

Planavimo darbų ir reklaminių leidinių kartografijos komunikacinės kokybės vertinimo rezultatai

Marytė Dumbliauskienė, Paulius Kavaliauskas

Vilniaus universitetas, Bendrosios geografijos katedra, M. K. Čiurlionio 21, LT-2009 Vilnius
El.paštas: paulius.kavaliauskas.@gf.vu.lt

ĮVADAS

Teritorinio planavimo darbuose bei reklaminio, dažniausiai turistinio pobūdžio leidyboje ypač aktyviai reiškiasi įvairūs kartografijos raidos naujojo technologinio slenksčio vėjai (Kavaliauskas, 1999). Vilniaus universiteto Bendrosios geografijos katedroje 1997–1999 metais atlikti specialūs kartokvalimetriniai tyrimai, kurių tikslas – įvertinti teminių žemėlapių komunikacinę kokybę, palietė ir šias ne visai tradicines kartografinės veiklos sritis. Žemėlapių kvalimetrinio vertinimo metodika (Dumbliauskienė, 1998a; 1998b; 1998c; 1999a; 1999b), taip pat ir dalis inventorinių bei mokslo ir mokomųjų žemėlapių vertinimo rezultatų (Dumbliauskienė, 1999c; 2000) jau buvo pristatyta šalies mokslinėje spaudoje. Šio straipsnio tikslas yra būtent netradicinių kartografinės produkcijos tikslinių grupių – planavimo darbų bei reklaminių leidinių kartografijos – kartokvalimetrinių tyrimų analizės rezultatų aptarimas.

Kiekvienoje valstybėje teritorinio planavimo organizavimas yra svarbi nacionalinė problema, kurios sprendimo kokybė priklauso ir nuo planavimo darbų svarbiausios – grafinės – dalies kartografinės raiškos kokybės. Aukštas komunikacinis planavimo žemėlapių, kartoschemų bei planų lygis gerina jų bendrąjį suvokimą ir skaitomumą, o tai ypač svarbu šių teisės aktams prilyginamų dokumentų praktiniam

naudojimui bei juridiniam interpretavimui. Antra vertus, šiuolaikinė visuomenė yra gana atvira ir ypač mobili, todėl svarbu ir ją aprūpinti informacine reklaminio pobūdžio kartografinė produkcija. Taigi abi šiame straipsnyje analizuojamos kartografinės veiklos sritys socialiniu požiūriu yra ypač reikšmingos, o jų produkcijos tobulinimas tampa aktualiu valstybinės svarbos uždaviniu.

Atgavus nepriklausomybę, šios sritys išgyveno kiek skirtingus savo raidos etapus: jei teritorinio planavimo darbai dėl praeito dešimtmečio pradžioje vykdyto visuotinio buvusios planavimo sistemos laužymo ir organizacinės destruktijos keletą metų buvo gilioje krizėje ir ėmė atsigauti tik antroje šio dešimtmečio pusėje, tai reklaminio pobūdžio pažintinės turistinės orientacijos kartografinė produkcija jau visas dešimtmetis plūste plūsta į Lietuvos rinką. Atsižvelgiant į veiksnius, lemiančius kartografinės ženklų sistemos sudarymą bei žemėlapių estetinį apipavidalinimą (kartografinį dizainą), planavimo darbų kartografinės produkcijos kartokvalimetriniams tyrimams buvo atrinkta 15 būdingų vienetų (6 bendrieji planai, 3 žemėtvarkos projektai, 6 valstybinių parkų planavimo schemų brėžiniai), o reklaminio pobūdžio kartografinės produkcijos – 11 būdingų vienetų (3 bendrosios turistinės kartoschemos, 4 turistiniai miestų planai, 6 turistinės valstybinių parkų schemos). Kiekvienas atrinktas pavyzdys buvo vertinamas pagal sudarytą metodiką (kartokvalimetrinio vertinimo

standartai, rodiklio svarbos koeficientai ir t. t.) ir turėjo šiuos vertinimo „dokumentus“: a) teminio žemėlapių komunikacinės kokybės vertinimo suvestinę matricą-lentelę (10 balų sistema, trijų pakopų vertinimas), b) vertinimo motyvaciją aprašo forma. Po to buvo apskaičiuoti vertinamų grupių ir pogrupių vidurkiai pagal išskirtus vertinimo kriterijus bei rodiklius ir sudaryta kartokvalimetrinės analizės rezultatų suvestinė, parodanti planavimo darbų bei reklaminų leidinių kartografinės produkcijos Lietuvoje būklę kartografinės semiotikos, dizaino bei bendrosios komunikacinės kokybės aspektais.

PLANAVIMO DARBŲ KARTOGRAFIJA

Pastarąjį dešimtmetį Lietuvoje buvo naujai įvertinta, o kai kuriose srityse net iš esmės pakeista krašto planavimo samprata, sukurti nauji įstatymai, normos, taisyklės. Ateities vizija svarbi ne tik visai valstybei, bet ir mažesniai teritoriniam vienetui – regionui, savivaldybei, atskirai gyvenvietei. Kaip tik analizuojamu laikotarpiu buvo sudaromi bendrieji planai (visos šalies, Vilniaus, Kauno ir kitų miestų) bei specialieji (įvairūs žemės reformos žemėtvarkos, miškovarkos projektai, saugomų teritorijų planavimo schemos ir pan.). Dalis tokių darbų buvo vykdoma kartu su užsienio specialistais pagal PHARE ar kitas tarptautines programas.

Savaime suprantama, kad kiekvienas teritorijos planavimo galutinis rezultatas įgauna žemėlapių ar kartoschemos pavidalą, todėl analizuojamos paskirties darbų turime nemažai. Planavimo pobūdis lemia ir nevie nodą kartografinę išraišką, pvz., detalus planavimas visada atliekamas panaudojus stambaus mastelio kartografinį pagrindą (M 1 : 1000 – 1 : 5 000) o planavimo koncepcijai arba plėtros strategijai kartografiškai pavaizduoti užtenka vidutinio ar net smulkaus mastelio kartografinio pagrindo ir pan. Pažymėtina, kad krašto planavimas yra rengiamas pagal Lietuvos Respublikos teritorinio planavimo įstatymą, todėl šių darbų kartografinė išraiška įgauna dokumento statusą.

Nagrinėjamos paskirties kartografiniams darbams būdinga tai, kad dauguma jų yra naudojami tik tarnyboje ir masiškai netiražuojami. Čia galbūt galima išskirti „Vilniaus miesto bendrąjį planą“ (1999), kuris savivaldybės iniciatyva buvo išleistas 2000 egzempliorių tiražu, bei „Lietuvos Respublikos teritorijos bendrąjį planą. Preliminarius sprendinius“ (1999, 100 egz.) (žemėlapiai šiuose leidiniuose pateikiami su mažintu masteliu).

