

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж
Циклова комісія дизайну

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПISKA
до кваліфікаційної роботи (проєкту)
фахового молодшого бакалавра
на тему: «Розробка графічного комплексу до виставки»

Виконала студентка групи № 2Д-22
за спеціальністю 022 «Дизайн»
Олександра ПЕСЧАНОВА

Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту)
Алла ПЕСТИЧ

Робота захищена _____ з оцінкою 80
Протокол ДКК № 1/1 від 22.06.2026р.

Засвідчую, що в цій роботі немає
запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань

Студент _____
Підпис

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I ОСНОВНА ІНФОРМАЦІЯ ПЕРЕДПРОЄКТНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	5
1.1. Історія розвитку візуальної ідентифікації та її роль у сучасному дизайні	5
1.2. Особливості графічного комплексу виставкового проєкту	7
1.3. Роль кольору, композиції та шрифтових рішень у візуальній ідентифікації	8
РОЗДІЛ II ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ	10
2.1. Аналіз айдентики художніх виставок	10
2.2. Узагальнення результатів дослідження	26
РОЗДІЛ III РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО КОМПЛЕКСУ ДО ВИСТАВКИ СКУЛЬПТУРНИХ РОБІТ	28
3.1. Концептуальна ідея проєкту	28
3.2. Формування візуальної стилістики графічного комплексу	29
3.3. Колористичне та типографічне рішення	30
3.4. Адаптація графічного комплексу для виставкового та цифрового середовища	31
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	34
ДОДАТКИ	36

ВСТУП

Реклама виставки є важливою для привернення уваги відвідувачів, популяризації мистецтва та поширення інформації про подію. Вона допомагає залучити ширшу аудиторію, підвищити інтерес до скульпторів. Завдяки рекламі зростає інтерес до заходу та збільшує кількість його відвідувачів.

Темою кваліфікаційної роботи було обрано «Розробку графічного комплексу до виставки «Поза часом» Єгора Зігури», щоб продемонструвати важливість візуальної комунікації у сучасному культурному середовищі та створити простір для взаємодії автора з глядачем, поєднуючи демонстрацію творчих робіт із формуванням нових вражень та осмисленням художніх ідей. Специфіка представлення скульптури полягає в тому, що поєднує об'ємно-просторові мистецькі об'єкти з інформаційними та навігаційними елементами та саме вона зобов'язує візуальне оформлення не лише повідомляти необхідні відомості відвідувачам, а й підтримувати загальну концепцію експозиції, підкреслювати характер представлених творів і створювати відповідну атмосферу.

Виставка «Поза часом» Єгора Зігури орієнтована на те, щоб показати, як людина змінюється та адаптується до великих суспільних змін, знаходить баланс у нестабільності та сприймає відповідальність за власний вибір. За основу цієї виставки взято колекції «Зсув», «Післясьогодні» та «Зріз», які розглядаються, щоб показати внутрішні переживання, сумніви та трансформацію особистості людини під час глобальних процесів – війни, технологічних змін, криз цінностей і трансформації цивілізації.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей візуальної ідентифікації мистецьких подій та розробка графічного комплексу до виставки скульптурних робіт. Для досягнення мети передбачено дослідити розвиток візуальної ідентифікації, проаналізувати особливості графічного оформлення виставкових проєктів і роль основних засобів візуальної комунікації, розглянути аналоги, вивчити творчість скульптора Єгора Зігури, сформулювати концепцію

проєкту та адаптувати розроблену систему для виставкового й цифрового середовища.

Саме візуальна комунікація формує зацікавленість потенційних відвідувачів, перше враження та подальше сприйняття події, тоді як айдентика формує імідж культурного заходу, об'єднує різні носії інформації в єдину систему та сприяє створенню впізнаваного образу. Елен Луптон підкреслює, що послідовне використання типографіки, кольору та композиції дозволяє створити зрозумілу систему візуальної комунікації, яка полегшує сприйняття інформації аудиторією [5].

Об'єктом кваліфікаційної роботи є графічне оформлення виставкових проєктів у сфері мистецтва.

Предметом кваліфікаційної роботи є процес розробки графічного комплексу до виставки засобами графічного дизайну.

У процесі виконання роботи передбачено проєктування колористичної системи та вибір типографічного рішення, розробку логотипу, серії плакатів, бланків подяк та запрошень, конверта, банера, каталогу, квитка, бейджика та вивіски.

РОЗДІЛ I

ОСНОВНА ІНФОРМАЦІЯ ПЕРЕДПРОЄКТНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Історія розвитку візуальної ідентифікації та її роль у сучасному дизайні

Візуальна ідентифікація стала невід'ємною складовою сучасних брендів, культурних ініціатив і мистецьких проєктів, забезпечуючи їхню впізнаваність та цілісне сприйняття аудиторією. Перше враження людина часто отримує саме через графічне оформлення, ще до того, як ознайомиться з текстовою частиною. Візуальна ідентифікація посідає провідне місце у сучасному дизайні, оскільки вона допомагає створити впізнаваний та зрозумілий для аудиторії цілісний образ.

