



Система візуальної ідентифікації міжнародної програми SAFE

Кваліфікаційна робота на здобуття
СВО «Бакалавр»

Куценко К.В.
4 ГД22 з/в

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

Куценко Карина Валентинівна

**СИСТЕМА ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ
ПРОГРАМИ SAFE**

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.

 К. В. Куценко

Керівник: Соболєв Олександр Валерійович
ректор ХДАДМ, професор, кандидат мистецтвознавства
Консультант: Більдер Наталя Трифонівна
доцент ХДАДМ

Харків-2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО СИСТЕМИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПРОГРАМИ SAFE.....	7
1.1 Опис проєктної ситуації.....	7
1.1.1 Проєктна ситуація на ринку систем візуальної ідентифікації медіаорганізацій.....	7
1.1.2 Сегментування ринку систем візуальної ідентифікації.....	8
1.1.3 Опис конкурентної ситуації у сегменті систем візуальної ідентифікації медіаорганізацій.....	9
1.2 Опис ринку споживачів програми SAFE.....	9
1.2.1 Сегментування ринку споживачів програми SAFE.....	9
1.2.2 Опис потреб цільової аудиторії програми SAFE.....	10
1.3 Збір та аналіз аналогічних систем візуальної ідентифікації.....	11
1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних систем візуальної ідентифікації міжнародних медіаорганізацій.....	11
1.3.2 Обґрунтування стратегії позиціонування системи SAFE.....	13
Висновки до Розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2 ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ СИСТЕМИ SAFE.....	15
2.1 Опис ідеї і формулювання концепції системи візуальної ідентифікації SAFE.....	16
2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням.....	17
Висновки до Розділу 2.....	17
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ SAFE.....	18
3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення системи візуальної ідентифікації SAFE.....	18
3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення.....	19

3.3 Додрукарська підготовка макетів	20
Висновки до Розділу 3	20
ВИСНОВКИ	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	22
ДОДАТКИ	24

ВСТУП

*«Вільна преса може бути доброю чи поганою,
але без свободи преса буде поганою.»*

— Альбер Камю

У добу інформаційних воєн медіасфера функціонує в умовах системних загроз свободі преси – зокрема у зонах активних бойових дій, авторитарного тиску та вимушеного переміщення журналістів. За даними міжнародних організацій з моніторингу свободи преси, кількість журналістів, що зазнають переслідувань та фізичної небезпеки, щороку зростає [19]. Ефективна комунікація міжнародних програм підтримки медіапрацівників потребує не лише змістовної, але й потужної системи візуальної ідентифікації – такої, що забезпечує швидке впізнавання, довіру та функціональну гнучкість у мультимовному середовищі.

Програма SAFE (Support and Assistance for Free Expression) – комплексна міжнародна ініціатива підтримки журналістів та медіаорганізацій в Україні й країнах Східного партнерства, що реалізується за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини. Програма охоплює широкий спектр допомоги: від екстреної безпекової підтримки до довгострокового інституційного розвитку медіа.

Відсутність єдиної, функціональної та адаптованої до різних писемностей системи візуальної ідентифікації ускладнює комунікацію програми з цільовими аудиторіями у різних країнах. Це визначає актуальність розробки цілісної системи візуальної ідентифікації та гайдлайну для програми SAFE.

Актуальність теми визначається необхідністю створення системної та масштабованої системи візуальної ідентифікації для міжнародної програми захисту свободи преси, яка функціонує у мультикультурному й мультимовному середовищі. Графічний дизайн відіграє ключову роль у формуванні довіри до організації та забезпеченні впізнаваності програми

серед цільових аудиторій – журналістів, партнерських організацій та міжнародних інституцій.

Об'єкт проєктування

Процес розробки системи візуальної ідентифікації міжнародної програми SAFE.

Предмет проєктування

Графічні, типографічні та композиційні рішення системи візуальної ідентифікації програми SAFE, що забезпечують її функціональність у мультимовному та мультикультурному середовищі.

Мета роботи

Розробити систему візуальної ідентифікації та гайдлайн для міжнародної програми SAFE з урахуванням вимог мультимовного середовища та специфіки комунікації у сфері захисту свободи преси.

Вихідні дані до проєктування

Вихідними даними до проєктування є бриф програми SAFE, результати аналізу цільової аудиторії та конкурентного середовища, аналіз аналогічних систем візуальної ідентифікації міжнародних медіаорганізацій.

Завдання роботи

- проаналізувати фахову літературу та візуальні джерела, пов'язані з системами візуальної ідентифікації міжнародних організацій та медіапрограм;
- описати проєктну ситуацію на ринку систем візуальної ідентифікації у сфері медіазахисту та свободи преси;
- проаналізувати аналоги систем візуальної ідентифікації міжнародних медіаорганізацій та програм підтримки журналістів;
- сформулювати концепцію та обґрунтувати дизайн-рішення системи візуальної ідентифікації програми SAFE;
- розробити гайдлайн як документ, що регламентує використання елементів системи;

—описати конструктивно-пластичне, графічне рішення та технологічне забезпечення проєкту.

Апробація результатів дослідження

Робота проходила апробацію в ході семестрових переглядів на кафедрі графічного дизайну.

Структура та обсяг роботи

В межах проєкту розроблено систему візуальної ідентифікації та гайдлайн міжнародної програми SAFE. Пояснювальна записка складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг теоретичної частини – 18 сторінок, список використаних джерел містить 20 позицій. Додатки включають бриф, глосарій, аналоги та прототипи, проєктну пропозицію. Загальний обсяг роботи становить 37 сторінок.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО СИСТЕМИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПРОГРАМИ SAFE

1.1 Опис проєктної ситуації

1.1.1 Проєктна ситуація на ринку систем візуальної ідентифікації медіаорганізацій

Сучасний стан медіапростору в Україні та регіоні Східного партнерства визначається загостренням системних загроз незалежній журналістиці. Саме у відповідь на цей виклик постала програма SAFE – аббревіатура від Support and Assistance for Free Expression. Її реалізація відбувається за фінансової участі зовнішньополітичного відомства Федеративної Республіки Німеччина та охоплює широке коло завдань: від невідкладної допомоги журналістам у небезпечних умовах до зміцнення інституційної спроможності редакцій у довгостроковій перспективі [1].