Teritorinio planavimo vykdytojai <i>Valstybinės institucijos:</i> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Valstybinis žemėtvarkos institutas, ◆ Valstybinis miškovarkos institutas, ◆ Architektūros ir statybos institutas, ◆ planuotojus bei architektus ruošiančios aukštosios mokyklos.
--

Akcinės bendrovės ir privačios firmos:

- ◆ savivaldybių įmonės („Vilniaus planas“, „Kauno planas“ ir kt.),
- ◆ UAB arba AB („Urbanistika“, „Vilniaus archprojektas“ ir kt.),
- ◆ personalinės įmonės (pvz., „Archimita“ ir kt.).

Reikia atkreipti dėmesį, kad pačiame planavimo procese dalyvauja labai daug įvairių specialistų. Galutinės grafinės išraiškos autoriai – dažniausiai inžinerišku konstruktyviu mąstymu pasižymintys planuotojai arba architektai, kurių profesinėje veikloje didelės reikšmės turi simbolika, formos ir spalvos semantika, estetinis išsilavinimas. Matyt, tai turėjo įtakos planavimo kartografinių darbų komunikacinei kokybei, nes jie bendroje kartokvalimetrinių tyrimų analizės suvestinėje išsiskiria palyginti pačiais geriausiais komunikaciniais rodikliais.

Analizuojamos paskirties kartografiniai darbai yra sudėtingos kompleksinės kartoschemos ar žemėlapiai, kurių turiniui perteikti naudojamas didelis ženklų kiekis (daugiapakopė informacija), o grafinė jo išraiška yra gana sunkus uždavinys. Vis tik praktika akivaizdžiai rodo, kad taikant kartografinės semiotikos bei dizaino principus, galima sėkmingai išvengti daugelio kitoms kartografinės produkcijos sritims būdingų klaidų.

Buvo fiksuotos šios pačios bendriausios teigiamos planavimo darbų kartografijos tendencijos:

- dauguma žemėlapių bei kartoschemų sudaroma atsižvelgiant į kartografinės semiotikos principus,
- darbai pasižymi geru estetiniu apipavidalinimu,
- geriausios kokybės planavimo paskirties žemėlapiai ar kartoschemas galima panaudoti kaip teminės kartografijos pavyzdžius rengiant specialistus.

Kartokvalimetrinei analizei atrinkti planavimo darbų žemėlapiai buvo suskirstyti į dvi grupes: 1) bendrieji ir 2) specialieji planai (išskirti žemėtvarkos ir valstybinių parkų planavimo schemų pogrupiai). Pagal komunikacinės kokybės lygį šių grupių bei pogrupių eilės tvarka būtų tokia:

1) *valstybinių parkų planavimo kartografiniai darbai:*

semiotika – 8,36, dizainas – 8,34, bendroji komunikacinė kokybė – 8,36 balo;

2) *bendrujų planų žemėlapiai:*

semiotika – 7,36, dizainas – 8,02, bendroji komunikacinė kokybė – 7,62 balo;

3) *žemėtvarkos planai:*

semiotika – 7,09, dizainas – 7,96, bendroji komunikacinė kokybė – 7,43 balo.

Planavimo darbų kartografinės produkcijos pogrupių palyginamoji analizė pagal komunikacinės kokybės kriterijus (1 pav.) parodė, kad tarp pogrupių susidaro didžiausi kartografinės semantikos vertinimo skirtumai – čia vertinimas kinta net 6,3–8,2 balų intervale.

Pagal visus kitus kriterijus žemėtvarkos ir bendrieji planai vertinami panašiai – skirtumai siekia tik iki 0,24 balo. Išsiskiria bendras aukštesnis Valstybinių parkų planų komunikacinės kokybės lygis. Išimtis – utilitarikos kriterijus kartografiniame dizaine, nes šiuo atžvilgiu šis pogrupis vertinamas kiek žemiau nei kitos planavimo darbų rūšys. Būdinga, kad vertinant pragmatikos, kompozicijos bei utilitarikos kriterijų atžvilgiu skirtumai tarp visų pogrupių nedideli. Komunikacinės kokybės tyrimai dizaino aspektu išryškino, kad skirtumai tarp pogrupių yra gerokai mažesni, nei lyginant semiotiniu požiūriu; akivaizdesni nevienodumai pastebimi tik stilistinio kriterijaus atžvilgiu: čia valstybinių parkų planai buvo įvertinti balu aukščiau nei kitų planavimo pogrupių kartografinė produkcija. Toliau pateikiame išsamesnę planavimo kartografijos darbų vertinimo rezultatų analizę.

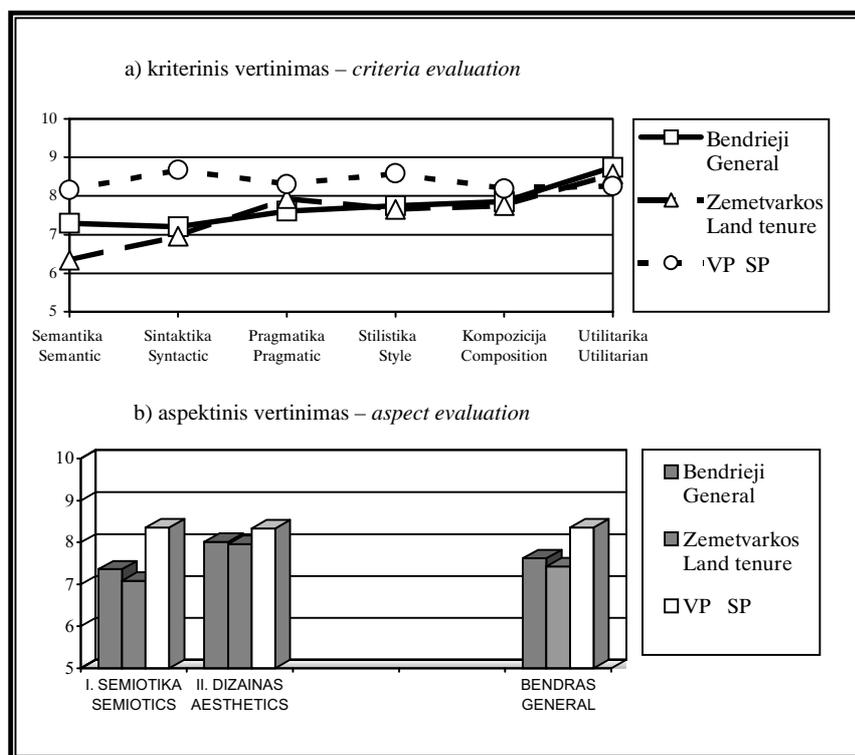
Valstybinių parkų planavimo kartografiniai darbai. Tiek nacionaliniai, tiek regioniniai parkai nuo

