеріалів і тез, Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.118-119
13. Аль Равашдех, С. (2018а). Феномен естетичного у традиційному мистецтві та дизайні Йорданії. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. Львів: ЛНАМ. № 35. с. 159-173.
14. Аль Равашдех, С. (2018b), Чинники формотворення у сучасних логотипах Йорданії. *Культура і сучасність : альманах*. К. НАККиМ, Міленіум, № 2. с.158-163.
15. Аль Равашдех, С. (2018с), Становлення та коротка характеристика сучасного графічного дизайну Йорданії. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка*. Серія: мистецтвознавство, за ред. О.С.Смоляка. Тернопіль, Вид.-во ТНПУ ім. В.Гнатюка, №2 (39). с.303-308).
16. Аль Равашдех, С. (2019а), Взаємодія глобального та національного у візуальній культурі сучасності на прикладі Йорданії. *Всеукраїнська наукова конференція, присвячена пам'яті Ю.Липки*. - 31 травня 2019 р.: збірник матеріалів і тез, Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.98-99
17. Аль Равашдех, С. (2019b), Глобалізаційні тенденції у розвитку візуальних мистецтв Йорданії у ХХ ст. *Міжнародна наукова конференція «Освіта,*



- пам'ять, місто. Присвячується пам'яті архітектора Івана Левинського»: збірник тез і матеріалів конференції, Львів, 27 вересня 2019 рок / відп.за вип.. проф. Б.С.Черкес; за аг.ред. С.М.Лінди. Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.166-169*
18. Альшурман, А. (2019), Архитектурные формы и конструктивные решения зданий ранней исламской архитектуры в Иордании. *Инновации и инвестиции*, № 4, с.360-370.
  19. Арабская письменность или зарождение арабской каллиграфии. Галерея каллиграфии. Режим доступа: <http://www.typeart.ru/arabika/arabskaya-pismennost-ili-zarozhdenie-arabskoj-kalligrafii>
  20. Арабские слова в простых иллюстрациях, раскрывающих их смысл. Режим доступа: <https://zagge.ru/arabskie-slova-v-prostykh-illyustraciyah-raskryvayushhix-ix-smysl/>
  21. Арнхейм, Р. (1974). *Искусство и визуальное восприятие*. Москва: Прогресс.
  22. Аронов, В. Р. (1992). *Теоретические концепции зарубежного дизайна*. Москва: ВНИИТЭ.
  23. Афонін, В. А., Бердник, А. П. (2007), Дизайн-проекування як засіб формування предметно-просторового середовища, *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, № 5, с. 127–132.
  24. Ахмадуллин, М.(2014), Типографика унгвана. *Проблемы истории, филологии, культуры*. №.2. С.355-359.
  25. Базилевский, А. (2010), *Дизайн. Технология. Форма*. Москва: Архитектура 248 с.
  26. Балаш, А. (2019), Современная художественная выставка как междисциплинарный проект, *Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры*, № 2, с. 38-44.
  27. Бевз, М. В. (2003), Збереження та регенерація історичних центрів міст у західній і центрально-східній Європі, *Вісник Інституту «Укрзахідпроектреставрація»*, № 13, с. 13–32.

28. Бевз, М. В. (2004), *Методологічні особливості збереження та регенерації заповідних архітектурних комплексів історичних міст: автореферат дис. д-ра архіт.*, Харківський державний технічний університет будівництва та архітектури, 32 с.
29. Безсонова, Л. (2011), *Морфологія логотипа в системі ідентифікаційної графіки. Вісник ХДАДМ*, Харків. №3. с.4 – 7.
30. Бейдик, О. (2006), *Йорданія, Йорданське Хашимітське Королівство. Енциклопедія Сучасної України: електронна версія [веб-сайт]*. Гол. редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський, М.Г. Железняк та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. Режим доступу: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=12992](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12992)
31. Берд, Дж. (2012), *Веб-дизайн. Руководство разработчика*, Санкт-Петербург: Питер, 526 с.
32. Бець, С. (2019), *Вплив глобалізаційних процесів на культурну ідентифікацію та розвиток дизайну на теренах України, Сучасні проблеми архітектури та містобудування : наук.-техн. зб.*, Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. відп. ред. В. В. Товбич, Київ : КНУБА, Вип. 55, с.. 144-153.
33. Бек, У. (2001), *Что такое глобализация? Ошибки глобализма - ответы на глобализацию*. М.: Прогресс-Традиция, 304 с.
34. Беломоева, О. (2009). *Этнокультурная традиция в контексте современной художественной практики. Финно-угорский мир*. №3. с.58-63
35. Бибилова, О. (2005), *Калам острее сабли. Восточная коллекция*. №1 (20). с. 66-83.
36. Бодрийяр Ж. (1999), *Система вещей*. пер. Зенкина С. Москва : Рудомино, 220 с.
37. Бойчук, О. (2009). *Промисловий дизайн в Україні: оптимістичне минуле, невизначене майбутнє, Мистецтвознавство України*. Вип. 10. с.215-222
38. Бойчук, А. В. (2013). *Пространство дизайна*. Харьков: Новое слово, 367 с.

39. Болатаев В. *Каллиграммы и каллиграффити: как религиозные запреты изменили современное искусство.* Режим доступа: [http://faceslaces.com/articles/kalligrammy\\_i\\_kalligraffiti-1513/](http://faceslaces.com/articles/kalligrammy_i_kalligraffiti-1513/)
40. Бородаев, Д. (2005), Особенности формирования «этнической» стилевой модели веб-дизайна в условиях глобализации. *Вісник Харківської Державної академії дизайну і мистецтв*, № 1, с.79-85.
41. Бородаев, Д. (2006а), Веб-сайт как объект графического дизайна: Монография. Харьков. Септима ЛТД, 588 с.
42. Бородаев, Д. (2006b), Место веб-сайта в системе корпоративной идентификации. *Вісник ХДАДМ*. №10. с.13-19.
43. Боумен, У. (1971), *Графическое представление информации.* Москва: Мир, 227 с.
44. Брижаченко, Н. С. (2013), Класифікація музейно-експозиційних просторів, організованих за допомогою використання інтерактивних технологій, *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, №5. с. 62–67.
45. Брижаченко, Н. (2015), Мультимедійний принцип формування інтерактивного предметно-просторового середовища. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*, № 4, с. 7-12.
46. Брижаченко, Н. С. (2016), Інтерактивність як чинник формування дизайну сучасного громадського інтер'єру: автореф. дис... канд. мист., Харківська державна академія дизайну та мистецтв, 23 с.
47. Буденкова, В., Савельева, Е., (2013), Коммуникативный потенциал локальных культур в условиях глобализации: к постановке проблемы. *Вестник томского государственного университета. Культурология и искусствоведение.* № 1(9), с.38-43. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnyu-potentsial-lokalnyh-kultur-v-usloviyah-globalizatsii-k-postanovke-problemy>
48. Буденкова В., (2016), Коммуникативный потенциал региональных культур: опыт анализа и развития. *Вестник Томского Гос. Ун-та.* № 346. с. 40-45.

Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnyu-potentsial-lokalnyh-kultur-v-usloviyah-globalizatsii-k-postanovke-problemy>

49. Васеф Радван, А. (1999), Розвиток формоутворення арабо-ісламського інтер'єра (на прикладі архітектури Йорданії): автореф. дис. канд. архіт.: 18.00.01, ХНУБА, Харків, 20 с.
50. Веймарн, Б. (1974). *Искусство арабских стран и Ирана VII XVII веков.* Москва.
51. Веймарн, Б., Каптерева, Т. и Подольский, А. (1960), *Искусство арабских народов, (средневековый период).* Москва : Искусство, 1960, 198 с.
52. Вергунов, С. В. (2006а). К вопросу о дизайне и проблемах визуализации. Инструментальный аспект. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв.* № 4. Харків: ХДАДМ, с.10-15.
53. Вергунов, С. В. (2006с). К вопросу о классификации видов компьютерной графики. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: збірка наук. Праць.* № 2. Харків: ХДАДМ, с. 3-13.
54. Вергунов, С.В. (2006b). К вопросу о дизайне и проблемах визуализации. Понятийный аспект. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: збірка наук. праць* № 1. Харків: ХДАДМ, с.36-42.
55. Вітченко, Д. М. (2009а), Сучасні методи показу нерухомих пам'яток археології в аспекті охорони та використання, *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, №13, с. 14–21.
56. Виноградова, А. С. (2011), Элементы интерактивного дизайна в формировании предметно-пространственной среды выставочных экспозиций, *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, № 10, с. 9–12.
57. Вовкодав, С. М. (2005), Цифрове моделювання місцевості в археологічних дослідженнях, *Збірник наукових статей*, Вип. 21., Переяслав-Хмельницький, с. 21–30.

58. Водоп'янова, О. (2003). Символічно–знакова функція реклами в системі візуальної комунікації. *Вісник Дніпропетровського університету* №. 9, с. 19-23.
59. Воронкова, В. (2008), Глобалізація як процес універсалізації стосунків між державою та ринком. Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_35\\_2.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_35_2.pdf)
60. Воянська, В. В. (2004). Трансляція смислів у процесі рекламного впливу. *Практична психологія та соціальна робота* № 5, с. 42-44.
61. Галеркина, О. (1963), «Искусство стран арабского Востока». *История искусства зарубежных стран*. Том 2. М.: ИАХ СССР, с.78-92.
62. Галкина, Т. В. (2004), Музееведение: основы создания экспозиции, Томск, Издательство Томского государственного педагогического университета.
63. Генисаретский, О. (1990), *Методологические и гуманитарно-художественные проблемы дизайна* (Автореф. дис. на соискание ученой степени доктора искусств.: 17.00.06 / Гос. ком. СССР по науке и тех). Москва, 36 с.
64. Генисаретский О. И., Черневич Е. В. (2004), *Визуалистика: об исследовании и проектировании систем визуальной коммуникации. Теоретические и методологические исследования в дизайне*. Сост. О. И. Генисаретский, Е. М. Бизунова. Москва: Изд-во Шк. культ. полит., с. 341-347.
65. Гладун, О. (2007), Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України. *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії: Зб. наук. пр.* Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України, Вип. 7, с. 45-49.
66. Гладун, О. (2009), До проблеми візуальної мови графічного дизайну України, *Вісник ХДАДМ*, № 5. С. 42-46.
67. Гладун, О. (2012а), Візуальна мова графічного дизайну як комунікативна знакова система, *Вісник ХДАДМ*, №15, с. 11-14. Електронний ресурс. URL:<https://www.visnik.org/pdf/v2012-15-03-gladun.pdf>

68. Гладун, О. (2012b), Візуалізація інформації: інфографіка, *Вісник ХДАДМ*, № 4. – С. 11-14.
69. Глазычев, В. (1970), *О дизайне: очерки по теории и практике дизайна на западе*, Москва : Искусство, 191 с.
70. Глазычев, В. Л. (1981). Образ системности в дизайне. *Техническая эстетика* №5, с.17-19.
71. Глинтерник, Э. М. (2002). Графический дизайн как художественно–коммуникативная система и средство рекламы. Монография. СПб.: Петербургский институт печати, 136 с.
72. Глинтерник, Э. М., Шатилов, Д. А., (2015), Композиционные подходы в организации экспозиционных раскрытий памятников архитектуры, *Архитектон: известия вузов*, № 49, available at: [http://archvuz.ru/2015\\_1/18](http://archvuz.ru/2015_1/18)
73. Гнатюк, Л., Кочка, А. (2018), Вимоги до візуальних комунікацій у дизайні освітнього середовища, *Сучасні проблеми архітектури і містобудування*, Вип. 50, с. 33-42
74. Гнедовский, М. (1986), Музейная коммуникация и музейный сценарий, *Музей и современность* : сб. науч. тр. НИИ культуры. Москва, с. 14-27.
75. Гончаров, А. (2007), *Web-дизайн: HTML, JavaScript и CSS. Карманный справочник*, Москва: "КУДИЦ-ПРЕСС", 320 с.
76. Гринько, И., и Шевцова А. (2020), Антропология манекена: ловушки и перспективы в музейной экспозиции, *Человек и культура*, № 4, с. 54-60.
77. Даниленко, В. (2005), *Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури*: Монографія. Х.: ХДАДМ, Колорит, 243 с.
78. *Дизайн. Иллюстрированный словарь справочник* (2004), Под ред. Г. Минервина и В. Т. Шимко, Москва : Архитектура-С, 288 с.
79. Джаварне С. (1997) *Иордания: опыт общественно-политического развития*, Институт востоковедения РАН. № 1.с.21-31.
80. Дмитриева, Л. и Балюта, П. 2015. Омский научный вестник, №1. С.69-71  
Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-dizayna-v-sovremennom-kulturnom-prostranstve>

81. Дорогова, Л. Н. (1970). Декоративно прикладное искусство. Москва: Знание, 188с.
82. Эйри, Д. (2011), Логотип и фирменный стиль. Санкт-Петербург. 208 с.
83. Эко, У. (2005), *Роль читателя. Исследования по семиотике текстов*, пер. с итал. Г.Д. Серебряный, Санкт-Петербург: Симпозиум.
84. Эко, У. (2006), *Отсутствующая структура. Введение в семиологию* / Пер. с итал. В.Г. Резник и А.Г. Погоняйло, Стербург: Симпозиум, 544 с.
85. Эль-Асад, А. (2001), Модернизация и социокультурное развитие Иордании в 30-90 годы XX века : дис.....канд. ист. наук: 07.00.03 Москва.
86. Эльконин, Б.Д. (1984), Знак, как предметное действие. Дизайн знаковых систем. Тр. ВНИИТЭ. Эргономика. Вып. 27. Психолого-семиотические проблемы. М.: ВНИИТЭ, с. 23-31
87. Єжижанська, Т. (2012), Візуальна комунікація. Репозитарій НУ «ЛП». Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/14464/1/9\\_30-31\\_maket-ena-ntb%28099%29.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/14464/1/9_30-31_maket-ena-ntb%28099%29.pdf)
88. Елочкин, М. (2010), Подготовка специалиста-дизайнера среднего звена в условиях организации инновационной образовательной среды. дисс.... канд. пед. наук 13.00.08. Москва. Режим доступа: [https://docplayer.ru/51355163-Federalnyy-institut-razvitiya-obrazovaniya-ministerstva-obrazovaniya-i-nauki-rossiyskoj-federacii-elochkin-mihail-evgenevich.html#show\\_full\\_text](https://docplayer.ru/51355163-Federalnyy-institut-razvitiya-obrazovaniya-ministerstva-obrazovaniya-i-nauki-rossiyskoj-federacii-elochkin-mihail-evgenevich.html#show_full_text).
89. Ерощенко, Н. Е. (2005). Наружная реклама как элемент коммуникативной среды мегаполиса. (Дис. на соискание научной степени канд. социол. наук: 22.00.04.). Москва: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 134 с.
90. Жернокльова, Л. (2011), Логотип як засіб візуально-образної ідентифікації закладів мистецтва, *Вісник ХДАДМ*, №. 1, с.48-49.
91. Жиркова, Н. (2013). Новые подходы в развитии дизайна. Вестник ТГУ. №18. с.1057-1059. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-podhody-v-razvitii-dizayna>).

92. Зайцев, И. (2016) *К истории собрания арабских, персидских и турецких рукописей Института мировой литературы*. *Studia Litterarum*. №2. с.201-220.
93. Заремба, С. (2002), *Нариси в історії українського пам'яткознавства*, Київ, ТОВ «Видавництво Аратта».
94. Иконников, А. В. (1985). *Искусство, среда, время: Эстетическая организация городской среды*. Москва: Советский художник. 336 с.
95. Именнова, Л. С. (2010b) Экспозиция как семиотическая система, *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*, № 5, с. 134–140.
96. Именнова, Л. С. (2011a), *Музей в системе культурного туризма, Этносоциум и межнациональная культура*, № 2, с. 46–53.
97. Иордания – Поступления от международного туризма (2019). Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas>
98. Казарін, А. (2002), *Дизайн как социокультурный феномен. дис... канд. мистецтвознавства*. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/dizayn-kak-sotsiokulturnyy-fenomen#ixzz5efMrJkDn>.
99. Кайтука Акби, М. (1993), *Орнамент в народном искусстве Иордании: автореф. канд. искусствоведения, 17.00.06*. Москва, 20 с.
100. Каламбет, С.В., Иванов, С.І., Півняк, Ю.В. (2015), *Методологія наукових досліджень: Навч. посіб. Днірпопетровськ: Маковецький*, 191 с.
101. Кальницкая, Е. (2018), *Театральная режиссура как метод дизайнерского проектирования музейного пространства. Вестник Санкт-Петербургского университета искусствоведения*, Т. 8, Вып. 3, с. 20-25
102. Кауч, М. (1998), *Творческая каллиграфия. Искусство красивого письма*, Минск: Белфакс. 127 с.
103. Кепін, Д. В. (1999), *Зарубіжний досвід популяризації пам'яток 226 археології та його використання для потреб туризму в Україні, Туристично-краєзнавчі дослідження*, Вип. 2, Київ, ЧП Кармаліта, с. 540–549.



104. Кепін, Д. В. (2005), *Музеефікація об'єктів археологічної спадщини в Європі: на прикладі пам'яток первісної культури*, Київ, Центр пам'яткознавства.
105. Кликс, Р. Р. (1978), *Художественное проектирование экспозиций*, Москва, Высшая школа.
106. Кокоріна, Є. А. (2006), *Інформатизація музеїв, Довідник керівника установ культури*, № 5, с. 60–63.
107. Косів, В. (2003), *Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст.: дис.... канд. мистецтвознавства: 05.01. 03*, Харків, ХДАДМ, 20 с.
108. Костенко, А. Я. (1984), *Средства информации в архитектуре*. Киев: Будівельник, 111 с.
109. Кузнецова, І. та Буравська, А. (2013), *Формоутворення логотипів на основі комбінаторики*. Режим доступу: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/11970>
110. Куприна, Ю. (2014), *Дизайн логотипа и его особенности. Социально-экономические явления и процессы*. №.5. с.201-205
111. Кустовська, О. (2005) *Методологія системного підходу та наукових досліджень: Курс лекцій*, Тернопіль: Економічна думка. Вип.1. с.33-40.
112. Лаврентьева, Е. А. (2008). *Текст и контекст в графическом дизайне: актуальные проблемы и тенденции визуализации текста*. (Дисс. на соискание научной степени канд. искусств.). М.: МГХПУ им. Строганова.
113. Легенький, Ю. Г. (2000). *Дизайн: культурологія та естетика*. К.: КДУТД, 272 с.
114. Лесик, А. В. (1976), *Размещение учреждений туризма в памятниках архитектуры, Строительство и архитектура*, № 7, с. 32–35.
115. Лесняк, В. (2009), *Графический дизайн (основы профессии)* Киев : Биос Дизайн Букс, 416 с.
116. Лебедев, А. В. (2006а), *Віртуальні експонати: сучасні засоби відображення інформації в музейній експозиції, Довідник керівника установи культури*, № 7, с. 52–54.

117. Лебедев, А. В. (2006b), Информационные технологии и современная музейная экспозиция, *Справочник руководителя учреждения культуры*, № 5, с. 78–87.
118. Лозко, Г. (2001), *Етнологія України: Філософсько-теоретичний та етнорелігієзнавчий аспект*. Навчальний посібник, Київ: АртЕК, 304 с.
119. Лотман, Ю. (1992), Семиотика культуры и понятие текста. *Избранные статьи*, Таллин, с. 129-132.
120. Маклюэн, Г. (2003) *Понимание Медиа: Внешние расширения человека* Москва: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле».
121. Маньковская, Н.(2000), *Эстетика постмодернизма*. СПб.: Алетейя, 347 с.
122. Маньковська, Р. (2010), Музей у сучасному соціопросторі: 229 історико-культурологічний аспект, *Полікультуротворча діяльність 2010*, Київ, с. 115–120.
123. Мигаль, С. (2010), *Дизайн в іменах. львівська школа: науково-популярне видання*. Львів: Папуга, 156 с.
124. Мигаль, С. П. (2011). Дизайн просторово-предметного середовища в контексті нових технологій і вимог сталого розвитку. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура*. Вип. № 5, С. 64-67.
125. Мигаль, С. П. (2012). Дизайн середовища: проблеми та перспективи. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Вип. № 728: Архітектура, С. 197-202.
126. Мохамад, А.Ф. (2013), Особлива роль Йорданського Хашимітського Королівства на Близькому Сході. *Нова парадигма*. Вип.117. с. 98-106.
127. Мухин, В. (1981), Средства массовой визуальной информации в архитектуре города (Автореферат дис. на соискание научной степени канд. архитектуры (16.00.01).
128. Назарчук, А. (2009). *Теория коммуникации в современной философии*. М.: Прогресс-Традиция, 320 с.
129. Нильсен, Я. (2003), *Веб-дизайн*. Санкт-Петербург: Символ-Плюс, 512 с.

130. Нильсен, Я., и Перниче, К. (2010), *Веб-дизайн: анализ удобства использования веб-сайтов по движению глаз*, Москва : «Вильямс», 480 с.
131. Нильсен, Я., и Хоа, Л. (2007), *Web-дизайн: удобство использования Web-сайтов = Prioritizing Web Usability*. Москва : «Вильямс», 368 с.
132. Овруцкий, О. (2014). Разработка логотипа на основе технологии пространственно-временной семантики, *Лингвистика и межкультурная коммуникация*, Вып.14, с.30-45.
133. Овсійчук, В. (1996), *Українське малярство Х–ХVIII століть. Проблеми кольору*. Львів: Інститут народознавства НАН України, 479 с.
134. Овчарек, В. Є., Омельченко, Г. В. (2015), *Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування*, *Вісник КНУТД*, серія «Технічні науки», № 2(84), с. 157–162.
135. Овчинникова, Р. (2009), *Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие*. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 239 с.
136. Оленіна, О. Ю. (1999), *Реклама як явище художньої культури* (Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.. мистецтвознавства: спец. 17.00.01 – «Теорія та історія культури»). К., 20 с.
137. Опалев, М. (2012), *Моушн-дизайн: наука и вдохновение*, Universitates. Наука и просвещение. № 4 (51), с. 69–75.
138. Паллота, В., Сичкарь, Т. (2019), *Семиотический аспект в дизайне логотипов и товарных знаков*. *Научный журнал «Костюмология»*, №3, Том 4, с.73-93.
139. Пиотровский, М. (2001), *О мусульманском искусстве*, Санкт-Петербург: Славия, 144 с.
140. Полеухин, А. (2009) Развитие коммуникативного дизайна. Режим доступа: <http://gonzo-design.ru/education/articles/development/> Почепцов, Г. (2001), *Теория коммуникации*. Москва: Рефл-бук, Киев: Ваклер.
141. Почепцов, Г. (2002), *Семиотика*, Москва: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 432 с.
142. Прайс, А (1998), *Глобальное и местное. Всемирный доклад по культуре, 1998 год: культура, творчество и рынок*. Москва. 680 с.

143. Прибега, Л. В. (2010), З історії охорони та реставрації пам'яток архітектури Києва, Вісник Української академії мистецтва, Вип. 17, с. 143–153.
144. Прищенко С., Прищенко М. (2015) Семантика кольору у рекламному дизайні: культурологічні та комунікативні аспекти, *Парадигма пізнання: Гуманітарні питання*, № 4 (7) Режим доступу: <http://oaji.net/articles/2015/1739-1440055447.pdf>
145. Рач, В.А. (2000), Візуалізація інформації: психологічний та організаційний аспекти. Луганськ, 160 с.
146. Рижова, І. С. (2012), Сутність і зміст дизайну, Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, зб.наук.пр., Запоріжжя, ЗДІА, №51, с. 208–218.
147. Роббинс, Д. (2008), *Web-дизайн*. Справочник, Москва: "КУДИЦ-ПРЕСС", 816 с.
148. Розенсон, И. (2006), Основы теории дизайна. СПб.: Питер, 224 с.
149. Сбитнева, Н. Ф. (2015). Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. № 4. Харків, с. 60-66.
150. Северин, В. (2012), Графічний дизайн у виставковій діяльності, *Вісник ХДАДМ*, № 4, с.32-35.
151. Северин, В. (2017), Новітні технології в дизайні музейних експозицій, *Гуманітарний часопис*, № 1. с.51-64.
152. Сеидова, Г. (2013), *Ислам и глобализация: за и против*. Век глобализации. №1. с. 67-78 . Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/islam-i-globalizatsiya-za-i-protiv>
153. Сертакова, И. (2009), Противоречия глобализации в этнокультурном контексте. *Аналитика культурологи*. 4. с.33-39
154. Словник іншомовних слів. Режим доступу: <https://www.jnsm.com.ua/sis/index.shtml>
155. Смирний, Д. (2009а), Об'ємно-просторова структура сучасних музеїв малих розмірів, Українська академія мистецтв, Вип. 16, с. 332–343.

156. Смирний, Д. (2009b), Дизайн музейної експозиції, Мистецтвознавство України, № 10, с. 186–193.
157. Снеговая, О. Долгановская, Н. и Катичева, М., (2015), Аспекты культурной динамики в теориях глобализации. *Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки* № 4. с.9-13. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aspekty-kulturnoy-dinamiki-v-teoriyah-globalizatsii>
158. Стародуб, Т. (2010), *Исламский мир: Художественная культура VII-XVII вв.: архитектура, изображение, орнамент, каллиграфия*, Москва: Восточная литература, 256 с.
159. Сусарова, К. и Шитова, Н. (2016), Реализация новой музейной парадигмы средствами графического дизайна. *Человек в мире культуры*. №2, с. 17-22.
160. Туемлоу, Е. (2012), *Графический дизайн: фирменный стиль*, Москва: Астрель, 253 с.
161. Тустань. 3D реконструкція. Режим доступа: [https://old.tustan.ua/tustan\\_3d/](https://old.tustan.ua/tustan_3d/)
162. Унгер, Р. и Чендлер, К.(2010), *UX дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия*. Москва: Символ плюс. 436 с.
163. Устин, В. Б. (2007), *Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие*, Москва, АСТ «Астрель».
164. Хан-Магомедов, С.О. (1981). К проблеме эстетической оценки предметнопространственной среды. Тр. ВНИИТЭ. Вып. 30. М., с. 105-119.
165. Хан-Магомедов, С.О. (1985). О месте и роли дизайна в системе художественной культуры. *Техническая эстетика*, № 7. с. 1-4.
166. Хусни Абу К. (1998), Основные тенденции развития изобразительного и декоративно-прикладного искусства Иордании 1980-1990-х гг.: автореф. канд. искусствоведения, 17.00.06, Москва, 20 с.
167. Черкес, Б. (2008), *Національна ідентичність в архітектурі міста: монографія*, Львів: Нац. ун-т "Львів. політехніка", 268 с.

