

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «ДИЗАЙН»
Кафедра «Графічний дизайн» заочне відділення

Борисенко Анна Сергіївна

**РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ПАКУВАННЯ КОЛЕКЦІЙНОГО МЕРЧ-
БОКСУ ДО РЕЛІЗУ МУЗИЧНОГО АЛЬБОМУ**

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
зі спеціальності 022 Дизайн
ОПП «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН»

Бакалаврська робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають
посилання на відповідне джерело.



А.С. Борисенко

Керівник: Соболєв Олександр Валерійович
Ректор ХДАДМ
Консультант: Більдер Наталя Трифонівна
доцент ХДАДМ

Харків-2026

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ ПАКУВАННЯ КОЛЕКЦІЙНОГО МЕРЧ-БОКСУ ДО РЕЛІЗУ МУЗИЧНОГО АЛЬБОМУ	7
1.1 Опис проєктної ситуації	7
1.1.1 Проєктна ситуація і ринок дизайн-продукту колекційних мерч-боксів до музичних релізів	7
1.1.2 Сегментування ринку дизайн-продукту колекційних мерч-боксів	8
1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку дизайн-продукту колекційних мерч-боксів.	8
1.2. Опис ринку споживачів за напрямком теми проєктування "Розробка дизайну пакування колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому"	9
1.2.1 Сегментування ринку споживачів колекційних мерч-боксів до релізів музичних альбомів	9
1.2.2 Опис потреб, яким задовольнятиме дизайн-продукт колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому	9
1.3. Збір і аналіз аналогічних дизайн-продуктів пакування колекційного мерч- боксу до релізу музичного альбому.	10
1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних дизайн продуктів пакувань колекційних мерч-боксів	10
1.3.2. Обґрунтовування стратегії позиціонування дизайн-продукту пакування колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому	13
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	13
РОЗДІЛ 2. ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ	14
2.1 Опис ідеї і формулювання концепції дизайн-продукту	14

	3
2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням	14
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	16
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ	17
3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення проєкту	17
3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення	17
3.3 Додрукарська підготовка макетів	18
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	19
ВИСНОВКИ	20
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	21
ДОДАТКИ	23
Додаток А	23
Додаток Б	26
Додаток В	28
Додаток Г	31
Додаток Д	39

ВСТУП

Сучасний графічний дизайн активно інтегрується у сферу музичної індустрії, де візуальна складова стає важливим засобом формування образу виконавця та комунікації з аудиторією. У цьому контексті колекційний мерч-бокс виступає не лише як пакування або набір сувенірної продукції, а як комплексний дизайн-продукт, що поєднує функції айдентики, візуальної комунікації та створення користувацького досвіду.

Колекційні мерч-бокси набувають поширення як засіб презентації творчого продукту, забезпечуючи матеріалізацію його концепції та посилення взаємодії з цільовою аудиторією. Вони поєднують графічні, композиційні та конструктивні рішення, що відповідають сучасним тенденціям розвитку дизайну, зокрема інтеграції візуальної айдентики у фізичні об'єкти [1], [2].

Актуальність теми зумовлена зростанням популярності колекційного музичного мерчу та потребою у створенні цілісних візуальних рішень, що відповідають сучасним тенденціям графічного дизайну та запитам молодіжної аудиторії. Особливого значення набуває проєктування продуктів, орієнтованих на нішеві музичні напрями, де візуальна естетика є невід'ємною складовою загального образу [3], [4].

Об'єктом проєктування є дизайн пакування колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому.

Предметом проєктування є художньо-композиційні, графічні та конструктивні засоби формування дизайну колекційного мерч-боксу.

Метою проєктування є розробка дизайну пакування колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому та створення цілісного дизайн-продукту, який поєднує графічні, композиційні й конструктивні рішення відповідно до концепції музичного релізу та потреб цільової аудиторії.

Вихідними даними до проєктування є результати аналізу цільової аудиторії, аналогів та ринкової ситуації, а також визначені стилістичні й конструктивні особливості майбутнього продукту.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань:

1. Проаналізувати сучасні тенденції розвитку пакувального дизайну та мерч-продукції;
2. Дослідити ринкову ситуацію, зокрема особливості продукту, конкурентне середовище та актуальні дизайн-тренди;
3. Виконати сегментування ринку продукту та визначити його позиціонування;
4. Здійснити сегментування ринку споживачів і сформувати узагальнений портрет цільової аудиторії;
5. Проаналізувати аналогічні дизайн-рішення та визначити їхні характерні особливості;
6. Сформувати концепцію дизайн-продукту відповідно до поставленого завдання;
7. Обґрунтувати вибір композиційних, графічних і стилістичних засобів;
8. Визначити принципи реалізації дизайн-продукту у матеріалі.

Дослідження проходило апробацію під час семестрових переглядів на кафедрі графічного дизайну.

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Загальний обсяг роботи становить 39 сторінок. Робота містить 32 рисунка, 2 таблиці, список використаних джерел із 20 найменувань та 5 додатків.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ ПАКУВАННЯ КОЛЕКЦІЙНОГО МЕРЧ-БОКСУ ДО РЕЛІЗУ МУЗИЧНОГО АЛЬБОМУ

1.1 Опис проєктної ситуації

1.1.1 Проєктна ситуація і ринок дизайн-продукту колекційних мерч-боксів до музичних релізів

Сучасний ринок мерч-продукції активно розвивається під впливом цифрової культури та музичної індустрії. У цих умовах мерч-бокси виступають не лише як пакування або набір сувенірної продукції, а як комплексні дизайн-продукти, що поєднують функції візуальної комунікації, айдентики та емоційної взаємодії зі споживачем [6].

Особливістю сучасного ринку є перехід від окремих елементів мерчу до комплексних колекційних продуктів, у межах яких пакування стає важливою частиною загальної концепції. У цьому контексті дизайн виконує не лише естетичну, а й організаційну функцію, забезпечуючи цілісність усіх складових продукту.

Проєкт розробляється для уявного музичного виконавця, що працює у жанрі witch house — нішевому напрямі електронної музики, який поєднує елементи dark ambient, trip-hop та experimental electronic. Жанр характеризується атмосферністю, використанням шумових текстур, деформованого звучання та темної візуальної естетики.

Візуальна мова witch house базується на використанні глітч-ефектів, контрастної типографіки, розмитих зображень і символічних образів. У сучасній музичній культурі подібні жанри функціонують як комплексні медіа-продукти, де музичний та візуальний контент формують єдину систему сприйняття [7].

1.1.2 Сегментування ринку дизайн-продукту колекційних мерч-боксів

Ринок мерч-продукції можна умовно поділити на масовий, преміальний та колекційний сегменти. У межах даного проєкту основна увага приділяється колекційному музичному мерчу, який характеризується обмеженим тиражем, концептуальністю та високою емоційною цінністю продукту.

Колекційні мерч-бокси орієнтовані не лише на функціональність, а й на формування користувацького досвіду через візуальне оформлення, структуру комплекту та взаємодію з пакуванням.