Проте сама ідея візуального розпізнавання виникла набагато раніше, ніж з'явився графічний дизайн саме як професія, адже люди з давніх часів використовували певні знаки та символи для позначення своєї належності до спільноти, роду, території чи професії. Своєрідними попередниками сучасної айдентики можна вважати герби, печатки, ремісничі клейма та інші візуальні позначення. Їхнє головне завдання було простим – допомогти відрізнити один об'єкт від іншого, надати унікальність, але зробити це візуально зрозумілим для кожного.

Перші суттєві зміни почалися після розвитку друкарства та масового виробництва, що спричинило стрімке зростання кількості товарів, видань і різноманітної продукції. Зростання кількості виробників спричинило потребу інформувати споживача та виділятися серед великої кількості конкурентів, що сформувало важливість візуального оформлення та створення певного унікального образу для кожного продукту. Найбільший вплив на розвиток візуальної ідентифікації відбувся у XX столітті, в час активного пошуку нових підходів у мистецтві, архітектурі та дизайні. Митці почали шукати рішення, які були б орієнтовані на функціональність, зрозумілість і ефективну передачу інформації.

Одну з найважливіших ролей у цьому процесі відіграла школа Баухаус – вища школа будівництва й дизайну, заснована Вальтером Гропіусом у Веймарі 1919 року. Її представники прагнули поєднати мистецтво з практичними потребами людини, відмовлялися від надлишкового декору та робили акцент на простих формах, логічній побудові композиції й функціональності. Баухаус став архітектурною та художньо-промисловою школою, а також творчою лабораторією, ідейним центром руху європейського функціоналізму та концепції єдності мистецтва [8]. Паралельно з цим розвивався конструктивізм, для якого були характерні геометричні форми, контрастні кольори та чітка організація інформації. Такі роботи показали, що графічні елементи можуть бути не лише декоративними, а й ефективно передавати повідомлення та керувати увагою глядача.

У другій половині XX століття значного поширення набув швейцарський стиль. Його основними рисами стали використання модульних сіток, лаконічна типографіка та впорядкована композиція. Саме тоді почали активно формуватися цілі системи, де всі елементи підпорядковувалися єдиній логіці, щоб зберігати впізнаваність незалежно від місця використання дизайну – на плакаті, в каталозі чи на виставковому стенді.

Сучасна айдентика повинна бути гнучкою, адаптивною та легко впізнаваною в будь-якому форматі, зважаючи на розвиток цифрових технологій. Вона має працювати одночасно на різних платформах і пристроях, хоча раніше існувала переважно у друкованому середовищі. У даному проєкті ми розглядаємо, як графічний комплекс стає своєрідним продовженням творчої концепції автора, допомагаючи об'єднати окремі елементи в єдину візуальну систему.

Отже, становлення візуальної ідентифікації відображає розвиток засобів комунікації та зміну підходів до організації інформації – від декоративно-ілюстративних форм до функціональних та зручних носіїв інформації. Сьогодні вона є одним із ключових інструментів графічного дизайну та відіграє важливу роль у формуванні образу сучасних культурних і мистецьких проєктів.

1.2. Особливості графічного комплексу виставкового проєкту

Графічний комплекс виставкового проєкту охоплює всі елементи, що об'єднані єдиною концепцією та спрямовані на формування цілісного образу події. На відміну від комерційних брендів, де візуальна ідентифікація часто орієнтована на довготривале використання та просування товарів чи послуг, виставки мають більш локальний і тематичний характер. Їхнє головне завдання полягає у створенні середовища, яке допомагає глядачеві зрозуміти ідею експозиції та налаштуватися на її сприйняття.

Дизайн виставки не обмежується створенням окремих носіїв інформації, а передбачає побудову цілісної системи візуальної комунікації. Насамперед графічний комплекс забезпечує інформування аудиторії про подію, її тематику, місце проведення та автора представлених робіт. Окрім інформаційної функції, візуальні елементи створюють перше враження про виставку та задають емоційний тон її сприйняття. Вони мають відповідати тематиці виставки, особливостям представлених робіт та задуму автора. Візуальна мова виставки має не конкурувати з мистецькими роботами, а підсилювати їх сприйняття та допомагати глядачеві краще зрозуміти закладену автором ідею. Як зазначає Шон Адамс, дизайн є інструментом, який впливає на спосіб сприйняття інформації та формування ставлення до неї [1].

Структура графічного комплексу може включати логотип або знак виставки, систему шрифтів, кольорову палітру, рекламно-інформаційні матеріали, навігаційні елементи та цифрові носії. Незважаючи на різне призначення носіїв, всі складові повинні функціонувати як єдина система, зберігаючи стилістичну цілісність незалежно від формату використання. Саме це формує впізнаваний візуальний образ, який супроводжує глядача на всіх етапах взаємодії з проєктом – від першого знайомства до безпосереднього відвідування виставки.

