

Кійко Надія Юріївна

# ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМНИЙ СУПРОВІД X МІЖНАРОДНОГО ШРИФТОВОГО КОНКУРСУ PANGRAM

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО "Бакалавр"  
зі спеціальності 022 дизайн  
ОПП "Графічний дизайн"



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

Кійко Надія Юріївна

ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМНИЙ СУПРОВІД Х  
МІЖНАРОДНОГО ШРИФТОВОГО КОНКУРСУ PANGRAM

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.

 Н.Ю. Кійко

Керівник: Іваненко Тетяна Олександрівна  
Кандидат мистецтвознавства, професор  
Консультант: Більдер Наталя Трифонівна  
доцент ХДАДМ

Харків-2026

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП .....                                                                                                                                                | 4  |
| РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ<br>ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ Х<br>МІЖНАРОДНОГО ШРИФТОВОГО КОНКУРСУ «PANGRAM» ..... | 6  |
| 1.1 Опис проєктної ситуації .....                                                                                                                          | 6  |
| 1.1.1 Проєктна ситуація та ринок дизайну для міжнародних шрифтових<br>конкурсів .....                                                                      | 6  |
| 1.1.2 Сегментування ринку продуктів графічного дизайну у сфері<br>міжнародних шрифтових конкурсів.....                                                     | 7  |
| 1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку дизайну для міжнародних<br>шрифтових конкурсів .....                                                             | 7  |
| 1.2 Опис ринку споживачів дизайнів візуальної комунікації та рекламного<br>супроводу міжнародних конкурсів .....                                           | 8  |
| 1.2.1 Сегментування ринку споживачів візуального контенту та рекламної<br>продукції конкурсу.....                                                          | 8  |
| 1.2.2 Опис потреб, які задовольнятиме візуальна ідентифікація та рекламний<br>супровід конкурсу .....                                                      | 9  |
| 1.3 Збір та аналіз аналогічних дизайн-продуктів.....                                                                                                       | 10 |
| 1.3.1 Збір і опис аналогічних продуктів рекламного супроводу міжнародних<br>конкурсів .....                                                                | 10 |
| 1.3.2 Аналіз аналогічних дизайн-продуктів візуальної ідентифікації<br>шрифтових конкурсів .....                                                            | 11 |
| 1.3.3 Обґрунтування стратегії позиціонування дизайн-продукту для Х<br>Міжнародного шрифтового конкурсу «Pangram» .....                                     | 12 |
| Висновки до 1 розділу .....                                                                                                                                | 13 |
| РОЗДІЛ 2 ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ.....                                                                                                       | 14 |
| 2.1 Опис ідеї та формулювання концепції рекламного супроводу та візуальної<br>ідентифікації ювілейного сезону конкурсу .....                               | 14 |
| 2.2 Ескізування з обґрунтуванням і обговоренням.....                                                                                                       | 15 |

|                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Висновки до 2 розділу .....                                                                                                               | 16 |
| РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ .....                                                                                               | 17 |
| 3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення дизайну рекламного супроводу та візуальної ідентифікації ювілейного сезону конкурсу ..... | 17 |
| 3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення .....                                                                                       | 18 |
| 3.3 Додрукарська підготовка макетів .....                                                                                                 | 18 |
| Висновки до 3 розділу .....                                                                                                               | 19 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                                             | 20 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                                                           | 21 |
| ДОДАТКИ.....                                                                                                                              | 23 |
| Додаток А.....                                                                                                                            | 23 |
| Додаток Б .....                                                                                                                           | 25 |
| Додаток В .....                                                                                                                           | 27 |
| Додаток Г .....                                                                                                                           | 30 |

*«Стилі приходять і йдуть.*

*Хороший дизайн — це комунікативна мова, а не просто стиль».*

*— Массімо Віньеллі*

## ВСТУП

Візуальна ідентифікація бренду сьогодні виходить за межі суто естетичного оформлення, стаючи складною знаково-символічною системою. Вона не лише презентує продукт, а й формує ментальне сприйняття події у свідомості міжнародної спільноти через візуальні коди та смислові акценти [1, с. 23].

**Актуальність теми.** Проєкт актуальний через потребу X Міжнародного шрифтового конкурсу «Pangram» у сучасній динамічній дизайн-системі для ефективної комунікації в цифровому та поліграфічному середовищах. Ювілейний статус заходу вимагає оновлення візуальної мови для підтримання конкурентоспроможності на світовому ринку [1, с. 4]. Глобальні тенденції 2025–2026 років демонструють запит на повернення до класичних форм через призму сучасної антикви та виразної типографіки, що стає ключовим інструментом ідентифікації [2]. Крім того, розробка ідентифікації для соціальних мереж вимагає врахування особливостей «кліпового мислення» аудиторії, що спонукає до пошуку лаконічних та візуально акцентних графічних рішень [3].

**Об’єкт** проєктування — візуальна комунікація міжнародних мистецьких заходів. **Предмет** проєктування — дизайн ідентифікації та рекламного супроводу (SMM, поліграфія) конкурсу «Pangram».

**Мета** проєкту — розробити візуальну ідентифікацію та рекламний супровід ювілейного X конкурсу «Pangram» для забезпечення впізнаваності події та комунікації з міжнародною спільнотою.

### **Завдання:**

1. Проаналізувати ринок та тенденції шрифтового дизайну.
2. Дослідити потреби аудиторії та специфіку сприйняття SMM-контенту.

3. Проаналізувати «аналоги» та провести їх тестування фокус-групою.
4. Сформулювати дизайн-концепцію заходу (колір, типографіка).
5. Спроектувати візуальний контент для соціальних мереж та макети нагородної поліграфії.
6. Забезпечити рекламний супровід заходу шляхом публікації створених макетів постів у соціальній мережі Facebook (Див. Рис. Г.7).

**Вихідні дані.** Основою став бриф (додаток А), узгоджений із керівником Т. Іваненко (консультації з 22.02.2026). Визначено вимоги до створення адаптивної системи для соцмереж (Facebook) та поліграфії (сертифікати, дипломи).

**Апробація результатів.** Результати кваліфікаційної роботи було апробовано шляхом практичного впровадження розробленої візуальної ідентифікації та матеріалів рекламного супроводу в діяльність Х Міжнародного шрифтового конкурсу «Pangram». Дизайн-концепція отримала схвальні відгуки професійної спільноти та цільової аудиторії після публікації серії промоматеріалів у соціальних мережах (Facebook), що підтверджується високим рівнем залученості та позитивними оцінками експертів галузі. Окремі елементи проєкту (шаблони постів, сертифікати та дипломи) прийняті організаційним комітетом конкурсу до реального використання [4], (Див. Рис. Г.6, Рис. Г.7).

**Структура роботи.** Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи складається зі вступу, теоретичної та практичної частин, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 35 сторінок, із яких 15 сторінок займає текстова частина. Кількість джерел - 22. Кількість додатків – 4.