168. Черневич, Е. В. (1975). *Язык графического дизайна*. Всесоюз. науч. исслед. ин-т техн. эстетики. М., 137 с.
169. Чижиков, В. В. (2006). *Культура и дизайн*. Монография. М.: МГУКИ, 361 с
170. Чистякова С. (2010), Вызовы глобализации: проблемы этноконфессиональной идентичности в современном мире Наследие в эпоху социокультурных трансформаций: материалы международной конференции. Москва : академический проект; с. 128-131. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/islam-i-globalizatsiya-za-i-protiv>
171. Чуприна, Н. В. (2011), *Методологія сучасних наукових досліджень з дизайну*, Київ, КНУТД..
172. Шарков, Ф.И. (2003). *Основы теории коммуникации*. М.: «Перспектива», 248 с.
173. Шарков, Ф. (2005), *Теория коммуникации*, Москва : РИП-Холдинг, 300 с.
174. Шведова, К. и Левин, Т. (2016), Глобализация культуры и динамика этнического направления в дизайне, *Молодые ученые*, № 1, с.30-40.
175. Шкаратан, О. (1986), *Этносоциальные проблемы города*. Москва : Наука, 288 с.
176. Шолох Я. (2005), Йорданія, *Енциклопедія історії України*, Т. 3:, Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Київ: Наукова думка, 672 с.
177. Юрченко, І. А. (2014) Особливості інтерпретації етнокультурних традицій у сучасних галузях дизайну, *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 20 (2), с. 128–132.
178. Яковець, І. (2010), Використання засобів медіа-мистецтва та інформаційних технологій в діяльності сучасного музею, *Музейний альманах. Наукові матеріали: статті, есе*, Черкаський обласний художній музей, Черкаси: Ю. А. Чабаненко, № 1, с. 34-38.
179. Яковець, І. (2012а), Музейна експозиція як специфічна інформаційно-художня структура, *Вісник ХДАДМ: Зб. наук. пр.*, № 8, с. 46-50.

180. Яковець, І. О. (2012b), Експозиційне обладнання музеїв та виставок: характеристика основних типів, *Дизайн, дизайн-освіта*, № 15, с. 46–51.
181. Яковець І. (2017), Музей як амбівалентний мистецький патерн. *Вісник ХДАДМ: 2. с. 157-163.*
182. Яковець І. (2019), Концепт «мистецький патерн художнього музею»: *Вісник НАКККіМ*, 4, с.97-101
183. Шеменьова, Ю. (2019). Мурал-арт Йорданії в контексті сучасного арабського мистецтва, *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції Київського національного університету культури і мистецтв «Дизайн-освіта як галузь креативних індустрій» (18-19 квітня 2019 р.)*, Київ, с.157-165.
184. Шляхтина, Л. М. (2005), Основы музейного дела: теория и практика, Москва, Высшая школа.
185. Al Rawashdeh, S. (2019), Globalization as a Form of Cultural Interaction in Contemporary Design Development. *Paradigm of Knowledge*. Sultanate of Oman. Muskat.№ 4(36), p.102-112
186. Ababneh, A., Darabseh, F.-M., Aloudat, A. S.(2016) *The management of natural and cultural heritage: a comparative study from Jordan*, *The Historic Environment: Policy & Practice*, 7:1, 3-24.
187. Abdel-Aziz, M. (1997), The anthropological fieldwork survey in the Northern Badia of Jordan, Al al-Bayt University pamphlet, p.27.
188. Abu-Awad E. (2008), The State Of Graphic Design In Jordan, Available at: <http://ezinearticles.com/?The-State-Of-Graphic-Design-In-Jordan&id=891807>.
189. Acropolis museum. Available at: <https://www.theacropolismuseum.gr/en>
190. Ajlun. Available at: (<http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Ajlun.aspx>; <https://www.touristjordan.com/ajloun-castle/>).
191. Al-Faruqi I. (1986), *The Cultural Atlas of Islam*, New York, 360 p.
192. Alhalasa, G. (2017) *Graphic Design at Yarmouk University in Jordan: The Relationship Between the Curriculum, Marketplace Requirements, and Graduates' Perceptions*, A Dissertation Presented to The College of Graduate

- and Professional Studies Department of Teaching and Learning Indiana State University Terre Haute, Indiana, Available at: [https://www.researchgate.net/publication/337185594\\_Graphic\\_Design\\_at\\_Yarmouk\\_University\\_in\\_Jordan\\_The\\_Relationship\\_Between\\_the\\_Curriculum\\_Marketplace\\_Requirements\\_and\\_Graduates'\\_Perceptions](https://www.researchgate.net/publication/337185594_Graphic_Design_at_Yarmouk_University_in_Jordan_The_Relationship_Between_the_Curriculum_Marketplace_Requirements_and_Graduates'_Perceptions)
193. Alkholy, I. Aly (2007), Teaching Graphic Design in Jordan: Theory and Practice. Proceedings Designtrain Congress Trailer. Amsterdam, The Netherland Available at: [http://www.academia.edu/12706011/Teaching\\_Graphic\\_Design\\_in\\_Jordan\\_Theory\\_and\\_Practice](http://www.academia.edu/12706011/Teaching_Graphic_Design_in_Jordan_Theory_and_Practice)
  194. Al Qur'an, H. A. D. (2012) *Comparative study of graphic design education in Jordanian universities: towards best practice*, A thesis is submitted in partial fulfilment of the requirements for the award of the degree of Doctor of Philosophy from University of Wollongong Available at: [https://www.researchgate.net/publication/285577641\\_Comparative\\_study\\_of\\_graphic\\_design\\_education\\_in\\_Jordanian\\_universities\\_towards\\_best\\_practice/link/568a5c7908ae1e63f1fbbfbd/download](https://www.researchgate.net/publication/285577641_Comparative_study_of_graphic_design_education_in_Jordanian_universities_towards_best_practice/link/568a5c7908ae1e63f1fbbfbd/download)
  195. Al Aabidi, Mahmood, Amman: Past and Present, Al Kindi Publication Amman, 2002, pp. 103-105.
  196. Al-Faruqi I. The Cultural Atlas of Islam, New York, 1986.
  197. Al-hesan, A. (1999), Mafraq Governorate and its environs journey through the ages, AL-arz printing, Amman, p. 432.
  198. Alkhalaf, M. (1987), Desertification in Mafraq Governorate, Master Thesis, University of Jordan, pp. 20, 21.
  199. An Nahas, S. S. (1987), History of Modern Madaba, 1st. Edition, Ad Dar Al Arabiya Printing Press, Amman, Jordan, p. 8.
  200. Al Sarhan, S. (2001), Encyclopedia of Mafraq Governorate, Printing al bhjah, Amman, p. 440.
  201. Archaeological site of carthage – Tunisia. Available at: <https://www.africanworldheritagesites.org/cultural-places/frontiers-of-the-roman-empire/carthage.html>



202. Art Destination Jordan. Available at: <https://universes.art/en/>
203. Al Uzaizi, R.B.Zaed (1985), *Madaba in History*, University of Jordan, Amman, Jordan, p.154.
204. Art Destination Jordan. Available at: <https://universes.art/en/art-destinations/jordan/mount-nebo>.
205. Awad, E.T.A.(2012), *Identification of competencies for sign designers in Jordan*. Unpublished Thesis. Coventry: Coventry University.
206. Barnard M. (1998), *Art, Design and Visual Culture*. N. Y.: Palgrave Macmillan, 214 p.
207. Barham, N. and Ghoneim, O. (1997), *Intercountry Jordan*, ch 2, University of Jordan, Department of Geography, p. 791.
208. Benkowski, P. (1996), *Treasures from Ancient Land, The Art of Jordan*, Alam Sutton Publishing, Amman.
209. Bevz, M. (2020). *Between tradition and innovation: the search for modern architectural forms and structures in the design of wooden churches. Lecture Notes in Civil Engineering*, 100, pp.34-41.
210. *Book Design at the Hangar Exhibition (2017)*. Available at: <http://www.ammandesignweek.com/media/news/book-design-at-the-hangar-xhibition-2017>
211. Bourbon F. (2021), *Petra Revealed: History, Civilization and Monuments of the City carved into the Rock* Paperback .
212. Brown, T. (2009), *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*, Princeton University Press, 272 c.
213. Burckhardt, T. (1976), *Art of Islam*, London.
214. Cezzar J. (2017), *What is graphic design? The AIGA Guide to Careers in Graphic & Communication Design*. NY : Blumsburry.
215. Cherkes, B., Fedak, A. and Shtendera, A. (2019), *The current features of the central public space functioning in the historical city, A UNESCO world heritage site. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. 4th World multidisciplinary civil engineering, architecture, urban planning*

- symposium WMCAUS 2019, Prague, Czech Republic, 17–21 June 2019*, [online] 603 (3). Available at: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/603/3/032006/pdf>
216. Dance F., Larson C. (1976), *The Functions of Human Communication: A Theoretical Approach*. N. Y. Holt, Rinehart & Winston, 206 p
217. Darley A. (2000), *Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres*. N. Y.: Routledge, 225 p.
218. DesertCastles. Visit Jordan. Available at: <http://international.visitjordan.com/Wheretogo/DesertCastles.aspx>).
219. Design Institute Amman. Available at: <http://diamman.com/myportfolio/graphic-design-io/>
220. Diehl J.C.and Christiaans, H.H.C.M.(2006), globalization and cross cultural product design. International design conference. Design. Dubrovnik - Croatia, May 15 – 18.
221. Elmansy, R., (2014), Arabic Calligraphy – Taking A Closer Look. Smashing magazine. Available at: <https://www.smashingmagazine.com/2014/03/taking-a-closer-look-at-arabic-calligraphy/>
222. Ephesus. Available at: <https://whc.unesco.org/en/list/1018/>
223. Frontiers of the roman empire. Available at: <https://www.africanworldheritagesites.org/cultural-places/frontiers-of-the-roman-empire.html>
224. Galodi, O. (1994), *Ajloun governorate 1864-1918 AD*, Publications of Al-sham country Committee, Amman.
225. Ghawanmeh, Y. (1986), *The City of Irbid in the Islamic Era, Jordanian. Islamic Mosques at Ajloun*, Jordanian Studies Center Publications, Yarmouk Univ. Irbid, p. 313.
226. Grabar, O. (1985), *Introduction in Treasures of Islam*, London.
227. Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı. Available at: <https://www.ktb.gov.tr/>
228. Grossman, D. (2017). *Globalisation and Design: Midterm Reflections*.

- Available at: <https://www.ico-d.org/2017/01/10/globalisation-and-design-mid-term-reflections.php>
229. Harding, Lankester G; 1965; *The Antiquities of Jordan*, Lutterworth Press, London, England, P. 22.
230. Hirst, K. 2010. *The Impact of Globalization on Design, and Design's Impact on Globalization (in a nutshell)* Available at: [https://www.beautypackaging.com/contents/view\\_experts-opinion/2010-05-11/the-impact-of-globalization-on-design-and-des](https://www.beautypackaging.com/contents/view_experts-opinion/2010-05-11/the-impact-of-globalization-on-design-and-des).
231. Ifi about. Available at: <https://ifiworld.org/about/>
232. Jerash/ Available at: <http://www.art-and-archaeology.com/jordan/jerash/jerash.html>
233. JORDAN Cultural Heritage, Tourism, and Urban Development Project. Available at: [https://ieg.worldbankgroup.org/sites/default/files/Data/reports/ppar\\_jordanculturalheritage.pdf](https://ieg.worldbankgroup.org/sites/default/files/Data/reports/ppar_jordanculturalheritage.pdf)
234. Jordan's 25-year master plan shows early promise with improved tourism revenues of \$3.47 billion in 2012. Available at: <http://www.arabiantravelmarket.com/en/Media-PR/ATM-Press-Releases/Jordans-25-year-master-plan-shows-early-promise-with-improved-tourism-revenues-of-347-billion-in-2012/>, 10.05.2020.
235. Jordan Pass. Available at: <https://www.jordanpass.jo/>
236. Jordan's tourism sees 'good year'; expectations higher for 2019, *The Jordan Times* (2019), Jan. 03. 2019. Available at: <http://www.jordantimes.com/news/local/jordans-tourism-sees-%E2%80%98good-year%E2%80%99-expectations-higher-2019>
237. Jordan trail. Available at: <https://jordantrail.org/>
238. JORDAN Cultural Heritage, Tourism, and Urban Development Project. Available at: <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/735971468037752737/jordan-cultural-heritage-tourism-and-urban-development-project>

239. Kahale, O. (1991), Ancient and modern Arab tribes dictionary, the message Establishment, Beirut, ch 2, p. 509.
240. Kerak. Available at: <http://international.visitjordan.com/Wheretogo/Kerak.aspx>
241. Khan, G., (2009), Arabic Script: Styles, Variants and Calligraphic Adaptations. L.A.
242. Laser scanning Petra. Available at: [https://zamaniproject.org/transfer/Laser\\_scanning\\_Petra.pdf](https://zamaniproject.org/transfer/Laser_scanning_Petra.pdf)
243. Linda, S., Al Rawashdeh, S. (2021), Means of visual communications in the exhibitions of architectural heritage objects. *Paradigm of Knowledge*. Frankfurt. TK Meganom LLC. № 3(47), p.16-23.
244. Linda, S., Pekarchuk, O., Milchevych, S., Krushelnytsky, R. and Kolomyeytsev A., (2020). Urban transformations and buildings typology changes in areas of military conflict. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, [online] 960. Available at: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/960/3/032069/pdf>
245. Machowski, W. (2015), Petra: An Archaeological Guide Paperback – April 22.
246. Madaba. Available at: <https://acorjordan.org/madaba/>
247. Mahadin, K. (1993), The preservation of Jordan Cultural Heritage, Symposium on the Conservation of Architectural Heritage in Jordan and the Arab World 20-25 November, , p. 14.
248. Mahmoud, M. and Hisham, A.A. (1963), Alhoranih Encyclopedia, Ch 1, villages and lineages Horan, City printing - Damascus, p. 67.
249. Makhlof, L. (1983), Jordan; History, Civilization and Ruins, al Iktisadia prints, Amman, P. 93.
250. Manfred B. Steger, (2005), *Globalization: A Very Short Introduction* . Oxford University Press, USA
251. Mavrakis, N. (2013). The *Hurufiyah* Art Movement in Middle Eastern Art . *McGill Journal of Middle Eastern Studies Blog*, Online: Available at: <https://mjmes.wordpress.com/2013/03/08/article-5/>

252. Meggs, P., Purvis A. (1998), *History of Graphik Design*. New York. John Wiley & Sons, Inc. 205. 592 p.
253. Muath, S. and others (2011). Architectural heritage in the Hashemite Kingdom of Jordan, Scientific Royal Society, Alsafeer Printing Press, Amman, Jordan, pp. 5, 15.
254. Nasr, S. (1987), *Islamic Art and Spirituality*, Ipswich.
255. National Parks and Nature Reserves. Available at: <https://www.parks.org.il/en/>
256. Ono, M.M. (2005). Cultural diversity as a strategic source for designing pleasurable and competitive products, within the globalisation context. *Journal of Design Research*, 5 (1), 3-15.
257. Ostia antica. Available at: <https://www.ostiaantica.beniculturali.it/>
258. Pamukkale. Available at: <https://www.pamukkale.net/>
259. Patai, R.(2015), *Kingdom of Jordan*. Princeton University Press. c. 23- 32.
260. Petra. Available at: [https://zamaniproject.org/transfer/Laser\\_scanning\\_Petra.pdf](https://zamaniproject.org/transfer/Laser_scanning_Petra.pdf)
261. Petra: Archaeological Site. Available at: <https://www.wmf.org/project/petra-archaeological-site>
262. Rabah, S. (1980) Introduction to Islamic Art. Muslim heritage. Available at: <http://www.muslimheritage.com/article/introduction-islamic-art>
263. *Robertson R.* (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
264. Robins, Ph. (2019), *A History of Jordan*, 2nd edition, University of Oxford.
265. Saba, G. and Al Uzaizi, R.(1961), *Madaba in History*, Francis Fathers Press, Jerusalem Palestine. Passim.
266. Safadi, Y. (1979), *Islamic Calligraphy*. Shambhala Publications. 144 p.
267. Steger, M. B. (2005). *Globalization: A Very Short Introduction*. Oxford University Press, USA.
268. Salibi, K. (1998), *A Modern History of Jordan Paperback*. London: I.B. Tauris, 305 p.
269. Schimmel, A., (1991), *Calligraphy and Islamic Culture*, London, I.B. Taurus, pp 31-32.

270. Shedroff N. Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design. Information Design. The MIT Press, 2000. 376 p.
271. Sheppard, S. (2012). 10 Insights into the Design Mind of Philippe Starck. Available at: <https://freshome.com/2012/10/18/10-insights-into-the-design-mind-of-philippe-starck/>
272. Shevtsova, G., Gorbyk, O. and Kubko, A. (2020), Modern specific of Japanese urbanism as a result of the country's cultural mentality distinctiveness. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, [online] 907 (1). Available at: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/907/1/012001>
273. Shevtsova, G., Gorbyk, O., Mezhenna, N., Kozak, Y. and Andropova, O., (2020), The architecture of the Cathedral of Saint Sophia in Kyiv: Uniqueness and universality in historical cultural spaces. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, [online] 960 (2). Available at: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/960/2/022105/pdf>
274. Smith, K. L. (2005), Handbook of visual communication: theory, methods, and media, Routledge Communication Series.
275. Sqour, S. M., Tarad, M. (2015a), Islamic religious architecture in historical context in Jordan. *Architecture and Modern Information Technologies*. 3 (28). p.200-220.
276. Sqour, S. M., Tarad, M. (2015b), A jordanian model in conservation of architectural heritage. Case Study Dar As Saraya Government Building, Madaba, Jordan. *Architecture and Modern Information Technologies*. 1 (30). p.111-125.
277. Steger, M. B. (2005). Globalization: A Very Short Introduction. Oxford University Press, USA
278. Smitshuijzen, E. 2007, *Signage Design Manual*, Switzerland: Lars Muller
279. Teller, M., (2002), A Hit List of Jordanian Artists in *Jordan*, Rough Guides, p. 425
280. The Acropolis museum. Available at: <https://www.theacropolismuseum.gr/en>

281. The 7 Principles. Available at: <http://universaldesign.ie/What-is-Universal-Design/The-7-Principles/#p1>
282. The Ministry of Tourism and Antiquities. Tourism Statistical 2019. [Electronic Source], Available at: <https://www.mota.gov.jo/contents/stat2019.aspx#>, 01.03.2021.
283. Token, F. (1979), Desert Castles in al Badia, Ministry of Culture and Youth Publications, Amman, pp. 421-423.
284. Tourist Jordan. Available at: <https://www.touristjordan.com/ajloun-castle/>
285. Touristic signage on German Autobahns, (2020), <http://harzoptics.de/wp-content/uploads/2020/08/Touristic-Signage-on-German-Autobahns-Perception-and-Reception.pdf>
286. UNESCO. Jordan. [Electronic Source], Available at: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/jo>
287. Visit Cyprus. Available at: <https://www.visitcyprus.com/>
288. Visit Petra. Available at: <https://visitpetra.jo/>
289. Visit Jordan. Available at: <http://www.visitjordan.com/>
290. Wadi Rum/ Protected Area. Available at: <http://wadirum.jo/>
291. Welcome to the GIZA PLATEAU. Available at: <http://giza.fas.harvard.edu>
292. Wijdan, Ali (1992), The Status of Islamic Art in the Twentieth Century, *Muqarnas: An Annual on Islamic Art and Architecture* 9 (1992): 186.
293. World Heritage List, 2020. [Electronic Source], Available at: <http://whc.unesco.org/en/list>.
294. Zuhur. S., (2001), *Colors of Enchantment: Theater, Dance, Music, and the Visual Arts of the Middle East*, American University in Cairo Press, p. 377.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Кваліфікаційна наукова праця  
на правах рукопису

**Самер Хамді Ареф Аль Равашдех**

УДК 74.01/.09 (569.5)

**ДОДАТКИ**

**ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ І  
ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ**

022 Дизайн

02 Культура і мистецтво

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Науковий керівник

Лінда Світлана Миколаївна

доктор архітектури, професор

Львів – 2021



## ДОДАТКИ А. РИСУНКИ ДО РОЗДІЛІВ

Рис. А. 1.1. Структура опрацьованих літературних джерел.

Рис. А. 1. 2. Складові дизайну візуальних комунікацій у логічній структурі проведення дослідження.

Рис. А. 2.1. Йорданія на мапі світу.

Рис. А. 2.2. Форми існування дизайну у глобальному просторі людської діяльності.

Рис. А. 2.3. Чинники впливу культурного фактору на функціонування дизайну.

Рис. А. 2.4. Фактори глобалізаційних тенденцій сучасного дизайну.

Рис. А. 2.5. Спільні риси функціонування дизайнерських структур у різних країнах.

Рис. А. 2.6. Складові системи візуальних комунікацій (розробка автора).

Рис. А. 2.7. Програмні навчальні засади професійної підготовки в Йорданії за спеціальністю “Графічний дизайн”.

Рис. А. 3.1. Розташування найвизначніших культурних та природних комплексів Йорданії на території країни.

Рис. А. 3.2. Систематизація об’єктів культурної та природної спадщини Йорданії.

Рис. А. 3.3. Типологія візуальних комунікацій предметно-просторого середовища об’єктів культурної та природної спадщини.

Рис. А. 3.4. Дорожні знаки-вказівники на об’єкти культурної спадщини.

Рис. А. 3.5. Дорожні знаки сервісу.

Рис. А. 3.6. Вхідні вивіски на об’єкти культурної спадщини (на опорах).

Рис. А. 3.7. Настінні вхідні вивіски, що є частиною загального дизайну вхідної частини.

Рис. А. 3.8. Окремо розташовані інформаційні стенди при входах на територію пам’ятки культурної спадщини.

Рис. А. 3.9. Настінні вивіски, автономні від загального композиційного та художнього вирішення (на прикладі Катедральної церкви у Мадабі).

Рис. А. 3.10. Приклади інших знаків систем внутрішньої навігації.

Рис. А. 3.11. Приклади інформаційних стендів біля об'єктів культурної спадщини (Мадаба).

Рис. А. 3.12. Приклади інформаційних стендів біля об'єктів культурної спадщини на археологічній ділянці у Петрі.

Рис. А. 3.13. Логотипи організацій, які виконували, координували або спонсорували проект на інформаційному стенді.

Рис. А. 3.14. Єдність дизайну інформаційних стендів (замок Аджлун).

Рис. А. 3.15. Макет археологічних розкопок та залишків першої церкви у музеї Маунт Небо.

Рис. А. 3.16. Чинники формування словесно-шрифтових логотипів *(розробка автора)*.

Рис. А. 3.17. Ідентифікаційна графіка на прикладі шрифтових логотипів телеканалів, газет, новинних інтернет-ресурсів.

Рис. А. 3.18. Чинники формування комбінованих логотипів *(розробка автора)*.

Рис. А. 3.19. Приклади комбінованих логотипів телеканалів, газет, новинних інтернет-ресурсів (за типологією рис. А.3.1.8).

Рис. А. 3.20. Ідентифікаційна графіка з використанням національної символіки Йорданії.

Рис. А. 3.21. Ідентифікаційна графіка об'єктів культурної і природної спадщини Йорданії.

Рис. А. 3.22. Ідентифікаційна графіка об'єктів туристичних організацій Йорданії.

Рис. А. 3.23. Порівняння поліграфічно-видавничого забезпечення пам'яток з використанням та відсутністю елементів візуальної ідентифікації.

Рис. А. 3.34. Вхідні квитки без використання елементів візуальної ідентифікації.

Рис. А. 3.25. Вхідні квитки з елементами візуальної ідентифікації пам'ятки.

Рис. А. 3.26. Інформаційні буклети.

Рис. А. 3.27. Інформаційний буклет. Археологічний комплекс Петра.

Рис. А. 3.28. Інформаційний буклет. Пустеля Ваді Рам.

Рис. А. 3.29. Путівники, альбоми, науково-популярні видання.

Рис. А. 3.30. Малоформатні та великоформатні аркушеві видання, що ідентифікують визначні пам'ятки Йорданії.

Рис. А. 3.31. Інтерфейс та інтернет-реклама Jordan Tourism Board.

Рис. А. 3.32. Інтерфейс сайту та форма мобільного додатку «Jordan Pass» (туристичного пакету, розробленого The Ministry of Tourism and Antiquities in Jordan) (<https://www.jordanpass.jo/>).

Рис. А. 3.33. Інтерфейс сайту «Jordatrail» (Йорданська стежка – пішохідна стежка в Йорданії, що з'єднує країну від Ум-Кайса на півночі до Акаби на півдні) (<https://jordantrail.org/>).

Рис. А. 3.34. Інтерфейс сайту Петри ([visitpetra.jo](http://visitpetra.jo)).

Рис. А. 3.35. Інтерфейс сайту «Ваді-Рам – зона під охороною» (<http://wadirum.jo>).

Рис. А. 3.36. Пам'ятки Йорданії, відтворені в 3D реконструкціях.

Рис. А.4.1. Кносський палац на о.Крит (Греція).

Рис. А.4.2. Археологічний парк на о.Делос (Греція).

Рис. А.4.3. Афінівський Акрополь (Греція).

Рис. А.4.4. Новий музей Акрополя в Афінах (Греція).

Рис. А.4.5. Археологічний парк Куріон біля Лімасолу (Кіпр).

Рис. А.4.6. Археологічний парк у Пафосі (Кіпр).

Рис. А.4.7. Комплекс «Царських гробниць» у Пафосі (Кіпр).

Рис. А.4.8. Елементи дизайну туристичного сайту «Visit Cyprus».

Рис. А.4.9. Римський форум у Римі (Італія).

Рис. А.4.10. Священна територія у Римі (Італія).

Рис. А.4.11. Археологічний парк Остія Антіка біля Риму (Італія).

Рис. А.3.12. Музей «Підземелля Ринку» у Кракові (Польща).

Рис. А.4.13. Державний історико-культурний заповідник «Густань» в Уричі (Україна).

Рис. А.3.14. Комплекс давнього міста Ефес (Туреччина).

Рис. А.3.15. Геотермальний комплекс Пумуккале (Туреччина).

Рис.А.3.16. Історико-географічний регіон Каппадокія (Туреччина).

Рис.А.3.17. Сайт Cappadocia. Go Turkey (Туреччина).

Рис.А.3.18. Національний парк «Кейсарія» (Ізраїль).

Рис.А.3.19. Стародавнє місто Карфаген (Туніс).

Рис.А.3.20. Стародавнє місто Дугга (Туніс).

Рис.А.3.21. Луксорський храм (Єгипет).

Рис.А.3.22. Комплекс пірамід в Гізі (Єгипет).

Рис. А.4.23. Принципи формування дизайну візуальних комунікацій.

Рис. А.4.24. Особливості сучасного розвитку дизайну візуальних комунікацій в аспекті предметно-просторового середовища.

Рис. А.4.25. Сучасний стан забезпечення об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії системами візуальних комунікацій.

Рис. А.4.26. Особливості сучасного розвитку дизайну візуальних комунікацій в аспекті друкованого середовища.

Рис. А.4.27. Особливості сучасного розвитку дизайну візуальних комунікацій в підсистемі цифрового середовища.