1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку дизайн-продукту колекційних мерч-боксів.

Конкурентне середовище у сфері колекційних мерч-боксів формується переважно в межах сучасної музичної індустрії. Основу конкурентного поля складають проєкти таких виконавців: Travis Scott “Utopia”[10], A\$AP Rocky “Don’t Be Dumb”[11], Jennie “Ruby”[12], Olivia Rodrigo “GUTS International Fan Pack”[13] та Tyler The Creator “Chromacopia”[14].

Аналіз аналогів показав відсутність єдиного підходу до організації мерч-боксів. У практиці використовуються як мінімалістичні, так і експериментальні рішення, що відрізняються рівнем композиційної складності та системності [8].

Найбільш ефективними є рішення, у яких простежується узгодженість графічних, композиційних і конструктивних елементів, що забезпечує цілісність візуальної системи продукту.

1.2. Опис ринку споживачів за напрямком теми проєктування "Розробка дизайну пакування колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому"

1.2.1 Сегментування ринку споживачів колекційних мерч-боксів до релізів музичних альбомів

Цільова аудиторія проєкту формується в межах молодіжної музичної культури та аудиторії нішевої електронної музики. У цьому контексті мерч-бокс виступає не лише як товар, а як елемент культурної ідентифікації та самовираження.

Основний сегмент споживачів — молоді люди віком 18–30 років, які цікавляться альтернативною музичною культурою, активно взаємодіють із цифровими платформами та орієнтуються на візуальну складову музичного продукту [5].

1.2.2 Опис потреб, яким задовольнятиме дизайн-продукт колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому

Колекційний мерч-бокс задовольняє естетичні, емоційні та соціальні потреби споживача. Для цільової аудиторії важливими є атмосферність продукту, візуальна цілісність та відчуття причетності до певного культурного середовища.

Також значну роль відіграє колекційна цінність продукту та емоційний досвід взаємодії з ним [9].

1.3. Збір і аналіз аналогічних дизайн-продуктів пакування колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому.

1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних дизайн продуктів пакувань колекційних мерч-боксів

У межах передпроектного дослідження було проведено аналіз прямих і непрямих аналогів колекційних мерч-боксів та пакувальних рішень суміжних сфер. Добір аналогів здійснювався на основі аналізу сучасних пакувальних рішень у сфері музичної індустрії, представлених на офіційних сайтах виконавців, онлайн-магазинах та у професійних дизайн-публікаціях.

До прямих аналогів віднесено колекційні мерч-бокси Travis Scott “Utopia”, A\$AP Rocky “Don’t Be Dumb”, Jennie “Ruby”, Olivia Rodrigo “GUTS International Fan Pack” та Tyler The Creator “Chromacopia”. До непрямих аналогів віднесено пакувальні рішення брендів Acne Studios[15], A24[16], Balenciaga[17], Glossier[18] та Gentle Monster[19].

Для більш об’єктивного оцінювання аналогів було використано фокус-групове дослідження серед фахівців у галузі графічного дизайну — переважно студенти спеціальності та практикуючі дизайнери.

Оцінювання здійснюється за такими критеріями:

1. Композиційна організація
2. Цілісність візуальної системи
3. Типографічне рішення
4. Кольорова палітра
5. Структура комплекту
6. Рівень системності організації

Таблиця 1 – Аналіз прямих аналогів (мерч-бокси музичних виконавців)

№	“Аналог” назва	Композ иційна організація	Цілісність візуальної системи	Типографічне рішення	Кольорова палітра	Структура комплексу	Рівень системної організації
1	Travis Scott “Utopia” Box	4	3	4	3	3	3
2	A\$AP Rocky “Don’t Be Dumb” Box	5	4	4	4	3	3
3	Jennie “Ruby” Box	4	4	4	4	3	3
4	Olivia Rodrigo “Guts Fun Pack”	3	3	3	3	3	4
5	Tyler the Creator “Chromacopia” Box	4	4	4	4	4	4

Візуальні приклади аналогів наведено у Додатку В (Рис. П.1-П.5).

Результати аналізу прямих аналогів показали, що найбільш вдалим є дизайнерські рішення, у яких простежується цілісність візуальної системи, узгодженість композиційної побудови та гармонійне поєднання графічних елементів. Важливу роль у сприйнятті пакування відіграють кольорова палітра, типографічне рішення та продумана структура комплексу, які формують емоційну виразність і впізнаваність продукту. Також аналіз підтвердив, що системна організація елементів забезпечує логічність побудови пакування та сприяє створенню цілісного користувацького досвіду (Додаток В Рис. В.1-В.2 Результати фокус-групового опитування).

Непрямі аналоги охоплюють пакувальні рішення суміжних сфер, що містять релевантні композиційні, графічні або конструктивні підходи.

Таблиця 2 – Аналіз непрямих аналогів (пакувальні рішення)

№	“Аналог” назва	Композиційна організація	Цілісність візуальної системи	Типографічне рішення	Кольорова палітра	Структура комплексу	Рівень системної організації
1	Acne Studios seasonal packaging	4	4	4	3	3	3
2	A24 Collector’s Editions	4	4	5	4	4	4
3	Balenciaga special packaging	3	4	3	3	3	4
4	Glossier PR Box	5	4	5	4	4	4
5	Gentle Monster packaging system	4	5	4	4	4	4

Візуальні приклади аналогів наведено у Додатку В (Рис. Н.1-Н.5).

Аналіз непрямих аналогів продемонстрував важливість формування цілісної візуальної системи, у якій усі графічні елементи працюють як єдиний комплекс. Значну роль у сприйнятті пакування відіграють узгодженість композиційної структури, продумане типографічне та колористичне рішення, а також системна організація елементів. Дослідження підтвердило, що сучасне пакування виконує не лише функціональну роль, а й формує

емоційний та візуальний користувацький досвід (Додаток В Рис. В.1-В.2 Результати фокус-групового опитування).

У результаті дослідження встановлено, що ефективність дизайну мерч-боксу визначається рівнем системності організації його елементів. Найбільш результативними є рішення, у яких дизайн розглядається як єдина система, що поєднує графічні, композиційні та конструктивні елементи [20].

1.3.2. Обґрунтування стратегії позиціонування дизайн-продукту пакування колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому

Стратегія позиціонування проєкту базується на створенні колекційного продукту з вираженою атмосферністю, цілісною візуальною системою та обмеженим тиражем.

Мерч-бокс розглядається як комплексний об'єкт візуальної комунікації, що поєднує пакування, айдентику та емоційний досвід взаємодії користувача з продуктом.

Висновки до розділу 1

Аналіз проєктної ситуації дозволив визначити основні тенденції розвитку сучасного ринку колекційних мерч-боксів та особливості їхнього функціонування у межах музичної індустрії. Встановлено, що сучасний мерч-бокс виступає не лише пакуванням, а комплексним дизайн-продуктом, який поєднує функції айдентики, візуальної комунікації та формування користувацького досвіду.