## РОЗДІЛ 1

### АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ X МІЖНАРОДНОГО ШРИФТОВОГО КОНКУРСУ «PANGRAM»

#### 1.1 Опис проєктної ситуації

##### 1.1.1 Проєктна ситуація та ринок дизайну для міжнародних шрифтових конкурсів

У сучасному графічному дизайні типографіка функціонує як автономний інструмент візуальної комунікації. Міжнародний шрифтовий конкурс «Pangram», що проводиться на базі Харківської державної академії дизайну і мистецтв, є авторитетним майданчиком для професійного старту молодих дизайнерів. Масштабність заходу підтверджують статистичні дані оргкомітету ювілейного сезону: участь у події взяли представники 19 країн, а загальний обсяг поданих через Google Forms робіт склав 770 одиниць [5].

Розробка нової ідентифікації конкурсу базується на актуальних стилістичних векторах. Галузеві аналітичні огляди 2026 року фіксують баланс між класичними принципами та радикальними експериментами [6]. Сучасний ринок активно інтегрує виразну акциденцію, складні лігатури й деформацію літер, тоді як основою цифрових комунікацій залишаються чисті мінімалістичні гротески. Цей контраст визначає ключове завдання для айдентики «Pangram»: впровадити гострі тренди, уникнувши їхнього сліпого копіювання.

Ніша шрифтових змагань регулюється авторитетними інституціями, зокрема організацією ATypI (Association Typographique Internationale), яка формує вектори розвитку індустрії з 1957 року [7]. Візуальна мова професійного конкурсу має бути еталонною, оскільки цільовою аудиторією є фахівці-типографи. Практичний блок проєкту передбачає створення комплексного рекламного супроводу: від візуального контенту для соціальних

мереж (Facebook) до нагородної атрибутики та акцидентної поліграфії (сертифікати, дипломи).

### **1.1.2 Сегментування ринку продуктів графічного дизайну у сфері міжнародних шрифтових конкурсів**

Сегментація промо-продукції професійних дизайнерських заходів враховує критерії, що базуються на стандартах провідних галузевих премій, зокрема D&AD [8]:

1. За цільовими групами:
  - Професійний сегмент: дизайнери та шрифтовики, орієнтовані на технічну складність та інноваційність рішень (аналог — D&AD Awards – For professionals).
  - Студентський / Академічний сегмент: молоді фахівці, для яких важлива чітка ієрархія інформації та освітній компонент конкурсу (аналог — D&AD New Blood – For students and starters).
  - Експертний сегмент: члени журі та критики, які потребують статусної презентації проєктів і бездоганної документації [9].
2. За типом носіїв:
  - Цифрові продукти: таргетована реклама, анонси та шаблони публікацій у соцмережах [10].
  - Нагородна поліграфія: електронні дипломи, сертифікати [11].

### **1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку дизайну для міжнародних шрифтових конкурсів**

Конкурентне поле «Pangram» охоплює локальний і глобальний рівні. Серед лідерів візуальної комунікації, чий стиль задає тон усій галузі, помітно виділяються:

- Type Directors Club (TDC): Транслює радикальні експерименти з формою літери та ультрасучасну акциденцію [12].
- Tokyo TDC: Відомий фокусом на експериментальній графіці та синтезі східної й західної традицій [13].
- Granshan: Провідний майданчик для розвитку нелатинських шрифтових систем, що робить акцент на мультикультурності [14].
- European Design Awards: Будує комунікацію через жорстку структурність, модульні сітки та бездоганну верстку [15].

«Pangram» посідає унікальну нішу, синтезуючи академічну базу студентських експериментів із високими стандартами індустрії завдяки чіткому поділу конкурсу на студентську та професійну категорії. Ювілейний сезон вимагає впровадження гнучкої айдентики, адаптованої до різноманітних екранних форматів. Особливого значення набуває дизайн нагородної продукції — стиль повинен органічно інтегрувати масиви змінної текстової інформації (імена і прізвища, країни), зберігаючи естетику та статус міжнародного заходу [16]. Комплексний підхід до дизайну постів, афіш та поліграфії дозволить вивести візуальну комунікацію конкурсу на якісно новий рівень.

## **1.2 Опис ринку споживачів дизайнів візуальної комунікації та рекламного супроводу міжнародних конкурсів**

### **1.2.1 Сегментування ринку споживачів візуального контенту та рекламної продукції конкурсу**

Проектування візуального образу ювілейного сезону «Pangram» спирається на сегментування аудиторії за такими критеріями:

- Географічний вектор. Охоплює локальне ядро українських дизайнерів та міжнародну спільноту. Латинська типографіка тут слугує універсальним кодом, що нівелює мовні бар'єри та об'єднує учасників із різних континентів.

- Демографічний склад. Включає молодь і студентство (18–25 років), а також експертне середовище — артдиректорів та викладачів (25–55 років).
- Психографічний портрет. Об’єднує людей із високою візуальною грамотністю. Головним драйвером споживання контенту виступає приналежність до елітарної професійної групи та запит на інтелектуальний розвиток.
- Поведінкові патерни. Базуються на щоденній взаємодії з платформами Facebook та Behance. Специфіка «кліпового мислення» змушує графіку працювати на миттєве розпізнавання образу серед масивів візуального шуму [2].

### **1.2.2 Опис потреб, які задовольнятиме візуальна ідентифікація та рекламний супровід конкурсу**

Дизайн-проект спрямований на вирішення конкретних функціональних та статусних запитів аудиторії:

1. Інформаційна доступність. Потреба в отриманні чітких даних про умови та номінації задовольняється через розробку структурованих анонсів для соціальних мереж та афіш. Лаконічна візуальна ієрархія дозволяє швидко зчитувати головні меседжі.
2. Професійна верифікація. Реалізація запиту учасників на офіційне визнання досягнень. Нагородна атрибутика (екранні версії дипломів та сертифікатів) стає цінним цифровим артефактом для інтеграції у професійне портфоліо та поширення у тематичних спільнотах [11].
3. Естетичне натхнення. Цільова аудиторія потребує візуального продукту, що відповідає актуальним світовим трендам. Використання сучасної антикви та експериментальних композиційних рішень підтверджує інноваційний статус конкурсу та формує лояльність професійного середовища.

4. Комунікаційна універсальність. Завдяки орієнтації на латинську графіку, проєкт задовольняє потребу в міжнародній інтеграції, роблячи «Pangram» частиною глобального шрифтового контексту.

### **1.3 Збір та аналіз аналогічних дизайн-продуктів**

#### **1.3.1 Збір і опис аналогічних продуктів рекламного супроводу міжнародних конкурсів**

Для визначення оптимального вектора проєктування X сезону «Pangram» було проведено відбір аналогічних дизайн-продуктів за такими критеріями: тематична відповідність (шрифтові та дизайнерські івенти), функціональна схожість (промоція у соцмережах та нагородна продукція), стилістична різноманітність (від класики до експерименту) та технологічність (адаптивність під цифрові екрани) [17].

У якості об'єктів дослідження обрано п'ять аналогів:

1. «Pangram» (2023/2024): Прямий аналог. Демонструє тяглість традицій та попередню візуальну стратегію конкурсу (Див. Рис. В.1).
2. «Pangram» (2021/2022): Прямий аналог. Використовується для аналізу еволюції бренду та ефективності попередніх графічних рішень (Див. Рис. В.2).
3. «Granshan» (2023): Прямий аналог. Світовий стандарт у репрезентації мультикультурної типографіки, що орієнтується на латинські та нелатинські системи (Див. Рис. В.3).
4. «Posterist»: Непрямий аналог. Акцент на експериментальній плакатній графіці та динамічних візуальних образах у стрічці новин (Див. Рис. В.4).
5. «UX Design Awards»: Непрямий аналог. Приклад системного підходу до ідентифікації міжнародного івенту з високим рівнем структурованості та цифрової логіки (Див. Рис. В.5).