## Історіографія та джерельна база дослідження

Наукові праці, що формують загальне розуміння соціо-економічних та геополітичних процесів у Йорданії	С. Джаварне С., Я. Шолох, А. Аганін, З. Соловійова, О. Бейдик, А. Мохамад, Ель-Асад Алі, R.Patai, K. Salibi, Ph. Robins, L.Makhlof
Дослідження історичного та мистецтвознавчого характеру, що висвітлюють історико-культурне тло та особливості формування археологічних, архітектурних, культурних та природно-ландшафтних пам'яток Йорданії	А.С.Альшурман, G. Şaba, Al-Faruqi, F.Token, L.Makhlof, Й.Хаванмех, С. Скор, М.Тарад, П.Б'єнковський, К.Махадін, С.Муат Р. Хілленбранд, G.Harding, Lankester, Ан Нахас, M.Alkhalaf, Al Uzaizi, R.B.Zaed
Праці, де розглянуто загальні питання йорданської художньої культури	О. Галеркіна, Б. Веймарн, Т.Буркхард, О. Грабар, І.Аль-Фарук, S.Nasr, М. Піотровський, Т. Стародуб, Аль-Найрат Х., А.Абу-Хані, А.Васеф Радван
Дослідження питання глобалізації та національної ідентичності в дизайні, проблеми глобалізації в ісламському суспільстві	R.Robertson, M.Steger, М. Файерстоун, Б.Черкес, О. Гладун, В. Косів, Б. Адамс, У Ханнерз, Д.Гроссман, М.Оно, К.Хірст, Й.Діел, Х.Крістіанс, А.Прайс, О. Беломоева, В.Буденкова, Г.Сеїдова
Наукові публікації у галузі музеєзнавства та дослідження, що висвітлюють питання збереження пам'яток культурної спадщини	S. Al Sarhan, M.Abdel-Aziz, М.Бевз, І.Яковець, Г.Шевцова, І. Могитич, С.Заремба, Л. Прибега, Є.Заварова, Д.Кепін, М.Майстровська, С.Руденко, М. Хассан М.Х.Бані
Фундаментальні загальнотеоретичні та методологічні праці у сфері дизайну та проектної культури	В.Даниленко, О.Боднар, В.Аронов, В.Глазичев, С.Мигаль, В.Рунге, Р.Аргайм, В.Лесняк, Т.Браун, І. Рижова, В.Медведєв, М.Коськов
Дослідження у сфері дизайну візуальних комунікацій та охоплюють питання графічного дизайну; дизайну інформаційних ресурсів у середовищі Інтернет, UI та UX дизайну; мультимедійних технологій в дизайні	Н. Сбітнєва, Ю. Золотухін, О. Соколов, І. Яковець, В.Лесняк, А.Полеухін, Г.Почепцов, А. Макарова, Ю.Лотман, В.Косів, А.Каїро, С.Мільчевич, М. Опалєв, Д. Бородаєв, Дж.Берд, П. Макнейл, Г. Нікулов, Н. Чепмен, Н.Брижаченко, Д.Ейрі, Л.Безсонова, Л.Жернокльова, Ю.Купріна
Наукові розвідки, що висвітлюють проблеми предметно-просторового та візуально-комунікативного дизайну експозицій та музейних виставок	Т.Сафонова, Л.Литвинюк, І.Яковець, К.Сусарова, Н. Шитова, Є.Кальницька, А.Балаш, І.Гринько, В.Северин
Публікації присвячені графічному дизайну та дизайну візуальних комунікацій Йорданії	K.Salibi, E.Abu-Awad, E.T.A.Awad, М.Піотровський, М.Кауч, G.Alhalasa, A.Alkharoubi, А. Касим-ас-Самар

Рис. А. 1. 1. Структура опрацьованих літературних джерел



# ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНОЇ І КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ



Рис. А. 1. 2. Складові дизайну візуальних комунікацій у логічній структурі проведення дослідження

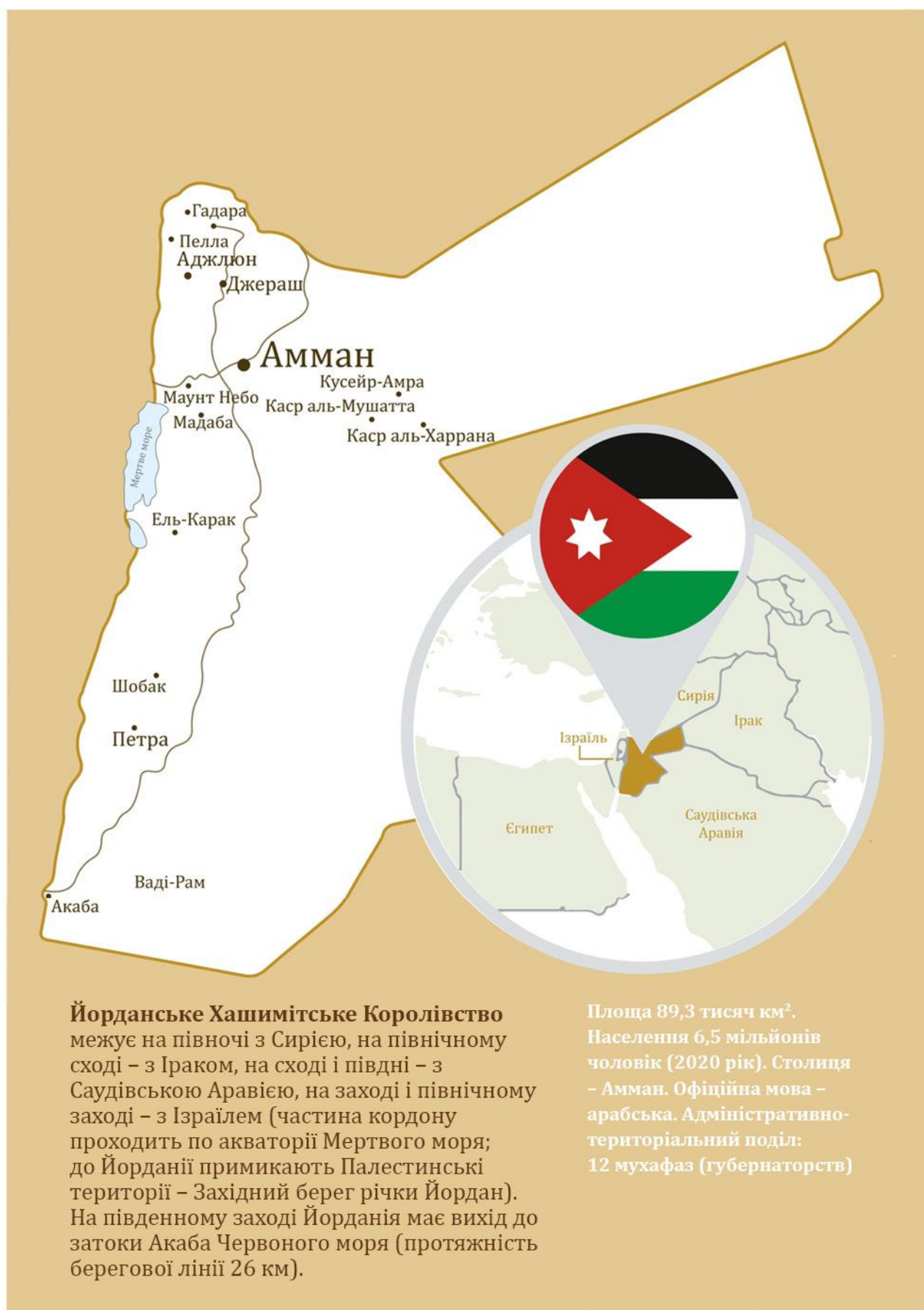


Рис. А. 2.1. Йорданське Хашимітське Королівство на мапі

	ПРОСТІР	ФОРМА
Інформаційно-комунікативні системи	ПОЛІТИКА	ідентифікації організацій реклама
	ЕКОНОМІКА	товари масового виробництва візуальні ідентифікації фірм, корпорацій, виробників реклама
	ЕКОЛОГІЯ	використання екологічних технологій інформаційні системи реклама
Предметно-просторове середовище	КУЛЬТУРА	предметний дизайн дизайн друкованих видань візуальна ідентифікація культурних подій реклама
	ІНФОРМА- ЦІЙНИЙ ПРОСТІР	друковані та електронні іноформаційні носії знакові системи системи візуальної навігації інтернет-середовище мультимедійні інформаційні технології

Рис. А. 2. 2. Форми існування дизайну у глобальному просторі людської діяльності



	<b>ЙОРДАНІЯ</b>	<b>КРАЇНИ АРАБСЬКОГО СВІТУ</b> Алжир, Бахрейн, Єгипет, Ірак, Йорданія, Кувейт, Лівія, Марокко, Оман, Катар, Саудівська Аравія, Судан, Туніс, ОАЕ, Ліван, Сирія, Ємен, Палестина.
<b>НАСЕЛЕННЯ</b>	Населення - 6,2 млн, 95 % — араби (йорданські араби — 35 %, вихідці з палестини — 55 %, вихідці з Сирії і Іраку. Інші національності: адиги (черкеси), балкарці, чеченці, вірмени, курди	Араби - основне населення країн Арабського світу. Семітські народи, належать до європеїдної раси. Загальна кількість арабів - від 350 до 422 млн. Арабське населення розділено на беду («бедуїнів») і хадгар («поселенців»).
<b>МОВА</b>	Арабська - офіційна. Англійська - обов'язкова для вивчення. Використовуються: йорданський діалект арабської мови (група аш-шам), палестинський діалект, бедуїнський діалект	Арабська - єдина офіційна мова в 11 країнах, та одна з офіційних у 8 країнах. Класична арабська - мова Корану. Існує 5 груп діалектів арабської мови: магрибська група; єгипетсько-суданська мова; сіро-месопотамська мова; аравійська група діалектів; середньоазійська група діалектів.
<b>РЕЛІГІЯ</b>	Мусульмани-сунніти - 94% населення; християни - 6 % (православні, греко-католики, римо-католики, протестанти)	Іслам. Прихильники ісламу - мусульмани. Мусульмани сунніти - 85-90 %, решта - мусульмани шіїти, ібадіти. Дотримання 5 стовпів віри ісламу: шахада (символ Віри), намаз (молитва), саум (піст), хадж (паломництво), закят (милостиня). Коран - священна книга, етичне та суспільне керівництво по всіх питаннях
<b>КУЛЬТУРА, ТРАДИЦІЇ</b>	Культура Йорданії заснована на елементах східноєвропейської культури зі значним впливом Сходу. Розвинуті література, музика, спорт, особливо футбол та баскетбол.	Термін «Арабська культура» часом поширюють і на всі ті культури, що творилися у Середньовіччі як арабськими народами, так і народами Близького і Середнього Сходу, Північної Африки і Південно-Західної Європи, які тоді перебували під владою або під безпосереднім впливом арабського халіфату. Спільною зовнішньою ознакою всіх цих культур була арабська мова. Араби зробили дальший важливий крок у розвитку загальнолюдської цивілізації.
<b>ПРИРОДНО-КЛІМАТИЧНІ РЕСУРСИ</b>	Територія Йорданії лежить у тропічному кліматичному поясі. Спекотна посушлива погода з великими добовими амплітудами температури. Надра багаті на ряд корисних копалин.	Жаркий клімат, основними корисними копалинами є нафта і природний газ.
<b>СПОСІБ ЖИТТЯ</b>	Близько 70% населення мешкає в містах, 6% йорданців ведуть кочовий чи напівкочовий спосіб життя, головним чином, у пустельних південних районах країни.	Основне заняття більшості арабів — землеробство. Частина арабів — бедуїни Лівії, Йорданії, Саудівської Аравії, Оману, Катару — займаються тваринництвом (верблюдоводством, вівчарством). Розвинене виробництво вовняної пряжі, шкіряних і дерев'яних побутових речей. Частина арабів Єгипту, Сирії, Алжиру, Іраку працюють у промисловості. Кочові араби живуть у чотирикутних наметах. Найчастіше люди кажуть що Араби живуть в Єгипті, але це не так, бо Араби живуть у понад 10 країнах.

Рис. А. 2. 2а. Культурно-цивілізаційна модель арабської ідентичності



Рис. А. 2. 3. Чинники впливу культурного фактору на дизайн продукту

<b>Фактори глобалізаційних тенденцій сучасного дизайну</b>	<b>ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКТОР</b>	Промисловий розвиток країн; ріст глобальної світової економіки; розвиток технологій; уніфікація, стандартизація, комбінаторика складають мову, стиль мислення та способи діяльності сучасного дизайнера
	<b>ПОЛІТИЧНИЙ ФАКТОР</b>	Політичний контроль західних держав над близькосхідними, азійськими чи африканськими країнами та вплив на різні сфери суспільного та культурного життя
	<b>ЕКОЛОГІЧНИЙ ФАКТОР</b>	Екологічний підхід об'єднує художньо-проектні основи та наукове осмислення ступеню впливу діяльності людини на природу; взаємодію людини і природи. Проектування, спрямоване на гармонізацію людини з природою
	<b>СОЦІАЛЬНИЙ ФАКТОР</b>	Формування соціального дизайну, сферами зацікавлення якого є гуманітарні проблеми у всіх без винятку країнах. Формування за допомогою дизайну в культурному просторі соціуму нових цінностей, норм, підняття питань свободи особистості та проблем суспільства в цілому
	<b>ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАТИВНИЙ ФАКТОР</b>	Всесвітня інформаційна відкритість створює умови для швидкої комунікації та визначається загальним ростом комунікаційних технологій та вільним доступом до них
	<b>ОСВІТНІЙ ФАКТОР</b>	Глобальні тенденції в дизайн-освіті, формування дизайнерських шкіл зі спільними базовими засадами та пріоритетами діяльності: формотворення та організація предметно-просторового та усього матеріального середовища життєдіяльності людини; соціальні, економічні та творчі реалізації в дизайні. Формування універсальної шкали цінностей

Рис. А. 2. 4. Фактори глобалізаційних тенденцій сучасного дизайну



Рис. А. 2. 5. Спільні риси функціонування дизайнерських структур у різних країнах

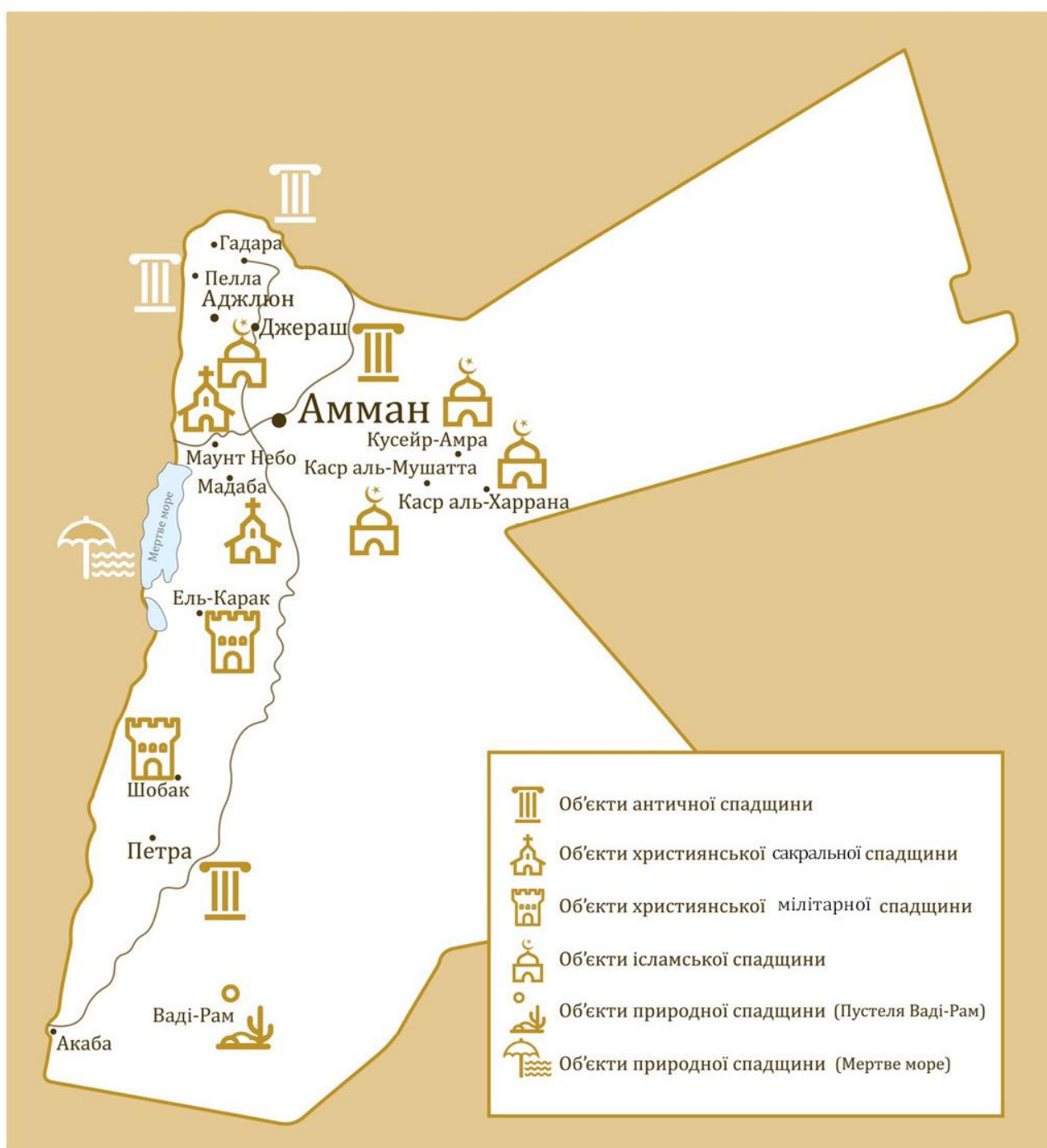


СИСТЕМА ПРЕДМЕТНО- ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА	СИСТЕМА ДРУКОВАНОГО СЕРЕДОВИЩА	СИСТЕМА ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА		
<p><b>СТАТИЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ</b> (інформаційні кіоски, стенди, зовнішні системи вказівників, внутрішня навігація, науково-допоміжний супровід, об'ємно- просторові рекламні конструкції)</p>	<p><b>ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ</b> (фірмовий стиль, сувенірна продукція)</p>	ІНТЕРНЕТ	ТБ	МУЛЬТИМЕДІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ
<p><b>ДИНАМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ</b> (інтерактивні інформаційні системи, відеомеппінг, інсталяції)</p>	<p><b>МАЛІ ПОЛІГРАФІЧНІ ФОРМИ</b> (листівки, карти, флаєри, квитки)</p>	<b>WEB-ДИЗАЙН</b>		
	<p><b>КОРПОРАТИВНА ПЕРІОДИКА ТА КНИЖКОВІ ВИДАННЯ</b> (журнали, путівники, подарункові видання)</p>	ДИЗАЙН ІНТЕРФЕЙСІВ	ДИЗАЙН ДОДАТКІВ	
	<p><b>ДРУКОВАНА РЕКЛАМА</b> (буклети, плакати, білборди, рекламні щити, вивіски, транзитна реклама)</p>	РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ БАНЕРИ, FLASH-АНИМАЦІЯ		
		<b>МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН</b>		
		МЕДІА- ПРЕЗЕНТАЦІЇ	ВІРТУАЛЬНІ ТУРИ	
		ЗАСОБИ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ	АНИМАЦІЯ, ВІДЕОРЕКЛАМА	

Рис. А. 2. 6. Складові системи візуальних комунікацій  
(розробка автора)

<p><b>РОЗВИТОК ОСОБИСТИХ ТВОРЧИХ НАВИЧОК</b></p>	<p><b>ОВОЛОДІННЯ АКАДЕМІЧНИМ РИСУНКОМ</b></p>
<p><b>ВИВЧЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ ТА МЕТОДІВ У СФЕРІ ДИЗАЙН- ПРОЕКТУВАННЯ</b></p>	<p>ОВОЛОДІННЯ ТЕХНІЧНИМИ ЗАСОБАМИ РІЗНИХ СФЕР ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ - АНІМАЦІЯ, ТИПОГРАФІКА, СТВОРЕННЯ ЗОБРАЖЕНЬ, ВЕРСТКА, ДОДРУКАРСЬКА ПІДГОТОВКА, ВЕБ-ДИЗАЙН, МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН</p>
<p><b>ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ</b></p>	<p><b>ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОГРАМ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА МАТЕРІАЛІВ</b></p>
<p><b>РОЗВИТОК НАВИЧОК УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ</b></p>	<p><b>ОВОЛОДІННЯ АРАБСЬКОЮ ТА ЛАТИНСЬКОЮ КАЛІГРАФІЄЮ</b></p>

Рис. А. 2. 7. Програмні навчальні засади професійної підготовки в Йорданії за спеціальністю “Графічний дизайн”



**Рис. А. 3.1. Розташування найвизначніших культурних та природних комплексів Йорданії на території країни**





Рис. А.3.2. Систематизація об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії



## ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНОЇ І КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ

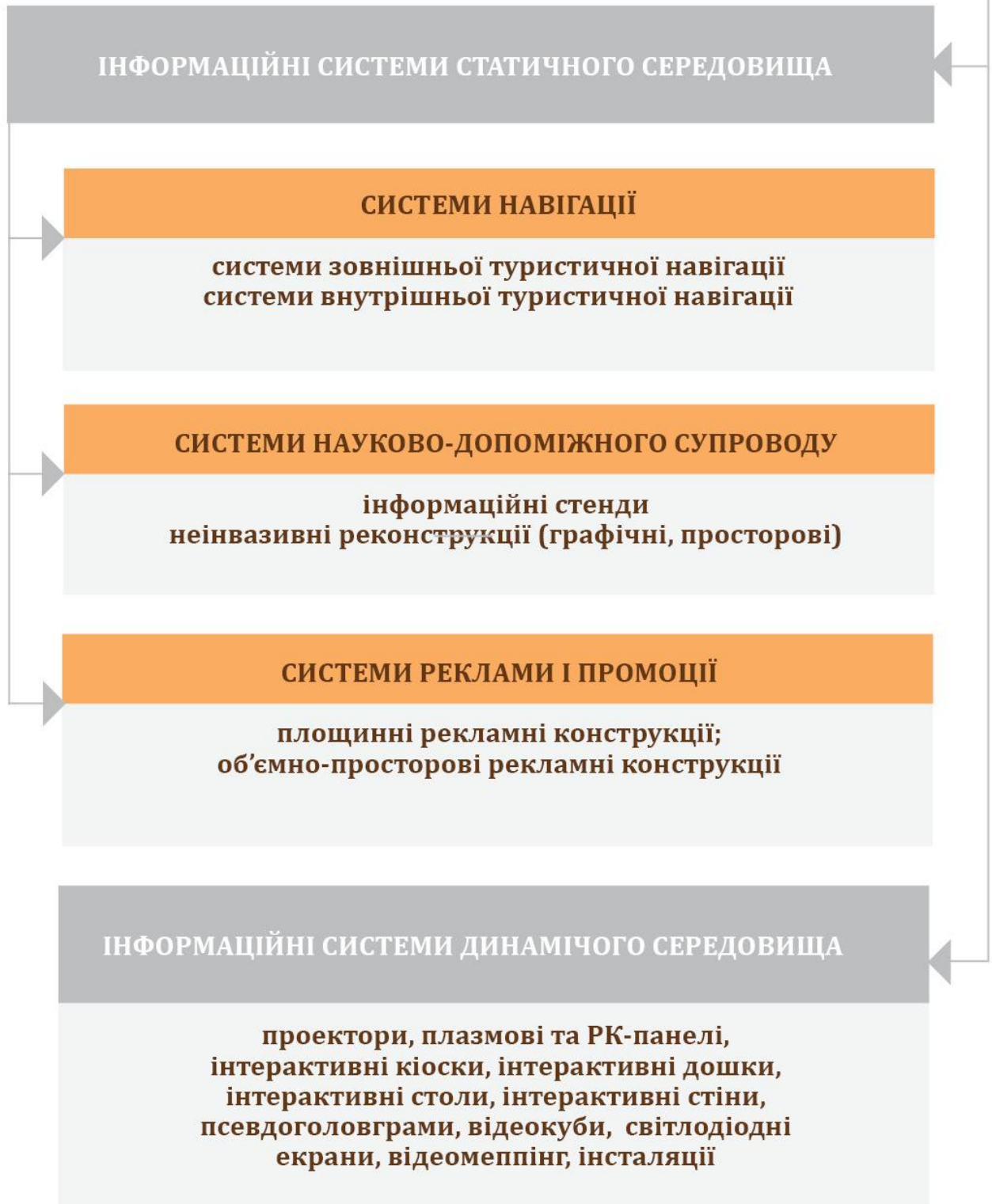
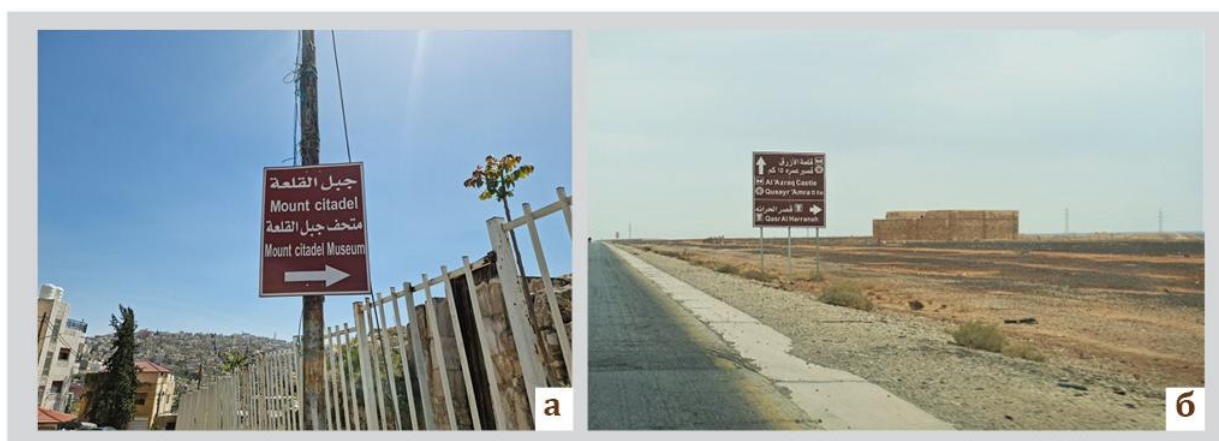
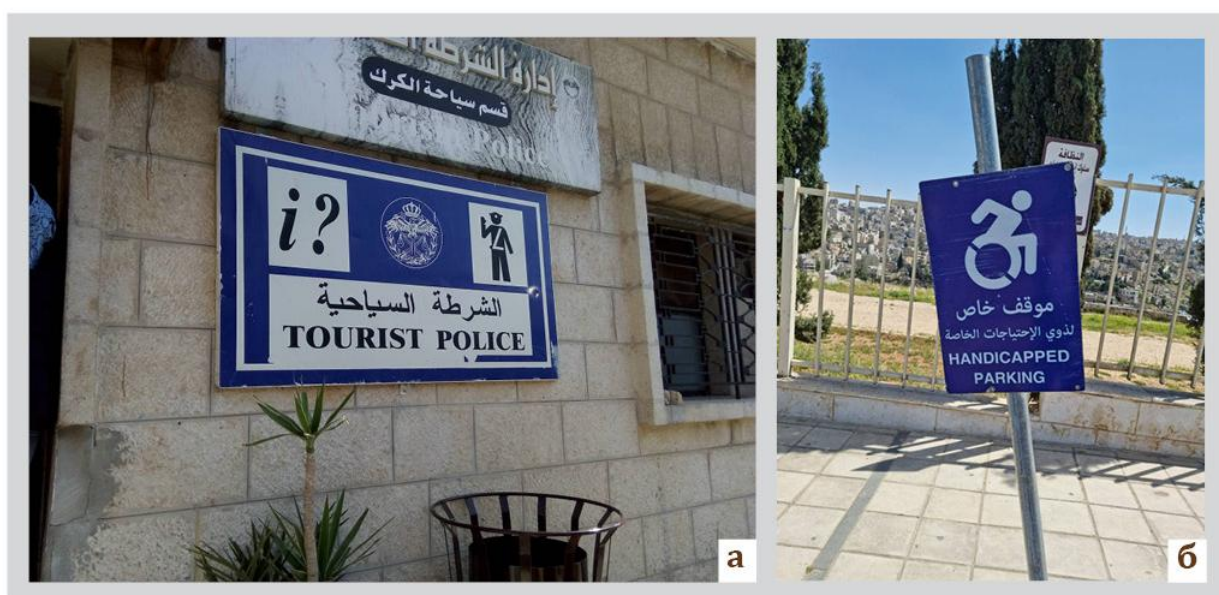