mėlapį „Teritorijos tvarkymas“ M 1 : 15 000 (1998), kuris sudarytas panaudojus kompiuterinę technologiją. Nors turinio išraiškai naudojama beveik 90 ženklų, jie sudaryti pagal kartografinės semiotikos reikalavimus, o žemėlapių dizainas pasižymi reikiamu stiliumi, gera kompozicija, tinkamomis užrašų ir kartografinio vaizdo proporcijomis (semiotika – 9,17, dizainas – 8,60, bendroji komunikacinė kokybė – 9,02 balo). Jauniems specialistams tokio kartografinio darbo detalesnės studijos praverstų keliant kvalifikaciją.

Nedaug atsilieka ir kitas šio valstybinio parko planavimo schemas žemėlapis „Teritorijos taikomoji analizė“ M 1 : 15 000 (1998), kurio kvalimetriniai rodikliai svyruoja 8,5–9,0 intervale, bei Pagramančio regioninio parko planavimo schema „Teritorijos tvarkymo žemėlapis“ M 1 : 20 000 (1998) (semiotika – 8,70, dizainas – 8,37, bendroji komunikacinė kokybė – 8,56 balo).

Bendrujų planų pogrupis.

Kvalimetriniais rodikliais jis atsilieka nuo anksčiau analizuoto žemėlapių pogrupio. Tai išryškėja lyginant semiotikos vertinimus, pvz., sintaktinio kriterijaus atžvilgiu susidaro vos ne 1,5 balo skirtumas (1 pav., sintaktinis kriterijus). Dizaino srityje pastebimi žemesni balai vertinant žemėlapių stilių (0,84 balo). Bendrujų planų pogrupio žemesnę kokybę lėmė Vilniaus miesto bendrojo plano žemėlapių, kurių kvalimetriniai rodikliai gerokai mažesni už pogrupio vidurkį. Pvz., žemėlapių „Vilniaus bendrasis planas. Kompleksinė inžinerinių tinklų schema“ (1999) vertinimas semiotiniu aspektu siekia tik 5,29 balo (semantiniu – tik 4,10 balo), o bendroji komunikacinė kokybė – 6,13 balo (ne tik pogrupio, bet ir visos planavimo darbų kartografijos grupės žemiausiais balais įvertintas žemėlapis). Beje, žemi vertinimai gauti dėl to, kad sudarant žen-



1. pav. Komunikacinės kokybės struktūra – planavimo darbų kartografija
Fig. 1. Structure of the communicative quality – planning maps

1993 m. planuojami pagal specialių taisyklių nustatytus reikalavimus turinio ir mastelio atžvilgiu. Tačiau ženklų sistemos nėra standartizuotos: tik dalį ženklų įvairios planuotojų grupės dažniau naudoja tų pačių objektų grafinei raiškai.

Šiame pogrupyje yra žemėlapių, kuriuos galima laikyti komunikacinės kokybės etalonais, nes pagal atskirus vertinimo kriterijus gautų balų kiekis svyruoja 8,6–9,2 intervale. Tai pasakytina apie Varnių regioninio (istorinio nacionalinio) parko planavimo schemas žė-

klus netaikomas labai paprastas kombinatoriškumo principas, kurio dėka linijinių ženklų raizgalynė tap-
tų įskaitoma informacija. Tačiau malonu pažymėti, kad valstybės sostinės bendrasis planas yra išleistas atskiru leidiniu, pasižyminčiu gera estetinė išvaizda, Vilniaus gyventojai gali susipažinti su miesto perspektyva.

Lietuvos Respublikos teritorijos bendrojo plano žemėlapiams būdingas informatyvumas, dažnai ženklai perdengia vienas kitą, todėl matome gana sudė-

tingą kartografinį vaizdą. Kad tokie darbai būtų įskaitomi, būtina panaudoti daugiaplanį vaizdavimo būdą. Tuo pasižymi žemėlapis „Lietuvos bendrasis planas. Teritorijos erdvinė koncepcija. Pagrindinių teritorinių struktūrų perdanga“ (1999), kuriame pavaizduotos net 4 teritorinės struktūros: urbanistinis ir gamtinis karkasai, kultūros paveldo gamtinis rajonavimas bei žemės ūkio paskirties teritorijų charakteristika. Pažymėtina, kad Lietuvos bendrojo plano visi kartografiniai darbai apipavidalinami pagal vieną modelį: įrėmintas kartografinis vaizdas legenda, pavadinimas, užsakovu, rengėju, firminiai duomenys pateikiami nustatytose vietose ir nuo kartografinio vaizdo atibojami ir t. t. Visa tai sudaro harmonijos bei malonaus estetinio vaizdo išpūdį. Apskritai panašių darbų analizė kartografiniu požiūriu būtų naudinga ne tik būsimiems, bet ir turintiems darbo praktikos šios srities specialistams.

Žemėtvarkos planai. Atkūrus valstybingumą, žemės reforma tapo aktualia problema, todėl analizuojamu laikotarpiu buvo sudaromi įvairūs žemėtvarkos projektai, taip pat ūkinės veiklos apribojimų ar žemės naudojimo reglamentų planai ir pan.

Reikia prisiminti, kad sovietiniu laikotarpiu sudaromų žemėtvarkos planų kartografinė išraiška buvo koreguojama iš aukščiau, t. y. buvo privaloma naudoti nustatytas ženklų sistemas (instrukcijų pavidalu). Be to, buvo ir tam tikri paties Žemėtvarkos instituto nustatyti standartai. Taigi kartografas tapdavo tik techniniu darbuotoju-braižytoju. Žemės reformos laikotarpiu gerokai sumažėjo instrukcijų, įvairėja kartografavimo tematika, keičiasi žemėlapių sudarymo technologijos, patiems kartografams tenka dirbti daug atsakingiau.