Предметна область проєкту належить до специфічного ринкового сегменту – систем візуальної ідентифікації правозахисних та медіапідтримуючих організацій міжнародного рівня. Цей ринок вирізняється високою концентрацією усталених гравців, чиї візуальні системи формувалися роками і слугують зразком для нових ініціатив. Ключова характеристика ринку – необхідність збалансувати впізнаваність на глобальному рівні з локальною адаптивністю у різних культурних та мовних середовищах [2].

Аналіз актуальних тенденцій у цьому секторі дозволяє виокремити кілька стійких напрямів розвитку. По-перше, відбувається відмова від складних багатoelementних логотипів на користь лаконічних шрифтових рішень типу wordmark. По-друге, кольорові системи стають компактнішими: обмежена палітра з акцентним кольором витісняє різноманітні поліхромні

рішення. По-третє, зростає попит на типографічні системи, здатні охоплювати кілька писемностей без втрати стилістичної єдності – що є критично важливим для програми SAFE, котра працює з аудиторіями у країнах з різними алфавітами.

Проектний прогноз вказує на подальше спрощення та уніфікацію візуальних систем у цьому сегменті. Організації дедалі частіше обирають рішення, придатні для швидкого розгортання у будь-яких форматах – від мобільного застосунку до великоформатного банеру – без додаткової адаптації.

1.1.2 Сегментування ринку систем візуальної ідентифікації

З метою структурування ринку застосовано класифікацію за двома ключовими параметрами: масштабом діяльності організації та її тематичною спеціалізацією. У підсумку виокремлено три групи [3].

Перша група – організації глобального масштабу зі спеціалізацією на захисті свободи преси. До неї належать RSF, CPJ та Freedom of the Press Foundation. Їхні системи візуальної ідентифікації є галузевим стандартом і точкою відліку для оцінки будь-яких нових рішень у цій сфері.

Друга група – регіональні європейські організації медіапідтримуючого профілю, зокрема ECPMF та IMS. Ці структури діють у тісній взаємодії з програмою SAFE і формують безпосереднє партнерське середовище, з яким нова система ідентифікації має бути узгодженою візуально.

Третя група – програми підтримки незалежних медіа у зонах нестабільності. Саме до цієї категорії належить SAFE. Особливістю сегменту є потреба у поєднанні оперативності та авторитетності – система ідентифікації має водночас сигналізувати про терміновість і про надійність джерела.

SAFE позиціонується одразу у трьох групах: програма належить до третьої, але має відповідати стандартам перших двох – передусім через

пряму співпрацю з ЕСРМФ та фінансову підтримку від МЗС Німеччини. Це визначає необхідність досягнення балансу між терміновістю комунікації та міжнародним рівнем професійності фірмового стилю [4].

1.1.3 Опис конкурентної ситуації у сегменті систем візуальної ідентифікації медіаорганізацій

Конкурентне поле програми SAFE складають організації зі спільною місією, але різними підходами до побудови системи візуальної ідентифікації. Серед ключових гравців: RSF (Reporters Without Borders) з wordmark-логотипом та тріадою червоний-чорний-білий [5] — впізнаваною, але алармістською; CPJ (Committee to Protect Journalists) з монохромною мінімалістичною системою [6] — нейтральною, але без виразного кольорового акценту; ЕСРМФ (European Centre for Press and Media Freedom) — безпосередній оператор програми SAFE [7] — з академічно серйозним, але стриманим образом. Жодна з цих систем не поєднує виразність з мультимовністю та відсутністю тривожних конотацій.

1.2 Опис ринку споживачів програми SAFE

1.2.1 Сегментування ринку споживачів програми SAFE

Споживчий ринок програми SAFE визначається широким колом зацікавлених сторін, пов'язаних зі сферою незалежної журналістики та медіапідтримки. Для структурування аудиторії застосовано чотири критерії сегментування за класифікацією Ф. Котлера [3].

За географічною ознакою основна цільова аудиторія — журналісти, редактори та медіафахівці в Україні та країнах Східного партнерства: Грузії, Вірменії, Азербайджані, Молдові та Косово. Додаткова аудиторія — представники донорських і партнерських структур у країнах ЄС [1].

За демографічним профілем споживачами є медіапрацівники різного віку та статі, що працюють в умовах підвищеного ризику у незалежних редакціях. Представники партнерських організацій – досвідчені фахівці у сфері медіарозвитку та правозахисту [3].

За поведінковою характеристикою аудиторія активно взаємодіє з міжнародними цифровими платформами та орієнтована на практичний результат. Час реагування є критичним фактором – у кризових ситуаціях швидке розпізнавання матеріалів SAFE має вирішальне значення [8].

За психографічним профілем представники аудиторії характеризуються стійкою внутрішньою мотивацією, прагматизмом та скептицизмом щодо бюрократичних структур. Вони цінують прозорість і довіру – саме ці якості має транслювати система візуальної ідентифікації SAFE [9].

1.2.2 Опис потреб цільової аудиторії програми SAFE

Система візуальної ідентифікації програми SAFE покликана задовольняти кілька рівнів потреб цільової аудиторії. Відповідно до досліджень у сфері дизайну, графічне рішення має закривати як функціональні, так і емоційні потреби споживача [8]:

- миттєва ідентифікація матеріалів програми – особливо важлива у польових умовах, коли журналіст не має часу на розпізнавання складних знакових систем;
- формування довіри з першого контакту – система візуальної ідентифікації має підкреслювати міжнародний статус та надійність організації;
- мовна інклюзивність – система має коректно відтворюватись українською, грузинською, вірменською та іншими мовами регіону;

Враховуючи неоднорідність цільової аудиторії, для SAFE визначено стратегію диференційованого охоплення: єдина система візуальної ідентифікації адаптується для різних комунікаційних контекстів. У

матеріалах для журналістів – акцент на терміновості та доступності. У матеріалах для донорів – акцент на професійності та звітності [3].

1.3 Збір та аналіз аналогічних систем візуальної ідентифікації

1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних систем візуальної ідентифікації міжнародних медіаорганізацій

Для аналізу обрано п'ять систем візуальної ідентифікації міжнародних організацій у сфері захисту свободи преси та підтримки журналістів. Критерії відбору: відповідність тематики, міжнародний масштаб, наявність розробленої системи візуальної ідентифікації, релевантність потребам цільової аудиторії SAFE. Зображення аналогів наведено у Додатку В.

Аналог 1. RSF (Reporters Without Borders, Париж). Wordmark-логотип на основі аббревіатури RSF, кольорова система – червоний, чорний, білий, мультимовні версії для різних регіональних представництв. Рік розробки: 2020, агентство BETC [5].