Особливої уваги потребує графічне оформлення виставок скульптурних робіт. Дизайнерські рішення мають враховувати просторовий характер експозиції, підтримувати її художню виразність, допомагати сприйняттю об'єктів, не перевантажуючи простір зайвими деталями та декоративними елементами. Для розглянутої виставки «Поза часом» Єгора Зігури графічний комплекс допомагає розкрити зв'язок між скульптурними роботами та аудиторією, оскільки основною темою проєкту є внутрішня трансформація людини в умовах глобальних суспільних змін. Саме тому під час розробки проєкту важливо забезпечити гармонійне поєднання концепції виставки, її художньої стилістики та засобів комунікації з відвідувачами.

Таким чином можна зазначити, що специфіка виставкової айдентики вимагає проєктування гнучкої візуальної системи, яка транслює концептуальний задум експозиції на всі типи носіїв – від просторових до цифрових.

1.3. Роль кольору, композиції та шрифтових рішень у візуальній ідентифікації

Колір, композиція та типографіка є основою візуальної ідеї, адже вони формують цілісний образ проєкту та забезпечують його впізнаваність у перенасиченому інформаційному просторі. Саме завдяки їхньому поєднанню створюється єдина система, здатна передавати характер, настрій і зміст певного бренду, події або культурного заходу.

Колористичне рішення є первинним фактором психоемоційного впливу на глядача, що визначає вектор сприйняття концепції виставки ще до моменту вербального контакту з експозицією. У контексті теорії кольору Й. Іттена, емоційний потенціал хроматичних сполук виходить за межі суто естетичної функції [3]. Відповідно, формування палітри виставкового проєкту має корелювати з пластикою та концептуальним навантаженням експонатів. Вона може підсилювати художній зміст представлених робіт або відображати певні ідеї та настрої, закладені автором, але важливо дотримуватися балансу між

виразністю та функціональністю, щоб кольори не відволікали увагу від основних представлених об'єктів.

Не менш важливим елементом є композиція. Вона визначає взаєморозташування всіх візуальних складових та формує візуальну ієрархію, акценти та загальну гармонію дизайнерського рішення. У сучасному графічному дизайні особливого значення набувають принципи балансу, контрасту, ритму та пропорційності. Вони створюють логічну структуру композиції та спрямовують увагу глядача на найважливіші елементи.

Типографіка є не лише засобом передачі текстової інформації, а й самостійним елементом дизайну, який впливає на загальний характер проєкту. Різні гарнітури здатні викликати різні асоціації та формувати певний настрій: одні шрифти сприймаються як стримані й офіційні, інші – як сучасні, експериментальні або емоційні. Елен Луптон зазначає, що типографіка є невід'ємною частиною візуальної комунікації, оскільки сприяє підвищенню читабельності тексту та на його сприйняття загалом [7]. Грамотно підібраний шрифт здатний посилити індивідуальність графічного образу та забезпечити його впізнаваність.

У виставкових проєктах неабияк важлива узгодженість кольору, композиції та шрифту, адже ці елементи повинні працювати як єдина система, яка підтримує концепцію експозиції та створює цілісний художній образ. Саме завдяки їх поєднанню формується ефективна візуальна комунікація між проєктом та його аудиторією.

РОЗДІЛ II

ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

2.1. Аналіз айдентики художніх виставок

Для порівняльного аналізу було обрано 12 художніх та скульптурних виставок – від українських до іноземних, дослідження яких дозволило виявити ключові тенденції формування сучасного експозиційного дизайну. Систематизація отриманих даних дозволяє визначити провідні художньо-композиційні прийоми інтеграції графіки в музейне середовище та підготувати підґрунтя для власного проектування.

У контексті дослідження візуальної комунікації масштабних культурних заходів доцільно проаналізувати графічний комплекс 59-ї Венеційської бієнале мистецтва «The Milk of Dreams» 2022 рік, створений британською студією A Practice for Everyday Life (APFEL) . Рішення студії виходить за межі суто інформаційного супроводу події, інтегруючи її кураторську філософію безпосередньо у графічну форму.

Візуальна концепція проєкту оперує темами постійних змін і руху, трансформації, ідентичності та зв'язку між людським і нелюдським. Шрифтове рішення головного напису виставки «The Milk of Dreams» є метаморфічним: класичні антиквенні літери трансформуються в гібридні, органічні та об'ємні форми, які тонко відсилають до історичного контексту виставки та самої Венеції через строгий класицизм із грайливою сучасною версткою.

Графічний інструментарій фокусується на кадруванні творів митців-учасників. Зокрема, акцент зроблено на фрагментах робіт із зображенням очей як символів рефлексії та сну. В екстер'єрі міста (на плакатах, банерах, білбордах) ці деталі масштабуються, адаптуючи виставковий простір до міського середовища. Колористична палітра та фонові текстури підібрані для підсилення загального художнього наративу, де масштаб і текст допомагають глядачеві орієнтуватися в експозиції.

Отже, кейс Венеційської бієнале 2022 року демонструє підхід, за якого айдентика підпорядкована експонованому матеріалу. Дизайнери не домінують над мистецтвом, а створюють для нього цілісний контекст, що є важливим досвідом для розробки складних виставкових систем.