### 1.3.2 Аналіз аналогічних дизайн-продуктів візуальної ідентифікації шрифтових конкурсів

Для об'єктивної оцінки обраних зразків було проведено фокус-групове дослідження (респонденти — студенти та профі-дизайнери). Оцінювання здійснювалося за 7-бальною шкалою Лайкерта за сімома критеріями:

1) Інформативність (швидкість та легкість зчитування головної інформації); 2) Сучасність (актуальність і трендовість візуальної мови); 3) Читабельність (вдалий підбір шрифтів та комфорт сприйняття тексту); 4) Привабливість (позитивне емоційне враження та формування довіри до заходу); 5) Цілісність (зрозуміла єдність усіх елементів та гнучкість дизайн-системи); 6) Оригінальність (унікальність, свіжість та нестандартність рішення); 7) Статусність (відповідність макетів масштабам та рівню міжнародного конкурсу).

Результати розрахунку середніх значень ( $\bar{x}$ ) наведено в таблиці 1.1

Таблиця 1.1

| № з/п | «Аналог»            | Критерії аналізу «аналогів» |                           |                           |                              |                           |                            |                            |
|-------|---------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|
|       |                     | Інф-ніст ь ( $\bar{x}$ )    | Сучас-ність ( $\bar{x}$ ) | Читал-ність ( $\bar{x}$ ) | Приваб-ливість ( $\bar{x}$ ) | Ціліс-ність ( $\bar{x}$ ) | Оригін-ність ( $\bar{x}$ ) | Статус-ність ( $\bar{x}$ ) |
| 1     | 2                   | 3                           | 4                         | 5                         | 6                            | 7                         | 8                          | 9                          |
| 1     | «Pangram» 2023/2024 | 5.00                        | 4.57                      | 4.43                      | 5.29                         | 5.71                      | 4.71                       | 5.00                       |
| 2     | «Pangram» 2021/2022 | 4.57                        | 3.71                      | 4.71                      | 4.57                         | 4.57                      | 3.00                       | 3.71                       |
| 3     | «Granshan» 2023     | 4.86                        | 4.14                      | 3.43                      | 4.43                         | 5.29                      | 4.57                       | 4.00                       |
| 4     | «Posterist» 2025    | 4.29                        | 5.29                      | 4.57                      | 5.71                         | 6.29                      | 5.43                       | 4.29                       |

|   |                                 |      |      |      |      |      |      |      |
|---|---------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| 5 | «UX Design Awards»<br>2022-2023 | 4.57 | 4.43 | 4.86 | 4.86 | 6.00 | 3.43 | 4.86 |
|---|---------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|

Дані фокус-групи підкреслюють запит фахівців на цілісну графічну систему та високу сучасність візуальних рішень. Лідерство окремих зразків за показником статусності вимагає збереження професійної ваги конкурсу при переході до гнучких структурних моделей. Низькі бали за читабельність в експериментальних аналогах застерігають від зміщення акценту на декоративність замість функціональності (Див. Рис. В.6). Виявлені вектори доводять доцільність поєднання модульної логіки з вишуканою типографікою для задоволення потреб міжнародної аудиторії, що збігається з раніше згаданим трендом у графічному дизайні на поточний рік [6].

### **1.3.3 Обґрунтування стратегії позиціонування дизайн-продукту для X Міжнародного шрифтового конкурсу «Pangram»**

Проектна стратегія базується на поєднанні професійної спадковості з гнучкою модульною системою. Використання авторської антикви IT Extrazium Pro (автор - Тетяна Іваненко) [18] та впізнаваного синього кольору (#001AE6) забезпечує тяглість бренду, тоді як диференційовані сітки (12-колонкова для Facebook та 6-колонкова для форматів A4) дозволяють адаптувати дизайн під різні задачі без втрати цілісності. Стратегія поширення орієнтована на цифрові канали: системну промоцію у соцмережах та розсилку електронних нагородних документів [19]. Такий підхід забезпечує статусність міжнародного заходу та дозволяє ефективно працювати з великими масивами персоналізованих даних.

## **Висновки до 1 розділу**

Дослідження ринкового середовища та світових представників (TDC, Tokyo TDC, Granshan) підтвердило міжнародний масштаб конкурсу «Pangram» і визначило потребу у гнучкій візуальній системі, що балансує між академічними традиціями та радикальними шрифтовими експериментами. Аналіз цільової аудиторії в мережах Facebook та Behance виявив чіткий запит на професійну верифікацію та глобальну інтеграцію через латинську графіку. Сформована стратегія рекламного супроводу базується на поєднанні динамічного цифрового контенту та високостатусної електронної нагородної атрибутики, що відповідає високій культурі експертного середовища. Запропонований адаптивний дизайн на основі авторської антикви IT Extrazium Pro, фірмового синього кольору та диференційованих модульних сіток забезпечує спадкоємність бренду, чітку візуальну ієрархію та зручність опрацювання великих масивів персоналізованих даних.

## РОЗДІЛ 2

### ОПИС І ОБГРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ

#### 2.1 Опис ідеї та формулювання концепції рекламного супроводу та візуальної ідентифікації ювілейного сезону конкурсу

В основі X сезону «Pangram» лежить концепція «Шрифтової дифузії». Ідея полягає в художньому поєднанні академічних знань із гнучкістю сучасного цифрового середовища. Замість більш стриманої та статичної презентації інформації, що була в дизайн-супроводі минулих сезонів конкурсу, ця концепція пропонує гнучку графічну систему, мета якої — виділитися у стрічці соцмереж, але водночас не втратити престижність події.

Колірна гама складається з фірмового насиченого кольору (HEX: #001AE6), який є історичним ідентифікатором конкурсу, білого (HEX: #FFFFFF), чорного (HEX: #000000), нейтрального сірого (HEX: #666666), та модифікованого (шляхом зміни прозорості до 10%) основного синього (HEX: #e5e8fc). Світліші градації нового кольору та їх накладання одна на одну створюють візуальну асоціацію з волошковим полем, додаючи тонкий і ненав'язливий натяк на національний ландшафт (Див. Рис. Г.4). Завдяки цьому айдентика набуває емоційної глибини та нового рівня вишуканості, уникаючи при цьому прямолінійних етнічних символів.

Фундаментом текстової комунікації виступає контрастна акцентна пара гарнітур. Головним елементом системи є авторська антиква IT Extrazium Pro (розробка Тетяни Іваненко) [18], яка репрезентує академічну майстерність, витонченість та шрифтовий професіоналізм. На противагу їй, використовується функціональний гротеск Segoe. Продумана взаємодія та варіативність накреслень цих двох гарнітур дозволяють гнучко керувати тональністю повідомлень у межах рекламного супроводу: від суворого офіційного тону інформаційних блоків до експресивної акциденції в промоматеріалах.