Аналог 2. CPJ (Committee to Protect Journalists, Нью-Йорк). Мінімалістична система: монохромна гама, шрифтовий логотип без додаткових графічних елементів. Орієнтований на цифрові канали комунікації [6].

Аналог 3. ECPMF (European Centre for Press and Media Freedom, Лейпциг). Безпосередній оператор програми SAFE. Система візуальної ідентифікації базується на типографічній системі з акцентом на читабельність у цифровому середовищі [7].

Аналог 4. IMS (International Media Support, Копенгаген). Логотип побудований на метафорі звукових хвиль, що символізують діалог і адаптивність організації. Агентство NR2154 [10].

Аналог 5. FPF (Freedom of the Press Foundation, США). Горизонтальний wordmark, чорно-біла палітра з кольоровими акцентами. Рік оновлення: 2024, агентство Wide Eye [11].

Для отримання об’єктивних даних про якість аналізованих систем візуальної ідентифікації проведено фокус-групове опитування. Відповідно до методології якісних досліджень оптимальний розмір фокус-групи становить 6–8 учасників – саме така кількість забезпечує змістовну дискусію без надмірного тиску групової динаміки [12]. До складу фокус-групи увійшли 6 практикуючих дизайнерів. Критерії відбору учасників: фахова освіта та досвід роботи у сфері графічного дизайну.

Оцінювання проводилось за 7-бальною шкалою Лайкерта, де 1 – повністю не відповідає критерію, 7 – повністю відповідає критерію. Критерії аналізу визначено відповідно до вимог бренд-дизайну та специфіки системи візуальної ідентифікації програми SAFE:

- запам’ятовуваність – здатність логотипу та системи залишатися у пам’яті цільової аудиторії після короткого контакту;
- логічність – відповідність форми, кольору та типографіки місії та цінностям організації;
- привабливість – естетична якість та емоційна виразність системи;
- адаптивність – здатність системи коректно функціонувати на різних носіях та у різних масштабах;
- мультимовність – здатність системи відтворюватись у різних писемностях та мовних середовищах.

Результати оцінювання наведено у Таблиці 1 (Рис.В.11, Додаток В).

Таблиця 1

Результати оцінювання систем візуальної ідентифікації за 7-бальною шкалою Лайкерта (середні значення, n=6)

Критерій	RSF	CPJ	ЕСРМФ	IMS	FPF
Запам’ятовуваність	4,5	5,0	4,3	5,8	5,3

Логічність	4,8	4,8	4,5	5,2	5,0
Привабливість	4,8	5,2	3,7	5,0	5,2
Адаптивність	6,0	5,3	5,0	5,0	4,7
Мультимовність	6,5	6,3	5,0	5,5	5,3
Середній бал	5,3	5,3	4,5	5,3	5,1

Джерело: власне дослідження, квітень 2026 р.

Аналіз результатів показує, що найвищу загальну оцінку отримали RSF, CPJ та IMS (по 5,3 бали), тоді як ECPMF отримав найнижчу оцінку (4,5 бали). Показник мультимовності є найвищим у RSF (6,5) та CPJ (6,3), що свідчить про розвинені регіональні адаптації цих організацій. Водночас жодна з аналізованих систем не отримала максимального балу за критерієм мультимовності, що підтверджує наявність незайнятої ніші для системи SAFE з повноцінною мультискриптовою адаптацією. Найнижча оцінка привабливості зафіксована для ECPMF (3,7), що свідчить про необхідність більш виразного образу для широкої міжнародної аудиторії.

1.3.2 Обґрунтування стратегії позиціонування системи SAFE

За результатами аналізу систем візуальної ідентифікації RSF, CPJ, ECPMF, IMS та FPF визначено стратегію позиціонування для програми SAFE: диференціація через унікальне поєднання кольорового акценту, концептуальної глибини та мультискриптової адаптивності [2].

Конкурентні переваги системи SAFE порівняно з аналогами:

- на відміну від RSF (червона палітра з алармістськими асоціаціями) – SAFE використовує глибокий зелений (#00844E), що асоціюється із захистом і стійкістю;
- на відміну від CPJ та ECPMF (монохромні або стримані системи) – SAFE має виразний кольоровий образ з вищою впізнаваністю;

- на відміну від усіх п'яти аналогів (орієнтація переважно на латиницю) – SAFE має повноцінну мультискриптову типографічну систему, що охоплює латиницю, кирилицю, грузинську та вірменську графіку;
- на відміну від IMS (складний метафоричний знак) – логотип SAFE є лаконічним wordmark з ефективним масштабуванням.

Обрана стратегія передбачає створення цілісної, функціональної та масштабованої системи візуальної ідентифікації, яка відповідає сучасним стандартам міжнародного бренд-дизайну, відображає місію програми та забезпечує ефективну комунікацію з аудиторіями у різних країнах і мовних середовищах. Реалізація цієї стратегії дозволить програмі SAFE сформувати впізнаваний і довірений образ серед журналістів, партнерських організацій та донорів у регіоні Східного партнерства.

Висновки до Розділу 1

У першому розділі проаналізовано проєктну ситуацію на ринку систем візуальної ідентифікації медіаорганізацій. Ринок структуровано за трьома групами – глобальні організації, регіональні європейські структури та програми підтримки медіа у зонах нестабільності. Встановлено, що SAFE належить до третьої групи, але орієнтується на стандарти перших двох. Визначено основні тенденції ринку: перехід до лаконічних wordmark-логотипів, скорочення кольорових палітр і зростання попиту на мультискриптові типографічні системи. Проведено аналіз п'яти аналогічних систем візуальної ідентифікації за п'ятьма критеріями. Виявлено незайняту нішу – поєднання виразного кольорового акценту, повноцінної мультискриптової адаптивності та відсутності алармістських асоціацій. Визначено стратегію позиціонування системи SAFE.

РОЗДІЛ 2

ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ СИСТЕМИ SAFE

2.1 Опис ідеї і формулювання концепції системи візуальної ідентифікації SAFE

На момент початку роботи над проектом програма SAFE не мала власної системи візуальної ідентифікації – комунікаційні матеріали створювались без єдиних стандартів, що ускладнювало впізнаваність програми серед цільової аудиторії в різних країнах. Програма охоплює шість країн з різними мовами та алфавітами, що додатково ускладнює завдання: система має однаково добре працювати латиницею, кирилицею, грузинською та вірменською графікою.

