

Нікіфорова Валерія

ДИЗАЙН ТА ПРЕЗЕНТАЦІЯ БАГАТОСТОРІНКОВОГО ВИДАННЯ ШРИФТОВИХ ПРОЄКТІВ «ЛІГАТУРА»

Кваліфікаційна робота
на здобуття СВО «Бакалавр»

ЛІГА ТУРА

ХДАДМ 2026

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І
МИСТЕЦТВ**

Факультет «ДИЗАЙН»
Кафедра «Графічний дизайн»

Нікіфорова Валерія Ігорівна

**ДИЗАЙН ТА ПРЕЗЕНТАЦІЯ БАГАТОСТОРОНКОВОГО
ВИДАННЯ ШРИФТОВИХ ПРОЄКТІВ «ЛІГАТУРА».**

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.

 В.І. Нікіфорова

Керівник: Іваненко Тетяна Олегівна
Кандидат мистецтвознавства, доцент
Консультант: Більдер Наталя Трофонівна
Доцент ХДАДМ

Харків 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ	6
1.1 Опис проєктної ситуації розробки багатосторінкових шрифтових видань	6
1.1.1 Проєктна ситуація і сучасний стан ринку шрифтових видань	6
1.1.2 Сегментування ринку спеціалізованих альбомів та спесіменів	6
1.1.3 Опис конкурентної ситуації в сегменті професійної дизайн-літератури	7
1.2. Опис ринку споживачів багатосторінкових шрифтових видань	7
1.2.1 Сегментування ринку споживачів шрифтового альбому	7
1.2.2. Опис потреб споживачів, яких задовольнятиме багатосторінкове видання шрифтових проєктів «Лігатура»	8
1.3 Системний збір та комплексний аналіз аналогічних багатосторінкових видань	8
1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних альбомів та каталогів	8
1.3.2 Обґрунтування стратегії позиціонування багатосторінкове видання шрифтових проєктів «Лігатура»	11
Висновки до першого розділу	11
РОЗДІЛ 2 ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ	13
2.1 Опис ідеї і формулювання концепції шрифтового альбому «Лігатура»	13
2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням	14
Висновки до другого розділу	15
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ	17
3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення альбому	17
3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення	18
3.3 Додрукарська підготовка макетів	19
Висновки до третього розділу	20
ВИСНОВКИ	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	23

ВСТУП

Дизайнер не просто оформлює, він впорядковує. Порожній простір – це активний елемент композиції, а не пасивне тло

Еміль Рудер

Актуальність теми зумовлена необхідністю системної архівації та популяризації досягнень української академічної шрифтової школи. В умовах глобалізації графічного дизайну критичного значення набуває збереження національної кириличної ідентичності та методичної спадщини [1]. Створення друкованого альбому зумовлене необхідністю зберегти методичні здобутки у форматі надійного матеріального об'єкта, що має значно вищу статусну та архівну цінність порівняно з мінливими онлайн-публікаціями [2]. Наявний дефіцит спеціалізованої профільної літератури на вітчизняному ринку визначає практичну значущість розробки професійного шрифтового спесімена-архіву для B2B-сегменту та освітнього середовища.

Метапроєкту – розробка цілісної дизайн-концепції та візуальної моделі багатосторінкового шрифтового видання, що поєднує функції методичного посібника та преміального альбому

Завдання переддипломної практики:

1. Проаналізувати ринкову ситуацію та провести сегментування ніші шрифтових видань.
2. Здійснити сегментування ринку споживачів та визначити ключові професійні й естетичні потреби цільової аудиторії.
3. Дослідити прямі та непрямі аналоги, виявити успішні патерни проєктування.
4. Обґрунтувати стратегію позиціонування продукту на основі асоціативного маркетингу.
5. Сформулювати дизайн-концепцію видання, розробити його архітектоніку та конструктивно-графічне рішення.

6. Визначити оптимальні поліграфічні параметри видання та здійснити додрукарську підготовку макетів відповідно до сучасних технологічних стандартів.

Об'єкт проєктування— процес формування візуально-комунікативної структури багатосторінкового видання шрифтових проєктів.

Предмет проєктування— принципи архітекtonіки, композиційної логіки та ергономіки шрифтового альбому.

Вихідними даними до проєктування багатосторінкового шрифтового видання «Лігатура» є:

- ~ матеріали методичного фонду кафедри графічного дизайну ХДАДМ, а саме — робоча вибірка з 37 шрифтовими гарнітурами, розроблених студентами бакалаврату та магістратури у період 2019–2026 рр. під керівництвом доцента Іваненко Т. О. (масив включає цифрові файли форматів .otf, .ttf, векторну графіку .ai, .eps, ескізні пошуки та текстові описи концепцій);

- ~ професійний бриф на розробку дизайн-проєкту (див. Додаток А), в якому узгоджено концепцію преміального методичного архіву, цільову аудиторію (B2B та B2C сегменти), емоційний вектор продукту, а також візуальні вимоги до архітекtonіки макета;

- ~ технічні вимоги до структурування видання, використання двомовних дескриптивних термінів, а також специфікації для підготовки макета до малотиражного цифрового друку (формат 170×210 мм, монохромний внутрішній блок) та експорту діджитал-версії;

- ~ фахові дослідження у сфері єдиторіального дизайну, типографіки, побудови швейцарських модульних сіток та композиційної організації багатосторінкових альбомів;

- ~ нормативно-правова база та державні стандарти, зокрема Закон України «Про видавничу справу»[3], Закон України «Про авторське право і суміжні права» (щодо захисту інтелектуальної власності студентських

проектів)[4], а також ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять»[5].

Апробація результатів роботи. Окремі етапи розробки дизайн-концепції, архітектоніки макета та результати візуального дослідження обговорювалися на засіданнях кафедри графічного дизайну ХДАДМ, а також були представлені в межах підсумкових студентських переглядів навчально-творчих робіт (Харків, 2026). Практичну значущість і фаховий рівень виконання дизайн-проєкту підтверджено офіційним відгуком від замовника (представника кафедри графічного дизайну ХДАДМ), а також експертною рецензією профільного викладача.

Структура та обсяг роботи. Пояснювальна записка складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (26 найменувань) та додатків. Загальний обсяг пояснювальної записки становить 33 сторінок друкованого тексту. Основна частина викладена на 17 сторінках та містить 1 таблицю. Додатки подано на 7 сторінках.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ

1.1 Опис проєктної ситуації розробки багатосторінкових шрифтових видань

1.1.1 Проєктна ситуація і сучасний стан ринку шрифтових видань

Ринок професійної дизайнерської літератури в Україні активно трансформується. За даними Українського інституту книги (2025–2026 рр.), попри падіння сумарних накладів, кількість нових назв зросла на 4%, що свідчить про стійкий запит на нішеві проєкти [6]. Водночас наукові дослідження фіксують дефіцит спеціалізованих видань для архівації академічних здобутків з типографії на фоні надлишку цифрових портфоліо [6]. Проєкт «Лігатура» вирішує цю проблему, систематизуючи студентські роботи у форматі фізичного артефакту, що має вищу статусну та архівну цінність порівняно з онлайн-публікаціями.