Основою для формування графічного ритму та створення текстурності площини виступає символ астериску (знак зірки), запозичений із логотипа «Pangram». У оновленій дизайн-системі цей елемент виступає інструментом організації простору. Динамічність розміру та прозорістю на рівні 10% від основного брендового кольору забезпечують цікаву і привабливу фонову геометричну графічну текстуру. Це дозволяє уникнути композиційного вакууму, упорядкувати текстові масиви та звертати увагу глядача на ювілейний статус події (Див. Рис. Г.4).

Важливим структурним елементом ідентифікації є акцентний прямокутний трикутник, утворений за законами геометричної логіки. Його проєктування базується на аналізі контрформи: при вписуванні багатопроменевого астериска у квадратний модуль, вільний простір, що залишається у кутах після відсікання форми зірки, утворює гострі кутові сегменти. Таким чином, цей трикутник напряду походить з головного знаку конкурсу. Його функції: утримання композиційного балансу, спрямування погляду глядача на ключовій інформації та формування композиційного ритму.

## **2.2 Ескізування з обґрунтуванням і обговоренням**

Пошукові рішення здійснювалися шляхом пошуку та аналізу референсів у мережі Інтернет. Такий підхід дозволив визначити вже наявний стиль «Pangram», а також сформувати інше бачення, настрої і характер нового дизайну візуальної ідентифікації конкурсу. В процесі ескізування стиль набув вигляду техно-академічного діджиталу з безкомпромісним, динамічним, статусним настроєм і раціональним, структурним, системним характером. Саме на цьому етапі зародилася ідея свідомого використання динамічно різних накреслень обох брендових шрифтів, а також експерименти з прозорістю та ефектами накладання.

Масштабна робота над проєктом розпочалася з розробки гнучкої дизайн-системи контенту для соцмереж, а саме постів з детальною презентацією кожного з 18 членів журі. Було обрано формат квадрат 1:1, як універсальний, за винятком публікації з переліком усіх учасників (формат 16:8) через великий масив даних для візуалізації. Використовується єдина 12-колонкова сітка та межі в 60 пікселів від країв, що автоматично візуально об'єднує пости в одну візуальну систему, незалежно від наповнення.

Важливо було врахувати різний обсяг біографії кожного представника від журі – від кількох лаконічних посад, до великих масивів регалій. Кожен окремий блок описового тексту повинен однаково розміщуватися на зображенні, незалежно від його розміру для підтримання цілісності серії. Таким чином для кожного члена журі було розроблено персоналізовану картку, що містить: відкадроване Ч/Б фото, ім'я та прізвище, країну походження та текстовий описовий блок; обрані кожним членом журі номінації, категорії та шрифтові системи, за якими будуть оцінені конкурсні роботи; логотип «PANGRAM», прямокутний трикутник, що спрямовує погляд глядача та зменшений астериск як елемент акциденції, збільшений логотип «PANGRAM» фірмового синього кольору з 10% прозорості на фоні для створення графічної текстури. (Див. Рис. Г.3)

## **Висновки до 2 розділу**

Запропонована концепція «Шрифтової дифузії» поєднує академічну традицію з гнучкістю цифрового простору через використання авторської антикви, функціонального гротеску та метафоричного синього кольору. Описана практична реалізація базується на впровадженні адаптивних сіток, системної ієрархії та напівпрозорих текстур, що забезпечує візуальну спорідненість усіх промоматеріалів та нагородної продукції. Такий проєктний підхід, представлений у межах розробки, спрямований на створення цілісного професійного образу конкурсу, що відповідає високому міжнародному статусу ювілейної події.

## РОЗДІЛ 3

### ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

#### **3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення дизайну рекламного супроводу та візуальної ідентифікації ювілейного сезону конкурсу**

Проектування рекламного супроводу пройшло еволюцію від ідеї жорсткого стилістичного розриву до пошуку візуальної спорідненості. Початковий задум передбачав агресивний гротеск для Facebook та сувору антикву для дипломів, проте фінальне рішення базується на синтезі обох гарнітур. Тісна взаємодія шрифтів у кожному макеті дозволяє зберегти цілісність бренду незалежно від типу носія.

Технічні параметри реалізації:

- Керування увагою та ієрархія. Чітка логіка сприйняття інформації базується на контрасті розмірів, роботі з «повітрям» та візуальною вагою елементів. Оцінка «темноти» текстової плями дозволяє збалансувати макети так, щоб головні акценти зчитувалися миттєво. Окрім базової палітри, до системи введено нейтральний сірий колір (#666666), який делікатно підтримує рівні ієрархії у другорядних даних.

- Текстурування та глибина фону. Нагородна документація (сертифікати, дипломи) набуває преміального вигляду завдяки використанню астериска та логотипа з 10% прозорістю. Такий спосіб створює вишукану текстуру, перетворюючи електронний файл на цифровий артефакт із відчутною візуальною глибиною (Див. Рис. Г.8, Рис. Г.9).

- Системна адаптивність. Використання 12-колонкової сітки для квадратних постів та 6-колонкової для формату А4 забезпечує композиційну спорідненість матеріалів. Логотип при цьому не має фіксованого місця; він адаптується до композиції, варіюючись у розмірах залежно від формату.

- Робота з накресленнями. Свідоме варіювання жирності та простору між символами в IT Extrazium Pro та Segoe дозволяє уникати

статичності. Рекламна продукція отримує необхідний драйв, водночас зберігаючи статусність міжнародного івенту [20].

### **3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення**

Сучасне цифрове медіасередовище визначає вибір технічних засобів для якісного відображення графіки на екранах різних пристроїв. Проєкт реалізовувався в програмі Adobe Illustrator, що надає широкий функціонал для роботи з векторними елементами та залишається лідером на ринку [21]. Таке рішення забезпечує високу точність редагування контурів та дозволяє вільно керувати складними текстовими масивами. Збереження чистоти і яскравості фірмового синього кольору (HEX: #001AE6) вимагає використання колірної моделі RGB з профілем sRGB. На відміну від традиційної друкарської палітри CMYK, яка суттєво спотворює обраний відтінок і робить його брудним чи тьмяним, колірний простір sRGB гарантує ідеальну точність. Завдяки обраному профілю сучасні IPS-матриці моніторів та екрани смартфонів правильно відображають брендові кольори. Шрифтові технології проєкту залучають кросплатформні формати TTF та OTF всередині редактора. Впровадження зазначених стандартів гарантує точне відтворення унікальної пластики авторської антикви IT Extrazium Pro та забезпечує бездоганну чіткість екранного гротеску Segoe незалежно від масштабування елементів у фінальних макетах.

### **3.3 Додрукарська підготовка макетів**

Для публікації контенту у соціальних мережах важливо адаптувати звичну підготовку файлів до жорстких технічних вимог інтернет-платформ, в цьому випадку мережі Facebook. Початковими параметрами постів є квадратний формат розміром 1080 на 1080 пікселів із роздільною здатністю 72 dpi, для нагородної поліграфії - формат A4 300dpi. Захист графіки від втрати

чіткості під час експорту забезпечує спеціальний режим згладжування для формату PNG «Art-Optimized (Supersampling)». Алгоритм повністю ліквідує розмиття контурів, роблячи краї дрібних векторних об'єктів ідеально чіткими. Фінальний вивід растрових зображень у подвійному масштабі @2x збільшує роздільну здатність готових макетів до 2160 на 2160 пікселів. Збільшення габаритів повністю відповідає технічним вимогам дисплеїв Retina з високою щільністю пікселів.