Дослідження цільової аудиторії та аналіз прямих і непрямих аналогів дали змогу виявити ефективні підходи до організації композиції, типографіки та структури комплекту. Отримані результати стали основою для формування концепції колекційного мерч-боксу відповідно до естетики жанру witch house та принципів побудови візуальної системи проєкту.

РОЗДІЛ 2. ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ

2.1 Опис ідеї і формулювання концепції дизайн-продукту

Основою проєкту є створення колекційного мерч-боксу до релізу музичного альбому у стилі witch house. Концепція базується на поєднанні графічного та пакувального дизайну з елементами візуальної айдентики у межах цілісної системи.

Проєкт орієнтований не лише на функціональне пакування музичного продукту, а й на створення атмосферного користувацького досвіду. Мерч-бокс розглядається як об'єкт, що передає естетику музичного релізу та формує образ виконавця.

Візуальна мова проєкту ґрунтується на характерних рисах жанру witch house: темній кольоровій палітрі, контрастних композиціях, текстурних ефектах, глітч-ефектах та експериментальній типографіці. До складу комплексу входять друковані та сувенірні елементи, об'єднані єдиною стилістичною системою.

Концепція спрямована на створення цілісного візуального середовища та формування атмосферного користувацького досвіду. Важливою складовою проєкту є послідовна взаємодія користувача з елементами комплексу, що підсилює емоційне сприйняття продукту та формує атмосферний досвід взаємодії з об'єктом. Усі складові мерч-боксу підпорядковані єдиній стилістичній логіці та формують цілісну систему візуальної комунікації.

2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням

Пошук художньо-образного рішення проєкту здійснювався через аналіз візуальної естетики жанру witch house та сучасних пакувальних рішень у сфері музичної індустрії.

зробити взаємодію з продуктом більш цілісною та підсилити послідовність сприйняття його змістового наповнення (Додаток Г. Рис. Г.1-Г.3).

Для проєкту була створена серія авторських декоративних елементів, натхнених готичною орнаментикою та каліграфічними формами. Вони допомагають об'єднати всі носії в єдину візуальну систему (Додаток Г. Рис. Г.6). Також було переглянуто типографічне рішення назви релізу — від декоративної стилістики до більш готичного та експериментального варіанту (Додаток Г. Рис. Г.4, Г.7-Г.8).

Важливу роль у формуванні атмосфери проєкту відіграє кольорова палітра. Основою візуального рішення стало поєднання темних відтінків із яскравими градієнтними акцентами фіолетового, синього та червоного кольорів (Додаток Г. Рис. Г.5). Контраст між темною зовнішньою оболонкою та яскравим внутрішнім простором відображає ідею прихованого внутрішнього світу людини. Стримане зовнішнє оформлення символізує адаптацію до соціального середовища, тоді як насичені кольори всередині уособлюють емоційність та внутрішню енергію

Висновки до розділу 2

Розробка дизайн-пропозиції дозволила сформувати цілісне художньо-образне рішення колекційного мерч-боксу до музичного релізу у стилі witch house. Проєкт поєднує засоби графічного й пакувального дизайну, атмосферну візуальну мову та емоційний користувацький досвід.

Ескізний пошук сприяв визначенню фінального конструктивного та стилістичного рішення пакування, типографічного оформлення й кольорової палітри. Основою візуального рішення став контраст між темною зовнішньою оболонкою та яскравим внутрішнім простором, що підсилює ідею внутрішньої емоційності та рефлексії.

Сформований художньо-образний підхід сприяв створенню не лише цілісної візуальної системи, а й атмосферного користувацького досвіду взаємодії з проєктом.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення проєкту

Конструктивне рішення проєкту базується на використанні жорсткої коробки квадратного формату розміром 350×350×100 мм з відкидною кришкою. Для надійного закриття конструкції передбачено магнітну систему фіксації, яка забезпечує щільне прилягання кришки та додатковий захист вмісту під час транспортування й зберігання. Для полегшення відкривання коробки передбачено декоративну фіолетову текстильну стрічку, що виконує одночасно функціональну та естетичну роль.

До складу комплекту входять друковані та сувенірні елементи, зокрема плакат, листівка, CD-диск, наліпки та текстильний мерч. Композиція внутрішнього простору організована таким чином, щоб забезпечити зручне розміщення всіх складових та підтримати послідовність взаємодії з продуктом.

Графічне рішення ґрунтується на характерних рисах естетики witch house та поєднує темну кольорову палітру, градієнтні акценти, текстурні поверхні, глітч-ефекти та експериментальну типографіку. Контраст між стриманою зовнішньою оболонкою та яскравим внутрішнім простором символізує прихований внутрішній світ людини та підсилює атмосферність проєкту.

Усі елементи комплекту підпорядковані єдиній візуальній логіці та формують цілісний образ колекційного музичного продукту.

3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення

Для реалізації колекційного мерч-боксу передбачено використання матеріалів і поліграфічних технологій, що забезпечують міцність конструкції та відповідність атмосферній естетиці проєкту. Основою конструкції є палітурний картон, каширований друкованими розгортками із зовнішнього та

внутрішнього боків. Зовнішня та внутрішня частини пакування виготовляються окремо та монтуються на конструкцію в процесі складання, що забезпечує якісне каширування поверхонь і точність складання виробу.

Назва релізу «Mirror of My Soul» на зовнішній частині пакування виконується рельєфним хромованим тисненням, а декоративні фіолетові елементи по кутах також мають рельєфну фактуру без покриття, що створює контраст між різними типами поверхонь і тактильних ефектів.

Для оформлення внутрішніх поверхонь пакування передбачено використання повноколірного друку у колірній моделі СМҮК. Поліграфічна продукція комплекту виготовляється на щільному крейдованому папері з матовим покриттям із застосуванням цифрового або офсетного друку.

Для друку принтів на футболках передбачено використання рефлексивного матеріалу, що підсилює зв'язок із естетикою жанру witch house. Світловідбивні елементи також можуть використовуватись в окремих елементах пакування (Додаток Г Рис. Г.16).

Технологічне забезпечення проєкту передбачає використання біговки, висічки, тиснення та каширування для формування конструкції пакування і точності складання елементів.

3.3 Додрукарська підготовка макетів

Додрукарська підготовка макетів здійснювалася з урахуванням конструктивних особливостей пакування, вимог поліграфічного виробництва та специфіки використаних матеріалів і технологій. У процесі підготовки було виконано адаптацію графічних матеріалів до друку у колірній моделі СМҮК, налаштовано параметри кольоропередачі, роздільної здатності та вильотів під обріз.

Особливу увагу приділено підготовці макетів для використання спеціальних поліграфічних ефектів, зокрема рельєфного тиснення, хромованих і світловідбивних елементів. Для забезпечення коректного

розташування графіки було враховано місця біговки, згинів, висічки та магнітної фіксації коробки.

Підготовка макетів також враховувала можливість подальшого тиражування проєкту та необхідність збереження цілісності візуальної системи на всіх елементах комплекту.