1.1.2 Сегментування ринку спеціалізованих альбомів та спесіменів

Для систематизації ринку шрифтових видань застосовано метод сегментування за призначенням та характером контенту [5]. Ринок диференціюється на такі сегменти:

Виробничо-практичні каталоги-спесімени. Видання комерційних студій (Monotype, Linotype) для технічної демонстрації гарнітур з метою стимулювання продажу ліцензій.

Науково-навчальні та методичні збірки. Некомерційні видання ЗВО, що фіксують результати науково-творчого пошуку та архівують методичні здобутки художньої школи [9].

Образотворчі видання (альбоми). Згідно з ДСТУ 3017:2015, видання з домінуванням графічного зображення. У шрифтовому дизайні це малотиражні проєкти, де типографіка виступає як самостійне візуальне мистецтво. Проєкт «Лігатура» інтегрує ознаки методичного архіву та альбому, формуючи унікальну пропозицію в українському професійному середовищі.

1.1.3 Опис конкурентної ситуації в сегменті професійної дизайн-літератури

Аналіз конкурентного середовища базується на методиці аналізу конкурентних стратегій М. Портера [10]. Наразі ринок представлений двома типами продуктів.

Перший — глобальні професійні каталоги (наприклад, Yearbook of Type), які відрізняються жорсткою структурою, але позбавлені локального академічного контексту. Другий — періодичні артвидання (зокрема Cereal Magazine), що задають високі стандарти мінімалізму, проте не виконують методичних функцій шрифтового архіву. Конкурентна перевага «Лігатури» полягає у заповненні вільної ніші: поєднанні естетики сучасного альбому із системною логікою академічного шрифтового архіву. Це дистанціює продукт від безкоштовних цифрових платформ, акцентуючи на його матеріальній та довгостроковій цінності.

1.2. Опис ринку споживачів багатосторінкових шрифтових видань

1.2.1 Сегментування ринку споживачів шрифтового альбому

Сегментування споживчого ринку здійснено за професійною приналежністю, географічним розташуванням та поведінковими мотивами [8].

За професійною ознакою ринок диференційовано на:

1. Професійний сегмент (B2B): артдиректори, провідні дизайнери брендингових та комунікаційних агенцій, HR-фахівці креативного сектору. Ключовим мотивом цієї групи є експертний моніторинг нових шрифтових рішень та верифікація фахового рівня потенційних співробітників серед випускників академічної школи.

2. Освітньо-культурний сегмент (B2C): студенти художніх спеціальностей, абітурієнти, викладачі профільних дисциплін та колекціонери нішевої дизайнерської літератури. Споживання продукту цією групою зумовлене потребою в методичному натхненні, самоосвіті та отриманні естетичного досвіду від взаємодії з фізичним об'єктом [11].

Географічне сегментування охоплює фахівців великих культурних центрів України (Харків, Київ, Львів) та представників міжнародної професійної спільноти. Поведінковий критерій дозволив виокремити групу «новаторів» — фахівців, орієнтованих на пошук нестандартних акцидентних рішень.

1.2.2. Опис потреб споживачів, яких задовольнятиме багатосторінкове видання шрифтових проєктів «Лігатура»

Встановлено, що проєктоване видання «Лігатура» спрямоване на задоволення комплексу інформаційних, професійних та естетичних потреб споживачів, диференційованих за сегментами ринку [11].

Для представників професійного сегменту (B2B) ідентифіковано потребу в надійному інструменті для моніторингу актуальних тенденцій української кириличної типографіки та верифікації фахового рівня потенційних кадрів. Консолідований формат каталогу дозволяє замовникам дизайну та артдиректорам ефективно здійснювати підбір шрифтових рішень для комерційних проєктів, спираючись на перевірений академічний досвід.

Для освітньо-культурного сегменту (B2C) видання реалізує запит на глибоке вивчення шрифтової архітекτονіки. У науковому дискурсі зазначається, що друкований продукт у фаховому середовищі перебирає функцію преміального архіву, що є альтернативою хаотичному потоку цифрових даних [12]. Спільним мотивом обох груп виступає потреба у володінні фізичним об'єктом високої якості верстки та поліграфічного виконання [8].

1.3 Системний збір та комплексний аналіз аналогічних багатосторінкових видань

1.3.1 Збір, опис та аналіз аналогічних альбомів та каталогів

З метою розробки концепції видання «Лігатура» було обрано «аналоги» шрифтових видань:

1. Yearbook of Type 2021/22 (Slanted Publishers). Міжнародний спеціалізований каталог, що презентує нові комерційні шрифти від провідних студій світу. Видання слугує професійним інструментом для дизайнерів та рекламних агенцій, допомагаючи відстежувати глобальні тренди в типографії та здійснювати експертний підбір гарнітур для комерційних проєктів. (див. Додаток В, рис. 1)[13]

2. Yearbook of Type 2019/20 (Slanted Publishers). Попередній випуск міжнародної серії шрифтових оглядів. Залучення цього зразка дозволяє проаналізувати динаміку розвитку архітектоніки шрифтових видань та сталість принципів подачі технічної інформації (каси знаків, спесіменів) у часовому вимірі. (див. Додаток В, рис. 2)[14]

3. Збірний каталог міжнародного конкурсу «Pangram» (ХДАДМ). Академічне видання, що об'єднує кращі студентські роботи за кілька років. Даний «аналог» є ключовим для дослідження специфіки архівації методичних здобутків художньої школи та презентації потенціалу молодих шрифтових дизайнерів у навчальному контексті. (див. Додаток В, рис. 3) [9]

4. Type Navigator: The Independent Type Foundry Guide (Gestalten). Професійний довідник-путівник світом незалежних шрифтових студій. Книга розглядається як еталон системного структурування великих обсягів даних та навігації в межах багатосторінкового видання, орієнтованого на фахову аудиторію. (див. Додаток В, рис. 4)[15]

5. Cereal Magazine (Vol. 20). Періодичне видання про мистецтво та стиль життя, що виступає взірцем мінімалізму та витонченої роботи з негативним простором. Розрахований на споживачів, для яких пріоритетним є естетичне споглядання та сприйняття друкованого слова як об'єкта мистецтва. (див. Додаток В, рис. 5)[16]

6. Raw Data: Infographic Designers' Sketchbooks. Збірка концептуальних пошуків, ескізів та робочих матеріалів професійних дизайнерів. Видання є важливим для розуміння принципів візуалізації творчого процесу – від

первинного начерку до фінальної шрифтової структури(див. Додаток В, рис. 6)[17].