Безпосереднє розміщення контенту у Facebook вимагає зважання на внутрішні алгоритми автоматичного стиснення медіаплатформи. Технічні стандарти соціальної мережі регламентують використання форматів PNG або JPEG та обмежують максимальну вагу файлу лімітом у 30 МБ [22]. Ефективним рішенням виступає індивідуальна оптимізація складних макетів з великими текстовими списками учасників чи фотографіями журі через спеціалізовані онлайн-сервіси компресії. Попередня мінімізація фізичної ваги зображень без втрати візуальної якості дозволяє завантажувати пости напряму в соцмережу, запобігаючи появі розмиття чи цифрового шуму навколо літер.

### **Висновки до 3 розділу**

Практична реалізація рекламного супроводу конкурсу підтвердила ефективність графічної системи завдяки синтезу двох контрастних гарнітур, що зберегло цілісність бренду на різних носіях. Проектування промоматеріалів в Adobe Illustrator за допомогою модульних сіток допомогло чітко вибудувати ієрархію інформації, збалансувати вагу елементів та досягти високої адаптивності. Робота в моделі RGB з профілем sRGB забезпечила точну передачу фірмового синього відтінку на екранах пристроїв, усунувши ризик колористичних спотворень. Крім того, застосування режимів згладжування, масштабування до @2x під Retina-дисплеї та додаткова компресія даних дозволили адаптувати файли під ліміти Facebook, захистивши тонкі засічки шрифтів від стиснення й цифрового шуму.

## ВИСНОВКИ

Робота над цим кваліфікаційним проєктом дозволила сформувати й успішно втілити цілісну систему візуальної ідентифікації, а також комплекс рекламних матеріалів для ювілейного X Міжнародного шрифтового конкурсу «Pangram». Створений діджитал-комплекс на практиці доводить відоме твердження Массімо Віньеллі щодо першорядності дизайну як комунікативної мови, яка стоїть вище за тимчасові стилістичні течії. Оновлена візуальна мова івенту повністю відповідає світовим цифровим векторам 2025–2026 років і водночас чітко підкреслює його вагомий академічний статус.

Аналітичний огляд ринкового сегмента та аудиторії довів доцільність гібридного підходу. Дизайн-система вдало поєднала лаконічність та акцентність рішень, необхідних для залучення користувачів із «кліповим мисленням» у стрічці новин, із високою естетикою та преміальністю цифрової нагородної документації для експертного середовища.

Основним інструментом розв'язання проєктних завдань стала стратегія гнучкої модульної логіки. Впровадження диференційованих сіток забезпечило стилістичну єдність макетів на різних носіях і оптимізувало роботу з мікротипографією під час верстки великих масивів персоналізованих даних.

В основу художнього концепту ліг авторський підхід «Шрифтової дифузії», що транслює ідею взаємопроникнення класичних традицій та гнучких вебтехнологій. Текстові комунікації побудовані на виразному паритетному контрасті витонченої авторської антикви IT Extrazium Pro та читабельного екранного гротеску Segoe. Брендова колористика зберегла історичний фірмовий синій колір (HEX: #001AE6), проте набула додаткової глибини через використання ефекту 10% прозорості. Зазначений спосіб дозволив створити тонку візуальну метафору волошкового поля, яка делікатно транслює національну ідентичність без застосування прямолінійних етнічних стереотипів. Графічний ритм площини формується через динамічне масштабування знака астериску та введення акцентного прямокутного трикутника, виведеного з геометрії контрформи головного логотипа конкурсу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Оганесян С. В., Колісник О. В. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду. К.: КНУТД, 2024. 212 с.
2. Жукова О. А., Павлов В. О., Лукіяничук А. М., Яковліва О. П. Психолого-педагогічний аналіз кліпового мислення як феномена сучасності. Академічні візії. 2023. Вип. 17. DOI: 10.5281/zenodo.7719192.
3. Top Typography Trends 2025 / Vermeulen Design Studio. URL: <https://www.vermeulen-design.com/blog/top-typography-trends-2025> (дата звернення: 08.05.2026).
4. Міжнародний шрифтовий конкурс «Pangram»: офіційна сторінка у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/groups/1202433566467328/> (дата звернення: 08.05.2026).
5. Внутрішні статистичні дані оргкомітету X Міжнародного шрифтового конкурсу «Pangram» (Харків, ХДАДМ), 2026.
6. Font Trends 2026: Typography Styles That Will Shape Modern Design / Zeenesia Studio. URL: <https://zeenesia.com/2026/03/06/font-trends-2026-typography-styles-that-will-shape-modern-design/> (дата звернення: 08.05.2026).
7. Association Typographique Internationale (ATypI): official website. URL: <https://atypi.org> (дата звернення: 08.05.2026).
8. D&AD Awards & Categories : official website. URL: <https://www.dandad.org/awards> (дата звернення: 08.05.2026).
9. AIGA 365: Year in Design. Jurors : official website. URL: <https://aiga-365-design-competition.secure-platform.com/a/page/jurors> (дата звернення: 08.05.2026).
10. Event Branding Guide: How to make your event stand out / TicketSwap Magazine. URL: <https://www.ticketswap.com/magazine/article/event-branding-guide> (дата звернення: 08.05.2026).
11. D&AD Official Certificates & Awards Shop. URL: <https://www.dandad.org/shop/certificates> (дата звернення: 08.05.2026).

12. Type Directors Club: official website. URL: <https://www.tdc.org> (дата звернення: 08.05.2026).
13. Tokyo Type Directors Club: official website. URL: <https://tokyotypedirectorsclub.org> (дата звернення: 08.05.2026).
14. Granshan Project: official website. URL: <https://www.granshan.com> (дата звернення: 08.05.2026).
15. European Design Awards : official website. URL: <https://europeandesign.org/> (дата звернення: 08.05.2026).
16. Lorenz M. Flexible Visual Systems: The Design Manual for Contemporary Visual Identities. Zurich : Slanted Publishers, 2021. 320 p.
17. A Guide To Modern Brand Identity: Digital-First Approach / Smashing Magazine. URL: <https://www.smashingmagazine.com/2024/03/guide-modern-brand-identity-digital-first/> (дата звернення: 08.05.2026).
18. Іваненко Т. IT Extrazium : шрифт / Rentafont. URL: <https://rentafont.com/fonts/it-extrazium> (дата звернення: 08.05.2026)
19. The Importance of Digital Brand Assets in Modern Marketing / Adobe. URL: <https://www.adobe.com/creativecloud/business/enterprise/resources/digital-brand-assets.html> (дата звернення: 08.05.2026).
20. Романько С. Шрифт як один з інструментів візуальних комунікацій у графічному дизайні. Мистецтво та дизайн. 2019. № 4. С. 143–144. URL: <http://vestnikzgia.com.ua/article/view/189236> (дата звернення: 08.05.2026).
21. Adobe Illustrator vs. Adobe InDesign // Skillshare Blog. URL: <https://www.skillshare.com/en/blog/adobe-illustrator-vs-adobe-indesign/> (дата звернення: 30.06.2026).
22. Image specifications and requirements // Facebook Business Help Center. URL: <https://www.facebook.com/business/help/469767027114079/> (дата звернення: 30.06.2026).