Висновки до розділу 3

У процесі практичної реалізації проєкту було сформовано конструктивне, графічне та технологічне рішення колекційного мерч-боксу відповідно до концепції музичного релізу у стилі witch house. Розроблена конструкція пакування забезпечує послідовну взаємодію користувача з елементами комплекту та підсилює атмосферний характер проєкту.

У межах практичної частини було визначено матеріали, поліграфічні технології та спеціальні ефекти, необхідні для реалізації візуального рішення. Використання рельєфного тиснення, хромованих і світловідбивних елементів дозволило підсилити виразність графічної системи та підтримати естетику проєкту.

Додрукарська підготовка макетів забезпечила адаптацію проєкту до вимог поліграфічного виробництва та можливість подальшого тиражування із збереженням цілісності візуальної системи.

ВИСНОВКИ

Під час виконання дипломного проєкту було досліджено особливості сучасного ринку колекційних мерч-боксів у сфері музичної індустрії, проаналізовано цільову аудиторію, прямі та непрямі аналоги, а також характерні риси візуальної естетики жанру witch house. Проведене дослідження дозволило визначити основні принципи формування цілісної візуальної системи колекційного музичного продукту.

Результатом проєктування стала розробка колекційного мерч-боксу до музичного релізу у стилі witch house, що поєднує засоби графічного та пакувального дизайну, елементи айдентики, атмосферну візуальну мову та послідовну взаємодію користувача з об'єктом. У межах роботи було сформовано конструктивне, графічне та технологічне рішення пакування, визначено матеріали, поліграфічні технології та способи додрукарської підготовки макетів.

Основою художньо-образного рішення став контраст між зовнішнім і внутрішнім простором пакування, використання градієнтних кольорових переходів, текстурних поверхонь, світловідбивних елементів і дзеркального об'єкта як складової концепції проєкту. Це дозволило підсилити атмосферність проєкту та створити емоційний користувацький досвід взаємодії з мерч-боксом.

У процесі роботи над проєктом сформоване дизайн-рішення набуло не лише функціонального, а й концептуального характеру. Поєднання засобів графічного та пакувального дизайну, елементів емоційної взаємодії й атмосферної візуальної мови дозволило розглядати мерч-бокс не лише як пакування музичного продукту, а і як цілісний об'єкт користувацького досвіду, що має потенціал для подальшого розвитку концепції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. [Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури : монографія. Харків : ХДАДМ, 2005. 244 с. (дата звернення: 24.04.26)].
2. [Лаптон Е., Філліпс Дж. Графічний дизайн. Нові основи. Київ : ArtHuss, 2020. 262 с. URL: <https://arthuss.com.ua/books/grafichniy-dizayn-novi-osnovi/> (дата звернення: 24.04.26)].
3. [Амброуз Г., Гарріс П. Основи графічного дизайну. Підхід і мова. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. URL: <https://arthuss.com.ua/books/grafichniy-dizayn-pidhid-i-mova/> (дата звернення: 23.04.26)].
4. [Іттен Й. Мистецтво кольору. Київ : ArtHuss, 2020. 96 с. URL: <https://arthuss.com.ua/books/mystetstvo-koloru/> (дата звернення: 23.04.26)]
5. [ВООЗ представила нову вікову класифікацію. URL: https://itmed.org/news/vooz_predstavila_novu_vikovu_klasifikatsiyu_60099/ (дата звернення: 25.04.2026)].
6. [Packaging Strategies. The Role of Packaging in Branding. URL: <https://www.packagingstrategies.com/articles/89708-the-role-of-packaging-in-branding> (дата звернення: 25.04.2026)].
7. [Goodwin A. Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture. URL: <https://www.routledge.com> (дата звернення: 01.05.2026)].
8. [Ambrose G., Harris P. Packaging the Brand. URL: <https://www.bloomsbury.com> (дата звернення: 25.04.2026)].
9. [Pine B., Gilmore J. The Experience Economy. URL: <https://www.hbs.edu> (дата звернення: 01.05.2026)].
- 10.[Travis Scott. Utopia Merchandise Collection. URL: <https://shop.travisscott.com/> (дата звернення: 26.04.2026)].
- 11.[A\$AP Rocky “Don’t Be Dumb” Merchandise. URL: <https://awge.com/> (дата звернення:26.04.2026)].

- 12.[Jennie “Ruby” Merch Collection. URL: <https://shop.jenn.ie/> (дата звернення: 26.04.2026)].
- 13.[Olivia Rodrigo “GUTS International Fan Pack”. URL: <https://store.oliviarodrigo.com/> (дата звернення: 26.04.2026)].
14. [Tyler, The Creator “Chromacopia”. URL: <https://chromakopiashop.com/> (дата звернення: 26.04.2026)].
- 15.[Acne Studios. Packaging Design. URL: <https://www.acnestudios.com/> (дата звернення: 28.04.2026)].
- 16.[A24 Shop. Collector’s Editions. URL: <https://shop.a24films.com/> (дата звернення: 28.04.2026)].
- 17.[Balenciaga. Packaging & Brand Identity. URL: <https://www.balenciaga.com/> (дата звернення: 28.04.2026)].
- 18.[Glossier. PR Packaging. URL: <https://www.glossier.com/> (дата звернення: 28.05.2026)].
- 19.[Gentle Monster. Brand Packaging System. URL: <https://www.gentlemonster.com/> (дата звернення: 28.04.2026)].
- 20.[Klimchuk M., Krasovec S. Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf. URL: <https://www.wiley.com> (дата звернення: 25.04.2026)].

ДОДАТКИ**Додаток А****БРИФ НА РОЗРОБКУ МЕРЧ-БОКСУ****2.04.2026**

Клієнт	Нюкова К.Г. (індивідуальний артист)
Дата	2.04.2026
Телефон	+380XX XXX XXXX
E-mail	numusic.pr@gmail.com
Виконавець	Борисенко А.С.