Оцінювання «аналогів» проводилося фокус-групою за 7-бальною шкалою Лайкерта за такими візуально-комунікативними критеріями(див. Додаток В, рис. 7):

1. Сучасність вигляду (макет виглядає актуально та стильно).
2. Оригінальність подачі (верстка привертає увагу та запам'ятовується).
3. Зручність пошуку (легко знайти потрібний шрифт чи інформацію).
4. Баланс елементів (текст та зображення гармонійно поєднуються на сторінці).
5. Читабельність тексту (шрифт легко сприймається, зручний інтерліньяж).
6. Наявність «повітря» (активне використання негативного простору).
7. Типографіка (якість шрифтових пар та верстки).
8. Привабливість кольорів (колірна гама відповідає тематиці та настрою).
9. Професійність верстки (логічна побудова сторінок, використання сітки).

Узагальнені результати розрахунку середнього арифметичного бала ($\bar{x}$) представлено у Таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.Зведена таблиця результатів оцінювання видань-«аналогів» ($\bar{x}$, $n=10$)

«Аналог» №	Критерії аналізу «аналогів» видань								
	1 $\bar{x}^*$	2 $\bar{x}$	3 $\bar{x}$	4 $\bar{x}$	5 $\bar{x}$	6 $\bar{x}$	7 $\bar{x}$	8 $\bar{x}$	9 $\bar{x}$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5,7	6	5,1	5,6	4,8	5,1	5,9	5,8	6,6
2	5,6	5,4	5,3	5,1	5,4	3,4	5,9	4,9	5,6
3	6,8	6,2	6	3,3	5,9	6,4	6,2	6,2	6,6
4	4,7	5	5	5	4,4	3	5,4	4,6	5,5
5	6,2	5,8	5,8	6,2	5,4	6,2	5,6	6	5,9

«Аналог» №	Критерії аналізу «аналогів» видань								
	1 $\bar{x}^*$	2 $\bar{x}$	3 $\bar{x}$	4 $\bar{x}$	5 $\bar{x}$	6 $\bar{x}$	7 $\bar{x}$	8 $\bar{x}$	9 $\bar{x}$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	5,6	5,5	5	5,7	5,3	5,1	5,5	5,6	5,8

* $\bar{x}$ – це середнє (average)

Емпіричний аналіз виявив ключові патерни: прямі аналоги (Yearbook, Pangram, Type Navigator) демонструють високу професійність верстки (5.5–6.1 бала), проте характеризуються критичною щільністю інформації (низький бал за навігацію у Pangram — 4.4). Непрямі аналоги (Cereal Magazine) здобули найвищі оцінки за параметрами «повітря» (6.8) та читабельності (6.5), підтверджуючи запит аудиторії на елітарний мінімалізм.

1.3.2 Обґрунтування стратегії позиціонування багатосторінкове видання шрифтових проєктів «Лігатура»

Для «Лігатури» обрано модель диференційованого позиціонування на засадах асоціативного маркетингу [18]. Продукт заповнює вільну нішу між швидким цифровим контентом та коштовними закордонними каталогами, позиціонуючись як преміальний методичний альбом-архів.

Стратегія базується на трьох принципах. По-перше, контентна ексклюзивність (презентація досвіду конкретної майстерні), що надає виданню статусу унікального фахового артефакту. По-друге, естетичний статус, що досягається через впровадження патернів мінімалізму (досвід *Cereal*). По-третє, функціональна надійність, що гарантується жорсткою модульною сіткою (патерн *Yearbook*). Це дозволяє дистанціювати проєкт від безкоштовних онлайн-платформ, акцентуючи на його довгостроковій архівній цінності для професійної спільноти.

Висновки до першого розділу

У першому розділі проаналізовано проєктну ситуацію та обґрунтовано актуальність розробки багатосторінкового видання «Лігатура». В умовах перенасичення цифровим контентом доведено стійкий запит професійної

спільноти на матеріальні преміальні архіви для фіксації академічних здобутків.

Споживчий ринок сегментовано на професійну (B2B) та освітньо-культурну (B2C) групи, об'єднані потребою у функціональному й естетичному інструменті для моніторингу шрифтових трендів та самоосвіти.

Дослідження прямих і непрямих аналогів дозволило виокремити оптимальні патерни проєктування: обов'язкову інтеграцію жорсткої модульної сітки для навігації великими масивами даних та використання негативного простору для візуального розвантаження макета.

На основі отриманих даних визначено стратегію диференційованого позиціонування каталогу як преміального методичного альбому-архіву. Зібрана аналітична база є фундаментом для подальшого ескізування та розробки дизайн-пропозиції в наступному розділі кваліфікаційної роботи.

РОЗДІЛ 2

ОПИС І ОБГРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ

2.1 Опис ідеї і формулювання концепції шрифтового альбому

«Лігатура»

Ідея проєкту «Лігатура» полягає у створенні спеціалізованого багатосторінкового видання, що виконує функцію візуального та методичного архіву академічних шрифтових гарнітур. У фаховій літературі дизайнерська ідея трактується як спосіб розв'язання проєктної проблеми специфічними художніми засобами з метою досягнення прогнозованого емоційного та функціонального ефекту.[19].

Проєкт розв'язує проблему відсутності систематизованої фізичної фіксації академічних здобутків художньої школи. Художній засіб реалізації – преміальний мінімалістичний альбом. Відповідність ідеї завданням практики полягає у створенні продукту, де типографіка виступає не лише як набір знаків, а як самостійний об'єкт візуального мистецтва [20]. Методологічною основою для структурування візуальних та змістовних параметрів майбутнього альбому став професійний бриф, складений відповідно до галузевих стандартів постановки дизайнерських завдань[21].

Дизайн-концепція «Лігатури» базується на принципі «архітектури чистого простору як середовища для розкриття форми». Концепція визначається як провідна думка, що інтегрує художньо-проєктні рішення в цілісну структуру об'єкта [19].

Проєктна концепція реалізується через дуалістичну систему побудови макета: наскрізна модульна сітка забезпечує навігаційну логіку фахового видання, тоді як асиметричні акцидентні розвороти створюють динамічний ритм. Кожна гарнітура репрезентується через аналіз пластики графем та шрифтові композиції, що відповідає класичним правилам макетування та побудови сіток у багатосторінковому дизайні [22].

Візуально-комунікативну концепцію та пошук стилістики попередньо зафіксовано за допомогою мудборду (див. Додаток Г, рис. 1).

2.2 Ескізування із обґрунтуванням і обговоренням

Процес ескізування розпочато з визначення формату видання. Оптимальним рішенням обрано нестандартний розширений формат 170×210 мм. Згідно з поліграфічними стандартами, такий розмір є економічно доцільним для цифрового друку, оскільки забезпечує раціональну розкладку на аркуш SRA3 без надлишкових технологічних відходів паперу. Розширені пропорції сторінки створюють необхідний простір для демонстрації акцидентних шрифтових форм у горизонтальному вимірі [5]. Для організації контенту розроблено модульну сітку, що спирається на принципи швейцарської школи дизайну: жорстка структура макета поєднується з великими масивами негативного простору, що дозволяє уникнути візуального перевантаження сторінки [20, 21].