Рис. 1.1, Рис. 1.2. The Milk of Dreams [9]

Другим об'єктом дослідження обрано графічний комплекс міжнародної виставки сучасного мистецтва documenta fifteen (2022 р., Кассель). Айдентика, створена індонезійською дизайн-студією Studio 404 у співпраці з кураторським колективом guanggura, базується на концепціях колективності та екологічності. Проєкт пропонує альтернативний, антикорпоративний підхід до брендингу масштабних культурних подій (Рис. 2.1, 2.2).

Дистанціюючись від традиційної строгої геометрії європейського модернізму, логотип та візуальний образ сфокусовані на формі рук, що переплітаються та символізують об'єднання зусиль, солідарність і спільне використання ресурсів (концепція «Lumbung») [10]. Типографіка побудована на кастомному рукописному шрифті із грубуватими, живими лініями, що підкреслює автентичність, відмову від жорстких інституційних рамок та ідею «людського фактора» в мистецтві. Колірна палітра поєднує відтінки вохристо-жовтого, теракотового, пильно-рожевого, приглушеного зеленого та глибокого синього кольорів, які відтворюють колористику традиційних природних пігментів та текстилю.

Рекламні постери, банери, офіційний сайт та навігаційні системи виставки побудовані на принципі гнучкого колажу та трафаретного друку. Замість глянцевих комерційних поверхонь графічні матеріали часто інтегрувалися безпосередньо в урбаністичний простір міста на простих паперових носіях, текстильних транспарантах чи у вигляді стріт-арту на стінах будівель. Характерним компонентом візуальної комунікації стали так звані «малюнки-протоколи» – графічні схеми, що нагадують інтелект-карти (mind maps), створені від руки для пояснення складних зв'язків між художніми колективами.

Таким чином, графічний комплекс *documenta fifteen* поєднує етнічні мотиви, екологічний підхід та рукотворну естетику, успішно руйнує стереотипи про елітарність мистецьких виставок та перетворює дизайн на інструмент соціальної взаємодії.



Рис. 2.1, Рис. 2.2. documenta fifteen [10]

У контексті аналізу системного брендингу доцільно дослідити редизайн галереї «Tate» у Лондоні (з акцентом на відкриття нового корпусу Tate Modern у 2016 році), який виконала агенція Wolff Olins (Рис. 3) [11]. Цей зразок У контексті аналізу системного брендингу доцільно дослідити динамічну та гнучку систему візуальної ідентифікації для великої культурної інституції, яка прагне поєднати історичну спадщину із сучасним цифровим середовищем.

Концептуальна основа базується на динамічному фокусі. Головний логотип був створений ще наприкінці 1990-х років у вигляді розмитого напису, що складається з багатьох дрібних точок, а у процесі модернізації 2016 року був спрощений та оптимізований для цифрових та друкованих носіїв. Дизайнери відмовилися від надто складних версій розмиття, адаптувавши базову форму та зберігши ефект «мерехтіння». Він існує у кількох станах – від абсолютно чіткого до напіврозмитого, що символізує постійну трансформацію мистецтва,плинність часу та різні рівні сприйняття виставкових об’єктів глядачем.

Шрифтове рішення базується на спеціально розробленому кастомному сімействі шрифтів Tate Sans – це сучасний, геометричний гротеск із делікатними гуманістичними рисами, який забезпечує максимальну читабельність у навігаційних системах, друкованих каталогах та мобільних додатках, не відволікаючи увагу від самих арт-об’єктів. Оновлена колірна палітра стала більш яскравою, сміливою та інклюзивною, адже замість монохромних рішень

розробники віддали перевагу насиченим відтінкам рожевого, глибокого синього, жовтого, бірюзового та фіолетового. Така колірна гнучкість дозволяє адаптувати графіку під різні виставки - від класичної скульптури до сучасного медіа-арту.

Описаний графічний комплекс «Tate» демонструє, як за допомогою зміни фокусу та чіткості можна об'єднати різноманітні виставкові простори, підкреслити ідею доступності мистецтва та його позачасового діалогу з глядачем.



Рис. 3 Ребрендинг «Tate» [11]

Четвертим об'єктом дослідження визначено графічний комплекс британського павільйону на Венеційській бієнале (розробленому дизайн-студією Templo), який ілюструє системний підхід до візуального супроводу просторових та художніх експозицій (Рис. 4). Головним завданням дизайнерів було створення графічної мови, що вступає в інтелектуальний діалог із концепцією самої виставки та її архітектурним контекстом.

Концепція візуальної ідентифікації оперує темами структурності, нашарування та взаємодії форми з простором. Графічні елементи побудовані на основі чітких геометричних ліній та архітектурних сіток, які відсилають до планів будівель, каркасів та тривимірних об'ємів, а також можуть стискатися, розгортатися або змінювати пропорції залежно від формату експозиційного залу.