Bendrajai komunikacine kokybe šis planavimo darbų pogrupis nedaug atsilieka nuo bendrųjų planų kartografijos. Daugumos kriterijų aspektu vertinimo skirtumai sudaro mažiau kaip 0,35 balo (išskyrus semantinį kriterijų, čia skirtumas siekia beveik 1,0 balą). Tačiau jei lyginame su valstybinių parkų planavimo schemų kvalimetriniais rodikliais, tai akivaizdžiai matome, kad analizuojamų darbų kokybė yra santykinai žemesnio lygio, atskirų kriterijų vertinimai skiriasi beveik 2,0 balais (pvz., kartografinės ženklų sistemos vertinimas semantiniu požiūriu arba dizaino – stiliaus aspektu bei bendroji komunikacinė kokybė).

Kartokvalimetrinė analizė kaip tik ir išryškino, kad kartografinės semiotikos aspektu analizuojamo pogrupio darbuose daromos gana elementarios ženklų sistemų logikos klaidos, ypač spalvų semantikoje. Žemėlapyje „Žemės ūkio paskirties žemės naudojimo reglamentų planas. Trakų rajonas“ (1998) matome, kad nebuvo apsispręsta dėl spalvų paskirstymo pagal veiklos rūšį, pvz., „intensyvi žemės ūkio veikla našiose žemėse“ vaizduojama balto fono arealais,

nors skaitytojui toks žymėjimas greičiau asocijuojasi su visiška „neveikla“ arba – „žemės ūkio ir miškų veiklos derinimas“ pavaizduotas intensyvia žalia spalva (žemėlapyje miškai žymimi to paties atspalvio mažesnio intensyvumo žalia), taigi skaitytojui vizualiai peršasi mintis tik apie miškus, o informacija apie žemės ūkį dingsta.

Apibendrinant planavimo darbų kartografijos komunikacinės kokybės būklę, galima pasakyti, kad valstybinių parkų planavimo schemos tiek semiotikos, tiek dizaino aspektais sudaromos pakankamai gerai, o bendrųjų bei žemėtvarkos planų kartografijai rekomenduotina:

- *sudarant kartografinės ženklų sistemas atsižvelgti į spalvų semantiką bei ženklo foninę aplinką,*
- *dažniau taikyti kombinatoriškumo principą, gerinančių ženklų suvokimą bei informacijos perdavimo greitį,*
- *ženklus semantiškai korektiškai diferencijuoti,*
- *mažiausius užrašų dydžius nustatyti remiantis žmogaus vizualinio suvokimo galimybėmis,*
- *tobulinti dizaino stilių bei kompozicijų (dažniau taikyti daugiaplanį vaizdavimo būdą).*

REKLAMINĖ KARTOGRAFINĖ PRODUKCIJA

Analizuojami darbai svarbūs visos kartografinės produkcijos kontekste, nes jie pateikia šalies ir užsienio visuomenei įvairią informaciją, t. y. prisideda prie valstybės įvaizdžio formavimo. Kadangi sovietiniais metais Lietuvos kartografinių darbų tematika, turinys bei tiražavimas buvo kontroliuojamas iš Maskvos, reklaminės paskirties žemėlapių ar kartoschemų leidyba buvo labai ribota. Netgi galėtume teigti, kad analizuojamos paskirties produkcijos beveik nebuvo, tuo tarpu to negalėtume pasakyti apie inventorinius žemėlapius ar planavimo darbų kartografiją. Atkūrus valstybingumą Lietuvoje, visi draudimai neteko savo galios ir šiai kartografinėi sričiai atsivėrė platus horizontas. Pirmasis nepriklausomybės penkmetis pasižymėjo gana gausia, bet prastos estetiškos išvaizdos reklamine kartografinė produkcija, kuriai nebuvo būdingas aukštas profesionalumas, nes į šią sritį, kaip į savotišką tuščią nišą, ieškodamos greito uždarbino aktyviai „metėsi“ nemažai leidybos įstaigų.

Dažniausiai buvo sudaromi reklaminiai miestų planai ar turistiniai (kelių) žemėlapiai. Priminsime, kad minimu laikotarpiu buvo išleistas ir didelės apimties darbas – „Turisto atlasas“ (1994), kurio parengimo pagrindiniai darbai buvo atlikti dar sovietmečiu, taikant gana primityvią technologiją. Vėliau įsisteigė nemažai firmų ir firmelių (pvz., „Kitoks dizainas“ Vilniuje, reklamos firma „Twin peaks“ Marijampolėje, „Lututė“ ir pan.), teikiančių dizaino paslaugas, gaminančių vizualią reklaminę produkciją, kuriai iš dalies galėtume priskirti ir reklaminę kartografiją.

Analizuojamos paskirties kartografinių darbų leidykla dabar būtų sunku ir išvardyti, nes praktiškai jų yra kiekviename mieste. Paminėsime tik pačias svarbiausias:

- ◆ leidykla „Briedis“ – respublikinės turistinės schemas bei žemėlapiai, atskirų administracinių vienetų ir miestų reklaminė kartografija,

- ◆ leidykla „Atkula“ – saugomų teritorijų turistiniai žemėlapiai.

„Briedžio“ leidyklos kartografiniai dažniausiai patys sudaro reklaminės paskirties žemėlapius ar kartoschemas bei atlieka galutinį redagavimą. Kitoms firmoms būdinga tai, kad žemėlapių autoriai nėra firmos darbuotojai, todėl pagal sutartis, taikant kompiuterinę technologiją, atliekami tik atskiri redagavimo bei kartografinio dizaino (estetinio apipavidalinimo) darbai.

Vertinimo rezultatai parodė gana neblogą analizuojamos paskirties darbų grupės kartografinės produkcijos komunikacinę kokybę, kurią daugiausia lėmė tai, kad vertinimui buvo atrinkti ne nepriklausomybės atgavimo pradžioje išleisti darbai, o sukurti vėlesniu laikotarpiu, kada jau stengtasi išvengti pradinėi leidybos stadijai buvusių ypač būdingų primityvių kartografinių klaidų. Gauti šie kvalimetrinės analizės rezultatai: semiotika – 7,26, dizainas – 7,15, bendroji komunikacinė kokybė – 7,21 balo (2 pav.). Utilitariniu požiūriu tyrimams atrinktų darbų kokybė vertinama daugiau kaip 8,0 balais (vertinimai svyruoja 8,2–8,9 balų intervale).