На етапі підбору шрифтових пар для едиторіального оформлення каталогу головним критерієм стала бездоганна читабельність, підтримка розширеної кирилиці та точність кернінгу. У процесі макетування від первинного використання гарнітури Oswald для внутрішнього блоку було відмовлено через виявлені недоліки кириличного кернінгу. Натомість обґрунтованим вибором стала гарнітура Sofia Sans Extra Condensed (для заголовків та рубрикації) у поєднанні з Noto Serif (для основного масиву тексту). Крім того, систему навігації підсилено шрифтом Geologica. Зазначена пара формує виразний типографічний контраст між вузьким гротеском і сучасною антиквою, не відволікаючи увагу від демонстрації студентських робіт та гарантуючи академічну строгість [24]. Гарнітуру Oswald залишено виключно для лицьової обкладинки завдяки її виразній акцидентній геометрії.

Для оптимізації візуальної комунікації було змінено підхід до демонстрації типографіки всередині макета: традиційні текстові панграми замінено на набір дескриптивних термінів українською та англійською мовами (наприклад, *гротеск*, *тонкий*, *яскравий*), що одночасно розкриває семантичний характер гарнітури та демонструє пластику літер [25].

У ході ескізування та обговорення було затверджено дуалістичне колірне рішення макета, що базується на стриманій палітрі: глибокий темно-зелений фон та світлий пастельно-рожевий колір. З метою оптимізації бюджету на виробництво малотиражного видання, фізичний наклад альбому (друкована версія) передбачає використання цих кольорів виключно на обкладинці. Внутрішній блок друкованого макета вирішено залишити у суворій монохромній (чорно-білій) гамі, що дозволяє суттєво заощадити на друці та уникнути колірної конкуренції між елементами верстки і презентаціями студентських шрифтів [26]. Натомість розроблена діджитал-версія каталогу зберігає зелено-рожеві акценти у навігаційних елементах внутрішнього блоку (наприклад, колонцифрах та рубрикаторах), забезпечуючи стабільну цифрову ідентичність проєкту.

Головним візуальним елементом лицьової обкладинки обрано гіпертрофований типографічний знак амперсанда (&). Історично цей символ є класичною лігатурою, що концептуально підтримує назву альбому та перетворює технічний знак на самостійну ілюстрацію у площинному 2D-вимірі [20]. Застосовано асиметричну композицію з вирівнюванням тексту по правій осі, що дистанціює макет від шаблонних центральних симетрій.

Для структурування внутрішнього блоку розроблено систему інверсних шмуцтитулів, які ритмічно розмежовують роботи різних освітніх ступенів. Навігація всередині розділів здійснюється за хронологічним принципом згідно з роком проєктування шрифтів (із поділом на бакалаврат та магістратуру), а для швидкого пошуку в кінці передбачено іменний покажчик, що перетворює видання на зручний функціональний довідник [19]. Архітектоніку макета, структурні схеми та ескізні пошуки візуалізовано в додатках (див. Додаток Г, рис. 2–6).

Висновки до другого розділу

У другому розділі розроблено та науково обґрунтовано дизайн-пропозицію багатосторінкового шрифтового видання «Лігатура». Дизайн-концепція макета базується на принципах швейцарського мінімалізму, де

жорстка модульна сітка та негативний простір виступають архітектурним середовищем для демонстрації пластики акцидентних студентських робіт [22]. Практичну реалізацію адаптовано під розширений формат 170×210 мм, який оптимізує витрати матеріалу при цифровому друці та забезпечує необхідний горизонтальний простір для візуального контенту [5].

Єдиторіальне оформлення затверджено на базі функціонального поєднання гарнітур Sofia Sans Extra Condensed, Geologica та Noto Serif, що гарантує високу читабельність і академічну строгість верстки [24]. Від використання гарнітури Oswald у внутрішньому блоці було відмовлено через виявлені дефекти кириличного кернінгу. З метою підвищення візуально-комунікативної ефективності традиційні текстові панграми замінено двомовними дескриптивними термінами, що глибше розкривають семантику кожної презентованої гарнітури [25].

Головним графічним елементом обкладинки обрано гіпертрофований знак амперсанда (&), який концептуально візуалізує історичний принцип лігатури [20]. Затверджено дуалістичну колірну стратегію: акцентна зелено-рожева палітра застосовується виключно на обкладинці та в діджитал-версії каталогу, тоді як внутрішній блок фізичного накладу реалізується в монохромній гамі. Це рішення суттєво мінімізує виробничий бюджет малотиражного видання та усуває візуальну конкуренцію елементів макета з презентованими шрифтами [26].

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення альбому

Фінальна архітектоніка багатосторінкового видання «Лігатура» реалізована у розширеному форматі 170×210 мм. Конструктивною основою внутрішнього блоку виступає жорстка швейцарська модульна сітка, яка адаптована під диференційовану подачу візуального матеріалу [20, 21]. Макет побудовано на ритмічному чергуванні: курсові проєкти презентуються за строгим правилом «один шрифт — одна сторінка», тоді як комплексні дипломні роботи займають повноцінний розворот із виділеними текстовими фреймами для опису.

Навігаційна система та структурування контенту базуються на чіткій типографічній ієрархії. Для набору основного масиву тексту застосовано антикву Noto Serif у читабельному текстовому кеглі, тоді як акциденція, рубрикація та колонцифри реалізовані гарнітурою Sofia Sans Extra Condensed, а алфавітні покажчики — шрифтом Geologica[24]. Для безпосередньої демонстрації пластики літер у студентських проєктах інтегровано спеціалізовані двомовні дескриптивні блоки замість стандартних текстових панграм [25].

Колірна модель та єдиторіальне оформлення проєкту розділені на два технологічні рівні [26]:

1. Зовнішнє оформлення (обкладинка): Реалізовано у контрастній двоколірній гамі з гіпертрофованим акцидентним амперсандом (&) [20]. Застосовано темно-зелене тло (наближене до C:85 M:25 Y:85 K:20) та пастельно-рожеві графічні елементи (C:0 M:15 Y:5 K:0). Типографічним акцентом лицьової обкладинки виступає масивний геометричний гротеск Oswald.

2. Внутрішній блок (фізичний наклад): Жорстко обмежений монохромною палітрою з використанням виключно чорної фарби та її відтінків (K: 10–100%). Відсутність кольорових плашок унеможливорює

візуальний конфлікт із презентованими студентськими шрифтами та оптимізує макет для друку.

3. Діджитал-версія: Для електронного PDF-формату акцентну зелено-рожеву палітру інтегровано у систему шмуцтитулів та елементи мікронавігації для підтримки єдиної ідентичності.