Типографічне рішення є архітектурно точним: тут використано акцидентний гротеск з чіткими пропорціями та вивіреною геометрією літер, який

дозволяє тексту функціонувати як самостійний композиційний елемент виставкових стендів. Колірне вирішення комплексу базується на обмеженій палітрі, де домінують суворі монохромні тони (глибокий чорний, графітовий, чистий білий), доповнені одним або двома акцентними відтінками, запозиченими з будівельних чи природних матеріалів (наприклад, теракотовий або індустриальний синій). Такий вибір кольорів дозволяє графіці залишатися делікатною, не перетягувати на себе увагу від об'ємних експонатів та слугувати для них стриманим графічним тлом.

Акцент у проєкті зміщено на дизайн виставкового каталогу та навігаційній графіці всередині павільйону. Каталог спроектовано як матеріальний об'єкт із виразною архітектонікою: використання паперу різної щільності, відкрита корінцова прошивка та складні внутрішні сітки перетворюють книгу на тривимірне продовження виставки. Навігаційні елементи та текстові площини наносяться безпосередньо на стіни та конструкції павільйону, інтегруючись у його тіло і взаємодіючи зі світлом та тінями, що змінюються протягом дня [12].

Загалом, графічний комплекс від студії Templo є прикладом структурного проектування виставкових просторів, де графічні засоби підпорядковані загальній архітектурній та художній логіці експозиції та допомагають глядачеві глибше зчитувати просторові сенси.



Рис. 4. Британський павільйон на Венеційській бієнале [12]

П'ятим аналогом розглянемо болгарський павільйон на 60-й Венеційській бієнале художнього мистецтва (проект «The Neighbours»), створений дизайн-студією Punkt (Рис. 5) [13]. Він демонструє інтеграцію графічного дизайну у складну історичну та психологічну проблематику експозиції (пам'ять про політичне насильство та травму).

Концепція візуальної ідентифікації відображає ідею фрагментарності, напівстертих спогадів та матеріальних слідів часу. Замість традиційного статичного логотипу, дизайнери розробили динамічну та метафоричну систему, де головним елементом є графіка ліній, що нагадують нашарування часу, пил, тріщини на предметах або архітектурні плани занедбаних місць. Візуальні образи побудовані на основі реальних об'єктів виставки (меблів, побутових речей), які через графічне розмиття та деструкцію перетворюються на символи вислизаючої пам'яті.

Типографіка виставки є тонким балансом між офіційним інституційним шрифтом та емоційною акциденцією. Головні написи виконані стриманим та водночас виразним гротеском, де розташування літер та збільшена відстань між рядками створюють відчуття паузи, тиші та простору для роздумів. Колірна палітра є приглушеною та меланхолійною і в основі має монохромні кольори – відтінки сірого бетону, пилу, вицвілого паперу, глибокого сірого та графітового кольорів. Відсутність яскравості дозволяє підкреслити тривимірні об'єкти, гру світла й тіні та матеріальність експозиції.

Важлива роль у проекті відведена дизайну друкованого каталогу та путівника виставкою. Видання спроектовані з акцентом на тактильність: використання шорстких, незагладжених сортів паперу, відкрита палітурка та мінімалістична верстка з великою кількістю вільного простору (повітря). Графіка в каталозі чергується з документальними кадрами та макрозйомкою фактур об'єктів, перетворює книгу на самостійний художній артефакт та продовжує досвід взаємодії з виставкою поза її межами.

Описаний графічний комплекс Болгарського павільйону оприявнює відмову дизайну від домінування, поступаючись концепції концентрації глядача на внутрішньому, рефлексивному діалозі із матеріальною формою мистецтва.

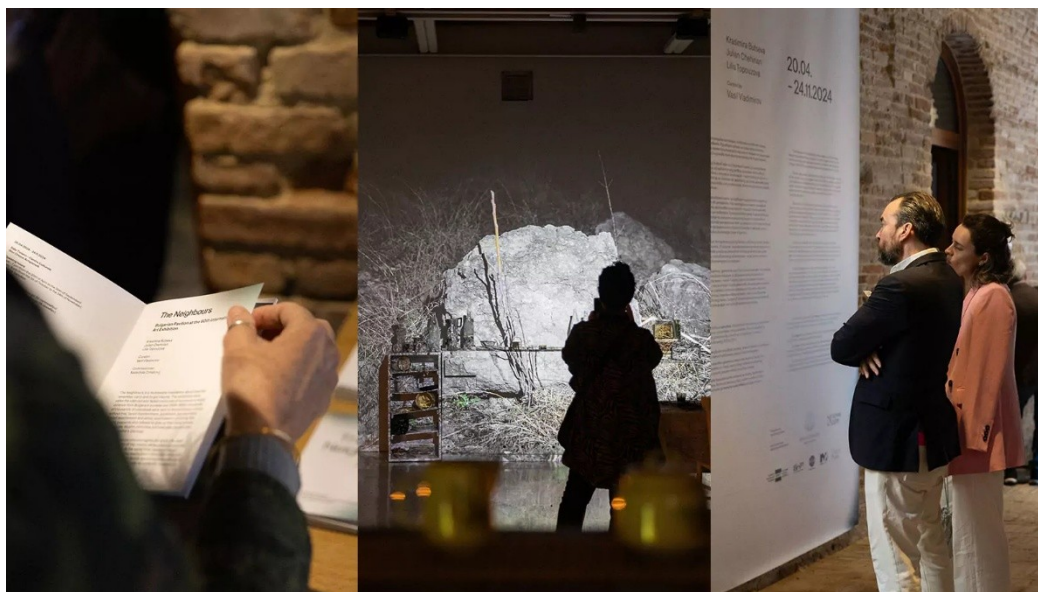


Рис. 5. «The Neighbours» [13]