Pastebėti tokie reklaminės paskirties kartografinių darbų bendrieji bruožai:

- *reklaminės kartografijos darbai sudaromi remiantis užsienio valstybių patirtimi (Lietuva šioje srityje*

tradicijų neturi), t. y. taikomi užsienio valstybių atlasų ir atskirų žemėlapių atitinkami ženklai bei estetinio apipavidalinimo principai (dažniausiai turistinių schemų);

- *geriausia kokybe pasižymi tie darbai, kurių sudarymo procese dalyvauja profesionalus kartografas ir profesionalus dizaineris;*

- *darbai kas keleri metai atnaujinami (tikslinama informacinė bazė, tobulinamas dizainas);*

- *vyraujanti reklaminių leidinių forma – vartotojui patogus geros poligrafinės kokybės lankstinuko pavidalo žemėlapis ar kartoschema, kurių abi pusės ekonomiškai panaudojamos didesniai informacijos kiekiui pateikti;*

- *leidiniai leidžiami 2–3 kalbomis, o tai užtikrina platesnį vartotojų ratą.*

Be to, kartokvalimetrinė analizė išryškino šiuos svarbiausius reklaminės kartografijos trūkumus:

- *semiotiniu aspektu silpniausia grandis – ženklų semantika,*

- *dizaino aspektu: neišlaikomas reikiamas dizaino stilius bei netaikomas daugiaplanis vaizdavimo būdas,*

- *nepasižymi šios paskirties produkcijai pageidautinu grafiniu originalumu.*

Kartokvalimetrinei analizei panaudoti reklaminės kartografijos darbai pagal tematiką buvo išskirti į šiuos pogrupius: 1) bendrosios turistinės kartoschemos, 2) miestų planai bei 3) turistinės valstybinių parkų kartoschemos. Šie pogrupiai pagal gautus komunikacinės kokybės vertinimo rezultatus (2 pav.) išsidėsto tokia tvarka:

1) *turistinės valstybinių parkų kartoschemos:*

semiotika – 7,14, dizainas – 7,68, bendroji komunikacinė kokybė – 7,35 balo;

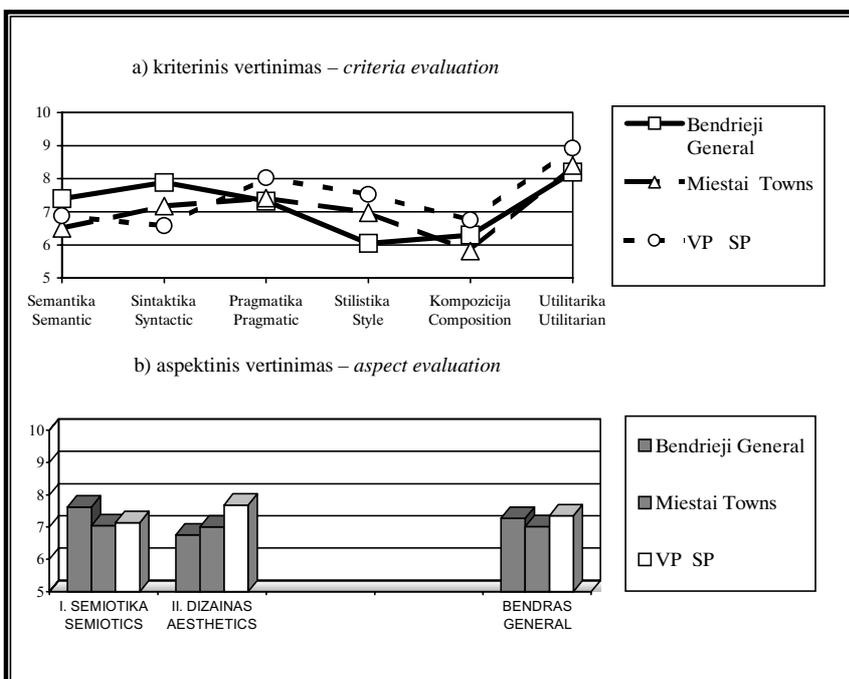
2) *bendrosios turistinės kartoschemos:*

semiotika – 7,62, dizainas 6,76, bendroji komunikacinė kokybė – 7,27 balo;

3) *turistiniai miestų planai:*

semiotika – 7,04, dizainas – 7,01, bendroji komunikacinė kokybė – 7,02 balo.

Reklaminės kartografinės produkcijos pogrupių komunikacinė kokybė skiriasi (2 pav.) bene didžiausia vidine struktūrine kaita – nėra aiškiai išreikštų monotipinių tendencijų. Vis tik galima pažymėti, kad santykinai didžiausi komunikacinės kokybės skirtumai (iki 1,3–1,5 balo) stebimi sintaktinio bei stilistinio kriterijaus požiūriais. Taip pat išryškėjo tam tikras valstybinių



2. pav. Komunikacinės kokybės struktūra – reklaminių leidinių žemėlapiai
Fig. 2. Structure of the communicative quality – publicity maps

parkų turistinių kartoschemų pranašumas (iki 0,6–0,9 balo) prieš kitus reklaminės kartografinės produkcijos pogrupius visų kartografinio dizaino kriterijų atžvilgiu bei santykiniai bendrųjų turistinių schemų komunikacinės kokybės privalumai pagrindinių semiotikos kriterijų (semantikos bei sintaktikos) atžvilgiu. Beje, labiausiai iš bendro pogrupių įvertinimo išsiskyrė sintaktinio kriterijaus vertinimas; čia turistinės valstybinių parkų kartoschemos gavo žemiausią vertinimą, o bendrajai tendencijai artimiausias kompozicinio kriterijaus tarpgrupinių vertinimų santykis. Reikia pažymėti ir tarsi neproporcingai aukštą visų pogrupių vertinimą (iki 8–9 balų) pagal utilitarikos kriterijų.

Turistinės valstybinių parkų kartoschemos. Atsižvelgiant į paskirtį bei vertinant informacijos perdavimo kokybę, pastebėti tokie šio pogrupio bruožai:

- *pasigendama ikoninio (piešinio) tipo ženklų,*
- *dažnai ženklų ryšiai pavaizduojami nekorektiškai,*
- *nepakankamai iliustratyvus bei dekoratyvus dizainas,*

➤ *nepakankamas dėmesys užrašams: neretai jie neišskaitomi, neišlaikoma kartografinio vaizdo ir užrašų proporcinė pusiausvyra.*

Iš kokybės matavimams atrinktų 4 kartoschemų negalima paminėti nė vienos, kuri būtų arčiausiai nustatyto standarto, nes kiekviena jų turi nemažai trūkumų. Galbūt santykinai geresne galėtume laikyti „Kurtuvėnų regioninio parko turistinę schemą“ (1999), kurios kvalimetriniai rodikliai yra aukščiausi šiame pogrupyje: semiotika – 7,49, dizainas – 8,59, o bendroji komunikacinė kokybė lygi 7,92 balo. Dizaino požiūriu reikėtų paminėti „Nemuno deltos regioninio parko schemą“ (1997), kurios estetinį apipavidalinimą pagyvina pavaizduotas plastinis kartografuojamos teritorijos vaizdas bei naudojamos ryškesnės spalvos (dizaino stilius – 9,07, o bendroji dizaino vertė – 8,81 balo). Kiti du „Atkulos“ leidyklos darbai (Kuršių nerijos bei Žemaitijos nacionalinių parkų kartoschemos) pasižymi labai panašiu dizaino stiliumi, t. y. naudojamos beveik identiškos spalvos bei simboliai (kvalimetriniai rodikliai svyruoja 6,0–7,0 balų intervale).