БЛОК	ПИТАННЯ	ВІДПОВІДЬ КЛІЄНТА
1. Загальна інформація	Назва проєкту	Mirror of My Soul (Дзеркало моєї душі)
	Тип продукту	Пакування, мерч-бокс
	Короткий опис проєкту	Колекційний, візуально цілісний та концептуально обґрунтований мерч-бокс до музичного релізу.
	Статус проєкту	Створення з нуля
2. Формат реалізації	Формати використання (друк / PDF / інше)	PDF
3. Цільова аудиторія	Конкретні групи	Фанати артиста, молодь віком 18–30 років, яка цікавиться нішевою електронною музикою, зокрема напрямом witch house.
4. Контент	Обсяг матеріалу	Бокс та його наповнення
	Тип контенту (обкладинки, плакати, інфографіка тощо.)	Пакування, друкована продукція, брендовані предмети
	Хто надає матеріали?	Креативний директор артиста
5. Візуальна концепція	Яке відчуття має викликати продукт?	Магічність, зацікавленість, щирість
	Стилістика	Очікується сучасний графічний стиль із

		вираженою авторською складовою. Дизайн має відповідати концепції музичного релізу та передавати його емоційний характер.
	Рівень експериментальності	Довільний
6. Айдентика	Чи використовується існуюча айдентика?	Ні
	Чи потрібно створювати нові елементи?	Так
7. Типографіка	Опишіть ваші вподобання	Виразна та експериментальна типографіка
	Мова проекту	Англійська
8. Технічні параметри	Перерахуйте ваші вимоги	1. Адаптація під друк 2. Можливість тиражування 3. Збереження якості графіки
	Тип друку	Уточнення в процесі
	Вимоги типографії	Уточнення в процесі
	Колірність (RGB/CMYK)	CMYK
9. Обмеження	Орієнтовний бюджет	Середній / вище середнього (з урахуванням обмеженого тиражу)
	Дедлайн	Липень 2026
10. Процес	Етапи погодження	1. Аналіз матеріалів

роботи		2. Пошук референсів 3. Затвердження концепції 4. Розробка дизайну 5. Підготовка до друку 6. Передача файлів
	Формат передачі файлів	PDF для друку

Виконавець


А.С.Борисенко

Клієнт


К.Г. Ньюкова

Додаток Б

Глосарій

1. Айдентика — система візуальних елементів, що формує впізнаваний образ бренду, продукту або виконавця та забезпечує цілісність комунікації.
2. Альтернативна візуальна культура — сукупність візуальних практик і стилістичних рішень, що існують поза межами масової комерційної естетики та орієнтовані на нішеві культурні середовища.
3. Атмосферність — властивість дизайн-рішення створювати емоційне та асоціативне середовище через використання графічних, композиційних і кольорових засобів.
4. Візуальна система — сукупність взаємопов'язаних графічних елементів, побудованих за єдиними композиційними та стилістичними принципами.
5. Глітч-ефект — графічний прийом, що імітує цифрові збої, деформації або пошкодження зображення з метою створення експериментальної естетики.
7. Графічна мова — система візуальних засобів і прийомів, за допомогою яких формується образ та комунікація дизайн-продукту.
8. Дизайн-продукт — об'єкт проєктної діяльності, що поєднує функціональні, естетичні та комунікативні характеристики.
9. Експериментальна типографіка — використання нестандартних типографічних рішень для створення емоційного або концептуального візуального ефекту.
10. Емоційний досвід користувача — сукупність емоційних реакцій та вражень, що виникають у процесі взаємодії з продуктом.
11. Колекційний мерч-бокс — комплексний набір тематичних елементів, об'єднаних єдиною концепцією та призначених для обмеженого або спеціалізованого розповсюдження.
12. Композиційна організація — принцип побудови та взаєморозташування елементів у межах дизайн-рішення.

Продовження Додаток Б

13. Концепція дизайн-продукту — система ідей, принципів та образних рішень, що визначає характер і напрям проєктування.
14. Контрастна типографіка — типографічний прийом, заснований на поєднанні елементів із різними розмірами, насиченістю або формою для підсилення візуальної виразності.
15. Користувацький досвід (User Experience) — сукупність вражень та взаємодій користувача з продуктом у процесі його використання.
16. Монохромна кольорова палітра — система кольорового оформлення, побудована на використанні відтінків одного або близьких кольорів.
17. Пакувальний дизайн — напрям графічного дизайну, пов'язаний із проєктуванням візуального та конструктивного рішення пакування.
18. Системність дизайн-рішення — узгодженість та взаємозв'язок усіх елементів продукту у межах єдиної концепції.
19. Текстурний ефект — візуальний прийом, що імітує фізичну або цифрову поверхню для підсилення образності та атмосфери.
20. Фокус-групове дослідження — метод збору та аналізу інформації шляхом опитування або обговорення у невеликій групі респондентів.
21. Witch house — нішевий напрям електронної музики та пов'язаної з нею візуальної естетики, що характеризується темною атмосферністю, шумовими текстурами, цифровими ефектами та експериментальною образністю.

Рис. В.2 - Результати аналізу фокус групи

Продовження Додаток В

Прямі аналоги пакувань (П1-П5)

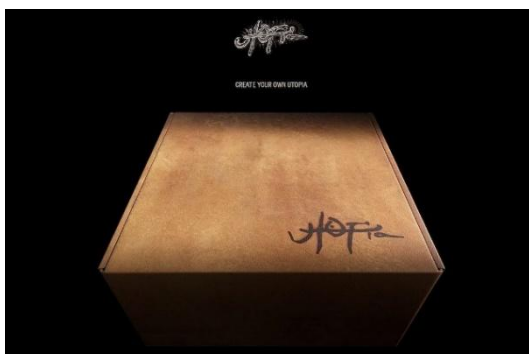


Рис.П.1 - Travis Scott “Utopia” Box

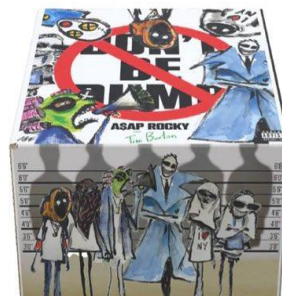


Рис.П.2 - A\$AP Rocky “Don’t Be Dumb” Box



Рис.П.3 - Jennie “Ruby” Box

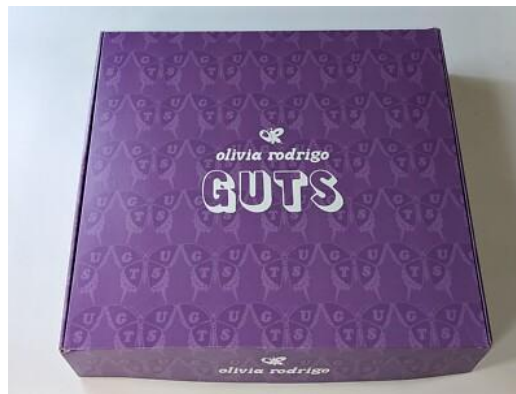


Рис.П.4 - Olivia Rodrigo “Guts Fan pack” Box



Рис.П.5 - Tyler, the Creator “Chromacopia” Box

Продовження Додаток В

Непрямі аналоги пакувань (Н1-Н5)