Рис. А. 3.3. Типологія візуальних комунікацій предметно-просторового середовища об'єктів культурної та природної спадщини  
(розробка автора)



**Рис. А.3.4.** Дорожні знаки-вказівники на об'єкти культурної спадщини  
 а – знак, який вказує дорогу на Цитадель в Аммані;  
 б – знак, який вказує напрямом на замки Кусейр-Амра і Аль-Харрана  
 (фото автора, 2019)

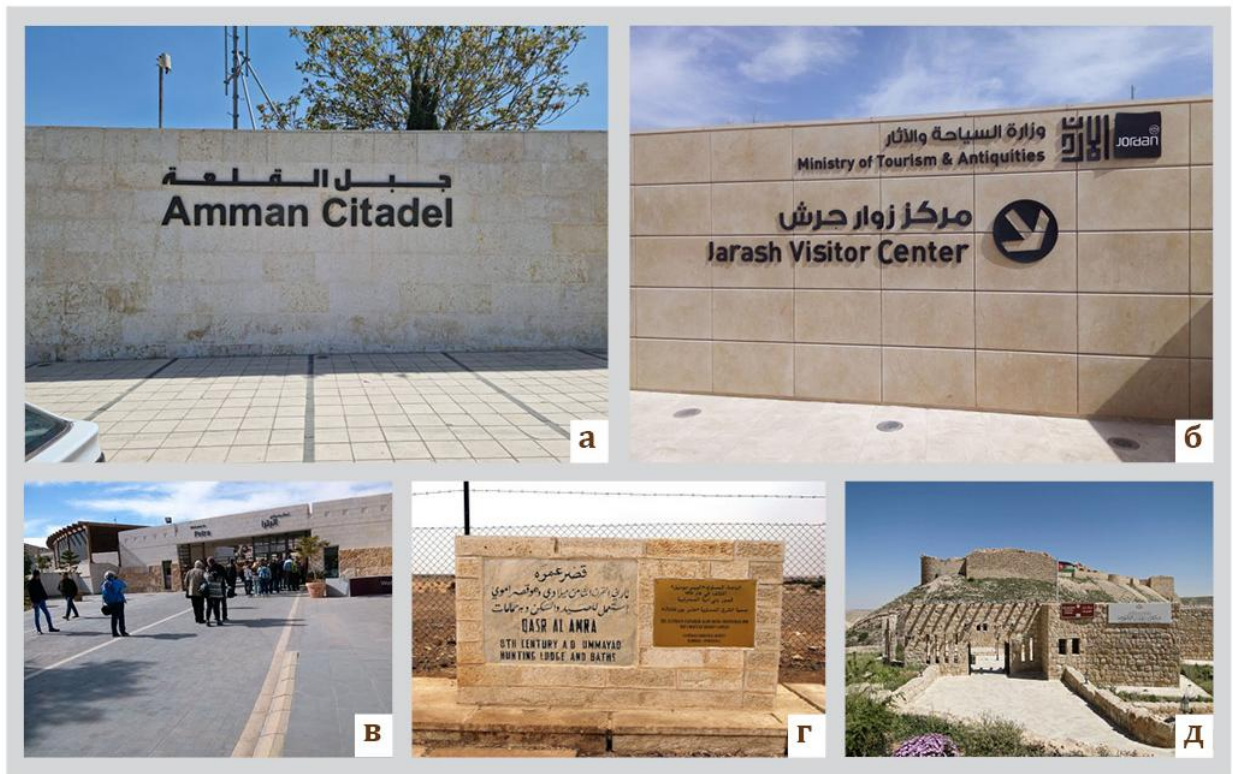


**Рис.А. 3.5.** Дорожні знаки сервісу  
 а – знак, який вказує на офіс поліції біля замку в Караку;  
 б – знак, який вказує на місце паркування особи на кріслі-візку біля входу на Цитадель в Аммані (фото автора, 2019)



**Рис. А.3.6.** Вхідні вивіски на об'єкти культурної спадщині (на опорах)  
 а – вивіска на опорах біля входу на Німфейон в Аммані;  
 б – вивіска на опорах біля входу на територію Римського театру в Аммані  
 (фото автора 2018, 2019)





**Рис. А.3.7. Настінні вхідні вивіски можуть бути частиною загального дизайну вхідної частини**

- а – настінна вивіска біля входу на Цитадель в Аммані;  
 б – настінна вивіска біля входу в інформаційний центр в археологічній дільниці у Джераші;  
 в – настінна вивіска біля входу на територію археологічної дільниці у Петрі;  
 г – настінна вивіска біля входу в замок Кусейр-Амра;  
 д – настінна вивіска біля входу у замок Шобак (Монреаль)  
 (фото автора 2018, 2019)



**Рис. А.3.8. Окремо розташовані інформаційні стени при входах на територію пам'ятки культурної спадщини**

- а – інформаційний стенд при вході на територію замку Карак;  
 б – інформаційний стенд на Маунт Небо  
 (фото автора, 2019)





**Рис. А. 3.9. Настінні вивіски, автономні від загального композиційного та художнього вирішення (на прикладі Катедральної церкви у Мадабі)**

а – вивіска до входу на територію Старої Моабітської криниці;

б – вивіска до Намету Руфи;

в – вивіска до входу у Римський тунель

(фото автора, 2019)



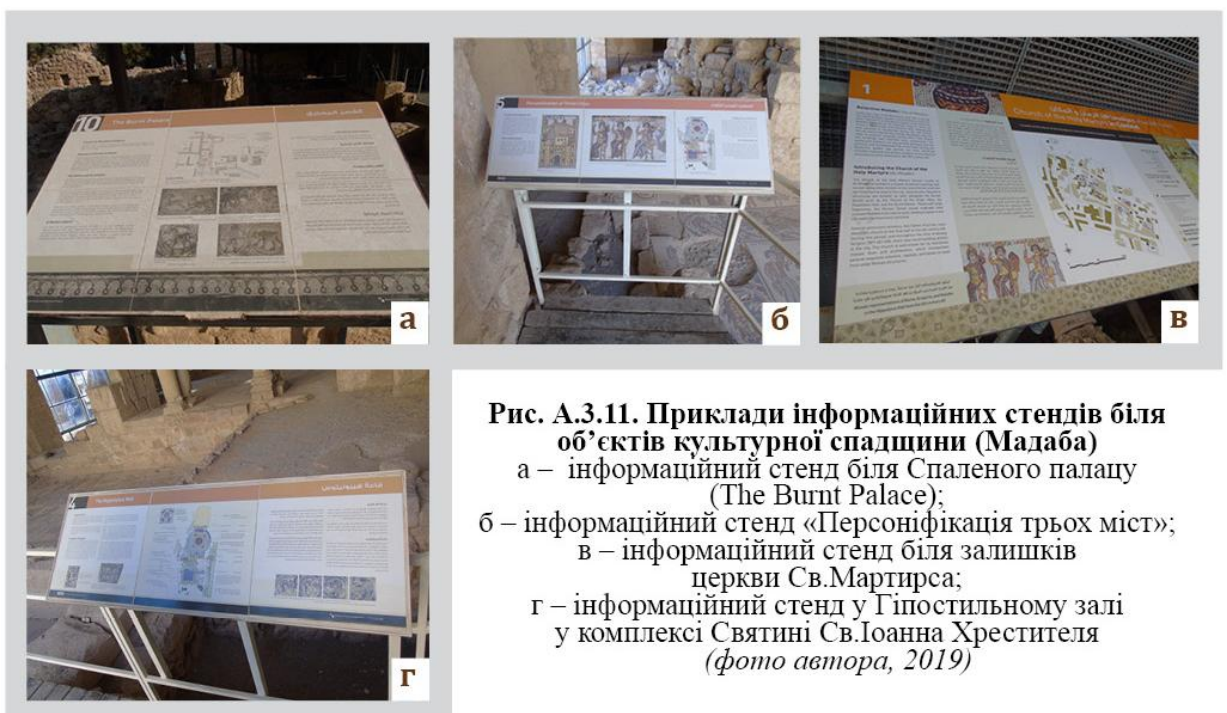
**Рис. А.3.10. Приклади інших знаків систем внутрішньої навігації**

а – вказівник до сувенірного магазину на території археологічної ділянки у Петрі;

б – вказівники до кошиків для сміття на території Святині

Св.Іонна Хрестителя у Мадабі

(фото автора, 2019)



**Рис. А.3.11. Приклади інформаційних стендів біля об'єктів культурної спадщини (Мадаба)**

а – інформаційний стенд біля Спаленого палацу (The Burnt Palace);

б – інформаційний стенд «Персоніфікація трьох міст»;

в – інформаційний стенд біля залишків церкви Св.Мартирса;

г – інформаційний стенд у Гіпостильному залі у комплексі Святині Св.Іоанна Хрестителя

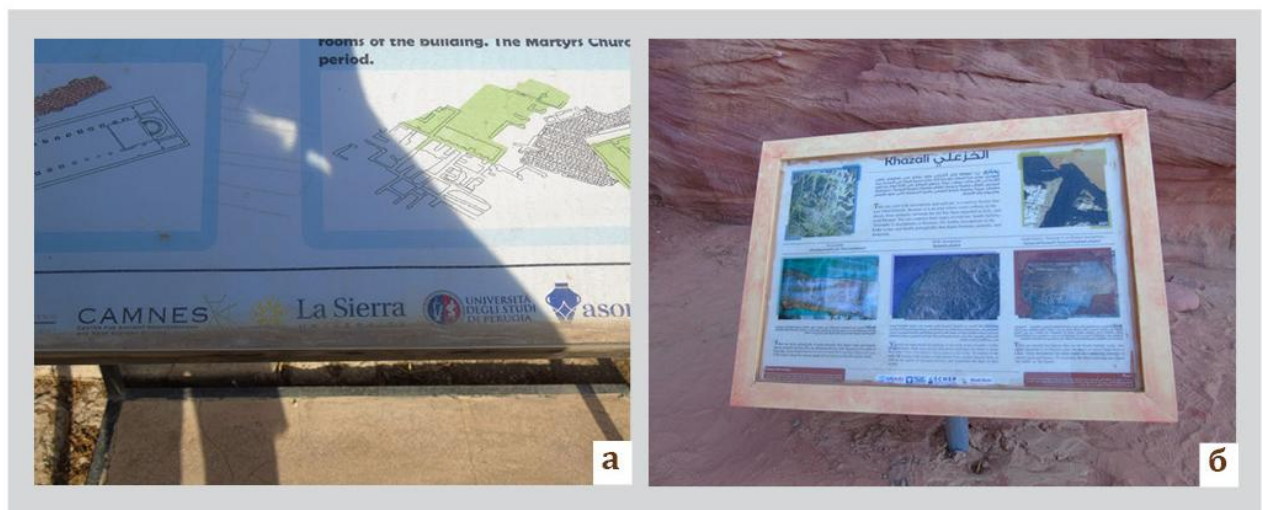
(фото автора, 2019)





**Рис. А.3.12. Приклади інформаційних стендів біля об'єктів культурної спадщини на археологічній дільниці у Петрі**

- а – інформаційний стенд біля лапідарію Храму Крилатих левів;
- б – інформаційний стенд біля Храму Крилатих левів;
- в – інформаційний стенд біля джерела Ас-Сіяд;
- г – приклад просторової неінвазивної реконструкції Храму Крилатих левів  
(фото автора, 2019)



**Рис. А.3.13. Логотипи організацій, які виконували, координували або спонсорували проект на інформаційному стенді**

- а – інформаційний стенд біля Спаленого палацу (The Burnt Palace) у Мадабі;
- б – інформаційний стенд у пустелі Ваді-Рам  
(фото автора, 2019)





**Рис. 3.14. Єдність дизайну інформаційних стендів (замок Аджлун)**  
 а – дизайн інформаційного стенду на території замку;  
 б – дизайн інформаційних стендів у музеї замку;  
 в – дизайн стенду на оглядовому майданчику  
 (фото автора, 2019)



**Рис. 3.15. Макет археологічних розкопок та залишків першої церкви у музеї Маунт Небо (фото автора, 2019)**



Рис. А.3.16. Чинники формування словесно-шрифтових логотипів  
(фото автора. 2019)

ЛОГОТИПИ КАЛІГРАФІЧНІ (АРАБСЬКІ СТИЛІ ПИСЬМА)	ШРИФТОВІ ЛОГОТИПИ АНГЛОМОВНІ АБО З ТРАНСЛІТЕРАЦІЄЮ
а, б 	
в, г 	ж 
д 	з 
е 	и, і, ї 
є 	

**Рис. А.3.17.** Ідентифікаційна графіка на прикладі шрифтових логотипів телеканалів, газет, новинних інтернет-ресурсів. а – Карамеш TV, б – Аль Мадар TV, в – Азхарі TV, г – Ройя TV, д – Аль Хакека, е – Аль Хад, є – Ассабель, ж – Аль Джаджеджах TV Fact, з – Аджаніна TV, и – 7 stars TV, і – Shada TV, ї – A1 jo TV (фото з доступних джерел)



<b>ВЗАЄМО- ЗУМОВЛЕНІСТЬ СКЛАДОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ</b>	<b>УНІВЕРСАЛЬНІ</b>	автономність шрифтового та графічного символів
	<b>СИНТЕТИЧНІ</b>	повне злиття та нероздільність шрифтового та графічного елементів
<b>КОМПОЗИЦІЙНА ПОБУДОВА</b>	<b>СТАТИКА</b>	задає вісь симетрії
	<b>ДИНАМІКА</b>	задає характер в'язі
	<b>КОНТРАСТ</b>	задає характер в'язі
	<b>РИТМ</b>	задає характер в'язі
	<b>РІВНОВАГА</b>	задає вісь симетрії
<b>ХАРАКТЕР РОЗМІЩЕННЯ ТА ПРОПОРЦІЇ ЕЛЕМЕНТІВ</b>	<b>ДОМІНУЮЧИЙ ШРИФТ</b>	зображення додаткове, доповнює типографіку
	<b>ДОМІНУЮЧЕ ЗОБРАЖЕННЯ</b>	шрифт стилістично та композиційно доповнює графіку
	<b>РІВНОЦІННІСТЬ ЕЛЕМЕНТІВ</b>	шрифт та зображення тотожні за вагою
<b>СПІВВІДНОШЕННЯ ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ</b>	<b>ДОМІНУЮЧА ЛІНІЯ, ЛІНІЙНИЙ РИСУНОК, ПРОСТИЙ ШРИФТ</b>	<b>ДОМІНУЮЧА ПЛЯМА, РОБОТА СИЛУЕТУ</b>
<b>СТИЛЬ ТИПОГРАФІКИ</b>	<b>АРАБСЬКА КАЛІГРАФІЯ</b>	куфі, насх, сульс, дівані, рік'я
	<b>АНТИКВА</b>	функціональний, декоративний, фантазійний
	<b>ГРОТЕСК</b>	
<b>ХАРАКТЕР ТА ПЛАСТИЧНА МОВА ГРАФІКИ</b>	<b>ДВОВИМІРНА ЛІНІЙНА</b>	<b>СТИЛІЗОВАНА</b>
	<b>ДВОВИМІРНА ПЛОЩИННА</b>	<b>МОНОХРОМНА</b>
	<b>ПСЕВДООБ'ЄМНА</b>	<b>ПОЛІХРОМНА</b>
	<b>РЕАЛІСТИЧНА</b>	<b>АХРОМАТИЧНА</b>
	<b>АБСТРАКТНА</b>	
<b>ЗОБРАЖУВАНИЙ ОБРАЗ</b>	<b>ГЕОМЕТРИЧНА ФОРМА</b>	коло, трикутник, ромб, квадрат
	<b>ПРЕДМЕТНИЙ СВІТ</b>	механізми, зброя
	<b>АРХІТЕКТУРНІ СПОРУДИ</b>	пам'ятки, абстрактні споруди
	<b>ГЕРАЛЬДИЧНІ СИМВОЛИ</b>	національний прапор, герб
	<b>ГЕОГРАФІЧНІ СИМВОЛИ</b>	земна куля, картограф. форма Йорданії
	<b>ЖИВІ ІСТОТИ</b>	стилізована людина, птахи, тварини

**Рис. А.3.18. Чинники формування комбінованих логотипів**  
(розробка автора)

ЗА ВЗАЄМООБУМОВЛЕНІСТЮ ОКРЕМИХ ЕЛЕМЕНТІВ	ЗА КОМПОЗИЦІЙНОЮ ПОБУДОВОЮ
 <p>а, б</p>	 <p>в, г</p>
ХАРАКТЕР РОЗМІЩЕННЯ ТА ПРОПОРЦІЇ ЕЛЕМЕНТІВ	СПІВВІДНОШЕННЯ ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ
 <p>д, е</p>	 <p>з, ж</p>
СТИЛЬ ТИПОГРАФІКИ	ХАРАКТЕР ТА ПЛАСТИЧНА МОВА ГРАФІКИ
 <p>з, и</p>	 <p>і, ї</p>
ЗОБРАЖУВАНИЙ ОБРАЗ	
 <p>й, к, л, м</p>	

**Рис. А.3.19. Приклади комбінованих логотипів телеканалів, газет, новинних інтернет-ресурсів (за типологією рис. А.3.1.8).**

а – Аль Ахалі TV, б – Ярмук TV, в – Араб Моторс TV, г – Аль Сенай TV, д – Аль Ахалі TV, е – Аль Рай TV, є – Аль Арраб TV, ж – Аль Дистор, з – Джафра TV, и – Звейна Балада TV, і – Аль Майд, к – Новинна агенція Петра, л – Аль Касс Спорт, м – Арт медіа Джордан

## ДЕРЖАВНА СИМВОЛІКА ЙОРДАНІЇ



ДЕРЖАВНІ УРЯДОВІ УСТАНОВИ	УСТАНОВИ ОСВІТИ, КУЛЬТУРИ, МЕДИЦИНИ	ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ
<p>1 - 9</p>	<p>10 - 17</p>	<p>18 - 21</p>
КОМЕРЦІЙНІ УСТАНОВИ	СПОРТИВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ	ІНФРАСТРУКТУРА
<p>22 - 25</p>	<p>26 - 27</p>	<p>28 - 30</p>

Рис. А.3.20. Ідентифікаційна графіка з використанням національної символіки Йорданії

1-2 – Міністерство внутрішніх справ, 3 – Торгово-промислова палата, 4 – Міністерство аграрної промисловості, 5. Міністерство охорони здоров'я, 6. Королівські авіалінії, 7 – Йорданська медицина катастроф, 8-9 – Логотипи партій, 10 – Університет Амману, 11 – Йорданський медичний центр, 12 – Дитячий музей, 13 – Університет Зайонах, 14 – Організація бойскаутів, 15 – Університет Зарка, 16 – Королівська кіноакадемія, 17 – Організація студентів-медиків, 18 – Аль Тагхі TV, 20 – Ярмук TV, 23 – Звейна Балада TV, 26 – Йорданська філія арабського банку, 27. Організація промислового розвитку, 28 – Національний футбольний клуб, 29 – Національна спортивна корпорація, 30 – Йорданська залізниця



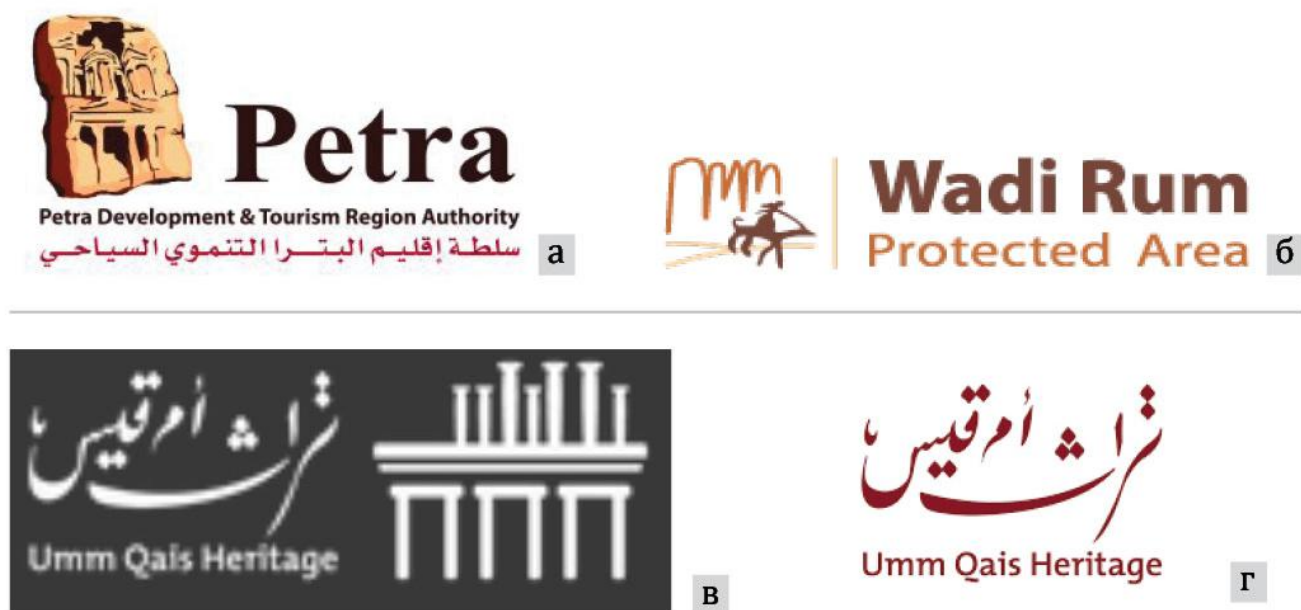


Рис. А.3.21. Ідентифікаційна графіка об'єктів культурної і природної спадщини Йорданії  
 а – логотип археологічного комплексу Петра,  
 б – логотип комплексу пустелі Ваді Рам,  
 в, г – логотип археологічної ділянки Гадара (Умм-Кайс) (шрифтова та комбінована форма).



Рис. А.3.22. Ідентифікаційна графіка об'єктів туристичних організацій Йорданії  
 а – логотип туристичного бюро Jordan Tourism Board International, б – логотип Міністерства туризму і античності; в – логотип Асоціації туристичних агенцій Йорданії;  
 г – логотип фестивалю в Джераш; д,е – логотипи туристичних агенцій та бюро



Рис. А.3.23. Порівняння поліграфічно-видавничого забезпечення пам'яток з використанням та відсутністю елементів візуальної ідентифікації. а – буклет та вхідний квиток в Петру; б – буклет та вхідний квиток в Карак (фото автора).



Рис. А.3.24. Вхідні квитки. а – В церкву св.Георгія, б – В Карак, в – В Гіпостильний зал. Мадаба, г – На цитадель в Аммані (фото автора).

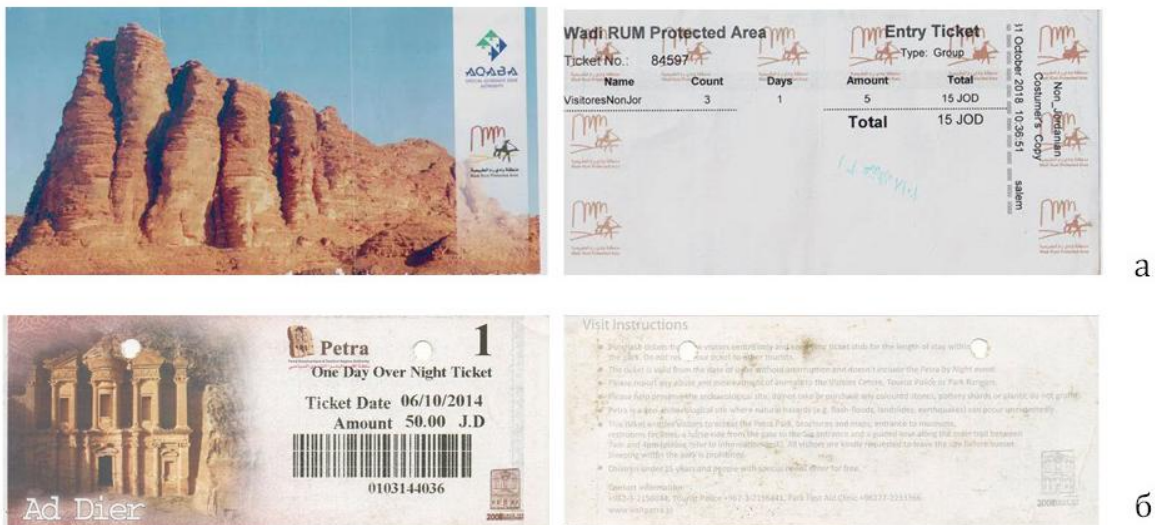


Рис. А.3.25. Вхідні квитки. а – на територію Ваді Рам; б – на територію Петри (фото автора).