Матеріали щодо концепції шрифтової майстерні та кураторського внеску керівника проєкту технічно винесені у вступний авантекст (вступну статтю), що дозволило зберегти оптимальний обсяг сторінок макета та уникнути перевантаження корінця видання при скріпленні.

3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення

З огляду на специфіку кваліфікаційного проєкту, який передбачає малотиражний випуск, оптимальним технологічним рішенням для виробництва альбому «Лігатура» визначено цифровий друк. Обраний нестандартний розширений формат 170×210 мм є економічно та технологічно доцільним, оскільки він раціонально розміщується на стандартному поліграфічному аркуші SRA3 (320×450 мм), мінімізуючи виробничі відходи паперу [5].

Виробництво макета розділено на дві матеріальні складові з різними технічними параметрами.

Обкладинка: Передбачено використання щільного крейдованого паперу або спеціалізованого дизайнерського картону щільністю 250–300 г/м². Для захисту глибокого темно-зеленого тла від механічних пошкоджень та відбитків застосовується матова ламінація. Таке покриття виконує захисну функцію і водночас надає виданню тактильних властивостей преміального продукту. Друкарський процес реалізується у повноколірній моделі СМУК [26].

Внутрішній блок: Для друку сторінок обрано некрейдований офсетний папір підвищеної білості щільністю 115–130 г/м². Матова фактура матеріалу ефективно усуває небажані відблиски світла, забезпечуючи максимальний контраст і комфортне сприйняття чорних монохромних шрифтових форм.

Збирання та скріплення багатосторінкового видання виконуватиметься методом клейового безшвейного скріплення (КБС) із застосуванням поліуретанового клею (PUR). Ця технологія гарантує високу міцність корінця, стійкість до зношування та забезпечує належну розкривність розворотів без руйнування архітекtonіки макета.

3.3 Додрукарська підготовка макетів

Процес додрукарської підготовки (Pre-press) багатосторінкового видання «Лігатура» реалізовано у програмному середовищі Adobe InDesign із суворим дотриманням актуальних стандартів поліграфічного виробництва. Формування фінальних файлів для друку та цифрової дистрибуції охоплювало такі технологічні етапи [26]:

Налаштування вильотів (Bleeds): До технологічного формату сторінки додано обов'язкові припуски під обріз по 3 мм з усіх зовнішніх сторін макета (Top, Bottom, Outside). Це компенсує можливу похибку поліграфічного ножа під час післядрукарської обробки фізичного тиражу.

Робота з кольором та профілювання: Згідно із затвердженою дуалістичною концепцією, макет розділено на два технологічні потоки. Елементи лицьової обкладинки конвертовано в колірний простір СМҮК із заданими точними відсотковими значеннями тріадних фарб для забезпечення стабільного кольоровідтворення. Внутрішній блок жорстко переведено в монохромний режим (Grayscale) з використанням виключно чорної фарби (К: 10–100%), що унеможлиблює небажану домішку інших кольорів під час друку [26].

Мікротипографіка та верстка: Налаштовано алгоритми автоматичного перенесення слів за правилами української та англійської мов. Проведено корекцію інтерліньяжу, апрошів та жорсткий контроль висячих рядків (Widows and Orphans), що гарантує високу якість едиторіального дизайну та рівномірність набору [24]. Усі шрифтові форми переведено в криві (Outlines) на акцидентних розворотах для уникнення зсувів.

Експорт макета: Підготовлений файл для фізичного тиражування збережено у спеціалізованому поліграфічному форматі PDF/X. Цей стандарт гарантує коректне злиття прозоростей, повне впровадження всіх використовуваних шрифтових файлів у документ та відсутність елементів у моделі RGB [26].

Додатково для діджитал-версії каталогу було експортовано окремий оптимізований PDF-файл із підтримкою кольорового простору RGB. Це дозволило зберегти акцентні зелено-рожеві елементи в навігації внутрішнього блоку (колонцифри, шмуцтитули) для комфортного перегляду з екранів цифрових пристроїв.

Для комплексного візуального представлення результатів кваліфікаційної роботи на захисті було розроблено експозиційний лист (див. Додаток Д). Він концептуально об'єднує ключові розвороти альбому, демонструючи логіку модульної сітки, дуалістичну колірну стратегію та загальну архітекtonіку створеного видання.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі детально розкрито практичну реалізацію та технічне забезпечення дизайн-проекту каталогу «Лігатура». Архітекtonіку макета побудовано на основі диференційованого підходу до візуального матеріалу та строгої швейцарської модульної сітки [23]. Затверджено фінальну шрифтову стратегію, що базується на використанні гарнітур Sofia Sans Extra Condensed та Noto Serif, що забезпечило читабельність і необхідну академічну строгість [24].

Визначено оптимальні поліграфічні параметри видання: нестандартний розширений формат 170×210 мм, крейдований картон для обкладинки та некрейдований офсетний папір для внутрішнього блоку. Дуалістичне колірне рішення (кольорова обкладинка у CMYK та монохромний внутрішній блок) дозволяє раціонально оптимізувати бюджет виробництва та зберігає фокус глядача на чистій графіці студентських літер [26].

Проведений комплекс заходів із додрукарської підготовки (коригування вильотів, налаштування мікротипографіки, експорт у стандарті PDF/X) засвідчує повну технологічну готовність розробленого дизайн-продукту до фізичного тиражування та електронної дистрибуції.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі успішно розв'язано актуальне завдання розробки концепції та дизайн-проекту багатосторінкового шрифтового видання «Лігатура», що виконує функцію преміального візуально-методичного архіву академічної школи.

На основі комплексного аналізу ринкової ситуації та потреб цільової аудиторії доведено комунікативну цінність матеріального артефакту в умовах перенасичення цифровим контентом [12]. Сформовано стратегію позиціонування продукту, яка синтезує функціональність галузевого каталогу та естетику сучасного альбому, що дозволяє дистанціювати видання від стандартних онлайн-портфоліо [18].

У процесі художньо-технічного проектування затверджено архітектоніку макета на засадах швейцарського мінімалізму [23]. Використання жорсткої модульної сітки та значних масивів негативного простору забезпечило оптимальне середовище для демонстрації акцидентних шрифтових форм [22]. Вибір розширеного формату 170×210 мм дозволив раціоналізувати витрати матеріалу при цифровому друці та забезпечив необхідний горизонтальний простір для розкриття пластики графем [5]. Затверджено єдиторіальну стратегію на базі гарнітур Sofia Sans Extra Condensed та Noto Serif, що гарантує високу читабельність і точність кириличного набору [24]. Ефективним комунікативним рішенням стала відмова від класичних панграм на користь двомовних дескриптивних термінів, що поглиблює семантичне сприйняття презентованих робіт [25].