Ключова ідея проекту сформувалась із самої назви програми – SAFE, тобто «безпека». Якщо місія програми – захищати журналістів, то система ідентифікації має візуально транслювати цей захист. Так виникла концепція «захисного периметру»: масивні блоки, що формують надійну конструкцію навколо контенту – головний образ системи [13].

Три завдання, які ідея вирішує на практиці:

- журналіст у зоні конфлікту має за секунди впізнати матеріал SAFE – тому логотип лаконічний, кольоровий акцент сильний і незмінний;
- матеріали програми поширюються шістьма мовами з різними алфавітами тому типографічна система підібрана так, щоб однаково коректно відтворювати всі писемності;
- SAFE має виглядати як серйозна міжнародна організація – тому образ будується на стриманості й силі, а не на яскравості й динаміці.

У процесі пошуку рішення розроблено три варіанти концепції:

Концепція 1. «Захисний периметр» – обрана для реалізації. Логотип – вертикальний wordmark із масивними літерами SAFE, що утворюють ефект монолітного блоку. Графічні елементи – прямокутні модульні форми, які

можна комбінувати у нескінченній кількості варіантів. Кольорова палітра системи побудована на поєднанні приглушених, стриманих відтінків — глибокого зеленого, нейтральних сірих та блакитного, що створює відчуття надійності та стабільності. Типографіка – Inter для латиниці та кирилиці, Noto Sans Georgian і Noto Sans Armenian для відповідних мов [14, 15].

Концепція 2. «Сигнал» – відхилена. Динамічні лінійні елементи, що імітують сигнал передачі даних. Відхилена, оскільки посилює відчуття тривоги і терміновості – саме те, чого бриф вимагав уникати.

Концепція 3. «Мережа» – відхилена. Взаємопов’язані вузлові елементи як метафора міжнародного партнерства. Відхилена через технічні обмеження: система погано масштабувалась у малих форматах і втрачала читабельність на темному тлі.

Перша концепція обрана як єдина, що одночасно відповідає всім вимогам брифу: сила без алармізму, доступність без легковажності, міжнародний рівень при повній мультимовній адаптивності [4].

2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням

Етап ескізування містив розробку та обговорення трьох концептуальних напрямів.

Для концепції «Захисний периметр» на етапі ескізування опрацьовано кілька варіантів побудови wordmark-логотипу. Перший варіант – рівномірний вертикальний розподіл літер SAFE з однаковими пропорціями. Другий варіант – зміщення оптичних осей літер для створення ефекту монолітної кладки. Третій варіант – використання негативного простору між літерами як активного графічного елементу. За результатами обговорення обрано другий варіант: він найточніше передає концепцію масивності та надійності, логотип зберігає читабельність у мінімальних розмірах і добре функціонує як у позитиві, так і у негативі.

Для графічних елементів системи опрацьовано модульну сітку на основі базового кроку, похідного від пропорцій логотипу. Це забезпечує органічне поєднання логотипу з графічними блоками в будь-якому макеті. Концепція «бетонних блоків» перевірялась у різних сценаріях застосування – від мінімального значка до повноформатного банеру. В усіх форматах система зберегла впізнаваність і візуальну силу.

Концепції «Сигнал» та «Мережа» на етапі ескізування показали технічні обмеження: обидві системи втрачали читабельність та цілісність у малих форматах і складних кольорових середовищах. Це стало вирішальним аргументом на користь концепції «Захисний периметр».

Висновки до Розділу 2

У другому розділі описано ідею та концепцію системи візуальної ідентифікації програми SAFE. Визначено три ключові завдання проєкту: миттєва впізнаваність, мультимовна функціональність та міжнародний рівень образу. Розроблено три концептуальні напрями, проведено їх порівняльне ескізування та обговорення. За сукупністю критеріїв обрано концепцію «Захисний периметр» – вертикальний wordmark із модульними графічними елементами, стриманою кольоровою палітрою та мультискриптовою типографічною системою.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ SAFE

3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення системи візуальної ідентифікації SAFE

Система візуальної ідентифікації програми SAFE складається з логотипу та його версій, графічних елементів, кольорової палітри, типографічної системи та шаблонів носіїв.

Логотип. Основна версія – вертикальний wordmark із чотирьох літер SAFE, набраних масивним накресленням шрифту Inter Black. Конструкція втілює ідею архітектурної стійкості: масивні літерні форми утворюють ефект монолітного блоку – надійного захисного периметру для медіа. Логотип функціонує на будь-якому фоні завдяки версіям у зеленому, чорному та білому кольорах.

Регіональні версії логотипу. Розроблено два типи регіональних версій. Перший тип: вертикальний логотип із назвою країни під основним wordmark. Другий тип: розгорнутий горизонтальний логотип з повною назвою програми «Support and Assistance for Free Expression» та назвою країни. Обидві версії зберігають стилістичну цілісність у всіх мовних середовищах.

Охоронна зона. Навколо логотипу визначено обов’язкову охоронну зону на основі модульного кроку X. Для основної вертикальної версії X дорівнює $1/7$ загальної висоти символу; для розгорнутої горизонтальної версії – $1/5$ загальної висоти текстового блоку.

Графічні елементи. Графічна мова системи будується навколо форм, що нагадують бетонні блоки. Вони створюють відчуття монолітності, порядку та фізичної стабільності у всьому візуальному просторі. Елементи використовуються як графічні маркери, текстові панелі або рамки для фотографії. Побудовані на модульній структурі, блоки можна

трансформувати та комбінувати, забезпечуючи нескінченну кількість композицій для різних форматів [16].

Кольорова палітра. Палітра системи побудована на поєднанні приглушених, стриманих відтінків, що створюють відчуття надійності та стабільності. До складу палітри входять: глибокий зелений (#00844E, RGB 0/132/78, CMYK 86/23/83/7), майже чорний (#161616), нейтральні сірі (#949494, #E0E0E0), блакитний (#A4CADD) та м'який зелений (#98BDAE). Жоден з кольорів не домінує над іншими — система будується на балансі між теплими і холодними відтінками. Ключова вимога до застосування кольорів — підтримання високого рівня контрасту для забезпечення читабельності [17].

Типографічна система. Inter – основний шрифт для комунікацій мовами з латинською та кириличною графікою: українською, англійською, німецькою, молдовською, азербайджанською. Використовуються три накреслення: Regular (основний текст), Medium (заголовки) та Bold (ключові акценти). Noto Sans Georgian – для грузинської мови [14]. Noto Sans Armenian – для вірменської мови [15]. Усі шрифти розповсюджуються за відкритою ліцензією.