## ДОДАТКИ

Додаток А

### БРИФ

#### РОЗДІЛ 1. РЕКВІЗИТИ

- **Замовник:** Харківська державна академія дизайну і мистецтв.
- **Контактна особа (Керівник проєкту):** доцент кафедри дизайну

Т. О. Іваненко.

- **Виконавець (Студент):** Кійко Надія Юріївна.
- **Дата заповнення:** 22.02.2026.

#### РОЗДІЛ 2. ПАРАМЕТРИ ПРОЄКТУ

| № п/п    | Параметри проєкту          | Деталізація та вимоги                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b> | <b>Загальна інформація</b> |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1.1      | Назва проєкту              | Розробка візуальної ідентифікації та рекламного супроводу X Міжнародного шрифтового конкурсу «Pangram».                                                                                                                                                      |
| 1.2      | Суть проєкту               | Створення комплексної адаптивної дизайн-системи для просування ювілейного заходу в цифровому середовищі (соцмережі) та розробка преміальної нагородної поліграфії.                                                                                           |
| 1.3      | Концептуальна ідея         | Концепція «Шрифтової дифузії» — живе переплетення академічних традицій (класичних форм) із гнучкістю та динамікою цифрового простору.                                                                                                                        |
| <b>2</b> | <b>Цілі та завдання</b>    |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2.1      | Головна мета               | Забезпечення впізнаваності ювілейної події на світовому ринку та ефективна комунікація з міжнародною спільнотою через оновлену візуальну мову.                                                                                                               |
| 2.2      | Ключові завдання           | 1. Розробити гнучку айдентику, що легко адаптується до різних форматів.<br>2. Створити візуально акцентний контент для SMM з огляду на «кліпове мислення».<br>3. Спроекувати нагородну продукцію, що органічно інтегрує масиви змінної текстової інформації. |
| <b>3</b> | <b>Цільова аудиторія</b>   |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 3.1      | Сегментація                | 1. Студентський/Академічний сегмент (молоді фахівці).<br>2. Професійний/Експертний сегмент (дизайнери, шрифтовики, члени журі).                                                                                                                              |

|          |                                 |                                                                                                                                                                                                 |
|----------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.2      | Портрет споживача               | Молодь і студентство (18–25 років) та експертне середовище (25–55 років) із високою візуальною грамотністю, запитом на інтелектуальний розвиток та офіційне підтвердження своєї майстерності.   |
| <b>4</b> | <b>Візуальний стиль</b>         |                                                                                                                                                                                                 |
| 4.1      | Стилістика та композиція        | Гібридний підхід: використання модульної логіки з вишуканою типографікою. Диференційовані сітки: 12-колонкова для квадратних постів (Facebook) та 6-колонкова для форматів A4.                  |
| 4.2      | Колірна палітра                 | Основний: традиційний фірмовий синій колір (#001AE6), що розкривається як волошкове поле через напівпрозорі шари. Додатковий: нейтральний сірий колір (#666666) для ієрархії другорядних даних. |
| 4.3      | Типографіка                     | 1. Авторська антиква IT Extrazium Pro (основа візуальної мови).<br>2. Функціональний гротеск Segoe (для цифрових комунікацій).                                                                  |
| 4.4      | Графічні елементи               | Використання астериска (зірки) як активного інструмента фону. Застосування логотипа та елементів із 10% прозорістю для створення візуальної глибини та преміальної текстури.                    |
| <b>5</b> | <b>Складові проєкту (Носії)</b> |                                                                                                                                                                                                 |
| 5.1      | Цифрові продукти (SMM)          | Шаблони та серія постів для таргетованої реклами та анонсів у Facebook.                                                                                                                         |
| 5.2      | Поліграфічна продукція          | Нагородні документи (сертифікати, дипломи)                                                                                                                                                      |
| <b>6</b> | <b>Очікуваний результат</b>     | Готова до впровадження комплексна візуальна система, файли шаблонів для соціальних мереж та підготовлені до друку або електронної розсилки макети нагородної документації.                      |
| <b>7</b> | <b>Термін виконання</b>         | 22.02.2026 — 20.06.2026.                                                                                                                                                                        |

### ПІДПИСИ СТОРІН:

Замовник (керівник): \_\_\_\_\_ / Іваненко Т. О. /

Виконавець (студент): \_\_\_\_\_ / Кійко Н. Ю. /

Дата затвердження: 22.02.2026 р.

## ГЛОСАРІЙ

1. SMM-контент — візуальні та текстові матеріали, що враховують специфіку сприйняття аудиторії соціальних мереж і призначені для комунікації бренду в діджитал-середовищі.
2. Айдентика — фірмовий стиль; сукупність візуальних елементів (кольори, графіка, шрифти), що створюють унікальне обличчя бренду чи події.
3. Акциденція — виразна, декоративна типографіка, що використовується для привернення уваги (наприклад, у заголовках чи на афішах), а не для суцільного читання.
4. Антиква — клас шрифтів із зарубками, який еволюціонував від гуманістичного письма і традиційно асоціюється з класикою та статусністю.
5. Астериск — типографічний знак у вигляді зірочки, який у проєкті трансформовано з простого символу на активний ритмічний елемент тла.
6. Верстка — процес компонування текстових і графічних елементів на сторінці або екрані відповідно до заданої модульної сітки, правил типографіки та ієрархії.
7. Візуальна ієрархія — принцип організації графічних елементів, який керує увагою глядача та допомагає миттєво зчитувати найважливіші меседжі.
8. Гарнітура — набір шрифтів, об'єднаних єдиним стилістичним малюнком (родина шрифту з різними накресленнями).
9. Гротеск — шрифти без зарубок, які характеризуються геометричною чистотою форм і вважаються стандартом для цифрового (екранного) середовища.
10. Дизайн-система — комплексний набір правил, принципів та візуальних компонентів, що гарантують стилістичну єдність на всіх носіях.
11. Знаково-символічна система — сукупність візуальних кодів, яка не просто оформлює продукт, а транслює певні смисли на рівні підсвідомості.

12. Кліпове мислення — фрагментарний спосіб сприйняття інформації, характерний для користувачів соцмереж, що вимагає максимально лаконічної та акцентної графіки.

13. Контраст — базовий принцип графічного дизайну, що полягає у вираженому протиставленні елементів макета (за розміром, кольором, формою або «вагою») для створення чіткої візуальної ієрархії.

14. Мікротипографіка — ювелірна робота з текстовим набором: налаштування міжлітерних і міжрядкових інтервалів, правильне використання дефісів, тире та спецсимволів.

15. Модульна логіка (модульна сітка) — структурний підхід до верстки, де композиція будується за допомогою чіткої системи блоків (модулів), що забезпечує структурність.

16. Мудборд — візуальна презентація (дошка настрою), що складається із зображень, шрифтів, кольорів та текстур для передачі загальної концепції та емоційного тону майбутнього проєкту.

17. Професійна верифікація — підтвердження статусу та кваліфікації спеціаліста за допомогою офіційних артефактів (преміальних дипломів, сертифікатів).