Черговим об'єктом дослідження визначено графічний комплекс Міжнародного фестивалю «Книжковий Арсенал», створений українською дизайнеркою Лерою Гуєвською (Рис. 6). Цей кейс зображує системний підхід до брендингу масштабної культурної події через мову чистої абстракції, філософських концептів та інтелектуальної графіки, яка взаємодіє з історичним контекстом простору.

В основі візуальної концепції проєкту лежить метафора «нашарування досвідів», що досліджує категорію часу, пам'яті та взаємопроникнення різних історичних і культурних пластів. Авторка використовує живі, плинні структури, що нагадують відбитки текстур у часі, а головним графічним мотивом комплексу вона робить динамічну цифрову графіку, яка імітує деформацію форм.

Основний шрифт проєкту є кастомним, із деструктивними та асиметричними формами літер, що апелює до ідеї незавершеності, тривалого процесу та людського сліду. Шрифтові блоки часто інтегруються безпосередньо в графічні пласти, перекриваються ними або самі стають частиною абстрактної композиції, що руйнує традиційні правила чистої журнальної верстки на користь виставкового експерименту. Кольори та відтінки цієї композиції – приглушені,

глибокі земляні та мінеральні (тераотовий, графітовий, оливковий, пильно-сірий) з точковими вкрапленнями контрастних кислотних або люмінесцентних кольорів. Цей прийом дозволяє графіці одночасно виглядати монументально, наче вона є частиною архітектурного тіла галереї, і при цьому зберігати динамічний ритм сучасного цифрового мистецтва [14].

Інформаційні площини, експлікації та путівники спроектовані за принципом просторового колажу, де текст наноситься шарами на різні за фактурою та прозорістю матеріали. Завдяки цьому графіка вступає в активну взаємодію з величними стінами та арками старого Мистецького Арсеналу, реагуючи на природне світло і створюючи додатковий вимір сприйняття для відвідувача.

Аналіз засвідчує, що графічний комплекс Лери Гуєвської є характерним прикладом концептуального дизайну, де візуальні комунікації перетворюються на самостійне кураторське дослідження, а айдентика може говорити мовою метафор і пластичних об'ємів, стаючи органічним продовженням самого виставкового простору.

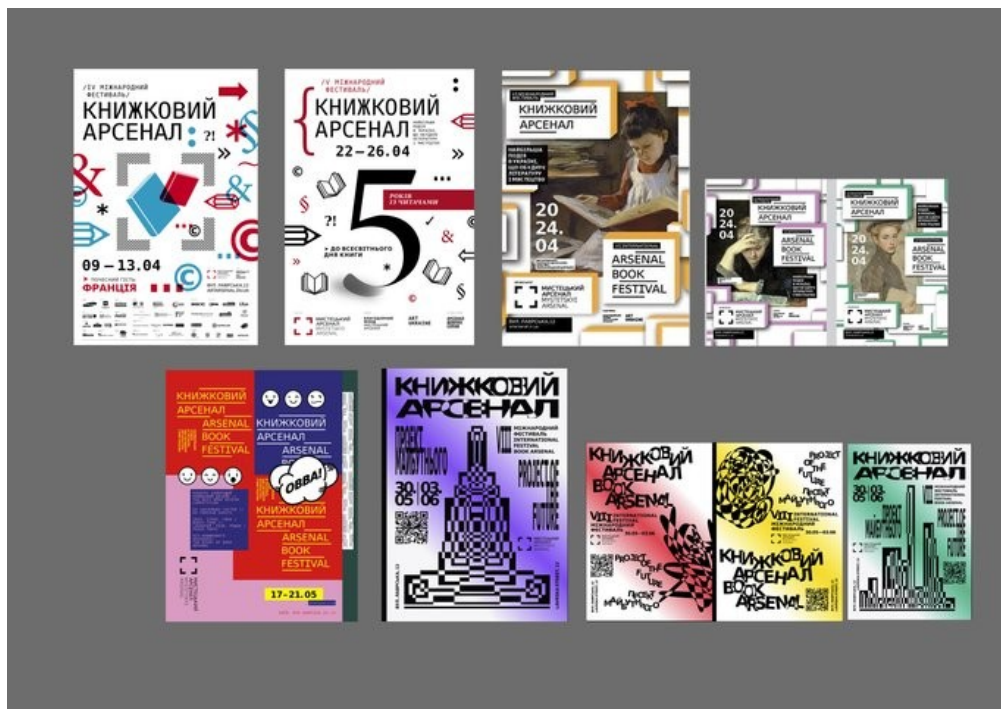


Рис. 6. Айдентика «Книжкового Арсеналу» з 2015 до 2018 роки [14]

Сьомим аналогом доцільно проаналізувати виставку «Ілюстротека. Українська ілюстрація в діалозі двадцятих» (Рис. 7) [15]. Проєкт цікавий тим, що

автори не намагалися створити нову айдентику, а побудували візуальний діалог між художніми традиціями українського модернізму 1920-х років та сучасними експозиційними практиками.