3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення

Система візуальної ідентифікації програми SAFE реалізована на таких носіях:

- цифрові носії: шаблони публікацій для соціальних мереж (1080×1350 px, вертикальний формат для Stories 1080×1920 px), шаблон презентації (Google Slides, формат 16:9);
- друковані матеріали: ролл-ап, постер (формат A1), брошура (формат A4, складання тріфолд), промо-продукція (блокнот, ручка).

Для цифрових носіїв використовується колірний простір RGB. Для друкованих матеріалів – CMYK з використанням відповідних колірних

профілів. При підготовці макетів для друку дотримуються вимог щодо роздільної здатності зображень, наявності вильотів та зон безпеки [18].

Шрифти Inter, Noto Sans Georgian та Noto Sans Armenian розповсюджуються за відкритою ліцензією, що дозволяє їх використання без обмежень [14, 15]. Це забезпечує технічну доступність системи для всіх партнерів та представництв програми SAFE.

3.3 Додрукарська підготовка макетів

Усі макети системи візуальної ідентифікації підготовлено у векторному форматі в програмі Adobe Illustrator. Логотип та графічні елементи виконано у форматі AI/SVG, що забезпечує масштабування без втрати якості від мінімального розміру до великоформатного друку.

Для друкованих матеріалів підготовлено макети у форматі PDF/X-1a з вбудованими шрифтами та колірним профілем CMYK. Вильоти складають 3 мм з усіх боків. Зони безпеки дотримані відповідно до технічних вимог обраного обладнання для друку [20].

Для цифрових носіїв підготовлено шаблони у форматі Figma. Усі компоненти структуровано відповідно до принципів модульної сітки системи SAFE.

Висновки до Розділу 3

У третьому розділі описано практичну реалізацію системи візуальної ідентифікації програми SAFE. Визначено конструктивно-пластичне та графічне рішення: вертикальний wordmark-логотип, регіональні версії для п'яти країн, модульні графічні елементи у формі «бетонних блоків», стримана кольорова палітра на основі приглушених відтінків зеленого, сірого та блакитного, а також мультискриптова типографічна система на базі Inter та

Noto Sans. Описано носії системи та їх технічні параметри. Визначено вимоги до додрукарської підготовки макетів.

ВИСНОВКИ

За результатами кваліфікаційної роботи розроблено систему візуальної ідентифікації та гайдлайн міжнародної програми SAFE (Support and Assistance for Free Expression). Виконано такі завдання:

1. Проаналізовано фахову літературу та візуальні джерела з візуальної ідентифікації міжнародних організацій. Визначено ключові тенденції ринку: перехід до лаконічних wordmark-логотипів, скорочення кольорових палітр і зростання попиту на мультискриптові типографічні системи.
2. Описано проєктну ситуацію на ринку систем візуальної ідентифікації медіаорганізацій. Ринок структуровано за трьома групами. Встановлено, що SAFE належить до третьої групи, але орієнтується на стандарти перших двох.
3. Проведено сегментування ринку споживачів за чотирма критеріями. Визначено, що основна аудиторія – журналісти та медіапрацівники у шести країнах з різними мовами та алфавітами.
4. Проаналізовано п'ять аналогічних систем візуальної ідентифікації – RSF, CPJ, ECPMF, IMS, FPF – за п'ятьма критеріями. Виявлено незайняту нішу: жоден з аналогів не поєднує одночасно виразний кольоровий акцент, повноцінну мультискриптову адаптивність та відсутність алармістських асоціацій.
5. Визначено стратегію позиціонування системи SAFE: диференціація через унікальне поєднання кольорового акценту, концептуальної глибини та мультискриптової адаптивності.
6. Розроблено концепцію «захисний периметр»: wordmark-логотип, регіональні версії для п'яти країн, модульні графічні елементи, стримана кольорова палітра та мультискриптова типографічна система Inter і Noto Sans.

7. Описано практичну реалізацію проєкту: конструктивно-пластичне та графічне рішення, поліграфічне та технологічне забезпечення, додрукарську підготовку цифрових та друкованих макетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. SAFE. Support and Assistance for Free Expression. URL: <https://www.ecpmf.eu/> (дата звернення: 14.04.2026).
2. Вайт А. Основи графічного дизайну. Київ : ArtHuss, 2023. 240 с.
3. Котлер Ф. Основи маркетингу : короткий курс. Київ : Вільямс, 2007. 656 с.
4. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі : від вікторіанців до хіпстерів. Київ : ArtHuss, 2018. 296 с.
5. RSF. RSF unveils new logo. URL: <https://rsf.org/en/rsf-unveils-new-logo> (дата звернення: 14.04.2026).
6. CPJ. Committee to Protect Journalists. URL: <https://cpj.org> (дата звернення: 14.04.2026).
7. ECPMF. European Centre for Press and Media Freedom. URL: <https://www.ecpmf.eu> (дата звернення: 14.04.2026).
8. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с.
9. Лаптон Е., Коул Філіпс Дж. Графічний дизайн : нові основи. Київ : ArtHuss, 2020. 262 с.
10. IMS. New visual identity for IMS. URL: <https://www.mediasupport.org/new-visual-identity-for-ims/> (дата звернення: 14.04.2026).
11. FPF. Redesigning for Action. URL: <https://freedom.press/about/announcements/redesigning-for-action-meet-freedom-of-the-press-foundations-new-website/> (дата звернення: 14.04.2026).
12. Бондаренко І. В., Васіна О. В., Іваненко Т. О. Дизайнерська освіта : методика організації науково-дослідницької роботи студентів : підручник. Харків : ХДАДМ, 2019. 156 с.
13. Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років : монографія. Київ : Родовід, 2019. 480 с.
14. Inter. Open-source typeface by Rasmus Andersson. URL: <https://rsm.me/inter/> (дата звернення: 20.04.2026).

15. Noto Sans. Google Fonts open-source typeface family. URL: <https://fonts.google.com/noto> (дата звернення: 20.04.2026).
16. Емброуз Г., Оно-Білсон Н. Графічний дизайн 01 : підхід і мова. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
17. Іттен Й. Мистецтво кольору. Київ : ArtHuss, 2020. 96 с.
18. Лаптон Е. Дизайн. Харків : Vivat, 2021. 272 с.
19. CPJ. Journalists Killed. URL: <https://cpj.org/data/> (дата звернення: 22.04.2026).
20. Лаптон Е., Лубелл Д. Графічний дизайн : від правил до порушень. Київ : ArtHuss, 2022. 192 с.