Практична реалізація внутрішнього блоку ґрунтується на диференційованій подачі матеріалу (зміна ритму між курсовими та дипломними проектами) зі строгою хронологічною навігацією в межах освітніх ступенів та іменним покажчиком. Для оптимізації поліграфічного бюджету та фокусування уваги реципієнта виключно на архітектурі літер впроваджено дуалістичне колірне рішення: повноколірна (СМҮК) акцентна

обкладинка з концептуальним символом лігатури (&) та монохромний (Grayscale) внутрішній блок для фізичного тиражу [18, 25].

Фінальний етап проектування охопив повний цикл додрукарської підготовки у програмному середовищі Adobe InDesign. Здійснено корекцію мікротипографіки, налаштування технологічних припусків та конвертацію кольірних просторів із подальшим експортом у стандарт PDF/X [26]. Створений дизайн-продукт характеризується структурною цілісністю, художньою виразністю, відповідає сучасним стандартам едиторіального дизайну та повністю готовий до поліграфічного виробництва і цифрової дистрибуції [1, 23].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мітченко В. Естетика українського рукописного шрифту. Київ : Грамота, 2007. 208 с.
2. Бушуєв С. Розвиток кліпового мислення здобувачів вищої освіти // Інформаційні технології і засоби навчання. 2024. С. 76-80.
3. Про видавничу справу : Закон України від 05.06.1997 № 318/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-вр>(дата звернення: 14.04.2026).
4. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20> (дата звернення: 15.04.2026).
5. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 38 с.
6. Книжковий ринок у стагнації – дослідження Українського інституту книги. Київ, 2026. URL: <https://ubi.org.ua/uk/news/kategoriya-2/knizhkoviy-rinok-u-stagnaci-doslidzhennya-ukra-nskogo-institutu-knigi> (дата звернення: 14.04.2026).
7. Питуляк Н., Папроцька В. Книжковий ринок України під час війни: виклики та перспективи. Вісник Хмельницького національного університету. 2025. № 344(4). С. 203-206.
8. Марченко А. Цільова аудиторія від А до Я: опис, портрет та приклад // Marchenko.marketing. URL: <https://marchenko.marketing/cilova-auditoriya-vid-a-do-ya-opis-portret-ta-priklad-cilovoi-auditorii/> (дата звернення: 20.04.2026).
9. Каталог VII International Student Competition «Pangram». Харків : ХДАДМ, 2023. 120 с.
10. Портер М. Конкурентна стратегія: Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш формат, 2020. 392 с.

11. Портрет клієнта: як знайти свою аудиторію // Edilo.com.ua. URL: <https://edilo.com.ua/blog/portret-kliiyenta-yak-znajty-svoyu-audytoriyu/> (дата звернення: 01.05.2026).
12. Друковані корпоративні медіа в умовах цифрової трансформації // Образ : науковий журнал. Суми : СумДУ, 2026. Вип. 1 (50). С. 56–64
13. Yearbook of Type 2021/22 / ed. by Slanted Publishers. Karlsruhe: Slanted Publishers, 2021. 400 p.
14. Yearbook of Type 2019/20 / ed. J. Kahl, L. Harmsen. Karlsruhe : Slanted Publishers, 2019. 400 p.
15. Middendorp J. Type Navigator: The Independent Foundries Handbook. Berlin : Gestalten, 2011. 320 p.
16. Cereal Magazine. Vol. 20 / ed. R. Park, R. Stapleton. Bristol: Cereal, 2020. 140 p.)
17. Landers R. Raw Data: Infographic Designers' Sketchbooks. London : Thames & Hudson, 2014. 352 p.
18. Асоціативний маркетинг: приклади Rhode, Gunia, Kachorovska // The Ant Media. 2025. URL: <https://www.theantmedia.com/post/asociativniy-marketing-prikladi-rhode-gunia-kachorovska> (дата звернення: 01.05.2026).
19. Словник основних дизайн-термінів / уклад.: Шостачук Т. В., Колесник Н. Є. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2022. 48 с.
20. Вайтгед А. Н. Символізм, його значення та дія. Київ : Контур, 2024. 80 с.
21. Бриф на дизайн: як ефективно ставити завдання дизайнеру // Cases.media. 2023. URL: <https://cases.media/article/brif-na-dizain-yak-efektivno-staviti-zavdannya-dizaineru> (дата звернення: 04.05.2026).
22. Ruder E. Typographie: A Manual of Design. Niggli Verlag, 2001. 274 p.
23. Müller-Brockmann J. Grid Systems in Graphic Design. Niggli, 1999. 162 p.
24. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. New York : Princeton Architectural Press, 2010. 224 p.

25. Лесняк В. І. Шрифт, як індикатор культури // Дар шрифту. Харків : Консул, 2003. С. 123–144.

26. ДСТУ ISO 12647-2:2007. Технологія поліграфії. Контроль процесу виготовлення цифрових файлів, растрових кольороподілів, пробних та тиражних відбитків. Київ : Держспоживстандарт України, 2009. 26 с.

БРИФ НА РОЗРОБКУ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ «ЛІГАТУРА»

№ п/п	Параметри проєкту	Деталізація та вимоги
1	Загальна інформація	
1.1	Назва проєкту	Багатосторінкове видання шрифтових проєктів «Лігатура».
1.2	Суть проєкту	Створення друкованого альбому-каталогу, що архіває та візуально презентує типографічні здобутки студентів та викладача.
1.3	Концептуальна ідея	Використання метафори «лігатури» як символу поєднання розрізнених творчих пошуків у єдину методичну систему.
2	Цілі та завдання	
2.1	Головна мета	Розробка цілісного редакційного дизайну, що забезпечує естетичну єдність та зручну навігацію при представленні складного графічного контенту.
2.2	Ключові завдання	- Систематизація 37 шрифтових гарнітур за хронологією та академічними ступенями; - Побудова чіткої типографічної ієрархії для технічних описів; - Створення логічної структури внутрішніх розділів.
3	Цільова аудиторія	
3.1	Сегментація	B2B: Артдиректори та рекрутери креативних індустрій (пошук талантів). B2C: Студенти-дизайнери, викладачі, колекціонери фахової літератури.
3.2	Портрет споживача	Чоловіки та жінки (18–45 років) з високим рівнем візуальної культури, які цінують мінімалізм, функціональність та якісну поліграфію.
4	Технічні вимоги	
4.1	Формат видання	170×210 мм (вертикальна орієнтація).
4.2	Колірна модель	СМУК (стандарт для кольороподілу).
4.3	Кольоровість	Обкладинка: темно-зелений фон, рожевий акцентний текст. Внутрішній блок: монохромний друк (Black 100%).
4.4	Матеріали	Матовий папір (щільність 115–130 г/м ²), скріплення — термобіндер.
5	Візуальний стиль	
5.1	Стилістика	Функціональний мінімалізм (швейцарська школа): жорстка модульна сітка, значні обсяги вільного простору.
5.2	Типографіка	Sofia Sans Extra Condensed (рубрикація), Oswald (обкладинка), Noto Serif (основний текстовий масив)
6	Складові проєкту	
6.1	Структура макета	- Обкладинка (акцидентне рішення з використанням амперсанда). - Вступна стаття та зміст. - Розділ дипломних робіт бакалаврів. - Розділ робіт магістрів. - Авторський розділ керівника проєкту. 6. Технічні специфікації та описи концепцій.
7	Очікуваний результат	Готовий до друку оригінал-макет видання у форматі PDF (X-1a або High Quality Print) з вільотами під обріз та мітками різ.
8	Термін виконання	13.04.2026 — 20.06.2026.