Концепція візуального стилю тут відтворює естетику архіву та каталогізації. Графічна форма базується на першоджерелах: геометрії, конструктивістських прийомах та лінійній пластиці, спираючись на сторічне минуле замість створення нової айдентики. Ключовим образом стали імітації сторінок кас, видавничих журналів та друкарських блоків за допомогою чітких модульних сіток та лінійних рамок.

Типографічне рішення зумовлене переосмисленням історичних шрифтів, адже головні виставкові написи та акциденція виконані з використанням характерних гротесків та напівжирних накреслень. Шрифтові блоки організовують рух глядача та зв'язують представлені хронологічні періоди. Колористика обмежена класичною тріадою графічного друку: чорним, білим та відтінками архівного паперу (крафту). Таке монохромне рішення дозволяє сучасній графіці гармонійно співіснувати з автентичними експонатами.

Окремо варто виділити інтеграцію графіки в архітектуру залів. Текстові експлікації, цитати митців та навігаційні позначки нанесені на стіни та виставкові конструкції з використанням принципу колажу та нашарування геометричних площин, а картки підписів до робіт розроблені як елементи єдиної бібліографічної системи.

З погляду нашої роботи, «Ілюстротека» є досвідом того, як мінімалістичні графічні засоби дозволяють створити цілісне середовище, де дизайн виконує функцію смислового обрамлення мистецтва.



Рис. 7. Експозиційна графіка виставки «Ілюстротека» [15]

Перспективним для дослідження є також графічний комплекс Європейської бієнале сучасного мистецтва Manifesta 11 (Рис. 8) [16]. Концепція базується на використанні методів інфографіки, систем піктограм та класичного швейцарського дизайну для структурування складного виставкового наративу, розгорнутого у масштабах усього міста.

Проект фокусується на темах типізації, людській праці та професіях, що безпосередньо відсилають до кураторської теми виставки. Розгалужена система мінімалістичних піктограм призначена для позначення різних видів людської діяльності та взаємодії, маркування простору експозиції та об'єднання різномірних творів мистецтва в єдину концептуальну систему.

Шрифт є бездоганно вивіреном та інституційним і базується на використанні класичного модерністського гротеску, що забезпечує максимальну нейтральність, чистоту та читабельність. Дизайн підпорядкований чіткій сітці: великі тексти на стінах та описи до робіт враховують архітектуру залів, завдяки чому інформація стає природною частиною виставкового простору. Колірна палітра графічного комплексу побудована на жорсткому мінімалізмі та високому контрасті завдяки використанню чистого білого та глибокого чорного, що доповнюють яскравими сигнальними плямами. Таке обмеження дозволяє графіці залишатися лаконічною, не дисонуючи з колоритом художніх об'єктів та скульптур.

Дизайнери в цій роботі відмовилися від складного декоративного оформлення, надаючи перевагу концептуальному міському та галерейному

маркуванню: піктограми та стрілки наносилися безпосередньо на підлогу, колони та стіни виставкових просторів, скеровуючи глядача між експонатами. Каталоги та брошури підкреслюють аналітичний характер виставкового проєкту, оскільки спроектовані як строгі робочі інструменти з чітким акцентом на інфографіку.

Таким чином бачимо, що графічний комплекс Manifesta 11 пропонує досвід того, як раціональний, системний дизайн та мова символів можуть перетворитися на потужний органічний інструмент, який впорядковує художній простір і допомагає глядачеві зчитувати складні концептуальні зв'язки.



Рис. 8. Monochrome matchstick men lead the way [16]

Окрему аналітичну цінність для нашого проєкту має графічний комплекс Британської бієнале скла (British Glass Biennale), створений дизайн-студією Mytton Williams, оскільки концепція є максимально близькою до виставки скульптур Єгора Зігури, адже тут дизайн працює безпосередньо з тривимірною формою, матеріалом, прозорістю, світлом та об'ємом.

Головний графічний знак та супутні елементи побудовані на основі тонких ліній, нашарувань геометричних фігур та ефекту прозорості, що візуально відтворює специфіку тривимірних виробів зі скла. Графічні форми накладаються одна на одну, створюючи ілюзію глибини та об'єму, що дозволяє плоскому дизайну функціонувати в одному естетичному полі із виставковими експонатами.

Шрифтове рішення комплексу використовує витончене та світле оформлення з широкою розрядкою літер, створюючи відчуття вільного простору та невагомості (Рис. 9). В експозиції текст виконує роль непомітного, прозорого провідника, який чітко структурує інформацію, не відволікаючи глядача від споглядання пластичних форм. Основними кольорами виступають глибокий чорний, білий та градація сірих і сріблястих відтінків, що імітують відблиск світла та тіні на скляних поверхнях. Така чітка палітра підкреслює текстуру та форму представлених на виставці художніх робіт.