18. Референс — допоміжне зображення, приклад іншого дизайн-проєкту або стилістичне рішення, що використовується як орієнтир чи джерело натхнення під час пошуку візуальної мови.

19. Таргетована реклама — сегментовані цифрові промо-матеріали, налаштовані на показ конкретній цільовій аудиторії в соціальних мережах.

20. Читабельність — ступінь легкості зорового сприйняття тексту, що визначається вдалим підбором шрифтів, їхнім розміром та комфортним контрастом із фоном.

21. Шрифтова дифузія — авторська концепція проєкту, що базується на взаємопроникненні та синтезі класичних академічних канонів із гнучкістю діджитал-середовища.

## АНАЛОГИ ТА ПРОТОТИПИ

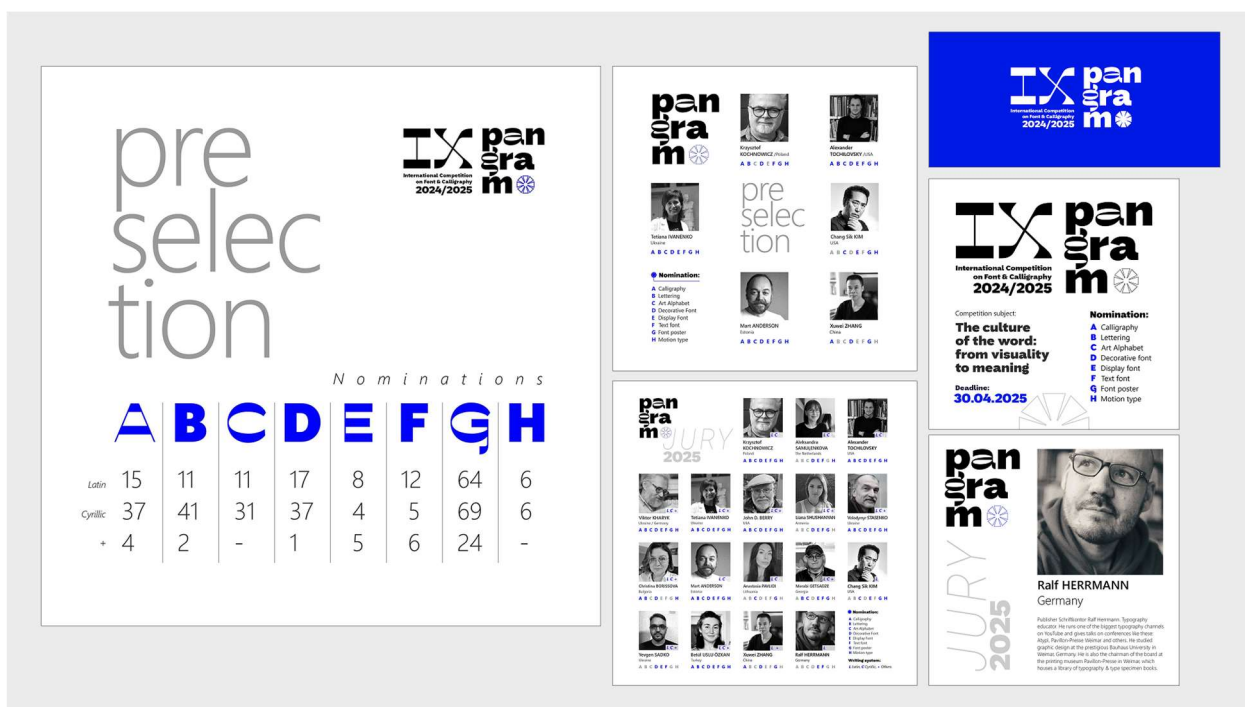


Рис. В.1 – Прямий «аналог» «Pangram» 2023/2024

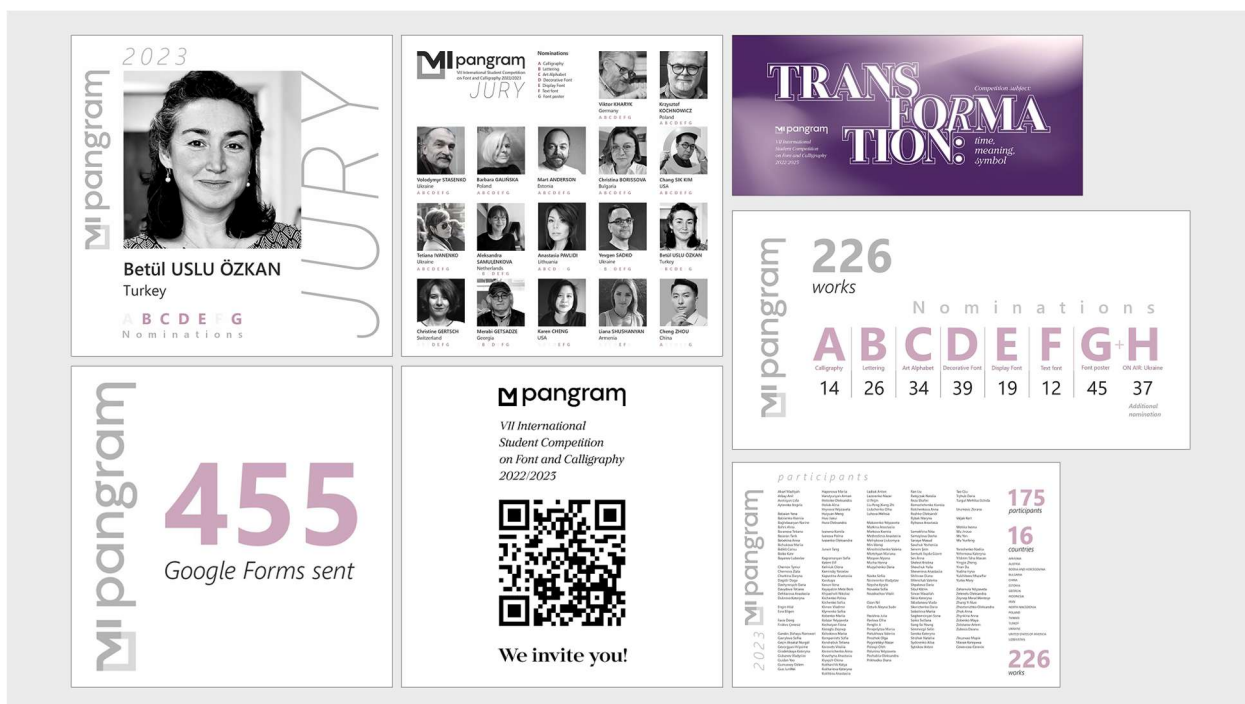


Рис. В.2 – Прямий «аналог» «Pangram» 2021/2022

The image displays a collection of promotional posters for the poster:st 4th International Poster Exhibition. The main poster features the text "poster:st 4th International Poster Exhibition Concept Global Warming" and "TOO COLD HOT LATE". Other posters show dates for opening (February 17, 2025), exhibition (May 23, 2025), and closing (May 29, 2025), along with the "Exhibition Coordinatorship" and "Accepted works" information. The posters are designed with a red and black color scheme and a large circular graphic.