Рис.Н.1- Acne Studios packaging



Рис.Н.2 - A24 Collector's Editions



Рис.Н.3 - Balenciaga special packaging



Рис.Н.4 - Glossier PR Box



Рис.Н.5 - Gentle Monster packaging system

Додаток Г

Пошукові рішення

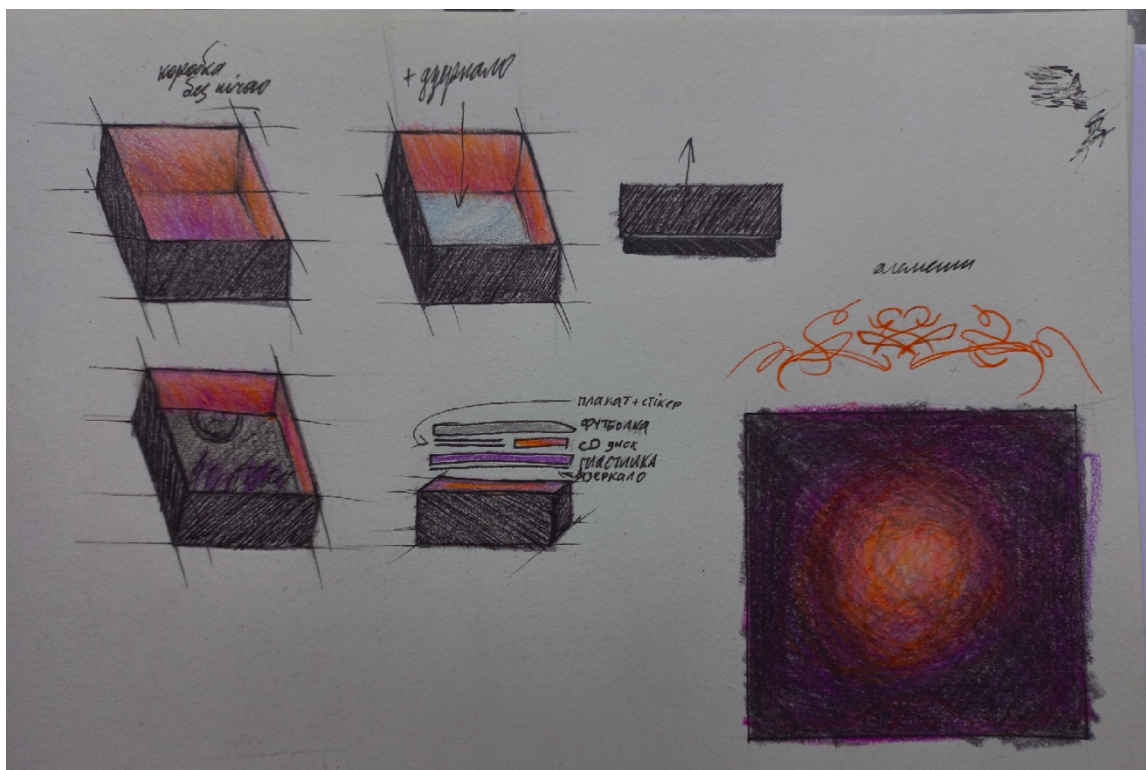


Рис. Г.1 – Перший концепт пакування мерч-боксу

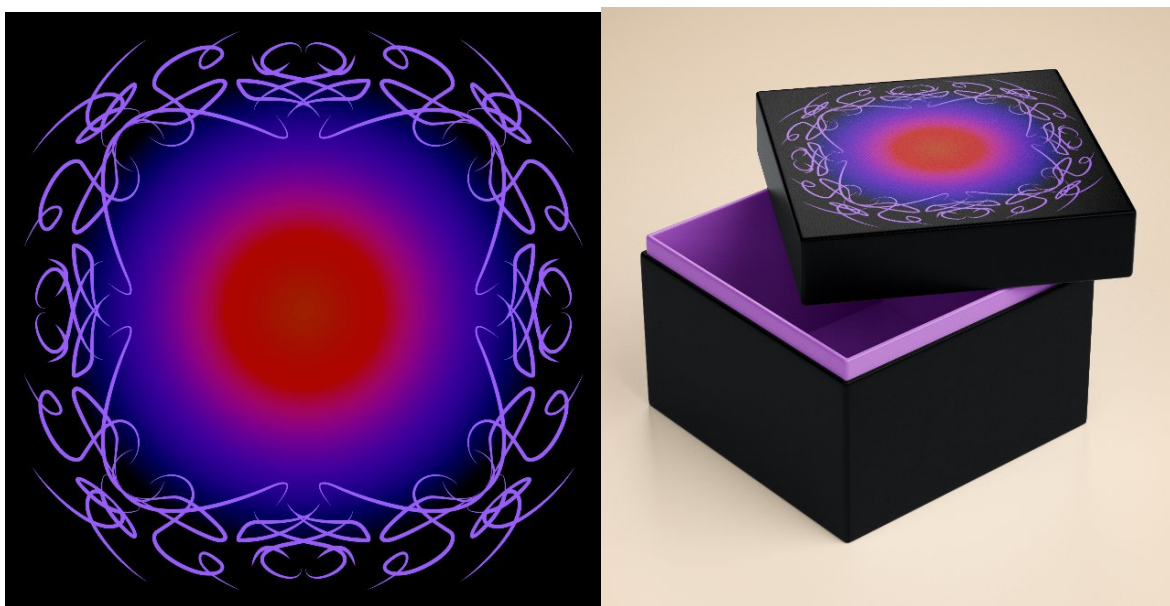


Рис. Г.2 – Візуалізація у векторі та мокапі

Продовження Додаток Г

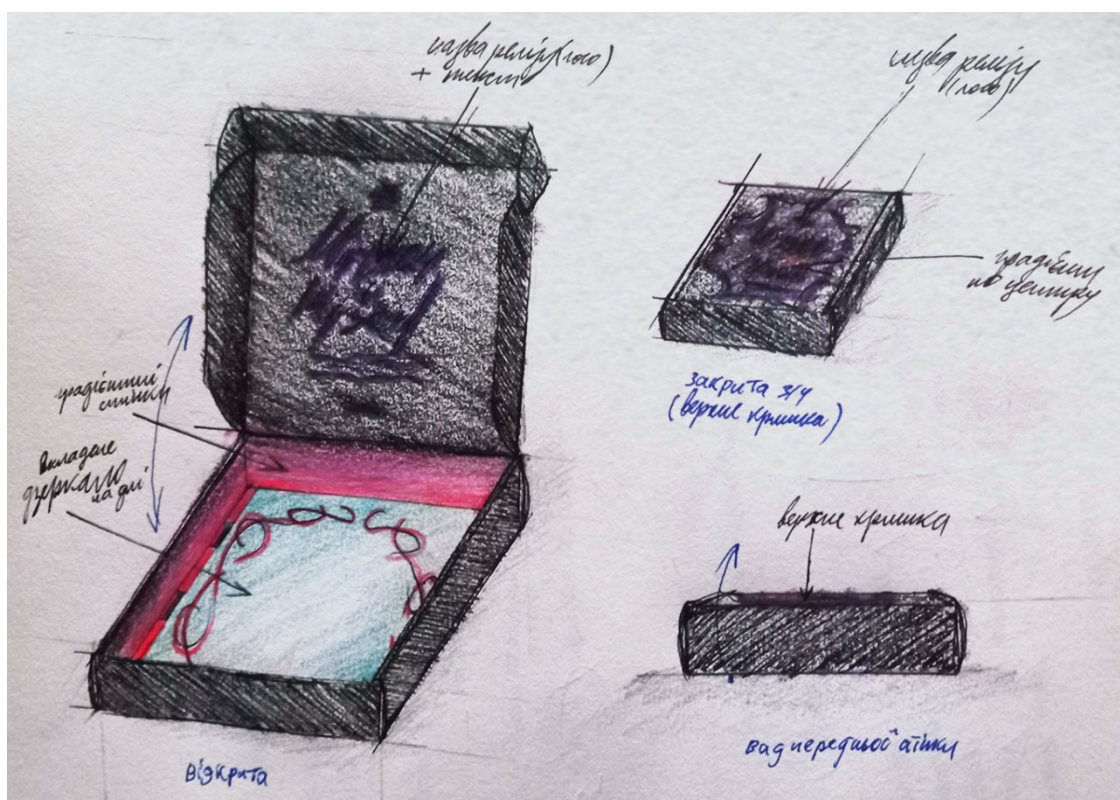


Рис. Г.3 – Другий концепт пакування мерч-боксу

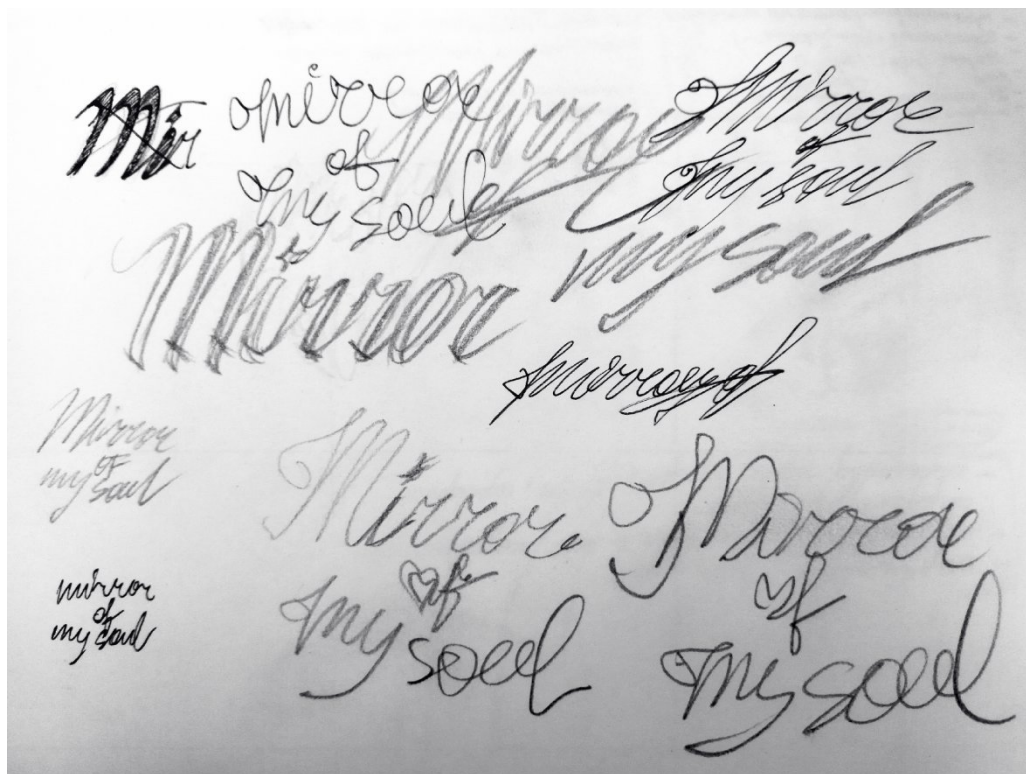