БРИФ

Клієнт	Контактна особа
ЕСРМФ / Програма SAFE	—
Загальна інформація про проєкт	
Назва проєкту:	Система візуальної ідентифікації та гайдлайн міжнародної програми SAFE
Про проєкт: вид діяльності, позиціонування, цілі та мета	Вид діяльності: міжнародна програма підтримки журналістів та медіаорганізацій. Місія: захист свободи преси та забезпечення безперервності незалежної журналістики шляхом надання термінової екстреної допомоги та довгострокової підтримки медіапрацівників, що стикаються із системними загрозами в Україні та країнах Східного партнерства. Глобальна мета: сформувати єдину, впізнавану та функціональну систему візуальної ідентифікації, що забезпечує послідовну комунікацію програми у мультимовному та мультикультурному середовищі. Особливості позиціонування: оперативна підтримка, захист, надійність, міжнародний авторитет.
Унікальність проєкту	SAFE пропонує комплексний багаторівневий підхід, поєднуючи термінову допомогу з довгостроковою підтримкою. На відміну від ініціатив із вузьким фокусом, програма охоплює повний спектр потреб журналістів: безпека, фінансова допомога, ментальне здоров'я, адвокація, розвиток навичок та інституційна

	стійкість.
Конкуренти / орієнтири:	RSF (Reporters Without Borders), CPJ (Committee to Protect Journalists), ECPMF (European Centre for Press and Media Freedom). Спільні характеристики: чіткість, мінімалізм, впевнена типографіка.
Цільова аудиторія	
Опис цільової аудиторії:	Основна аудиторія: журналісти, медіапрацівники та редакції в Україні та країнах Східного партнерства (Грузія, Азербайджан, Вірменія, Молдова, Косово), що працюють під загрозою або в умовах високого ризику.
Потреби аудиторії:	– негайна безпека та захист – фінансова стабільність і можливість продовжувати діяльність – психологічна підтримка – доступ до правової допомоги – міжнародна солідарність і визнання – професійний розвиток та підвищення компетентностей
Про дизайн айдентики	
Задачі дизайну:	– розробити логотип та його регіональні адаптації для різних писемностей – створити кольорову палітру та типографічну систему – розробити графічні елементи фірмового стилю – підготувати шаблони для цифрових та друкованих носіїв – сформулювати гайдлайн як нормативний документ системи
Характер проєкту:	Оперативний, захисний, надійний, динамічний,

	рішучий, доступний, небюрократичний.
Бажана стилістика:	– візуальна сила та впевненість – динаміка й відчуття руху – сучасна, доступна естетика – максимальна читабельність – візуальна терміновість без хаотичності
Уникати:	– декоративних чи орнаментальних стилів – ігрової або занадто неформальної естетики – перевантажених композицій – абстрактних сюжетів, що потребують інтерпретації
Шрифти:	Безкоштовні / open-source шрифти з підтримкою кількох писемностей
Tone of voice:	Професійний, доступний, небюрократичний, без алармізму; чіткий, орієнтований на рішення.
Мовна адаптація:	Візуальна ідентифікація має працювати англійською, українською, німецькою, грузинською, молдовською/румунською, вірменською, азербайджанською.
Носії фірмового стилю	
Цифрові носії:	– шаблони соціальних мереж (пости, сторіз) – шаблони презентацій (Google Slides 16:9) – цифрові банери та заголовки для комунікацій – набір візуальних елементів
Друковані матеріали:	– брошури – постери / ролл-апи – промо-продукція (блокнот, ручка)

ГЛОСАРІЙ ТЕРМІНІВ

1. Айдентика (Brand Identity) — сукупність візуальних та комунікаційних елементів, що передають суть, характер і цінності бренду або організації; відповідає на питання «Хто ми?» та «Які наші цінності?».

2. Фірмовий стиль (Corporate Identity / Visual Identity) — візуальна складова айдентики — логотип, кольори, шрифти, графічні елементи та правила їх використання, що забезпечують впізнаваність організації у всіх точках контакту з аудиторією.

3. Гайдлайн (Brand Guideline) — нормативний документ, що регламентує правила використання елементів фірмового стилю: логотипу, кольорової палітри, типографіки, графічних елементів та їх застосування на різних носіях.

4. Логотип (Logotype / Wordmark) — графічне або шрифтове позначення назви організації чи бренду, що є основним елементом системи візуальної ідентифікації.

5. Wordmark — тип логотипу, що складається виключно з типографічного зображення назви бренду без додаткових графічних знаків.

6. Візуальна ідентифікація — процес і результат створення впізнаваного образу організації через систему графічних засобів: логотип, кольори, шрифти, графічні елементи.

7. Кольорова палітра — система кольорових параметрів фірмового стилю, що формує стилістику та візуальну єдність комунікацій організації.

8. Типографіка — мистецтво та техніка оформлення тексту засобами шрифту; у контексті айдентики — система шрифтових рішень, що забезпечує читабельність і стилістичну єдність.

9. Мультимовна типографіка (Multiscript Typography) — система шрифтових рішень, що забезпечує коректне відтворення тексту різними

писемностями (латиниця, кирилиця, грузинська, вірменська тощо) у межах єдиного фірмового стилю.

10. Адаптивність айдентики — здатність елементів фірмового стилю коректно відтворюватися на різних носіях, у різних масштабах та мовних середовищах без втрати впізнаваності.

11. Модульна сітка (Grid System) — система координат і пропорцій, що організовує розміщення елементів у макеті; основа для побудови послідовних і масштабованих комунікаційних матеріалів.

12. Носій фірмового стилю — будь-який матеріальний або цифровий об'єкт, на якому розміщуються елементи системи візуальної ідентифікації: бланки, банери, соціальні мережі, презентації тощо.

13. Масштабованість — властивість елементів фірмового стилю зберігати пропорції та читабельність при будь-якому збільшенні або зменшенні розміру.

14. Контрастність — ступінь відмінності між елементами композиції за тоном, кольором або формою; у фірмовому стилі забезпечує читабельність та акцентування ключових елементів.

15. Свобода преси (Press Freedom) — право журналістів та медіаорганізацій вільно збирати, обробляти та поширювати інформацію без цензури або переслідування.