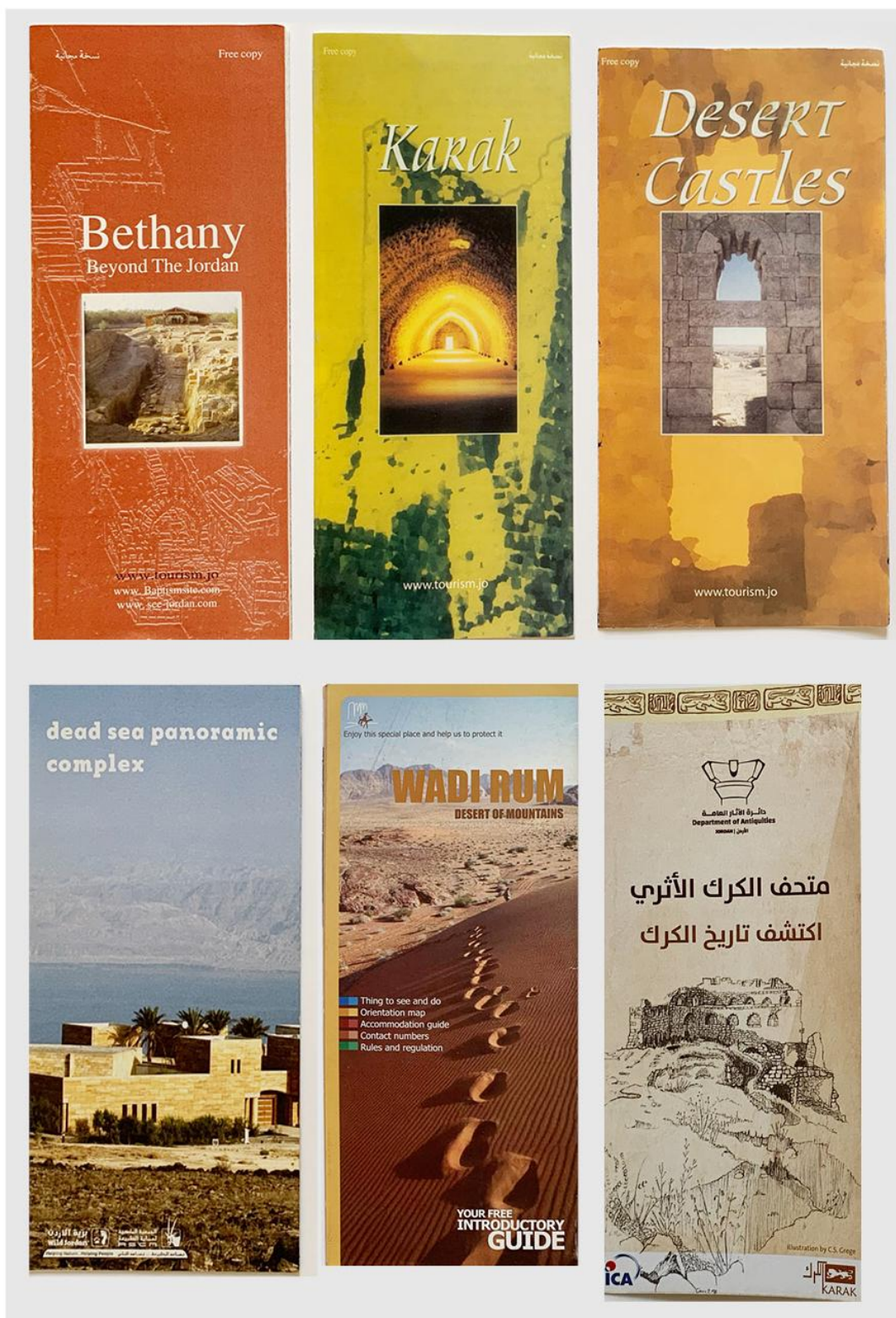


Рис. А.3.26. Інформаційні буклети. Загальний вигляд (фото автора).



### The Complex Facts:

- The Dead Sea Panoramic Complex was built taking nature conservation into consideration; no animals, plants, or geological landscape have been harmed during its construction.
- The Complex stands on the edge of the Arabian plate.
- Built in the Islamic oriental style, the Complex architecture takes the traditions and history of the region into consideration.
- The stone used in building the complex is called travertine and is found naturally in Jordan. Its color is in perfect harmony with the surrounding landscape, allowing the Complex to blend into its environment.
- In an effort to be more environmentally friendly, the Dead Sea Panoramic Complex is powered by clean energy systems using photovoltaic technology. The Japanese government, through the International Cooperation System (JCS), funds this project.

The Dead Sea Panoramic Complex (DSPC) was officially opened in 2006. The RSCN took full responsibility to manage, develop, and promote this unique site under a partnership agreement with the Ministry of Tourism and Antiquities.

This project was made possible through a soft loan funded by the Japanese International Cooperation Agency (JICA).

## Dead Sea Panoramic Complex

Offering spectacular views overlooking the Dead Sea and the Holy Land, the Dead Sea Panoramic Complex perched atop the edge of the Zara mountain range cliffs, stands as an information beacon explaining the history and significance of the lowest point on Earth.

The Complex consists of two main buildings that offer a museum, dining services, and a meeting room, as well as other facilities and activities.

In addition to providing a scenic viewpoint and access to sites with religious and historical significance, The Dead Sea Panoramic Complex was built to create a new tourist attraction in the Dead Sea area.

The Complex has also established a facility for educational excursions aimed at tourists and students alike and offers unrivaled dining services situated at the edge of a cliff that boasts extraordinary panoramic views and breathtaking sunsets.

### The Royal Society for the Conservation of Nature (RSCN)

Is an independent, non-government organization devoted to the conservation of Jordan's wildlife and wild places. It was founded in 1966 under the patronage of His Majesty the late King Hussein and has been given responsibility by the government to establish and manage protected areas and enforce environmental laws. As such, it is one of the few voluntary organizations in the Middle East to be granted such a public service mandate.

Wild Jordan is part of RSCN and is responsible for socio-economic programs, including all eco-tourism and handicraft enterprises, which link the protection of nature with improving the livelihoods of local communities.


**Working Hours:**  
Dead Sea Panoramic Complex is open daily from 9:00 am to 4:00 pm winter time, 9:00 am to 5:00 pm summer time.

**Contact us:**  
**Dead Sea Panoramic Complex**  
Tel: (+962 5) 3491 133  
Email: panorama@rscn.org.jo

**Wild Jordan**  
Tel: (+962 6) 4616 523  
Email: tourism@rscn.org.jo

We have flexible booking arrangements for our facilities.

[www.rscn.org.jo](http://www.rscn.org.jo)





## متحف الكرك الأثري

### اكتشف تاريخ الكرك



Illustration by C.S. Gregg






متحف الكرك

### تاريخ القرون الوسطى لقلعة الكرك ومدينة الكرك الحصينة

يبرز هذا القسم تاريخ قلعة الكرك وتحصين بلدة الكرك، والتي كانت تعتبر مركز هام على طول طريق التجارة والحج، مع التركيز بشكل أساسي على المعركة التي دارت بين صلاح الدين الأيوبي والفرنجة



خمار إسلامي  
قلعة الكرك

كما يعرض تاريخ الإمارة الأيوبية في الكرك "إمارة الكرك" والسلطان الظاهر بيبرس والحياة الملكية في القصر في قلعة الكرك والفرسية

### محتوى العرض

#### المقدمة (القاعة المركزية)

يعرض هذا القسم تاريخ الكرك بشكل عام حسب التسلسل الزمني في منطقة الكرك، ويضم "أسد الكرك من مملكة مؤاب" من العصر الحديدي و"نفوس السلطان المملوكي" من الكرك



أسد الكرك المؤابي - الكرك

#### التاريخ المحلي لمنطقة الكرك

تعرض القاعة الأولى عصور ما قبل التاريخ وحتى العصر الحديدي، بما في ذلك الطريق المملوكي ومملكة مؤاب والملك المؤابي ميشع



نمطال بيرتاني صغير لامرأة  
منطقة محبي

#### أما القاعة الثانية فتعرض تاريخ الكرك من الفترة الهلنستية/ النبطية والعصر الروماني حتى العصر الإسلامي، بما في ذلك الطريق الروماني وربة مؤاب ومعركة مؤتة

Рис. А.3.26 (продовження). Інформаційні буклети. Внутрішня структура (фото автора).









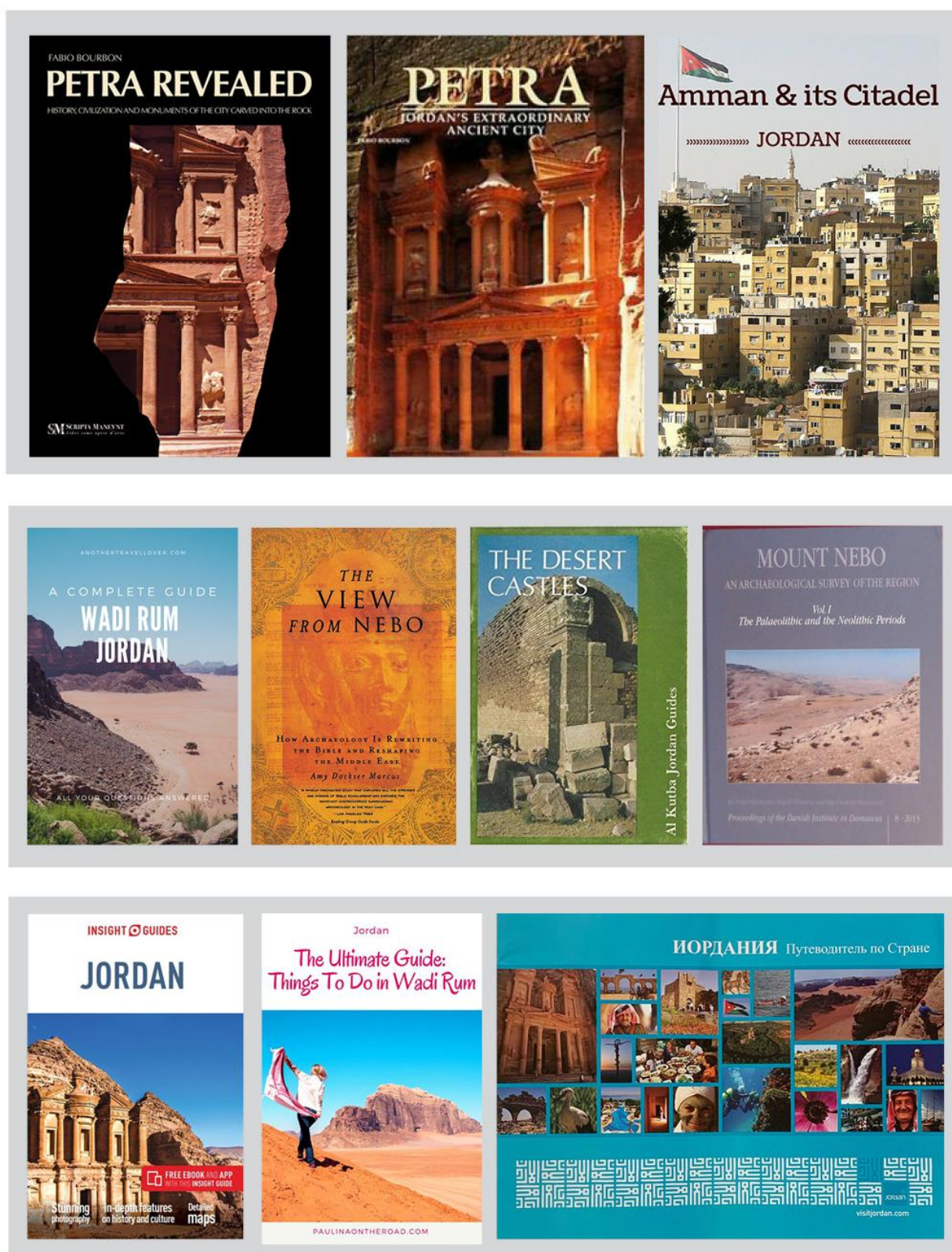


Рис. А.3.29. Путівники, альбоми, науково-популярні видання (фото автора).



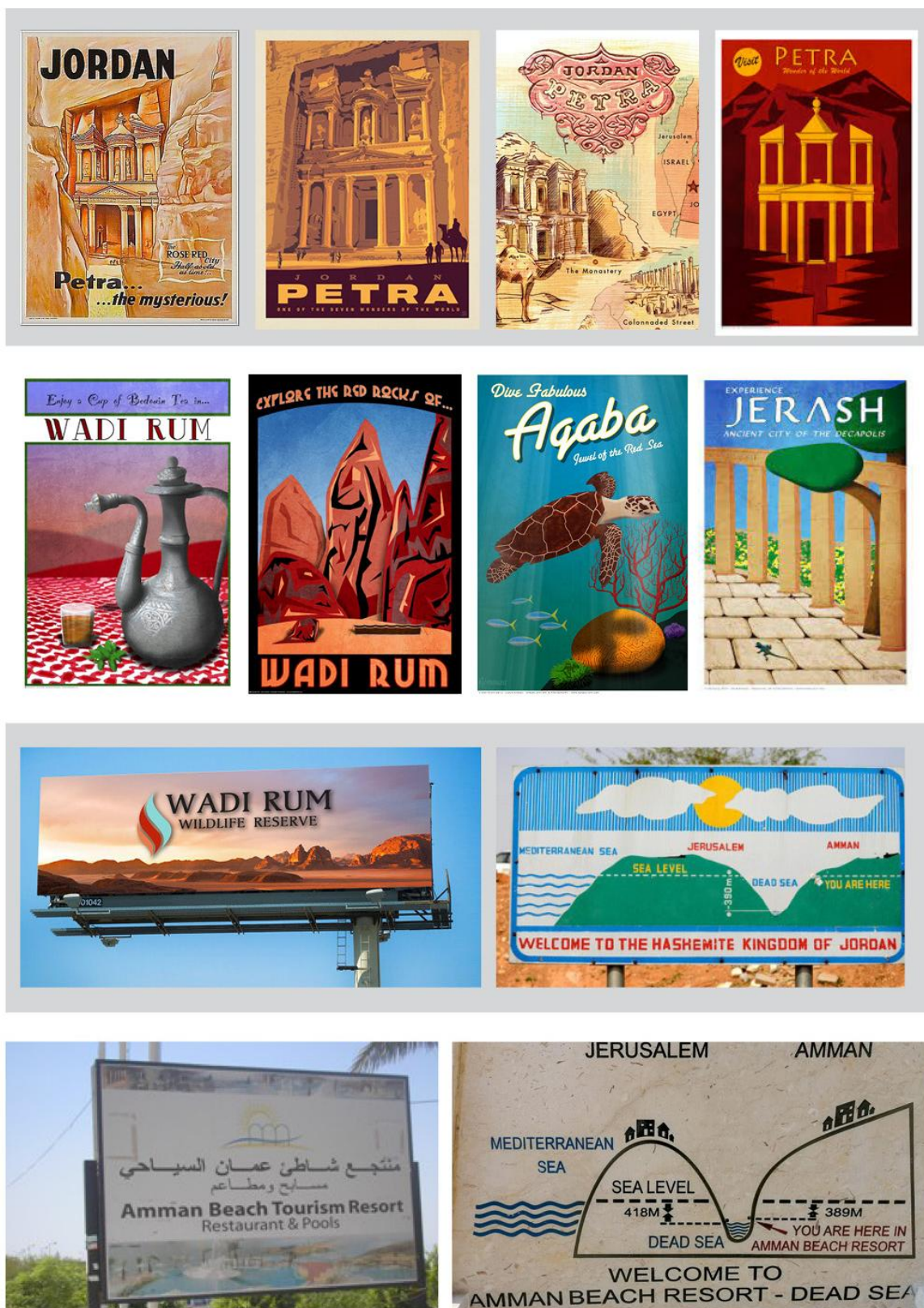


Рис. А.3.30. Малоформатні та великоформатні аркушеві видання, що ідентифікують визначні пам'ятки Йорданії (фото автора).



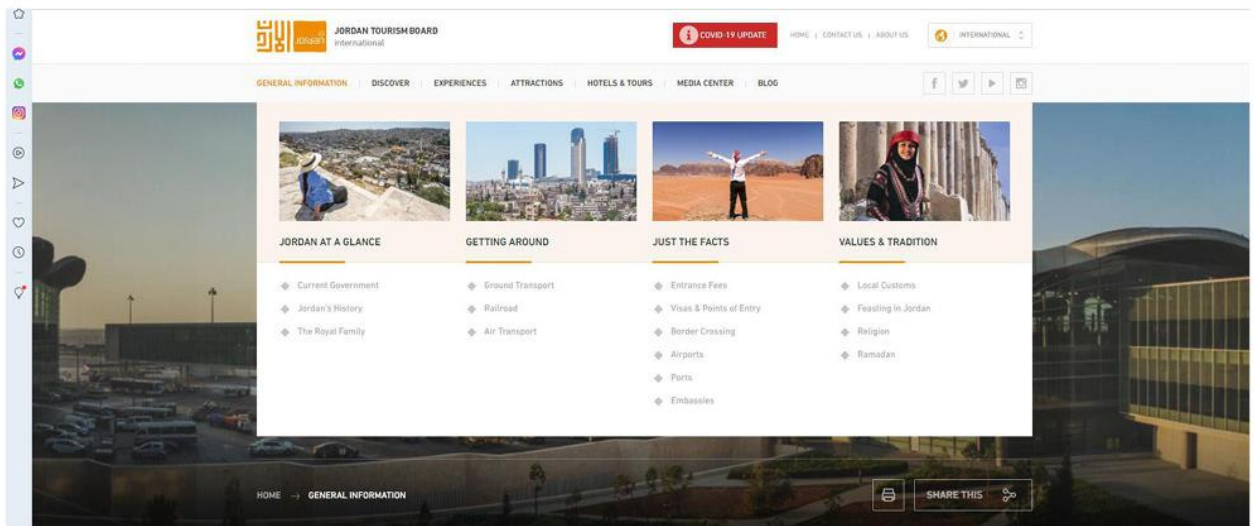
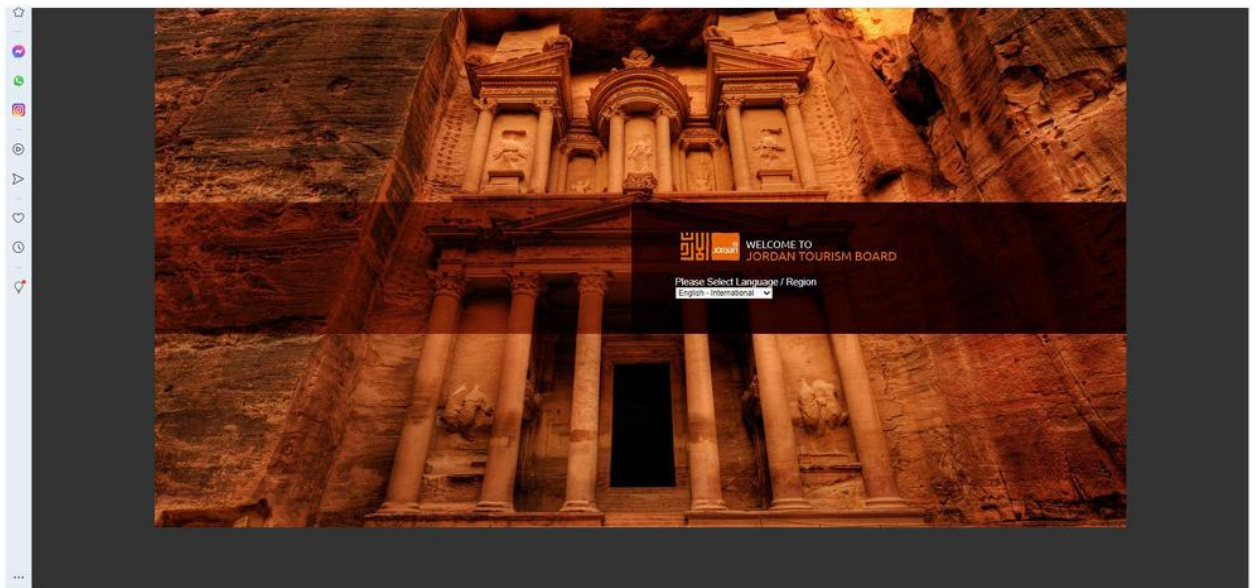


Рис. А.3.31. Інтерфейс та інтернет-реклама Jordan Tourism Board (<http://www.visitjordan.com/>) (скріншот автора).

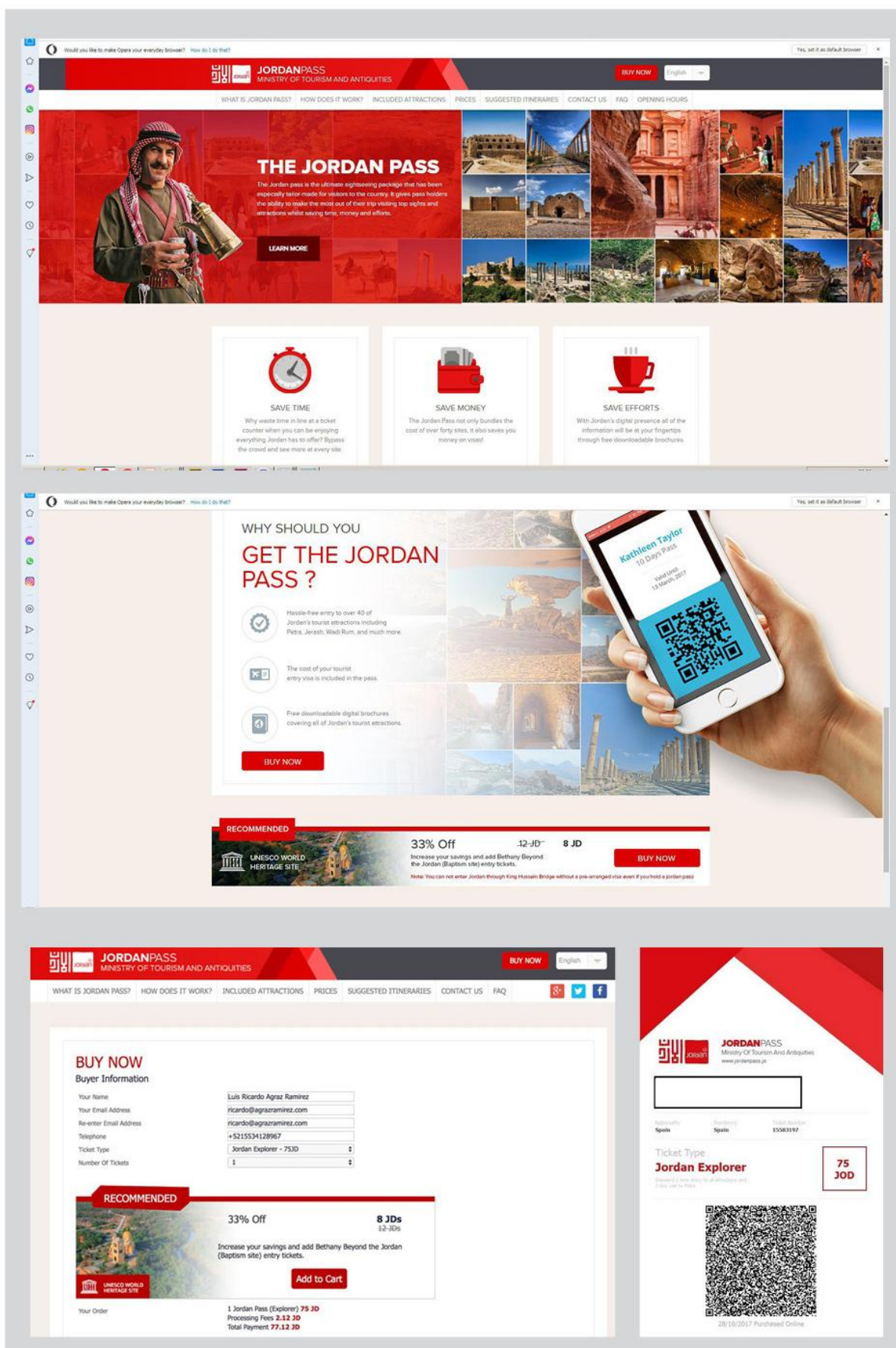


Рис. А.3.32. Інтерфейс сайту та форма мобільного додатку «Jordan Pass» (туристичного пакету, розробленого The Ministry of Tourism and Antiquities in Jordan) (<https://www.jordanpass.jo/>) (скріншот автора).



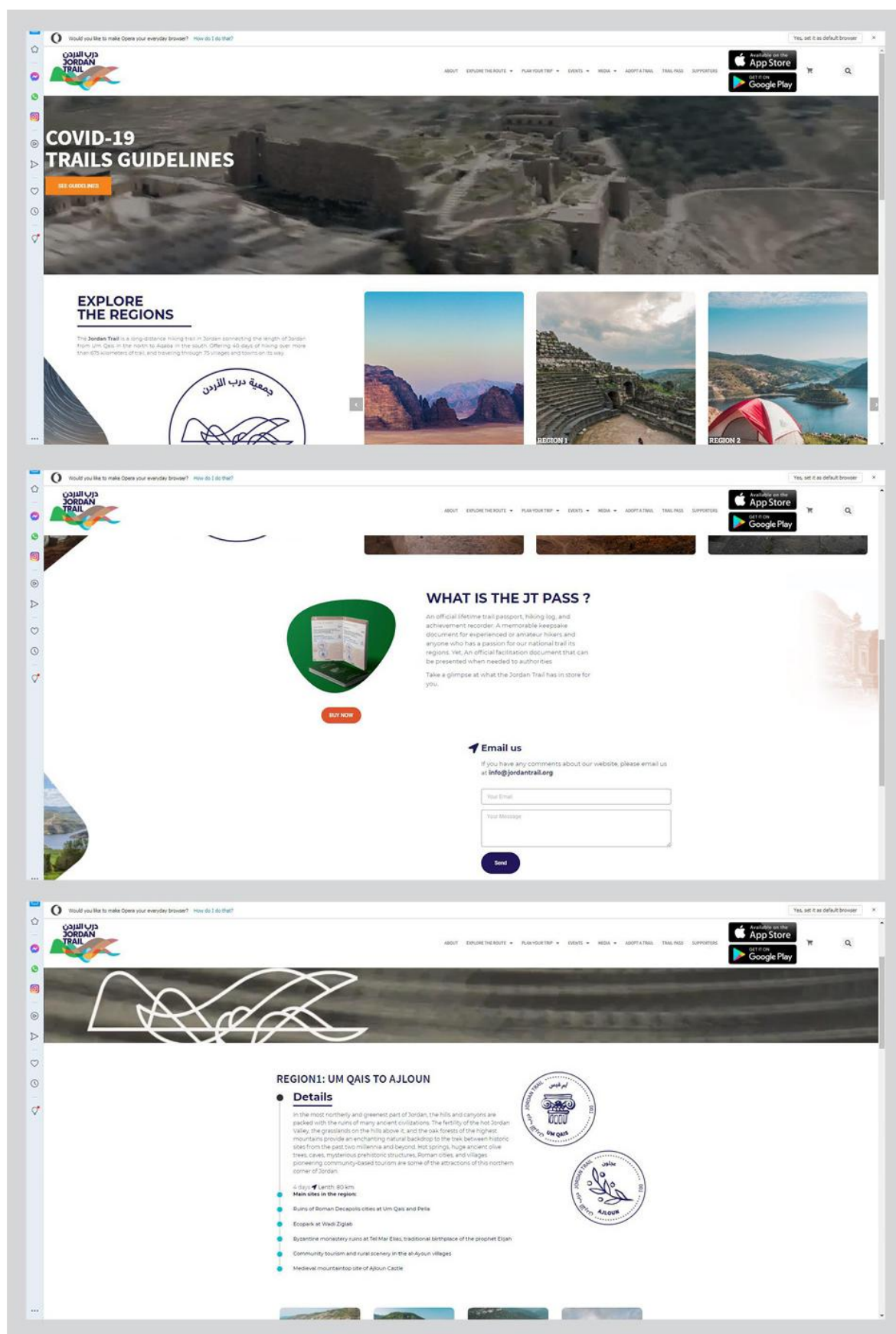


Рис. А.3.33. Інтерфейс сайту «Jordantrail» (Йорданська стежка – це пішохідна стежка в Йорданії, що з'єднує країну від Ум-Кайса на півночі до Акаби на півдні) (<https://jordantrail.org/>) (скріншот автора).