Рис. Г.4 – Пошуки авторського оформлення назви релізу

Продовження Додаток Г

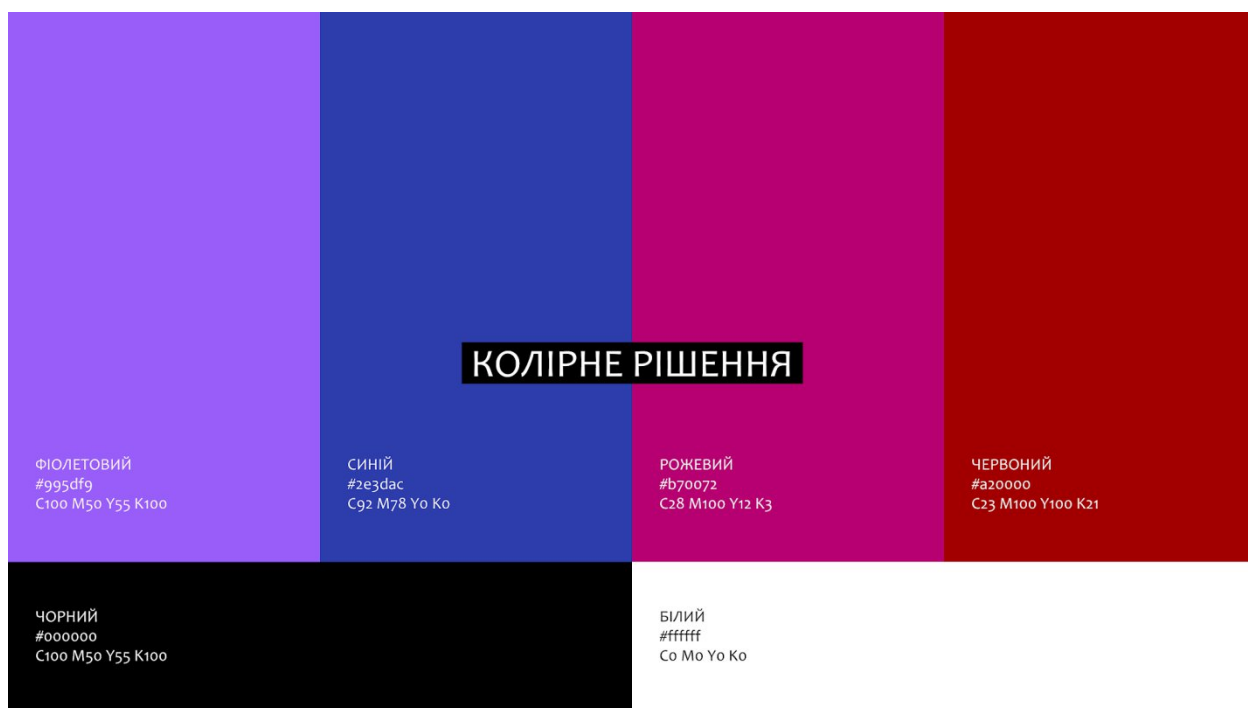


Рис. Г.5 – Кольорова палітра проекту

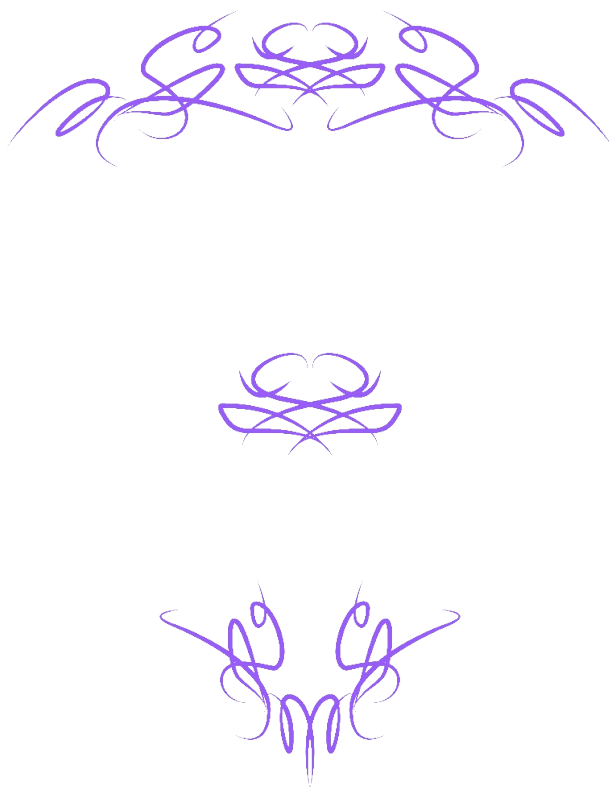


Рис. Г.6 – Графічні елементи проекту



Рис. Г.7 – Фінальне авторське оформлення назви релізу

«Harrington»

Aa Bb Cc Dd Ee
 Ff Gg Hh Ii Jj Kk
 Ll Mm Nn Oo Pp
 Qq Rr Ss Tt Uu
 Vv Ww Xx Yy Zz

Рис. Г.8 – Допоміжний шрифт «Harrington»

Продовження Додаток Г

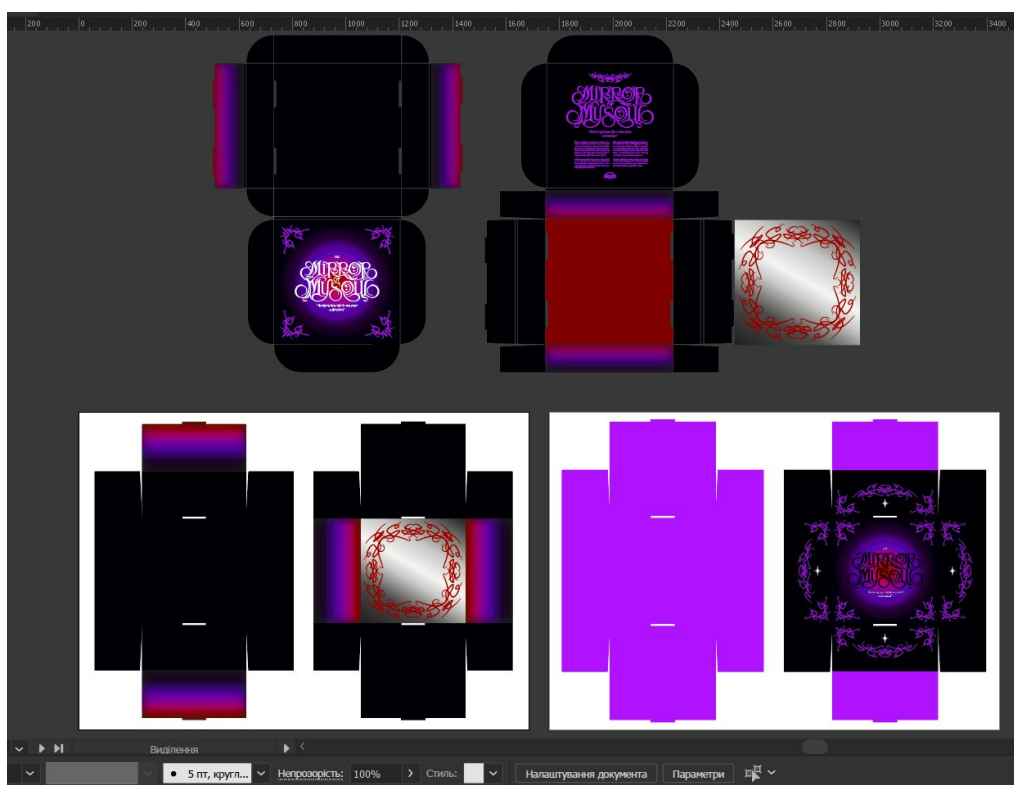