16. Медіаорганізація — установа або об'єднання, що здійснює виробництво та поширення медіаконтенту; може бути незалежною, державною або міжнародною.

17. Програма підтримки медіа — міжнародна або національна ініціатива, що надає фінансову, правову, психологічну або технічну допомогу журналістам і редакціям у кризових умовах.

18. Цільова аудиторія — група людей, на яку спрямована комунікація організації; характеризується спільними демографічними, поведінковими та психографічними ознаками.

19. **Позиціонування** — визначення місця бренду або організації у свідомості цільової аудиторії відносно конкурентів; основа для розробки стратегії комунікації.

20. **Конкурентне середовище** — сукупність організацій зі схожою місією або продуктом, що змагаються за увагу та ресурси в одному ринковому сегменті.

21. **Tone of Voice** — характер і стиль комунікації організації з аудиторією; визначає манеру, тональність та лексику всіх текстових матеріалів бренду.

22. **Open-source шрифт** — шрифт, що розповсюджується безкоштовно за відкритою ліцензією і може використовуватися у комерційних та некомерційних проєктах без обмежень.

23. **Аналог** — існуючий продукт графічного дизайну зі схожими функціями або характеристиками, що використовується для порівняння та обґрунтування проєктних рішень.

24. **Концепція** — ідея, зафіксована в логічно визначеній формі; у дизайні — обґрунтована пропозиція щодо способу вирішення проєктної проблеми художніми засобами.

25. **Актуальність теми** — обґрунтування важливості поставленого завдання та його відповідності сучасному контексту розвитку дизайну і суспільним потребам.

26. **Апробація** — публічне представлення та фіксація результатів дослідження у фаховій спільноті через участь у конференціях, публікацію тез або статей.

АНАЛОГИ ТА ПРОТОТИПИ

Візуальний матеріал систематизовано відповідно до підрозділу 1.3.1 звіту. Наведено зображення систем візуальної ідентифікації п'яти організацій, обраних як аналогічні зразки графічного дизайну у сфері візуальної ідентифікації.

Рис. В.1–В.2. RSF (Reporters Without Borders)

Система візуальної ідентифікації розроблена агентством BETC, Париж, 2020 р.



Рис. В.1. Логотип RSF (Reporters Without Borders). Агентство BETC, Париж, 2020 р.

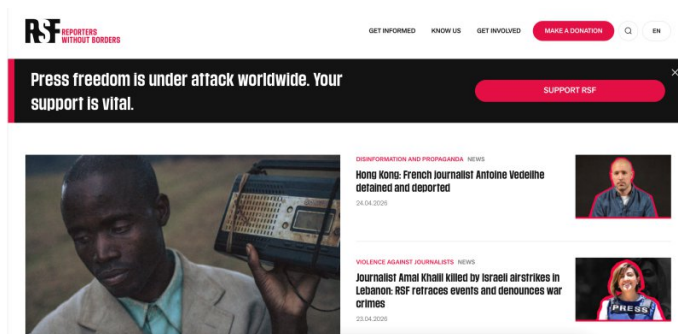


Рис. В.2. Застосування фірмового стилю RSF на комунікаційних матеріалах. Агентство BETC, Париж, 2020 р.

Рис. В.3–В.4. CPJ (Committee to Protect Journalists)

Система візуальної ідентифікації. Нью-Йорк, США.



Рис. В.3. Логотип CPJ (Committee to Protect Journalists). США.

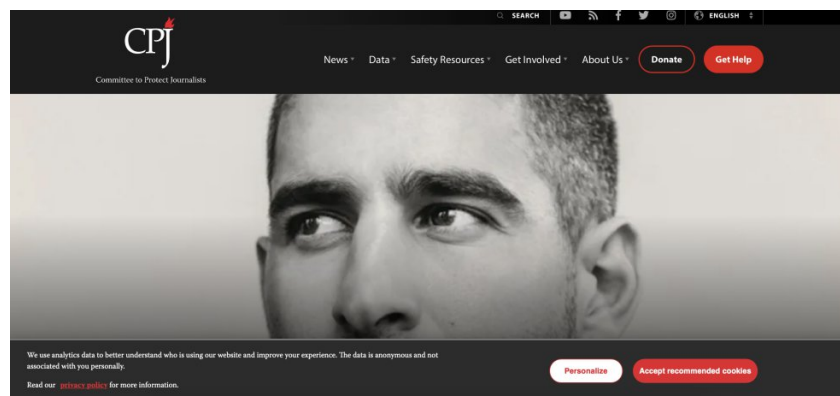


Рис. В.4. Застосування фірмового стилю CPJ на цифрових носіях.

Рис. В.5–В.6. ECPMF (European Centre for Press and Media Freedom)
Система візуальної ідентифікації. Лейпциг, Німеччина, 2015 р.



*Рис. В.5. Логотип ECPMF (European Centre for Press and Media Freedom).
Лейпциг, 2015 р.*

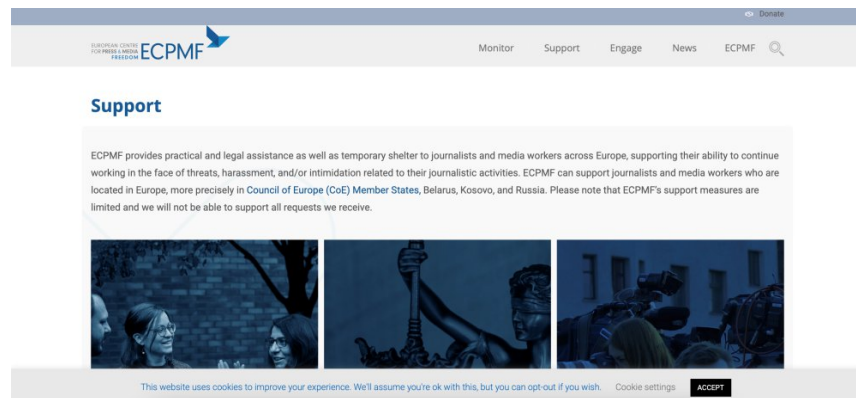


Рис. В.6. Застосування фірмового стилю ECPMF на комунікаційних матеріалах.

Рис. В.7–В.8. IMS (International Media Support)

Система візуальної ідентифікації розроблена агентством NR2154.

Копенгаген, Данія.



Рис. В.7. Логотип IMS (International Media Support). Агентство NR2154, Копенгаген.