Savaime suprantama, kad leidykla analogiškiems kartografiniams darbams panaudoja savo duomenų bazėje turimas ženklų formas bei žymėjimus, o nekuria kaskart naujų. Todėl minimos leidyklos produkciją labai lengva išskirti iš kitų. Apskritai „Atkulos“ reklaminiai kartografiniai leidiniai dizaino stiliumi labiau primena inventorinius žemėlapius, tačiau dabar bandoma šį trūkumą taisyti pagyvinant kartografinę kompoziciją ryškesnėmis spalvomis, akcentuojant atitinkamus ženklus bei panaudojant daugiaplanį vaizdavimo būdą.

Bendrosios turistinės kartoschemos. Visoje reklaminės kartografinės produkcijos grupėje šis pogrupis komunikacinės kokybės požiūriu išsiskiria:

➤ *santykinai aukštesniu semiotikos vertinimu (semantinio bei sintaktinio kriterijų vertinimai – 7,4–7,9 balo),*

➤ *santykinai prastesniu dizainu, kurio vertinimai stilistiniu bei kompoziciniu kriterijais yra gana žemi ir siekia tik 6,0–6,3 balo.*

Šiame pogrupyje yra ir jau minėtas „Turisto atlasas“, kurį sudaro 129 žemėlapiai. Jo likimo istoriją galima laikyti nesėkmingos konkurencinės kovos rinkoje klasikiniu pavyzdžiu. Dėl pasenusios sudarymo technologijos (rankinis braižymas, naudojamos tik 4 spalvos), žemo poligrafinio lygio, prasto viršelio dizaino atlasas neturėjo paklausos ir dalį išleisto tiražo (10 tūkst. egz.) teko nukainoti. Be to, užvilkinus leidybą, paseno informacija, pasikeitė rinkos poreikiai.

Mūsų atlikta kvalimetrinė analizė atskleidė šiuos būdingus minėto atlaso komunikacinės kokybės trūkumus:

- *neoptimalus ženklų dydis (per mažas),*
- *praktiškai neišskaitomi geografinių objektų užrašai,*

➤ *virtotojas negauna visos reikiamos informacijos,*
➤ *dizaino stilius neatitinka reklaminės paskirties kartografijai keliamų reikalavimų.*

Nagrinėto „Briedžio“ leidyklos kartografinio darbo „Lietuva. Kelių žemėlapis“ (1998) būdingi trūkumai:

• *dėl per daug šviesių pastelinių spalvų panaudojimo pagrindiniame žemėlapyje kartografinis vaizdas suvienodėja, vizualiai informacija sunkiau išskaitoma;*

• *įkarpų dizaino stilius labiau atitinka paskirtį nei pagrindinį žemėlapio stilių, kuris artimas inventorinių žemėlapių grafinei raiškai;*

• *vienplanis vaizdavimo būdas blogina informacijos perdavimą.*

Vis tik santykinai aukščiausius vertinimus bendrųjų turistinių schemų pogrupyje surinko „Švenčionių rajono turistinė schema“ (1998), kurios kvalimetriniai rodikliai semiotikos aspektu patenka į 7,8–8,5 balų intervalą, o dizainas pasižymi jau anksčiau minėtais „Atkulos“ leidyklai būdingais bruožais.

Turistiniai miestų planai. Pastaruoju metu pastebimas spartus reklaminės kartografijos produkcijos kiekio augimas. Turėti miesto plano reklaminę kartoschemą jau tapo kiekvienos savivaldybės prestižo reikalu, todėl pagal sutartis su atskiromis leidyklomis bei dizaino firmomis jos pakankamai greitai sudaromos ir pateikiamos vartotojui. Reikia pažymėti, kad daugiausia šių užsakymų atlieka „Briedžio“ leidykla.

Komunikacinės kokybės analizė išaiškino šiuos turistinių miesto planų pogrupio bruožus:

➤ *ženklai sudaromi bei pateikiami ne pagal vieną principą (pvz., vieni talpinami balto fono kvadratu su apvadu, kiti – tiesiai ant kartografinio pagrindo ir*

pan.), todėl vieni yra greičiau vizualiai pastebimi, kitų gal ir visai nesimato;

➤ naudojamos sunkiai vizualiai išskiriamos spalvos;

➤ lankytinų objektų ženklai menkai arba visai neakcentuojami.

Paminėtina, kad šiame pogrupyje yra miesto planas, kurio komunikacinė kokybė įvertinta žemiausiais balais visoje tyrimams atrinktoje reklaminių kartografijos darbų grupėje, – tai AB „Inžineriniai tyrinėjimai“ 1993 m. išleista Panevėžio miesto turistinė schema. Ji akivaizdžiai rodo pirmųjų šio tipo kartografinių darbų lygį: semiotika – 6,10, dizainas – 5,07, o bendroji komunikacinė kokybė – 5,68 balo. Trūkumų yra labai daug, tačiau vertinant kompoziciniu aspektu, planą galima laikyti savotišku klasikiniu visiškai disharmonijos pavyzdžiu, kuriam būdinga:

➤ nekruopšti braižyba,

➤ labai netvarkingas, chaotiškas komponavimas;

➤ reklamos langai (jų net 11) nuo pagrindinio kartografinio vaizdo neatribojami, panaudotos tos pačios spalvos: neaišku, kur baigiasi miesto planas ir kur prasideda reklama;

➤ spalvų gama neharmoningai kontrastuoja.

Suprantama, kad tokio lygio darbai yra netoleruoti ir neturėtų būti tiražuojami, nes gali tiktai pakenkti miesto prestižui bei įvaizdžiui.

Kartokvalimetriniai tyrimai išaiškino, kad arčiausiai pageidautinų standartų yra Marijampolės miesto turistinis planas (1997), pasižymintis palyginti aukšta bendra komunikacine kokybe (8,65 balo). Šis darbas yra visiškai Panevėžio plano priešingybė, lyginant tiek semiotikos, tiek dizaino aspektu. Ypač geras yra jo dizainas, nes šiame kartografiniame darbe:

➤ stilius atitinka reklaminei produkcijai keliamus reikalavimus,

➤ kompozicijai būdinga harmonija ir tvarka,

➤ išlaikyta kartografinio vaizdo ir užrašų proporcinė pusiausvyra.