ПІДПИСИ СТОРІН:

Замовник (керівник): _____ / Іваненко Т. О. /

Виконавець (студент): _____ / Нікіфорова /

Дата затвердження: «___» _____ 2026 р.

1. **Академічні здобутки** — результати науково-творчої діяльності, зафіксовані у процесі навчання та досліджень (у звіті — студентські проекти).
2. **Аналоги** — існуючі об'єкти графічного дизайну, подібні за функцією чи стилістикою, що аналізуються для пошуку оптимальних проектних рішень.
3. **Альбом** — багатосторінкове образотворче видання, у якому домінує візуальна складова (графіми, ілюстрації), а текст виконує допоміжну роль.
4. **Архівація досвіду** — системний процес збору, структурування та матеріального збереження творчих напрацювань професійної школи.
5. **Асоціативний маркетинг** — стратегія просування, що базується на створенні емоційних та образних зв'язків між продуктом і цінностями споживача.
6. **B2B-сегмент** — категорія споживачів, представлена професійними організаціями (дизайн-студіями, агенціями).
7. **B2C-сегмент** — категорія споживачів, представлена індивідуальними користувачами (студентами, поціновувачами).
8. **Гарнітура** — сукупність шрифтів, що мають спільні стилістичні ознаки, єдину назву та набір накреслень.
9. **Дизайн-концепція** — провідна ідея проекту, що визначає логіку побудови його художнього образу та композиційної структури.
10. **Диференційоване позиціонування** — стратегія виділення продукту на ринку через акцентування на його унікальних характеристиках (архів + альбом).
11. **Друковане видання** — матеріальний носій інформації, що забезпечує системну фіксацію контенту на противагу насиченому цифровому простору.
12. **Каталог-спесімен** — спеціалізоване видання, призначене для технічної демонстрації та візуальної презентації шрифтових гарнітур.
13. **Кегль** — основний параметр шрифту, що визначає його розмір (висоту літер).
14. **Колористика** — система кольорових рішень та палітр, використана в макеті для підсилення візуальної комунікації.
15. **Конкурентна ситуація** — стан ринкового середовища, що характеризується наявністю подібних продуктів (каталогів) та рівнем їхнього впливу на споживача.
16. **Мікротипографіка** — рівень детальної роботи з текстовим набором, що забезпечує високу культуру верстки та читабельність.
17. **Модульна система** — наскрізна сітка вертикальних і горизонтальних ліній, що забезпечує впорядкованість розміщення елементів на сторінці.

18. **Навігація видання** — система елементів макета (рубрикація, колонтитули), що забезпечує зручність та швидкість пошуку інформації.
19. **Негативний простір («повітря»)** — вільні від графіки та тексту ділянки розвороту, що використовуються для фокусування уваги та візуального балансу.
20. **Нішеве книговидання** — випуск малотиражної літератури, орієнтованої на вузьке коло професійних споживачів.
21. **Психографічне профілювання** — метод опису цільової аудиторії через аналіз їхніх цінностей, мотивів споживання та стилю життя.
22. **Фокус-група** — метод збору емпіричних даних через опитування представників аудиторії для верифікації проєктних гіпотез.
23. **Шкала Лайкерта** — психометричний інструмент, використаний у дослідженні для кількісної оцінки суб'єктивних вражень респондентів.