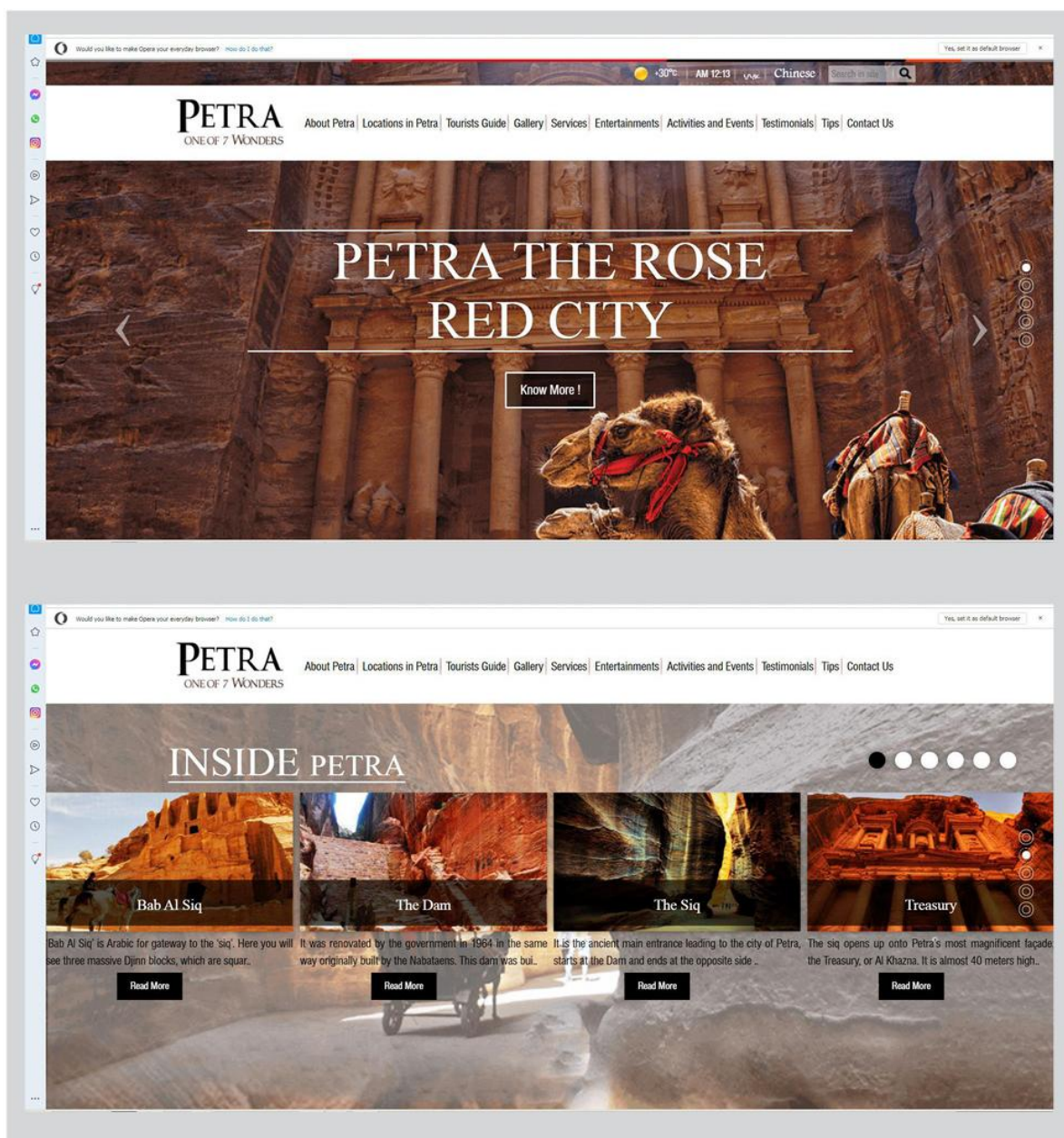


Рис. А.3.34. Інтерфейс сайту Петри (visitpetra.jo).  
а – сторінки сайту; б – скріншоти з віртуального 3D туру



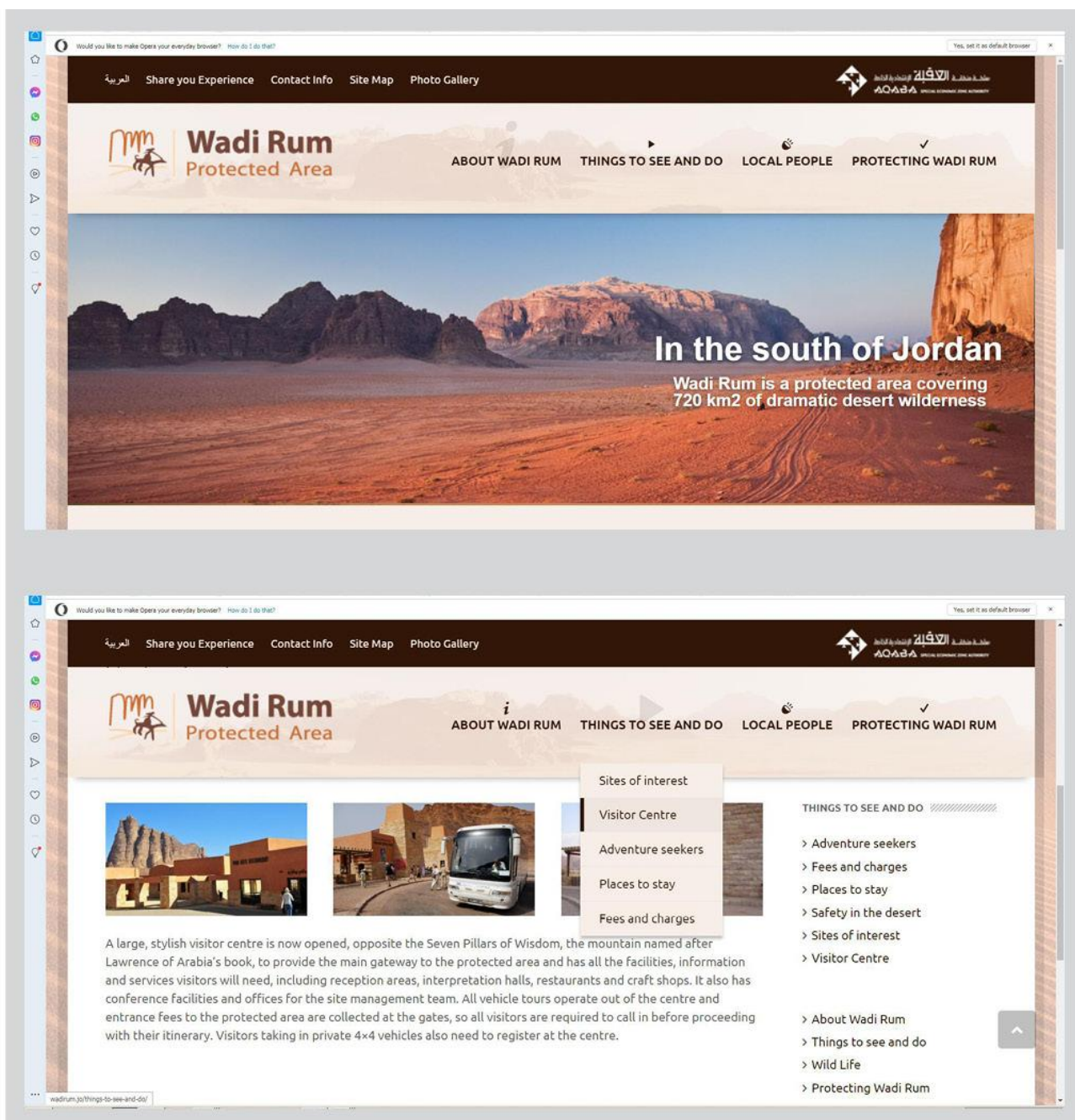


Рис. А.3.35. Інтерфейс сайту «Ваді-Рам – зона під охороною» (<http://wadirum.jo>).  
(скріншоти автора)



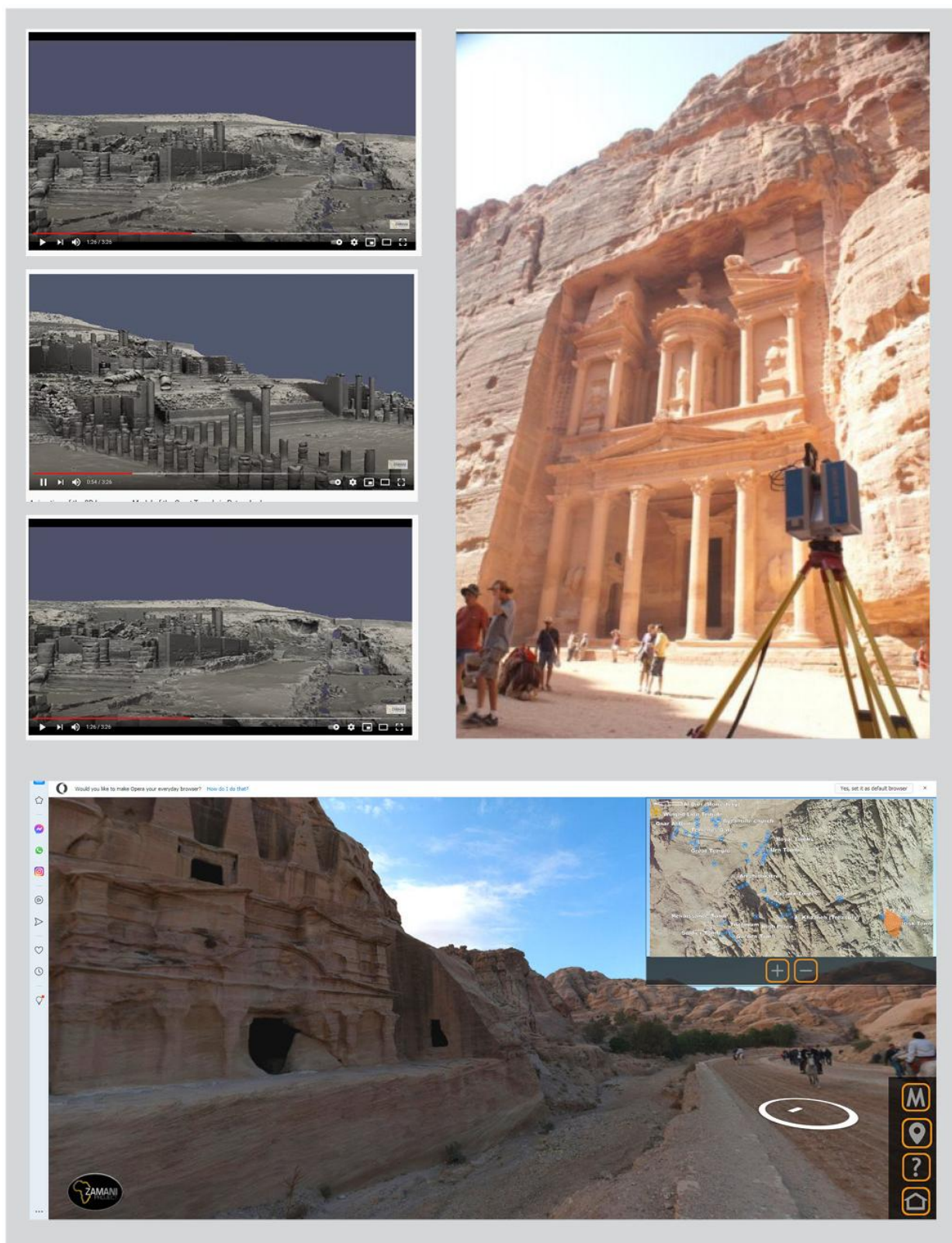
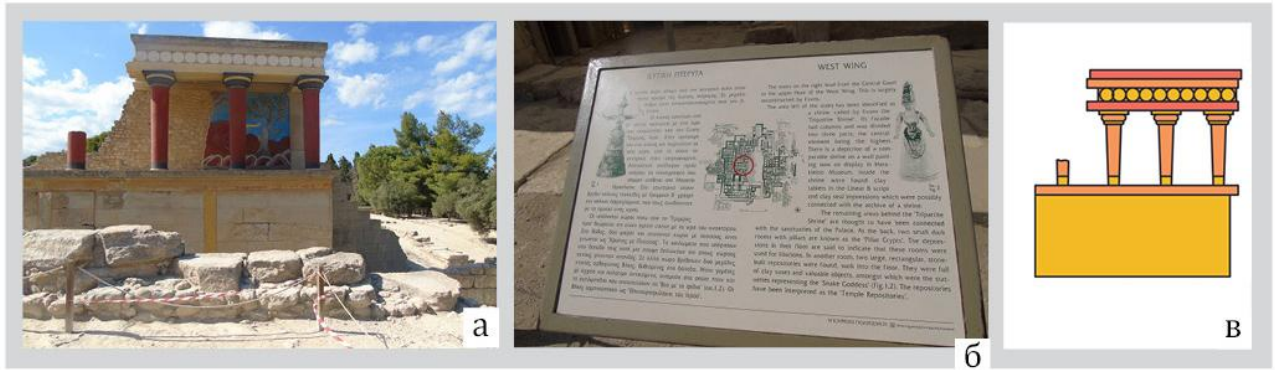


Рис. А.3.36. Памятки Йорданії, відтворені в 3D реконструкціях ([https://zamani-project.org/tl\\_files/data/panotours/Petra\\_0a\\_hr/Petra\\_0a\\_hr.html](https://zamani-project.org/tl_files/data/panotours/Petra_0a_hr/Petra_0a_hr.html); <https://www.youtube.com/watch?v=E9ywNH58-0A>; <https://www.youtube.com/watch?v=GTUPlfTICow>; <https://www.youtube.com/watch?v=Re-AALgJTaw>)  
(скріншоти автора)



**Рис. А.4.1. Кносський палац на о.Крит (Греція)**  
 а – загальний вигляд; б – приклад інформаційного стенду; в – логотип



**Рис. А.4.2. Археологічний парк на о.Делос (Греція)**  
 а – загальний вигляд; б – приклад інформаційного стенду; в – приклад друкованої продукції (квиток)



**Рис. А.4.3. Афі́нський Акрополь (Греція)**  
 а – загальний вигляд (Парфенон); б – приклад інформаційного стенду;  
 в – приклад друкованої продукції (квиток)



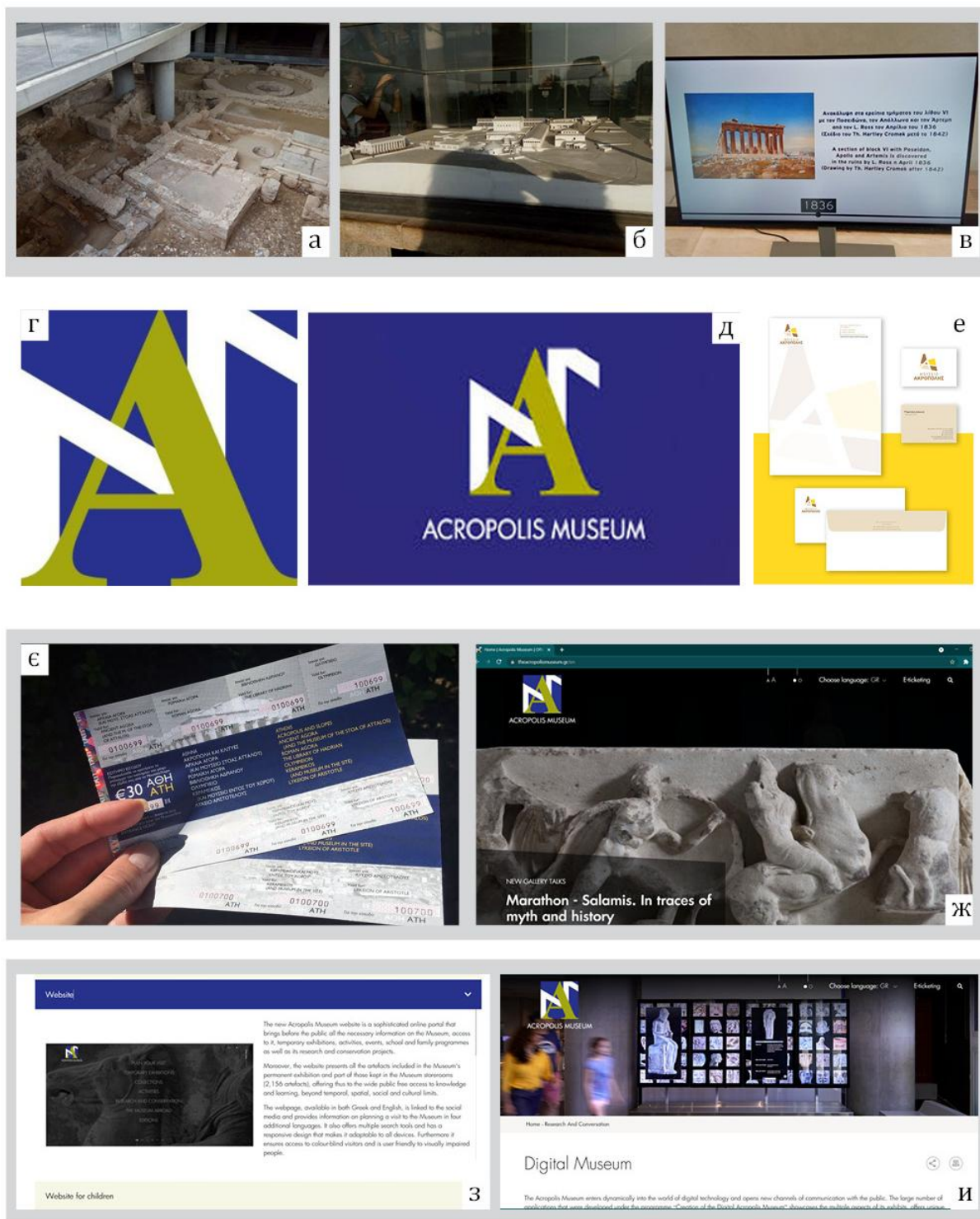


Рис. А.4.4. Новий музей Акрополя в Афінах (Греція)

а, б – вигляд фрагментів руїн античних Афінах; в – сенсорний екран в експозиції музею; г, д – приклади логотипів; е, з – приклади друкованої продукції; ж, з, и – скріншоти із офіційного сайту музею (виконані 15.01.2021)



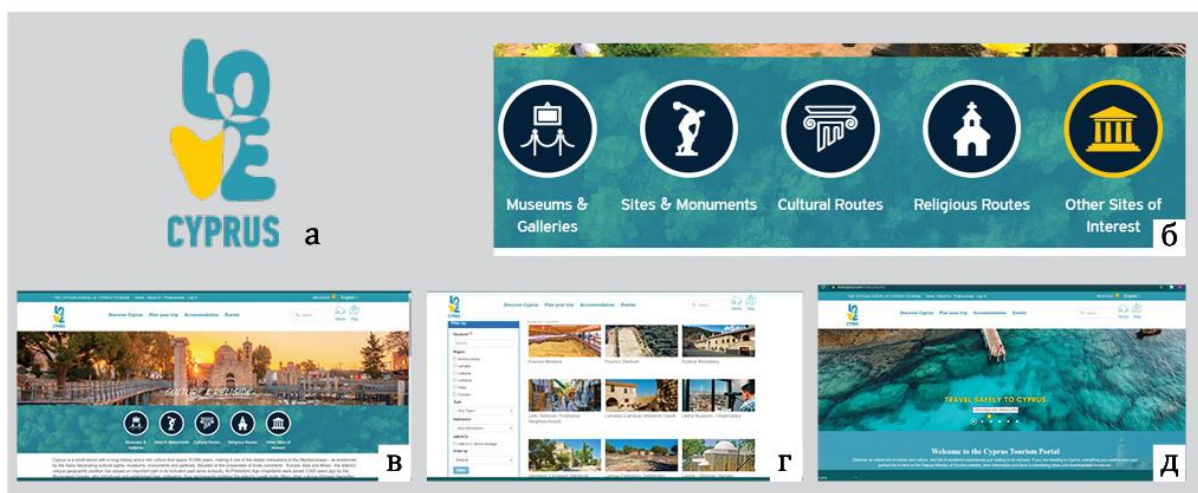
**Рис. А.4.5. Археологічний парк Куріон біля Лімасолу (Кіпр)**  
а – загальний вигляд (Парфенон); б – приклад інформаційного стенду



**Рис. А.4.6. Археологічний парк у Пафосі (Кіпр)**  
а, б – загальний вигляд; в – приклад інформаційного стенду

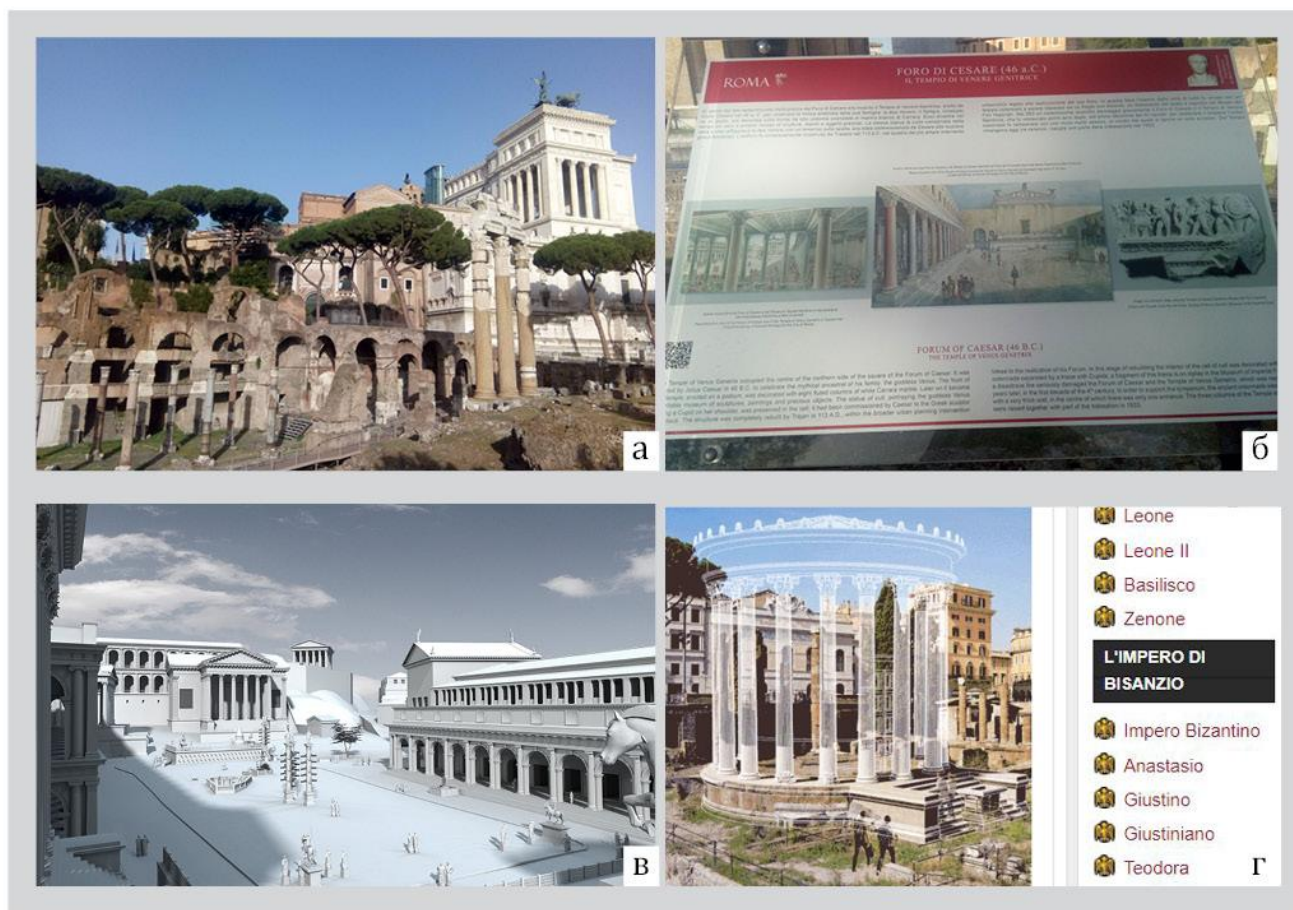


**Рис. А.4.7. Комплекс «Царських гробниць» у Пафосі (Кіпр)**  
а, б – загальний вигляд; в – приклад інформаційного стенду

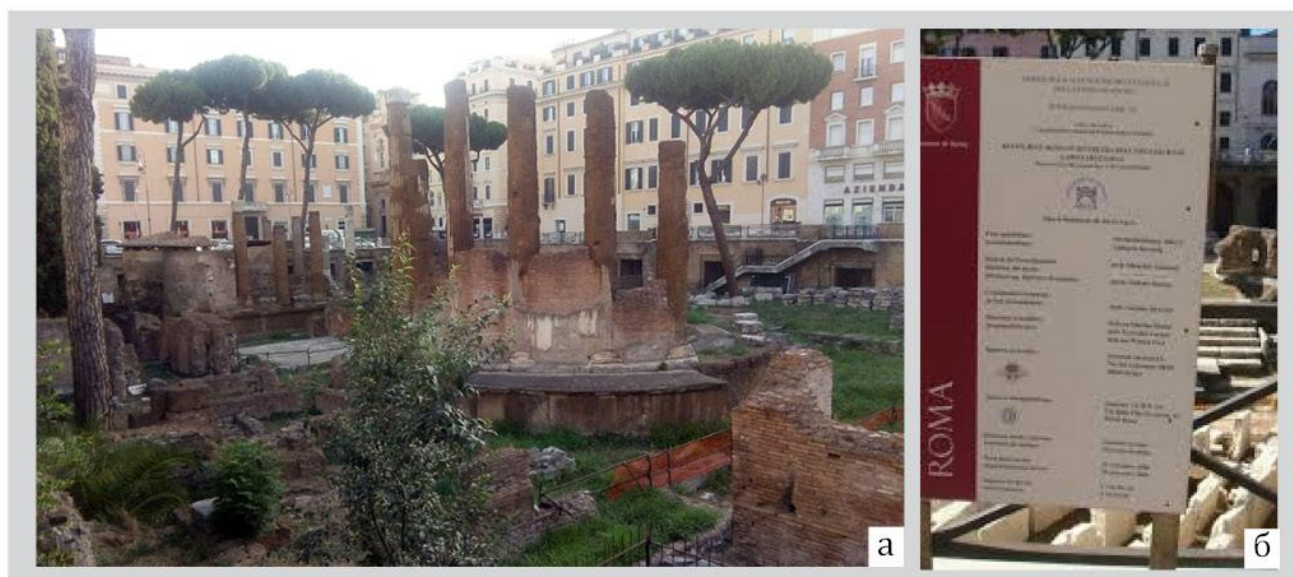


**Рис. А.4.8. Елементи дизайну туристичного сайту «Visit Cyprus»**  
а - логотип; б – елементи інфографіки сайту,  
в, г, д – скріншоти (виконані 21.01.2021);