Рис. Г.9 – Пошуки дизайну розгортки пакування мерч-боксу



Рис. Г.10 – Фінальна розгортка пакування мерч-боксу

Продовження Додаток Г



Рис. Г.15 – Пошуки дизайну футболки



Рис. Г.16 – Фінальний вигляд футболки з рефлекторним принтом (чорна)

Продовження Додаток Г



Рис. Г.11 – Перший нарис листівки



Рис. Г.12 – Фінальний дизайн листівки із назвою та трек-листом релізу

Продовження Додаток Г

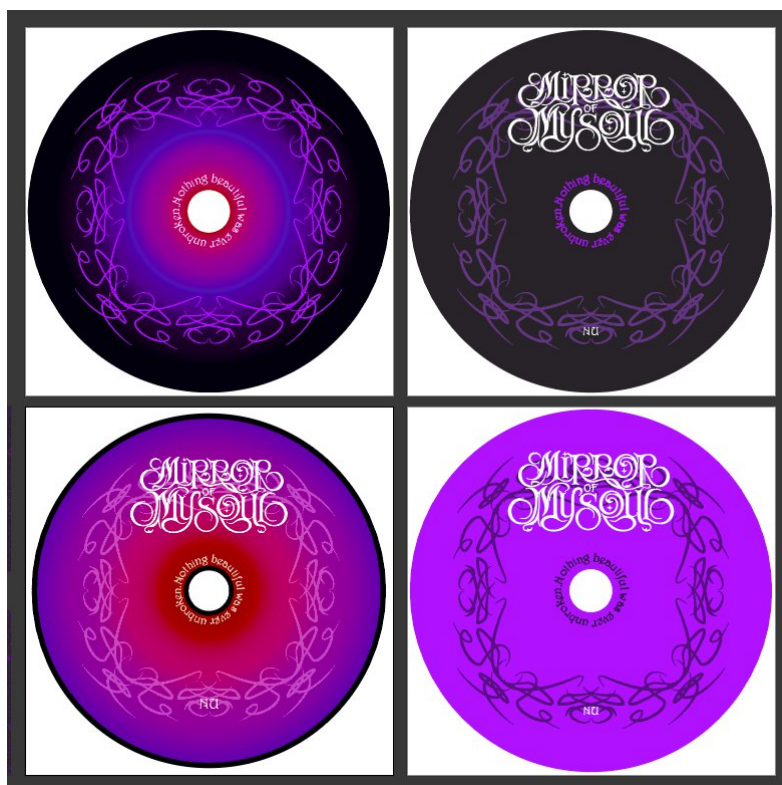


Рис. Г.13 – Пошуки дизайну CD-диска



Рис. Г.14 – Фінальний дизайн CD-диска

Додаток Д

Проектна пропозиція