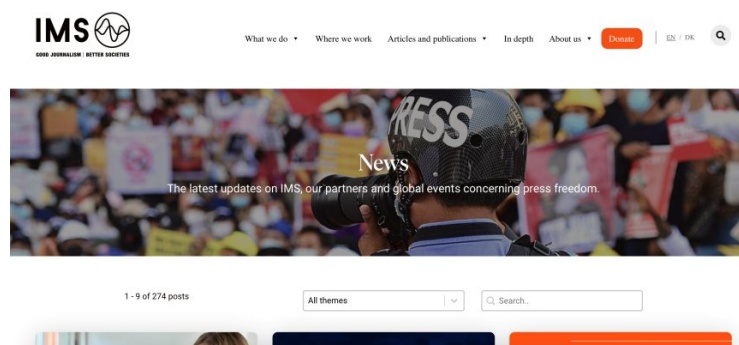


Рис. В.8. Застосування фірмового стилю IMS на комунікаційних матеріалах.

Рис. В.9–В.10. FPF (Freedom of the Press Foundation)

Система візуальної ідентифікації розроблена агентством Wide Eye, 2024 р. США.



Рис. В.9. Логотип FPF (Freedom of the Press Foundation). Агентство Wide Eye, США, 2024 р.

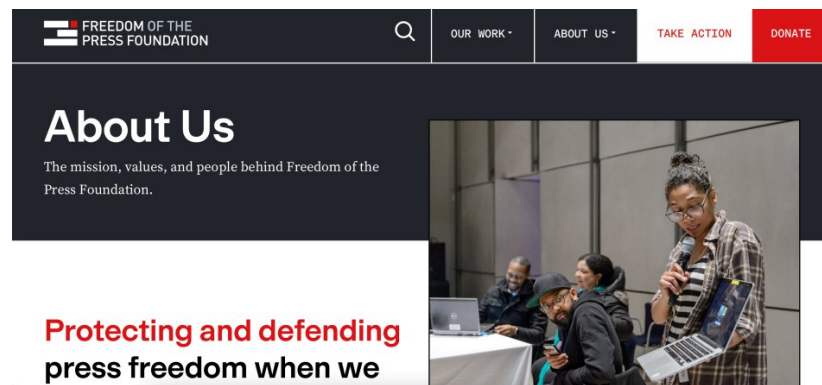


Рис. В.10. Застосування фірмового стилю FPF на цифрових носіях. Агентство Wide Eye, 2024 р.

ПОШУКОВІ РІШЕННЯ



Рис. Г.1. Пошукові варіанти логотипу програми SAFE



Рис. Г.2. Пошуки концептуальних напрямів системи візуальної ідентифікації програми SAFE

ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ



Рис. Д.1.Основна версія логотипу програми SAFE та регіональні версії

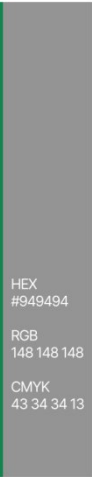
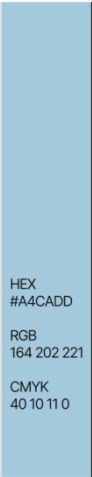
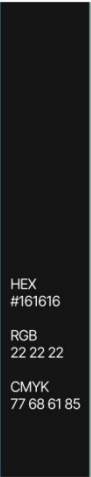
					
HEX #00844E	HEX #949494	HEX #E0E0E0	HEX #A4CADD	HEX #161616	HEX #00844E
RGB 0 132 78	RGB 148 148 148	RGB 224 224 224	RGB 164 202 221	RGB 22 22 22	RGB 152 189 174
CMYK 86 23 83 7	CMYK 43 34 34 13	CMYK 18 13 14 0	CMYK 40 10 11 0	CMYK 77 68 61 85	CMYK 46 13 35 0

Рис. Д.2.Кольорова палітра програми SAFE

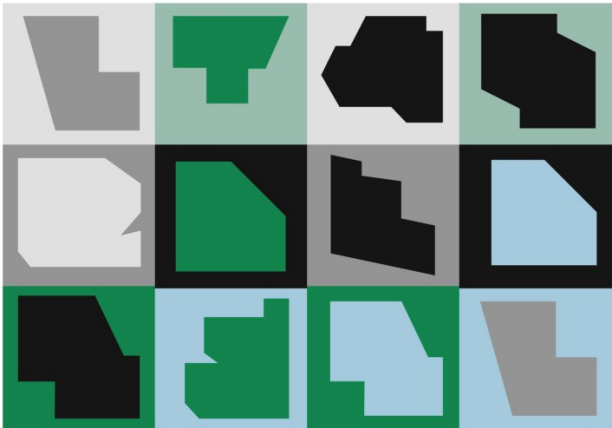


Рис. Д.3.Графічні елементи системи візуальної ідентифікації SAFE

Inter Ukrainian/English/German/ Moldovan/Azerbaijani	Noto Sans Georgian	Noto Sans Armenian
Regular We ensure the safety and resilience of independent journalism in challenging times.	Regular ჩვენ ვუზრუნველყოფთ დამოუკიდებელი ჟურნალისტების უსაფრთხოებასა და მდგრადობას რთულ პერიოდში.	Regular Մենք ապահովում ենք անկախ լրագրության անվտանգությունն ու կայունությունը դժվարին ժամանակներում:
Medium We ensure the safety and resilience of independent journalism in challenging times.	Medium ჩვენ ვუზრუნველყოფთ დამოუკიდებელი ჟურნალისტების უსაფრთხოებასა და მდგრადობას რთულ პერიოდში.	Medium Մենք ապահովում ենք անկախ լրագրության անվտանգությունն ու կայունությունը դժվարին ժամանակներում:
Bold We ensure the safety and resilience of independent journalism in challenging times.	Bold ჩვენ ვუზრუნველყოფთ დამოუკიდებელი ჟურნალისტების უსაფრთხოებასა და მდგრადობას რთულ პერიოდში.	Bold Մենք ապահովում ենք անկախ լրագրության անվտանգությունն ու կայունությունը դժվարին ժամանակներում:

Рис. Д.4.Типографічна система програми SAFE



Рис. Д.5.Шаблони публікацій для соціальних мереж програми SAFE



Рис. Д.6.Друковані матеріали програми SAFE: брошура та візитівки



Рис. Д.7. Система візуальної ідентифікації SAFE у цифровому середовищі



Рис. Д.8. Промо-продукція програми SAFE: шопер, блокнот, ручка