Kiti du analizuoti šio tematinio pogrupio darbai (Kauno bei Šiaulių miestų turistiniai planai) savo kokybe užima svotišką tarpinę vietą, nes jų kvalimetriniai rodikliai svarbiausiais aspektais svyruoja 6,5–7,3 balų intervale.

Apskritai reklaminių kartografinės produkcijos kartokvalimetrinė analizė leidžia pasiūlyti tokias kokybės gerinimo priemones:

➤ dažniau naudoti sudėtingo grafinio piešinio ženklus (ikoninio tipo ir pan.),

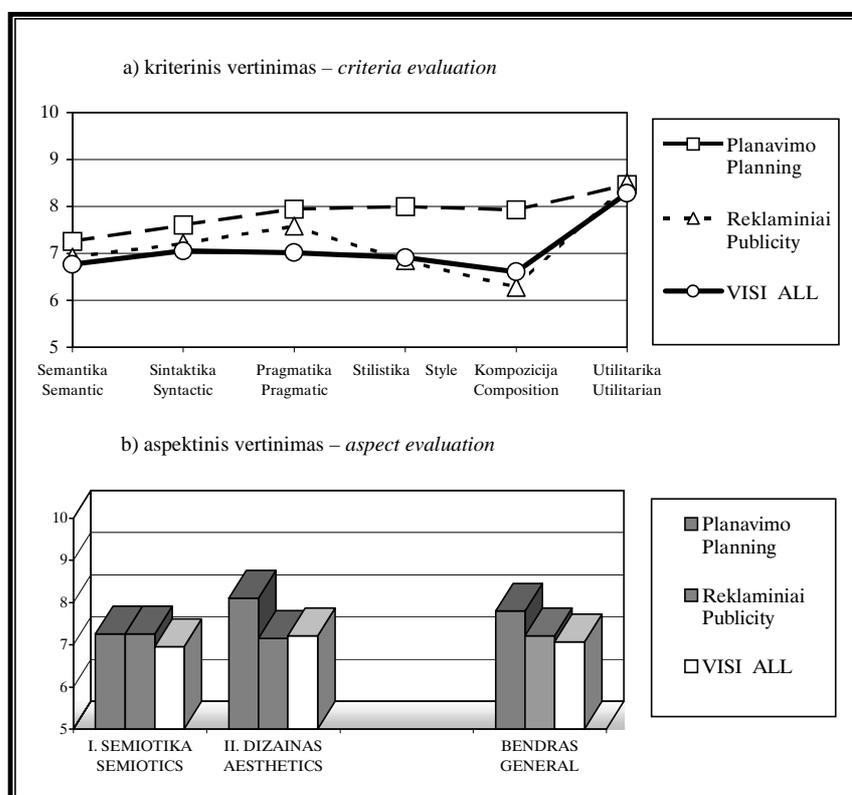
➤ pagrindinę informaciją vaizduoti ryškesnėmis spalvomis,

➤ dizaino stiliui suteikti daugiau asociatyvumo ar net iliustratyvumo,

➤ kompozicijoje taikyti ženklų bei spalvų akcentus,

➤ kartografiniame vaizde didesnę reikšmę teikti užrašams.

Planavimo bei reklaminių kartografinių darbų bendrosios komunikacinės kokybės palyginimas su visų vertintų kartografinės produkcijos grupių vidurkiu pateikiamas 3-iajame paveiksle.



3 pav. Komunikacinės kokybės struktūra – bendroji palyginamoji analizė
Fig. 3. Structure of the communicative quality – general comparative analysis

IŠVADOS

1. Lietuvoje atliekamų planavimo darbų kartografinė dalis išsiskiria aukščiausiu kartokvalimetriniu vertinimu, kuris 10 balų sistemoje sudarė 7,8 balo (semiotika – 7,6, dizainas – 8,1); ypač aukšti valstybinių parkų planavimo schemų brėžinių komunikacinės kokybės rodikliai (atitinkamai 8,4; 8,4; 8,3 balo).

2. Užfiksuotos šios pačios bendriausios teigiamos planavimo darbų kartografijos tendencijos:

a) dauguma žemėlapių bei kartoschemų sudaroma atsižvelgiant į kartografinės semiotikos principus,
b) darbai pasižymi geru estetiniu apipavidalinimu,

c) geriausios kokybės planavimo paskirties žemėlapius ar kartoschemas galima panaudoti kaip teminės kartografijos pavyzdžius rengiant specialistus.

3. Kartokvalimetrinė analizė išryškino šiuos svarbiausius reklaminės kartografijos trūkumus:

a) semiotiniu aspektu silpniausia grandis – ženklų semantika,

b) dizaino aspektu: neišlaikomas reikiamas dizaino stilius bei netaikomas daugiaplanis vaizdavimo būdas,

c) nepasižymi grafiniu originalumu, labiausiai pagaiduojamu šios paskirties produkcijoje.

4. Tarp vertinamų pogrupių, atstovaujančių reklaminius žemėlapius gaminančioms institucijoms, didesnių kokybinių skirtumų nebuvo fiksuota, tačiau semiotikos aspektu geriausiai įvertintos bendrosios turistinės schemos (7,6 balo), o geriausiu kartografiniu dizainu pasižymėjo turistinės valstybinių parkų schemos (8,9 balo).

5. Siekiant pagerinti reklaminę kartografinę produkciją, rekomenduojama įvairinti joje naudojamas ženklų sistemas, ryškinti spalvinę gamą, nevengti asociatyvumo ir akcentavimo.

6. Bendras planavimo darbų ir reklaminių leidinių kartografijos komunikacinės kokybės lygis yra palyginti geras ir viršija visos kartografijos produkcijos kokybės vidurkį.