Додаток Г. Проектне рішення

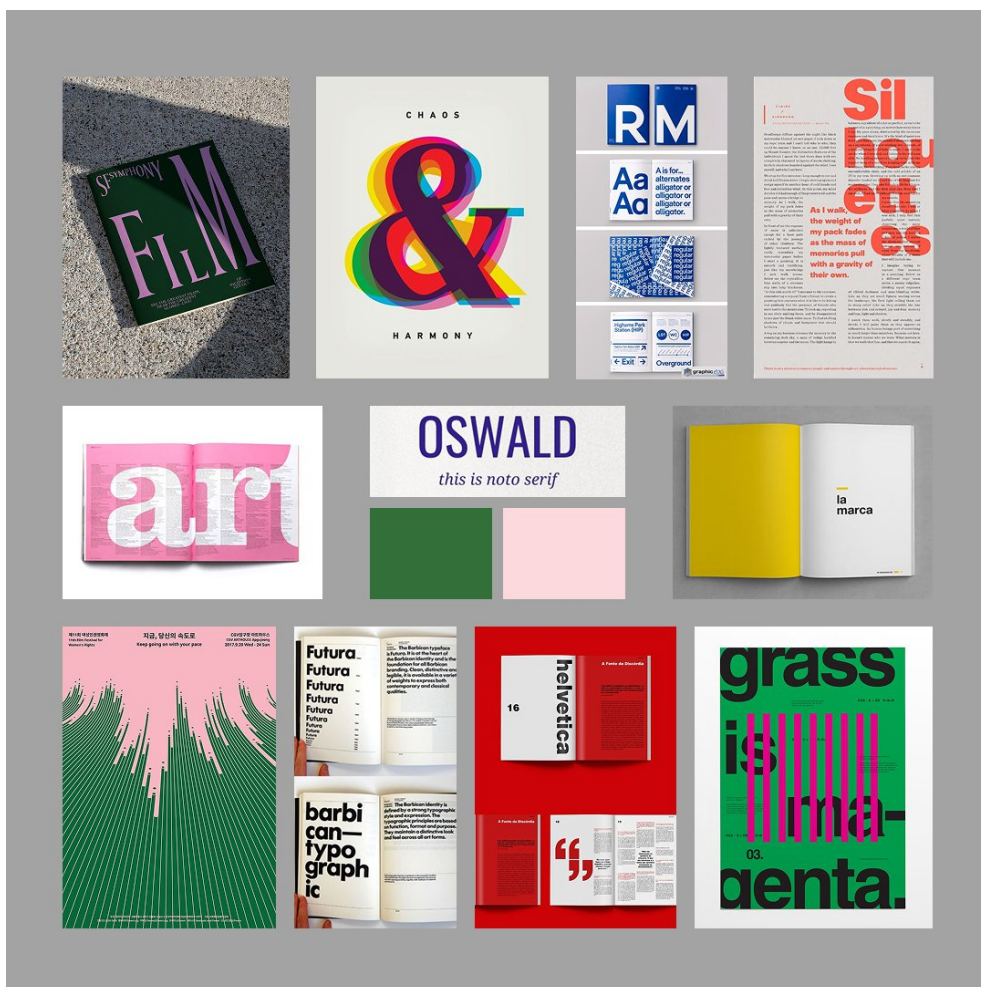


Рис.1 Мудборд проекту

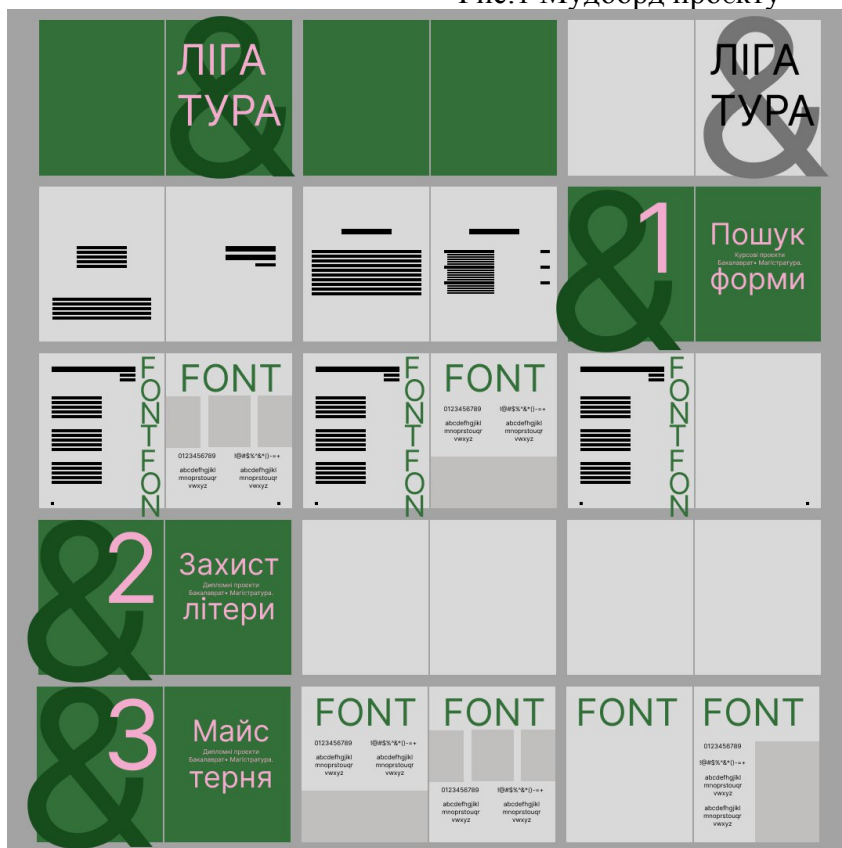


Рис.2 Езкіз-план розворотів

видання

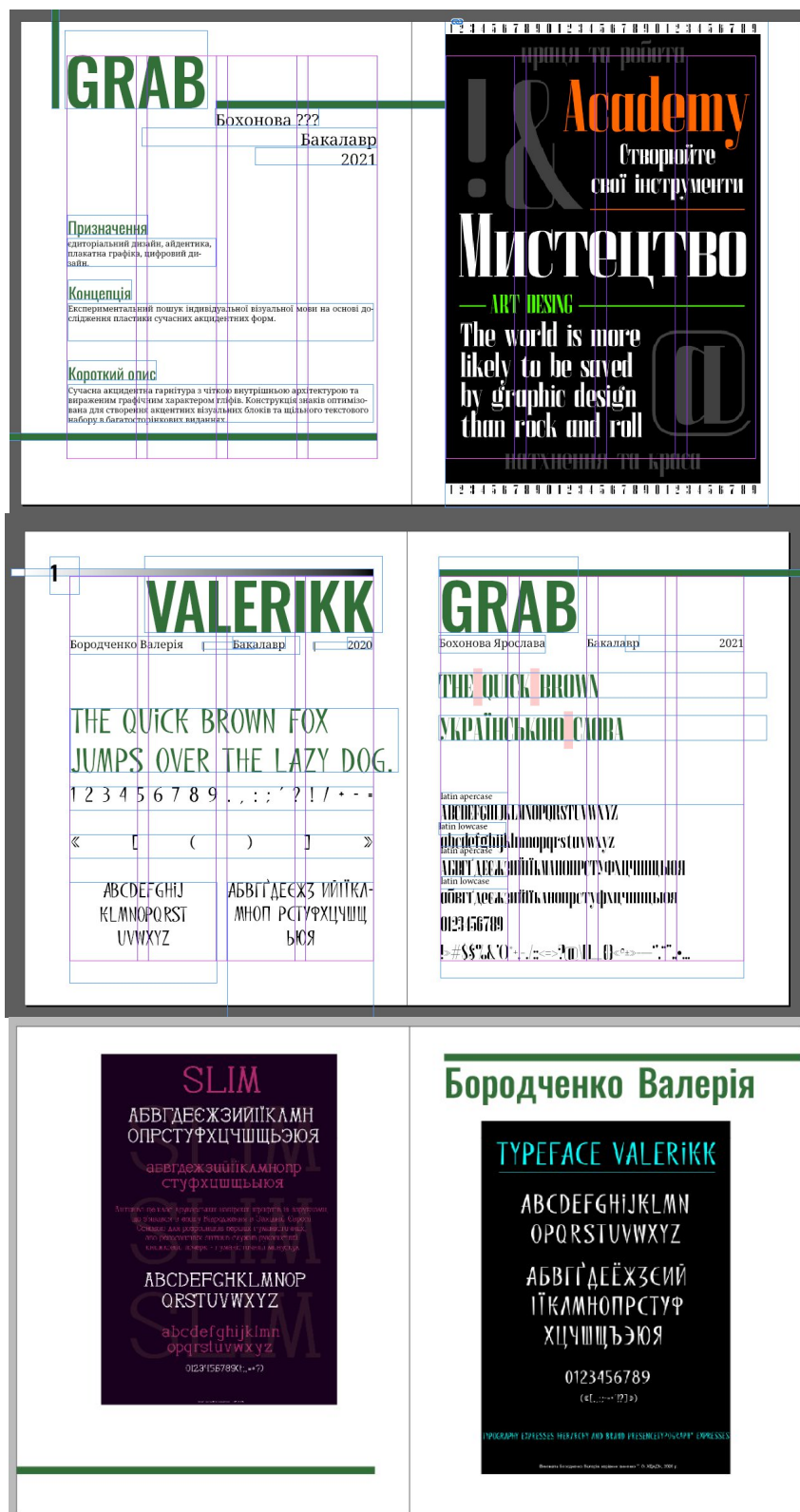


Рис.3-5 Пошукові рішення композиції сторінок



Рис.6 Обкладинка альбому

Додаток Г. Експозиційний лист