Рис. В.4 – Непрямой «аналог» «Posterist» 2025

[illegible]

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wJ-2wOu7sDqKo66RKmLA5NezfKnDJB\\_obSzZnBThznM/edit](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wJ-2wOu7sDqKo66RKmLA5NezfKnDJB_obSzZnBThznM/edit)

<https://forms.gle/rV18EHeB6kufAhwNA>

## ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ



Рис. Г.1 – Пошук та аналіз референсів, створення мудборду



Рис. Г.2 – Перші пошуки візуальної мови



Рис. Г.3 – Шаблон посту з презентацією члена журі та його застосування



Рис. Г.4 – Готові для публікації версії постів (Ескізи - Див. Рис. Г.5)



Рис. Г.5 – Швидкі замальовки ідей для постів різного типу

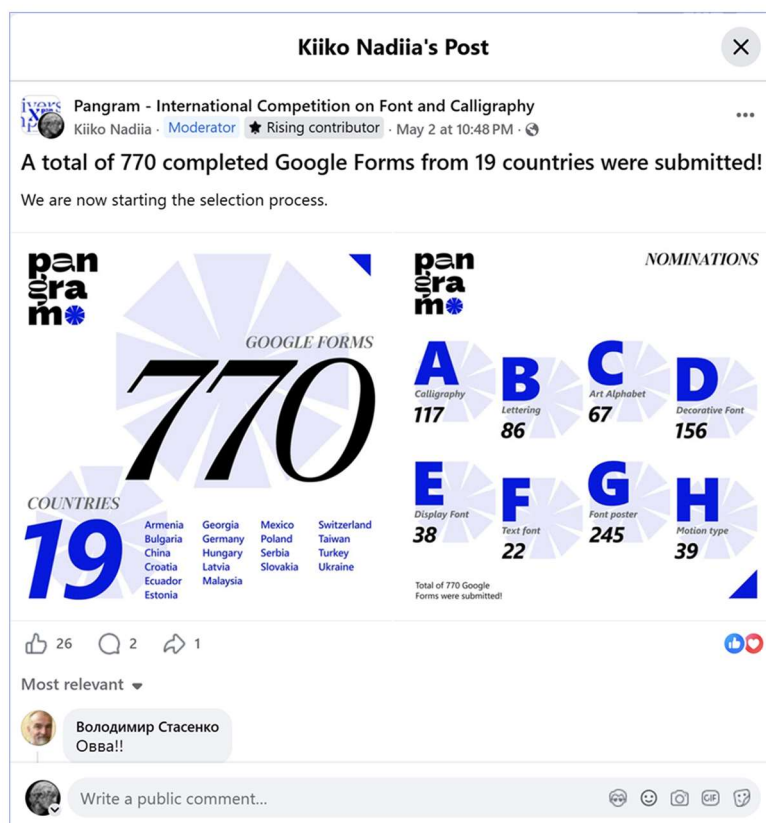


Рис. Г.6 – Скриншот одного з опублікованих постів на сторінці конкурсу в фейсбук (<https://www.facebook.com/share/g/1CxZicCVhw/>)

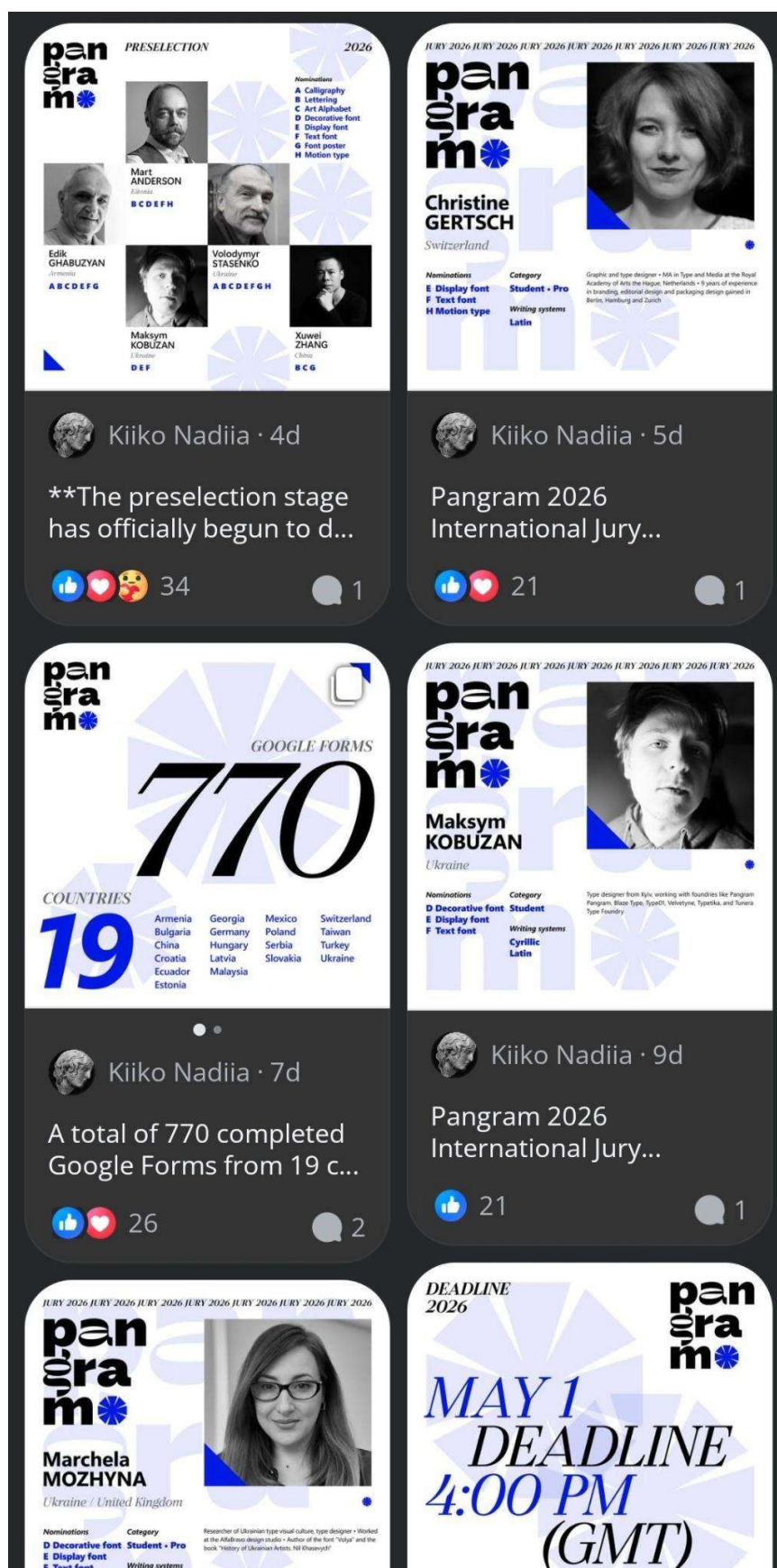


Рис. Г.7 – Скриншот стрічки Facebook групи Pangram з опублікованими макетами постів (<https://www.facebook.com/groups/1202433566467328/media>)



Рис. Г.8 – Дизайни дипломів від журі та орг. Комітету на мокапах



Рис. Г.9 – Дизайни дипломів переможців та сертифікат учасника на мокапах