Gauta
2000 10 15
Parengta
2001 04 08

Literatūra

- Dumbliauskienė M. (1998a). Semiotinės kartokvalimetrinės problemos. *Geografijos metraštis*. 31: 360–371.
- Dumbliauskienė M. (1998b). Teminės kartografijos dizaino kvalimetrija. *Geografija*. 34(1): 70–76.
- Dumbliauskienė M. (1998c). Teminių žemėlapių komunikacinės kokybės vertinimo rodiklių santykinės svarbos nustatymas. *Geografija*. 34(2): 28–33.
- Dumbliauskienė M. (1999a). Kartokvalimetrinių standartų sudarymas ir taikymas. *Geografija*. 35 (1): 57–64.
- Dumbliauskienė M. (1999b). Teminių žemėlapių komunikacinės kokybės vertinimo metodologija. *Lietuvos teminė kartografija atkūrus valstybingumą*. 16–27. Vilnius: VU.
- Dumbliauskienė M. (1999b). Kartografinės produkcijos kokybės vertinimo rezultatai: inventoriniai ir mokslo žemėlapiai. *Geografija*. 35 (2): 37–44.
- Kavaliauskas P. (1999). Prisiminimai apie Lietuvos teminės kartografijos ateitį. *Lietuvos teminė kartografija atkūrus valstybingumą*. 9–15. Vilnius: VU.

Vertinti kartografiniai darbai ir žemėlapiai

Planavimo darbų kartografija

Bendrieji planai:

1. Vilniaus miesto bendrasis planas. (1999). Parengė: savivaldybės įmonė „Vilniaus planas“.

Trys žemėlapiai:

- Preliminarūs sprendiniai 2015 m. M 1 : 120 000,
- Pagrindinis brėžinys 2005 m. M 1 : 120 000,
- Kompleksinė inžinerinių tinklų schema. M 1 : 120 000.

2. Lietuvos Respublikos teritorijos bendrasis planas (1999). Parengė: UAB „Urbanistika“. Trys žemėlapiai:

- Teritorijos erdvinė koncepcija. Pagrindinių teritorinių struktūrų perdanga. M 1 : 400 000,
- Teritorijos erdvinė koncepcija. Principinis modelis. M 1 : 400 000,
- Teritorijos funkciniai prioritetai. M 1 : 400 000.

Specialieji planai:

1. Žemės reformos žemėtvarkos projektas. *Šakių rajonas, Baltrušių kadastro vietovė*. (1999). M 1 : 10 000. Parengė: VŽI.

2. Žemės ūkio paskirties žemės naudojimo reglamentų planas. *Vilniaus apskritis, Trakų rajonas*. (1998). M 1 : 50 000. Parengė: VŽI.

3. Žemėtvarkos schema. Ūkinės veiklos apribojimų planas. (1999). M 1 : 50 000. Parengė: VŽI.

4. Varnių regioninio (istorinio nacionalinio) parko planavimo schema. (1998). Parengė: „Archprojektas“. Du žemėlapiai:

- Teritorijos tvarkymas. M 1 : 15 000,
- Teritorijos taikomoji analizė. M 1 : 15 000.

5. Pagramančio regioninio parko planavimo schema. (1998). Parengė: Architektūros ir statybos institutas. Du žemėlapiai:

- Teritorijos tvarkymas. M 1 : 20 000,
- Rekreacinė sistema. M 1 : 20 000.

6. Verkių regioninio parko planavimo schema. (1996). Parengė: UAB „Urbanistika“. Vienas žemėlapis:

- Teritorijos taikomoji analizė. M 1 : 10 000.

7. Dieveniškų istorinio regioninio parko planavimo schema. (1999). Parengė: VŽI. Vienas žemėlapis:

- Funkcinis zonavimas. M 1 : 50 000.

Reklaminiai leidiniai

Bendrosios turistinės kartoschemos:

1. Turisto atlasas. (1994). Sudarė K.Vaškėlis. Vilnius: Mintis.

2. Lietuva. kelių žemėlapis. (1998). M 1 : 400 000. Vilnius: Briedis.

3. Švenčionių rajono turistinė schema. (1998). M 1:140 000. Vilnius: Atkula.

Miestų turistiniai planai:

4. Kaunas. Miestas, centras, apylinkės. (1997). M 1 : 25 000. Vilnius: Briedis.

5. Šiaulių miesto turistinė schema. (1999). M 1 : 27 000. Parengė: VŽI.

6. Panevėžys. (1993). M 1:10 000. Parengė: AB „Inžineriniai tyrinėjimai“.

7. Marijampolė (1997). M 1 : 15 000. Parengė: „Twin peaks“.

Valstybinių parkų turistinės schemas:

8. Kuršių nerijos nacionalinio parko turistinė schema. (1998). M 1 : 65 000. Vilnius: Atkula.

9. Žemaitijos nacionalinis parkas. Turistinis žemėlapis. (1998). M 1 : 70 000. Vilnius: Atkula.

10. Kurtuvėnų regioninis parkas. (1998). M 1 : 50 000. Lututė.

11. Nemuno deltos regioninis parkas. (1997). M 1 : 70 000. Parengė: WWF, „Kitoks dizainas“.

Marytė Dumbliauskienė, Paulius Kavaliauskas

ISSUES OF THE EVALUATION OF THE COMMUNICATIVE QUALITY OF PLANNING AND PUBLICITY CARTOGRAPHIC PRODUCTION

S u m m a r y

Special qualimetric evaluation of the communicative quality in Lithuanian cartographic production after 1990 has shown a relatively high level for the groups of planning and publicity maps, expressed by 7.8 and 7.2 points in a 10-point scale. It is more than the average of the common quality of all Lithuanian cartography. The semiotic quality was evaluated by 7.6 and 7.3 points and the aesthetic value by 8.1 and 7.1 points (Figs. 1–3). The best rating was fixed for carto-schemes of the state parks planning – 8.4 for semiotics and 8.3 for aesthetics. It is possible to use the planning cartographic production as a model for educational purposes in thematic cartography.

At the same time, a further improvement of planning cartography in the sphere of colour and sign semantics,

evaluation or the peculiarities of visual perception of the size of carto-signs, general composition of the cartographic image is possible.

Carto-qualimetric analysis shows that Lithuanian publicity cartography suffers first of all from the following general shortcomings:

- ◆ semantic mistakes;
- ◆ lack of graphic originality;
- ◆ non-adequacy between the style of cartographic design and purposes of production.

On the other hand, some positive tendencies were recognised:

- ◆ wide use of the foreign experience, as a result of absence of local traditions;
- ◆ co-operation between professional cartographers and professional designers;
- ◆ permanent renewing of production;
- ◆ suitable shaping of the cartographic production;
- ◆ multilingual approach.

No significant differences among separate groups in publicity cartography (general tourist schemes, town tourist maps and state parks tourist schemes) were noticed, although the semiotics of the general tourist schemes (7.6), as well as the aesthetics of the state parks tourist schemes (8.9) were of a more preferable level. Improving the communicative quality of publicity maps could be expressed by diversifying their carto-sign systems, increasing the colour distinctness and more intensively using the associativeness and accentuation of signs.