**Рис. А.4.9. Римський форум у Римі (Італія)**  
а – загальний вигляд; б – інформаційний стенд на форумі Цезаря;  
в, г – скріншот із 3D реконструкції



**Рис. А.4.10. Священна територія у Римі (Італія)**  
а – загальний вигляд; б – інформаційний стенд





**Рис. А.4.11. Археологічний парк Остія Антіка біля Риму (Італія)**  
 а – загальний вигляд; б, в, г – інформаційні стенди; д, е – логотипи; е, ж – скріншот офіційного веб-сайту



**Рис. А. 4.12. Музей «Піземелля Ринку» у Кракові (Польща)**  
 а – загальний вигляді експозиції; б – відео дошка в експозиції музею





а

**Рис. А.4.13. Державний історико-культурний заповідник «Тустань» в Уричі (Україна)**  
 а- загальний вигляд; б, в – інформаційні стенди; г, д – скріншоти віртуальної 3D реконструкції (виконані 03.11.2020)



б



в



г

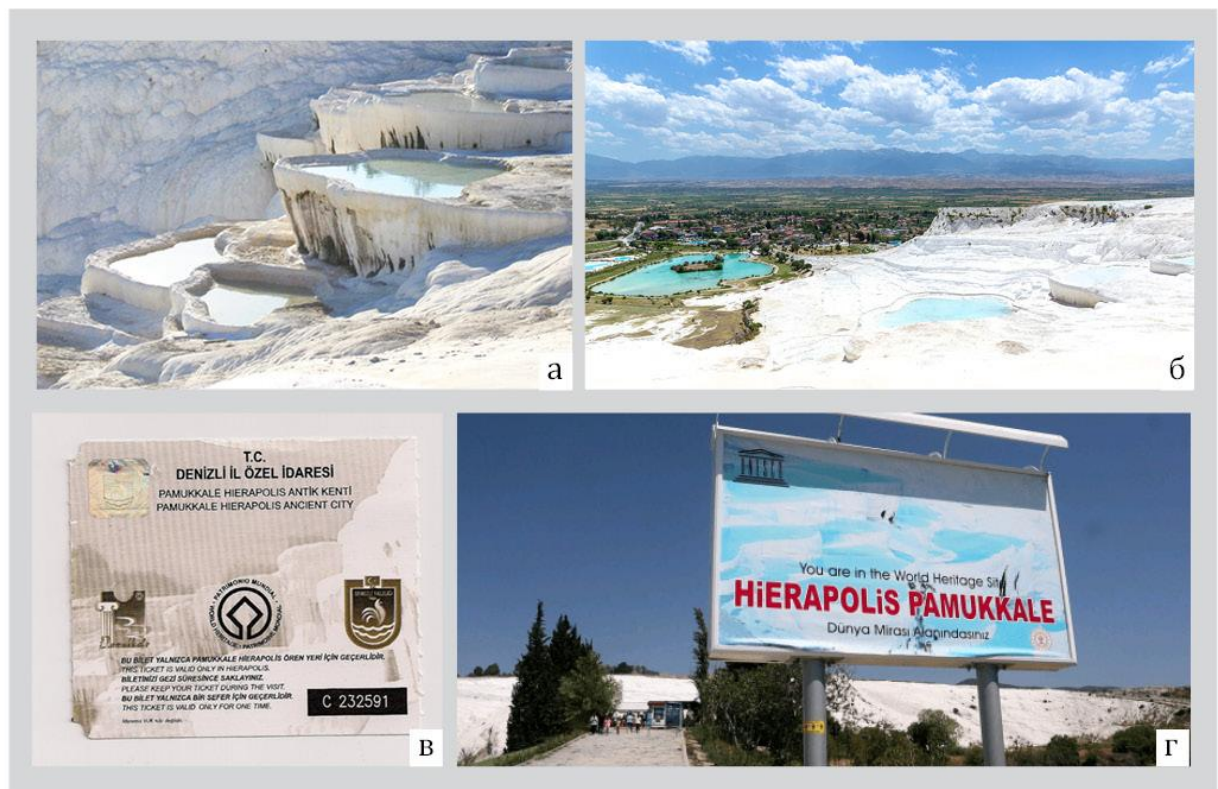


д





**Рис. А.4.14. Комплекс давнього міста Ефес (Туреччина)**  
а, б – загальний вигляд; в – приклад інформаційного стенду, г - квиток

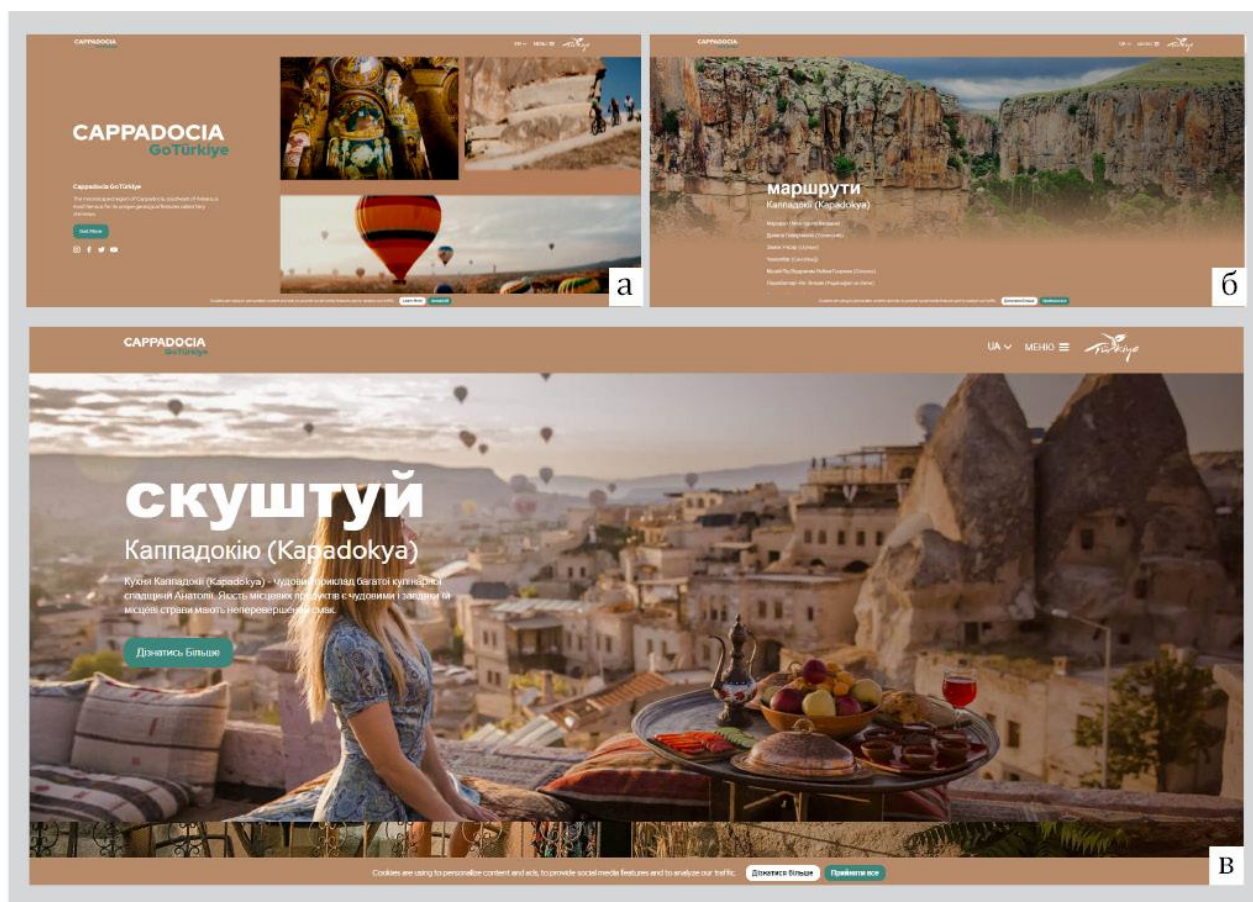


**Рис. А.4.15. Геотермальний комплекс Памуккале (Туреччина)**  
а, б – загальний вигляд; в – приклад інформаційного стенду, г - квиток



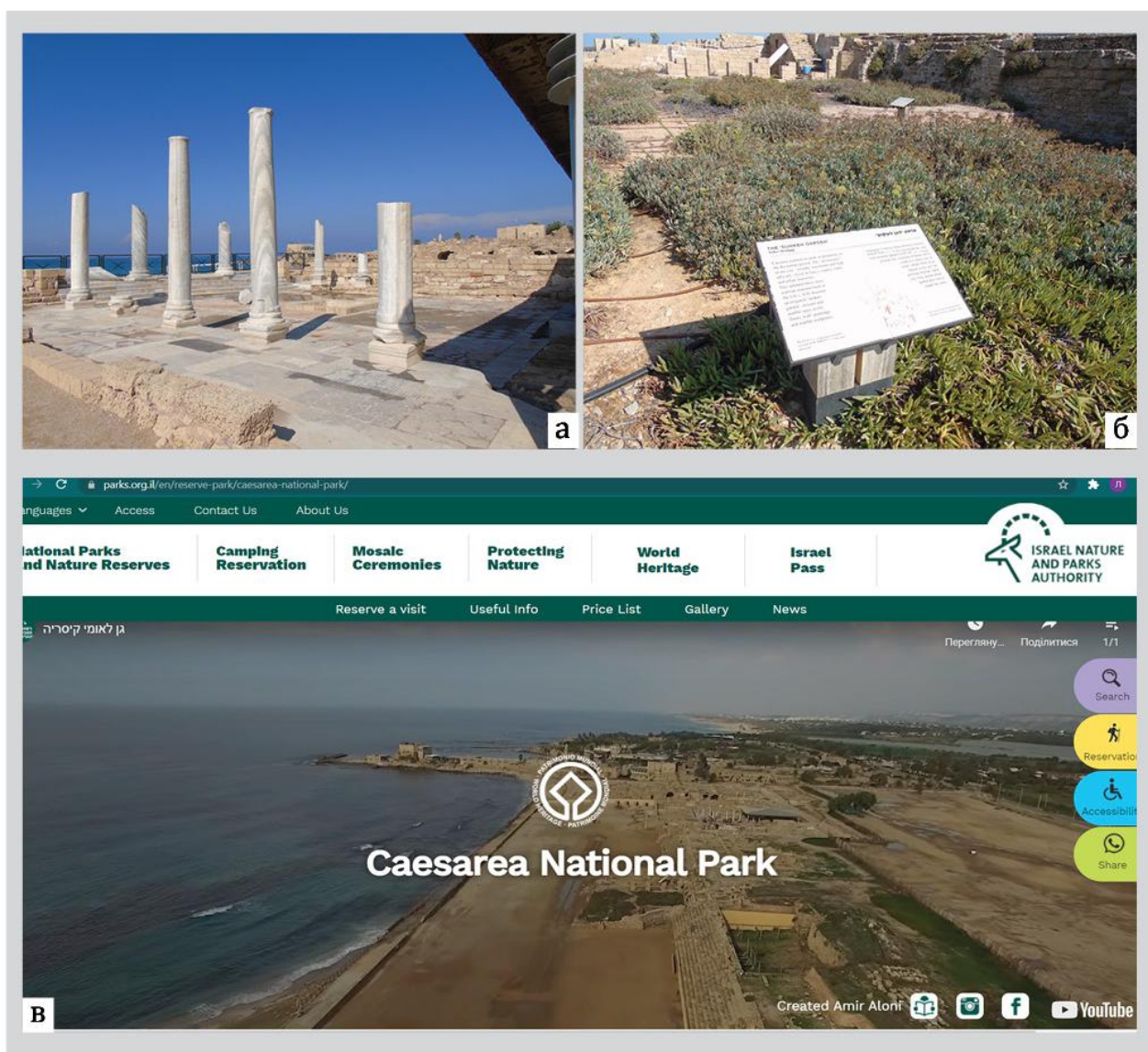


**Рис. А.4.16. Історико-географічний регіон Каппадокія (Туреччина)**  
 а, б – загальний вигляд; в – логотипи з інформаційних сайтів <https://www.gocappadociaturkiye.com> та <https://www.visitcappadocia.com/>



**Рис. А.4.17. Сайт “Cappadocia. Go Turkey” (Туреччина)**  
<https://www.gocappadociaturkiye.com/ua/homepage>  
 а – домашня сторінка; б, в – версія українською мовою





**Рис. А. 4.18.** Національний парк «Кейсарія» (Ізраїль)  
 а – загальний вигляд; б – інформаційний стенд;  
 в – скріншот із сторінки веб сайту; г – логотип





**Рис. А.4.19. Стародавнє місто Карфаген (Туніс)**

а, б – загальний вигляд; в – квиток



**Рис. А.4.20. Стародавнє місто Дугга (Туніс)**

а – загальний вигляд; б, в – зовнішні інформаційні носії з логотипом



**Рис. А.4.21. Луксорський храм (Єгипет)**

а, б – загальний вигляд; в – квиток



**Рис. А.4.22. Комплекс пірамід у Гізі (Єгипет)**

а – загальний вигляд; б – квиток

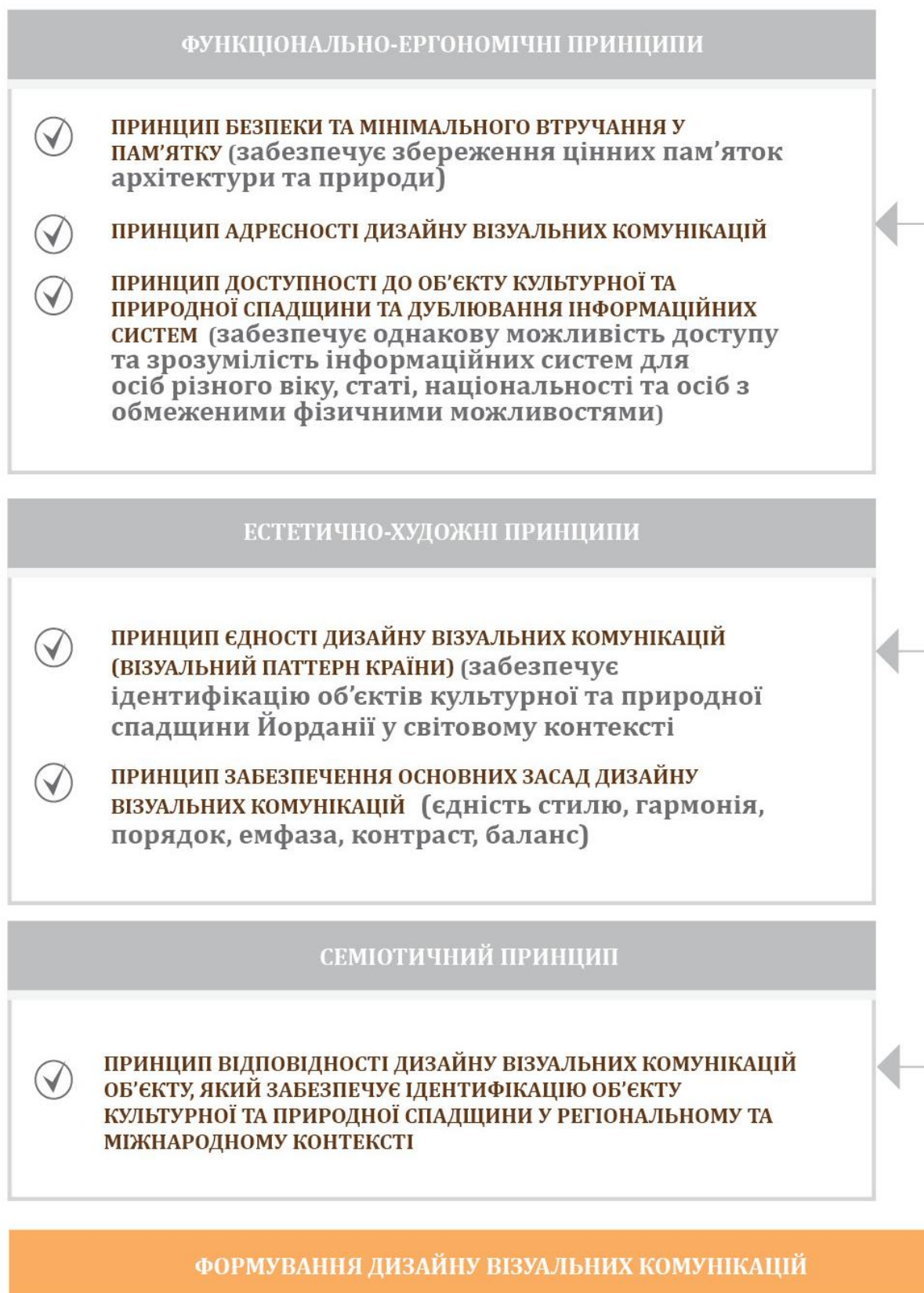


Рис. А.4.23. Принципи формування дизайну візуальних комунікацій



## ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ПІДСИСТЕМІ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА



### ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

### НЕГАТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

✓ усі об'єкти забезпечені, принаймні, мінімальним набором елементів дизайну візуальних комунікацій, вони є охоплені програмами збереження, дослідження та реставрації. Деякі об'єкти (Джераш, Мадаба, замок Карак) були включені у комплексні програми ревіталізації, що позитивно відобразилося також і на дизайні візуальних комунікацій

✓ дизайн, змістовне та графічне наповнення інформаційних стендів відповідає в цілому науковим, експозиційним вимогам та світовим тенденціям

✓ нерівномірність та незбалансованість забезпечення об'єктів культурної та природної спадщини елементами візуальних комунікацій (від дуже високого рівня, як у Петрі та Мадабі, то, фактично мінімального, як у «замках пустелі»). Така ситуація призводить до недооцінки цієї спадщини, а також, що ці об'єкти часом «випадають» із туристичних програм та маршрутів

✓ об'єкти культурної та природної спадщини практично не пристосовані для потреб осіб із обмеженими фізичними можливостями (як для осіб, що пересуваються на кріслі візку, так і для осіб із вадами зору, слуху, ментальними проблемами)

**Рис. А.4.24. Особливості сучасного розвитку дизайну візуальних комунікацій в аспекті предметно-просторового середовища**

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ ТА ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ СИСТЕМАМИ ВІЗУАЛЬНИХ ІДЕНТИФІКАЦІЙ



**Рис. А.4.25. Сучасний стан забезпечення об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії системами візуальних ідентифікацій**



## ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ПІДСИСТЕМІ ДРУКОВАНОГО СЕРЕДОВИЩА



**Рис. А.4.26. Особливості сучасного розвитку дизайну візуальних комунікацій в аспекті друкованого середовища**



## ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ПІДСИСТЕМІ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА



### ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

### НЕГАТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

- ✓ наявність загальних туристичних сайтів-путівників, які поєднують в собі інформацію про певну кількість об'єктів культурної та природної спадщини
- ✓ універсальність та інформативність сайтів для найбільш відомих пам'яток Йорданії (зокрема, для Археологічного парку Петра, пустелі Ваді Рам). Вони цілком відповідають загальним вимогам щодо користувацької зручності, функціональності та дизайну. Наявність таких сайтів окреслює загальні перспективи для подальших розробок у цій сфері
- ✓ реалізація інноваційних методів неінвазивної (віртуальної) реконструкції пам'яток, що допомагає забезпечити пам'ятку (яка перебуває під загрозою пошкодження, знищення чи є погано документована) від можливого майбутнього забуття. Такі віртуальні реконструкції допомагають отримати досвід перебування та контакту з пам'яткою навіть з іншого кінця світу

- ✓ дизайн інтерфейсів проаналізованих сайтів орієнтований на європейські стандарти, що є позитивним з позиції UI/UX дизайну. Водночас, мало виявлена регіональна самобутність (без негативного впливу на функціональність) – недостатньо акцентовано на своєрідності орнаментально-типографічних елементів, традиційних кольорових моделях, композиційних рішеннях, що підкреслювали б національну приналежність.
- ✓ дизайн мобільних додатків об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії не має системного характеру та формується без прив'язки до візуальної ідентифікації конкретного об'єкту, базуючись на візуально-формальному баченні самого розробника.
- ✓ можливості цифрового середовища недостатньо задіяні та потребують уваги зі сторони відповідних міністерств, адже саме вони мають сьогодні найширшу аудиторію та формують думку мільйонів користувачів – потенційних відвідувачів Йорданії.
- ✓ недостатньо активно освоюється сфера віртуальних реконструкцій у просторовій структурі пам'ятки, а також віртуальних онлайн турів.

Рис. А.4.27. Особливості сучасного розвитку дизайну візуальних комунікацій в підсистемі цифрового середовища



## ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ І ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ

### КРОКИ ДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

- ✓ розробка та прийняття спеціальної програми щодо дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини на державному рівні. Необхідна координація науково-дослідної, реставраційної, промоційної, туристичної та дизайнерської роботи;
- ✓ приведення до єдиного стилю (візуальний паттерн країни) дизайну візуальних комунікацій усіх об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії;
- ✓ збалансування системи дизайну візуальних комунікацій, розробка не лише візуального стандарту дизайну візуальних комунікацій, але і «мінімального» та «оптимального» пакету елементів дизайну у залежності від рангу пам'ятки у регіональному та міжнародному контексті;
- ✓ розвиток систем мультимедійного дизайну на об'єктах культурної та природної спадщини Йорданії;
- ✓ вдосконалення системи дизайну візуальних комунікацій цифрового середовища (створення спеціальних сайтів для окремих об'єктів, наукових сайтів)
- ✓ формування стратегії та програми комплексного пристосування об'єктів культурної та природної спадщини для потреб осіб із фізичними можливостями. Такі програми мали би включати розробку маршрутів для пересування осіб на кріслах-візках, усунення або нівелювання фізичних перешкод на місцях їх пересування, особливо, у місцях вертикальних комунікацій (проекування пандусів, підйомників, ліфтів). Це завдання є надзвичайно складним та потребує ретельного вивчення та особливого підходу, оскільки у таких археологічних дільницях як, наприклад, Петра така діяльність пов'язана із втручанням в автентичну субстанцію пам'ятки. Іншим напрямком є розвиток тактильних експозицій (макетів, схем), інформаційних стендів і табличок із шрифтом Брайля;
- ✓ розвиток системи дизайнерської освіти, зокрема уведення у навчальні програми дисциплін, пов'язаних із веб дизайном та мультимедійним дизайном

- ✓ дослідження можливостей пристосування об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії з аспекту дизайну до потреб людей з обмеженими фізичними можливостями
- ✓ поглиблене вивчення способів ідентифікації специфіки країни через дизайн візуальних комунікацій
- ✓ дослідження можливостей координації зусиль урядових та приватних структур з метою створення єдиної стратегічної програми формування дизайну візуальних комунікацій
- ✓ виявлення прогалін та опрацювання рекомендацій щодо викладання дизайну (зокрема, веб дизайну) у вищих навчальних закладах

Рис. А.4.28. Virшення проблемних питань та перспективи розвитку дизайну візуальних комунікацій об'єктів культурної та природної спадщини Йорданії

**ДОДАТКИ Б.**  
**ОБ'ЄКТИ КУЛЬТУРНОЇ І ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ ЙОРДАНІЇ**

*(усі світлини автора)*

- Рис.Б.1. Археологічний парк Аджлун.
- Рис. Б.2. Археологічний парк Німфей (Амман).
- Рис. Б.3. Пустеля Ваді-Рам (Мухафаза Акаба).
- Рис.Б.4. Археологічний парк Джераш.
- Рис. Б.5. Археологічний парк Карак.
- Рис. Б.6. Археологічний парк Мадаба. Церква Діви Марії.
- Рис.Б.7. Археологічний парк Мадаба. Гіпостильний зал.
- Рис. Б.8. Археологічний парк Мадаба.
- Рис. Б. 9. Археологічний парк Мадаба. Церква Мартироса.
- Рис. Б. 10. Археологічний парк Мадаба. Спалений Палац.
- Рис. Б. 11. Археологічний парк Мадаба. Апостольська церква.
- Рис. Б. 12. Археологічний парк Мадаба. Православна церква Св. Георгія.
- Рис. Б. 13. Археологічний парк Кафедральний собор.
- Рис. Б. 14. Археологічний парк Мадаба. Крипта Св.Іллі.
- Рис. Б. 15. Археологічний парк Петра.
- Рис. Б.16. Мертве море.



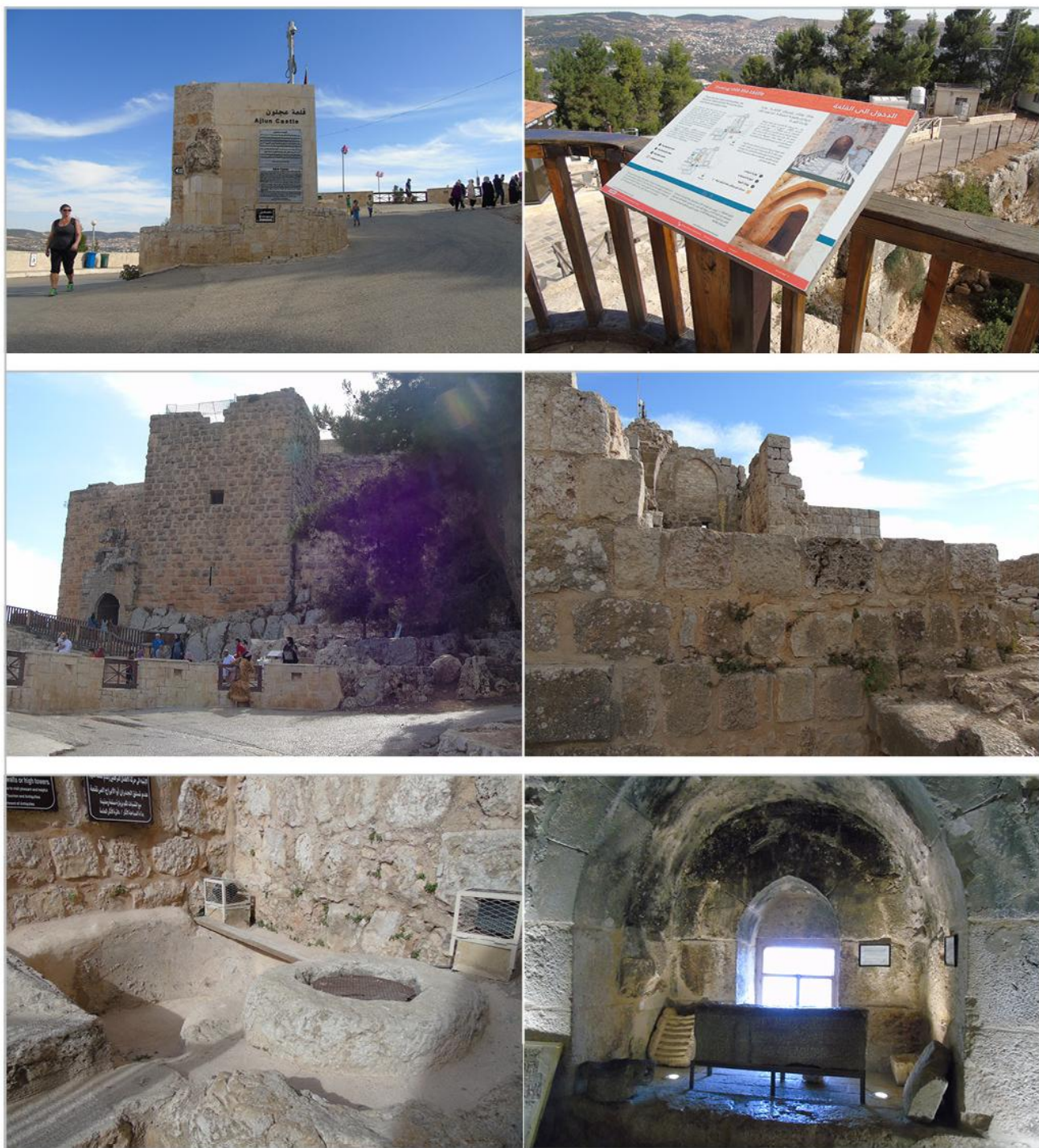


Рис. Б.1. Археологічний парк Аджлун (араб. عجلون)



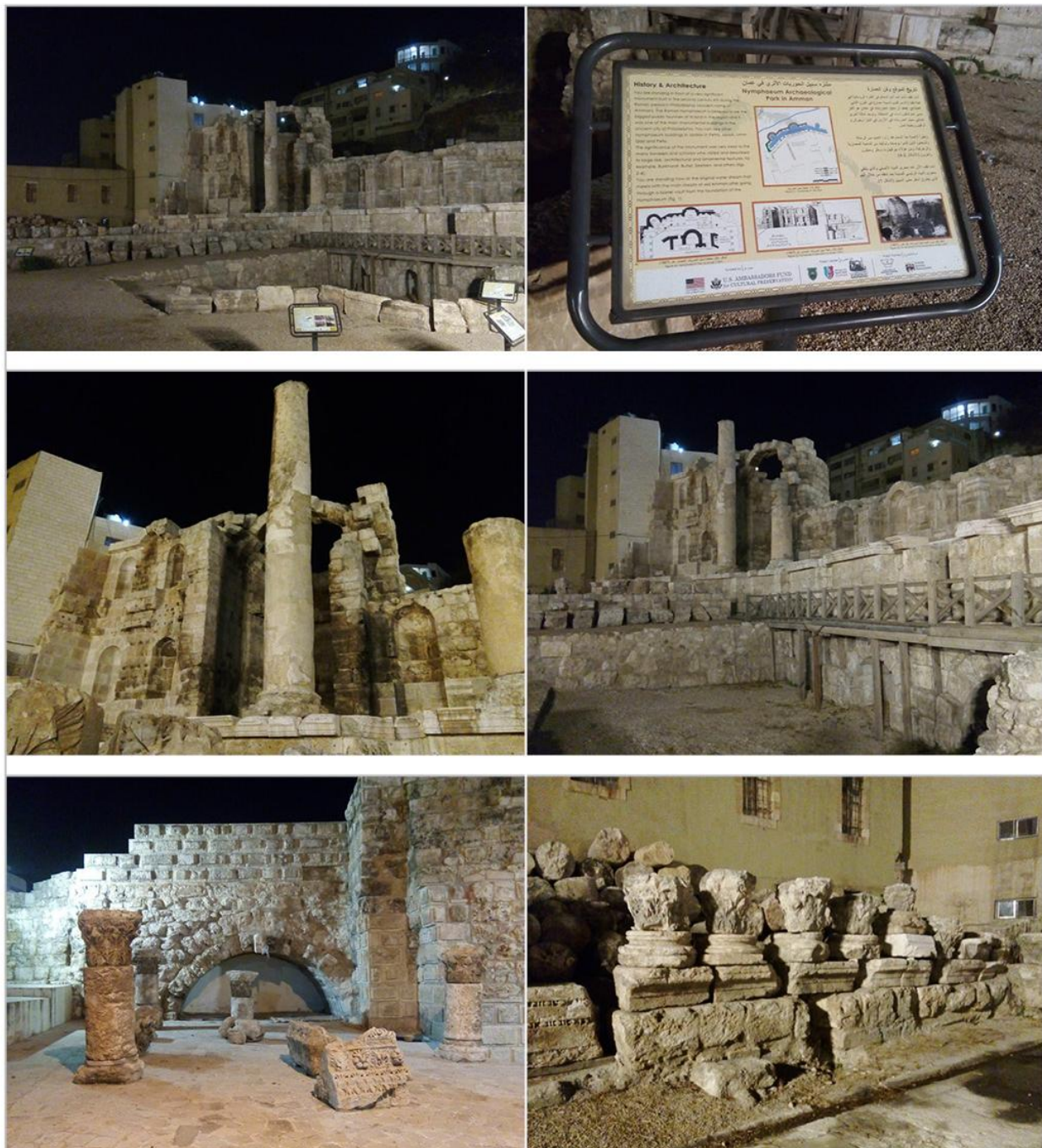


Рис. Б.2. Археологічний парк Німфей (Амман)  
(араб. حديقة أثرية)





Рис. Б.3. Пустеля Ваді-Рам (Мухафаза Акаба)  
(араб. وادي رم)



Рис.Б.4. Археологічний парк Джераш



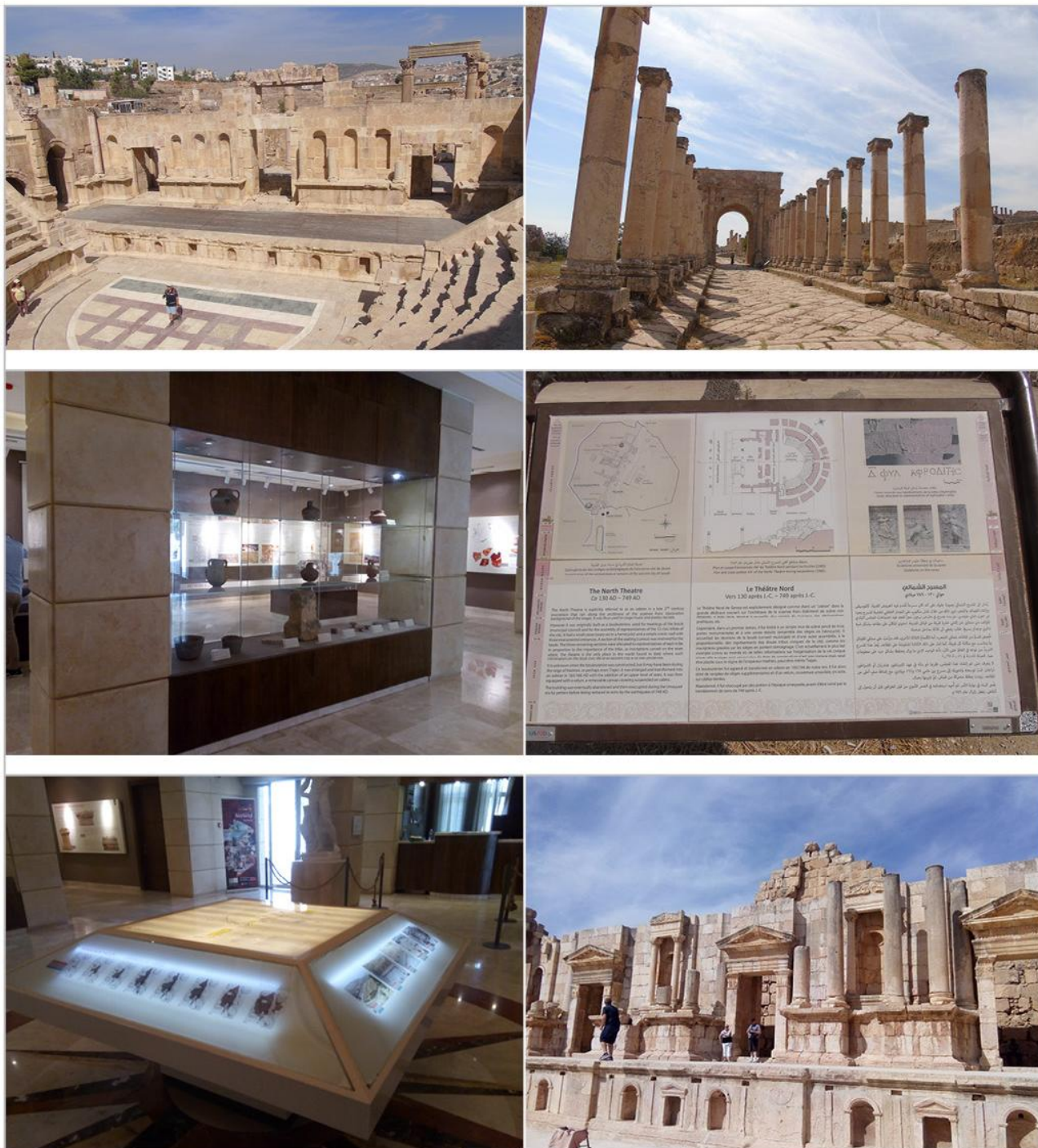


Рис.Б.4. Археологічний парк Джераш  
(продовження)





Рис. Б.5. Археологічний парк Карак





Рис. Б.6. Археологічний парк Мадаба. Церква Діви Марії





Рис. Б.6. Археологічний парк Мадаба. Церква Діви Марії (продовження)





Рис.Б.7. Археологічний парк Мадаба.  
Гіпостильний зал

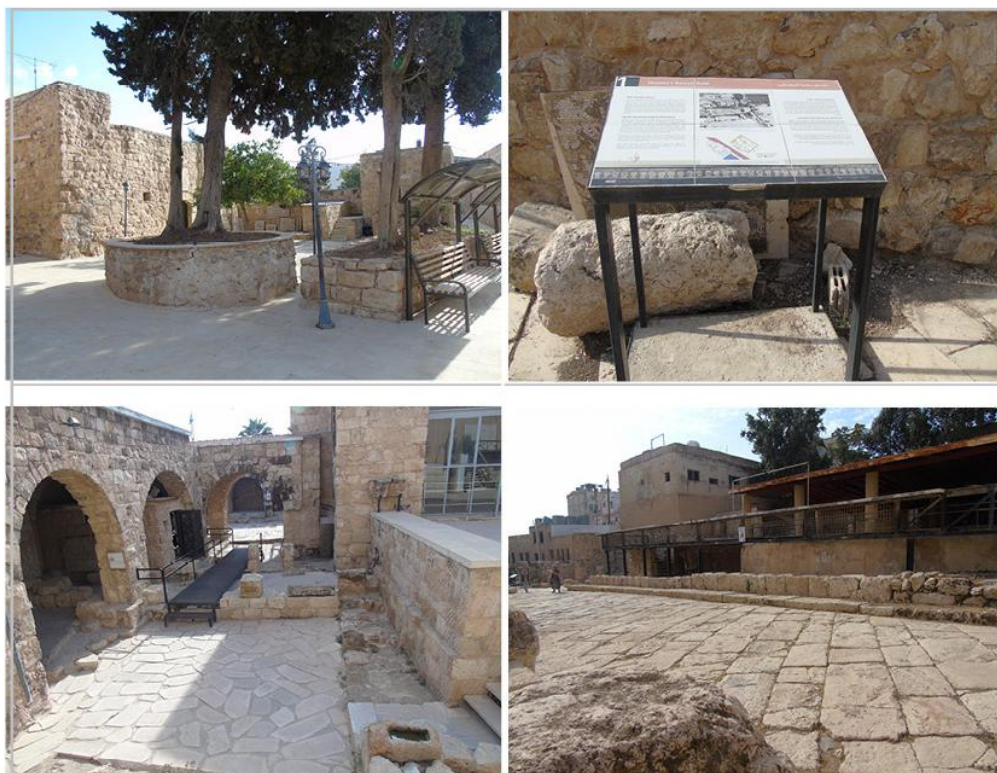


Рис. Б.8. Археологічний парк Мадаба.  
Гіпостильний зал





Рис. Б. 9. Археологічний парк Мадаба.  
Церква Мартироса





Рис. Б. 10. Археологічний парк Мадаба. Спалений Палац





Рис. Б. 10. Археологічний парк Мадаба. Спалений Палац (продовження)





Рис. Б. 11. Археологічний парк Мадаба.  
Спалений Палац





Рис. Б. 12. Археологічний парк Мадаба. Православна церква Св. Георгія



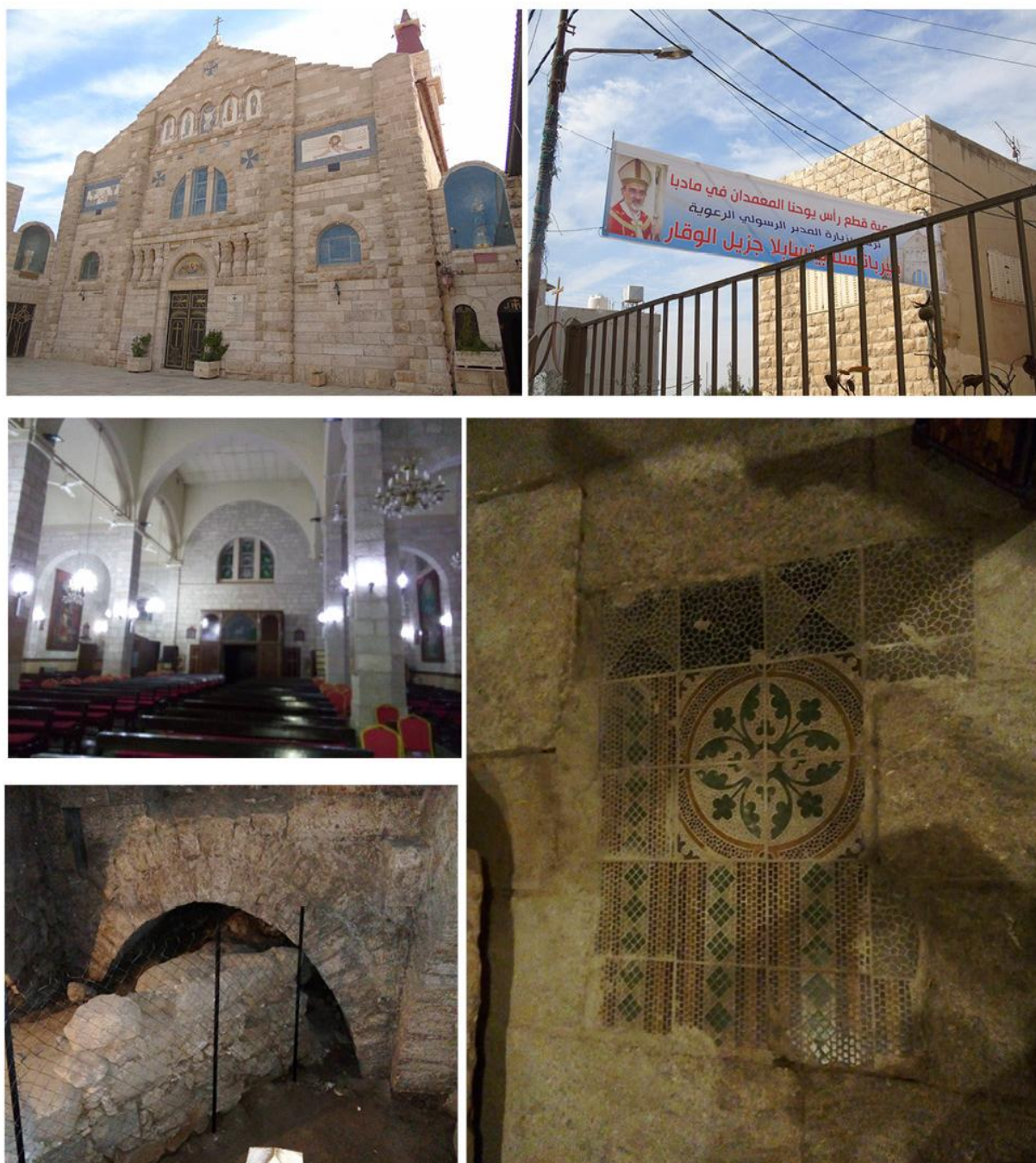


Рис. Б. 13. Археологічний парк Кафедральний собор.





Рис. Б. 14. Археологічний парк Мадаба.Кипта Св.Іллі



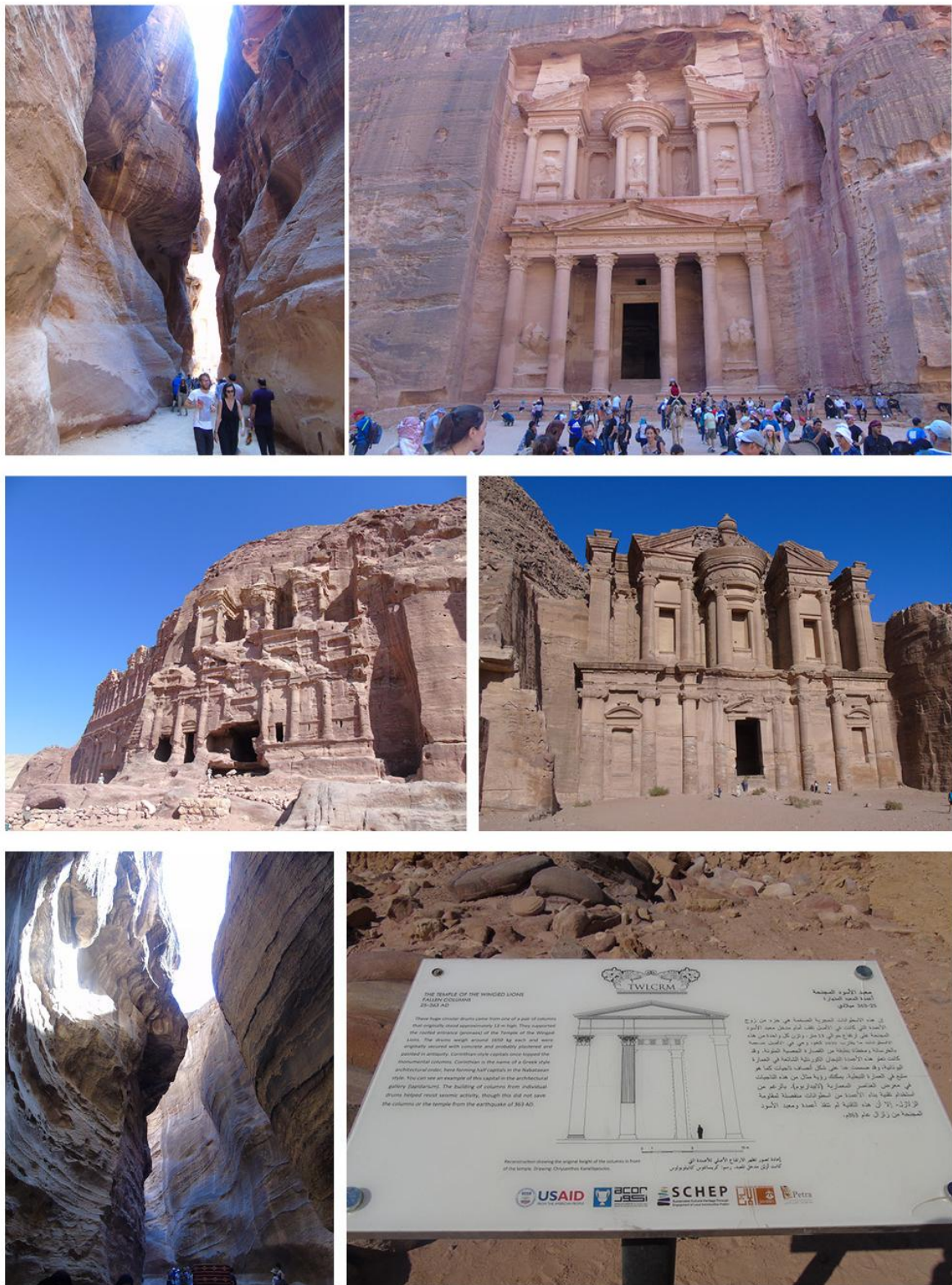


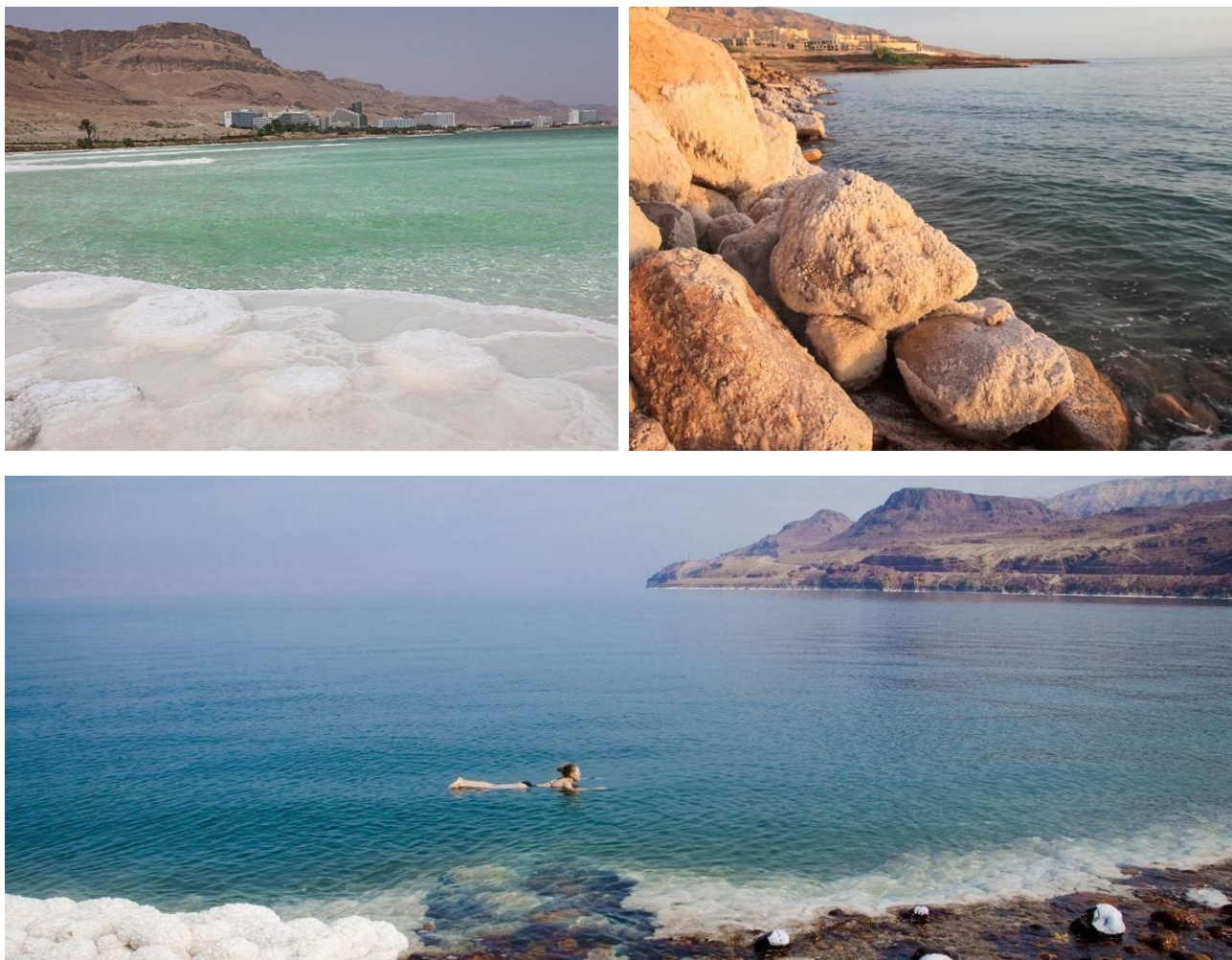
Рис. Б. 15. Археологічний парк Петра





Рис. Б. 15. Археологічний парк Петра (продовження)





**Рис. Б.16. Мертве море**

## ДОДАТКИ В.

### ПЕРЕЛІК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА, В ЯКИХ ВІДОБРАЖЕНІ ОСНОВНІ НАУКОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЇ

#### *Статті у фахових наукових виданнях України, та у збірниках, внесених до науко-метричних баз даних:*

1. Аль Равашдех, С. (2018а), Феномен естетичного у традиційному мистецтві та дизайні Йорданії. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. Львів: ЛНАМ, №35. с. 159-173.
2. Аль Равашдех, С. (2018b), Чинники формотворення у сучасних логотипах Йорданії, *Культура і сучасність : альманах*, № 2, с. 158-163.
3. Аль Равашдех, С. (2018с), Становлення та коротка характеристика сучасного графічного дизайну Йорданії. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: мистецтвознавство*, за ред. О. Смоляка, Тернопіль, №2 (39). с.303-308.

#### *Публікації у наукових періодичних виданнях інших держав:*

4. Al Rawashdeh, S. (2019a), Globalization as a Form of Cultural Interaction in Contemporary Design Development. *Paradigm of Knowledge*. Sultanate of Oman. Muskat. № 4(36), p.102-112
5. Linda, S., Al Rawashdeh, S. (2021), Means of visual communications in the exhibitions of architectural heritage objects. *Paradigm of Knowledge*. Frankfurt. ТК Meganom LLC. № 3(47), p.16-23 (особистий внесок здобувача полягає у зборі емпіричного матеріалу, проведеному аналізі дизайну візуальних комунікацій в експозиціях архітектурних пам'яток, участі у формулюванні висновків статті).

#### *Публікації, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:*

6. Аль Равашдех, С. (2017а), Арабське каліграфічне письмо: традиції та практика застосування в сучасному дизайні. *Традиції та новації у дизайні: тези*

*доповідей за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених і студентів, 15 листопада 2017 року, Луцьк : Луцький національний технічний університет, с.160-162.*

7. Аль Равашдех, С. (2017b), Традиційні ремесла Йорданії на тижні дизайну в Аммані. *Всеукраїнська наукова конференція, присвячена 145-річчю кафедри дизайну та основ архітектури НУ «Львівська політехніка», 28 грудня 2017 р.: збірник матеріалів і тез, Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.118-119.*
8. Аль Равашдех, С. (2019b), Взаємодія глобального та національного у візуальній культурі сучасності на прикладі Йорданії. *Всеукраїнська наукова конференція, присвячена пам'яті Ю.Липки. 31 травня 2019 р.: збірник матеріалів і тез, Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.98-99.*
9. Аль Равашдех, С. (2019c), Глобалізаційні тенденції у розвитку візуальних мистецтв Йорданії у ХХ ст. *Міжнародна наукова конференція «Освіта, пам'ять, місто. Присвячується пам'яті архітектора Івана Левинського»: збірник тез і матеріалів конференції, Львів, 27 вересня 2019 р. Відп.за вип. проф. Б.С.Черкес; за заг.ред. С.М.Лінди. Львів: Видавництво НУ «ЛП», с.166-169.*