Каталог спроектовано із великою кількістю білого простору, де великоформатні фотографії об'єктів межують із чіткими текстовими блоками. Навігаційні елементи, назви розділів та підписи часто наносяться на прозорі або напівматові матеріали (наприклад, акрил чи спеціальне скло), що дозволяє текстовим площинам взаємодіяти з архітектурою залів та світлотіньовим малюнком простору [17].

Досвід розробки цієї виставки ілюструє системний підхід до презентації об'ємного мистецтва, адже дизайн не домінує над експозицією, а створює цілісну, світлу та інтелектуальну концептуальну візуальну основу.

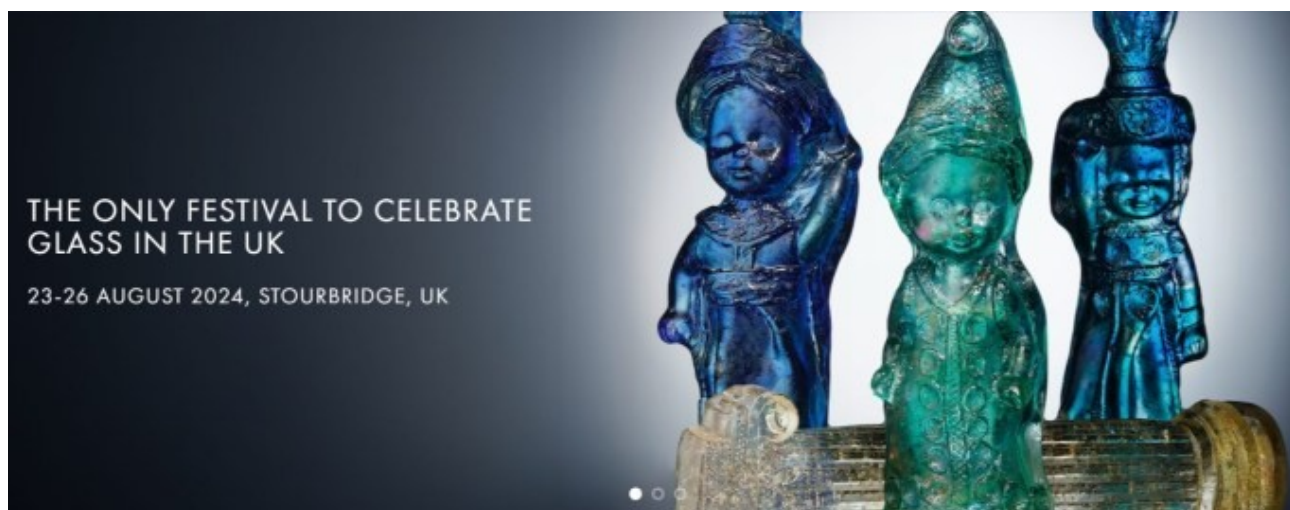


Рис. 9. Типографічне рішення та фірмовий знак Британської бієнале скла [17]

Доцільно проаналізувати графічний комплекс Тель-Авівської бієнале ремесел та дизайну (Tel Aviv Biennale of Crafts & Design), розробленому для Музею Ерец-Ісраель (Рис. 10) [18] показує, як графічний дизайн може стати

сполучною ланкою між традиційними матеріальними ремеслами (кераміка, скло, метал, текстиль) та ультрасучасним виставковим простором.

Концепція відображає архітектоніку першоформи, матеріальності та процесу створення об'єкта, яка проявляється через використання масивних, майже архітектурних геометричних площин та ліній. Елементи взаємодіють між собою через накладання та зсуви, створюючи відчуття динаміки, тривимірного об'єму та тектоніки на двовимірній площині.

Типографіка є монументальною, структурною та використовує міцний, вагомий шрифт для функціонування тексту нарівні з художніми експонатами. Текстові блоки, назви залів та експлікації мають чітку геометрію та великий масштаб, що оптимізує навігацію глядача та структурує музейні простори. Колористичне рішення базується на природних матеріалах та архетипічних фактурах: у палітрі переважають земляні, піщані та кам'яні відтінки разом з чорним та білим. Така природна гамма створює нейтральне тло, яке підкреслює матеріальне походження представлених на бієнале скульптур та об'єктів.

У самому просторі музею графіка наноситься безпосередньо на стіни та виставкові стенди, враховуючи падіння світла й тіней від тривимірних об'єктів, що перетворює навігаційні тексти на невіддільну частину загального художнього ландшафту виставки.

Таким чином, описаний графічний комплекс Тель-Авівської бієнале є прикладом матеріально-орієнтованого дизайну. Завдяки монументальній типографіці та природній колірній гамі, айдентика д функціонує як смислове обрамлення об'ємного мистецтва, підкреслюючи його фізичну природу та позачасову цінність ручної праці.

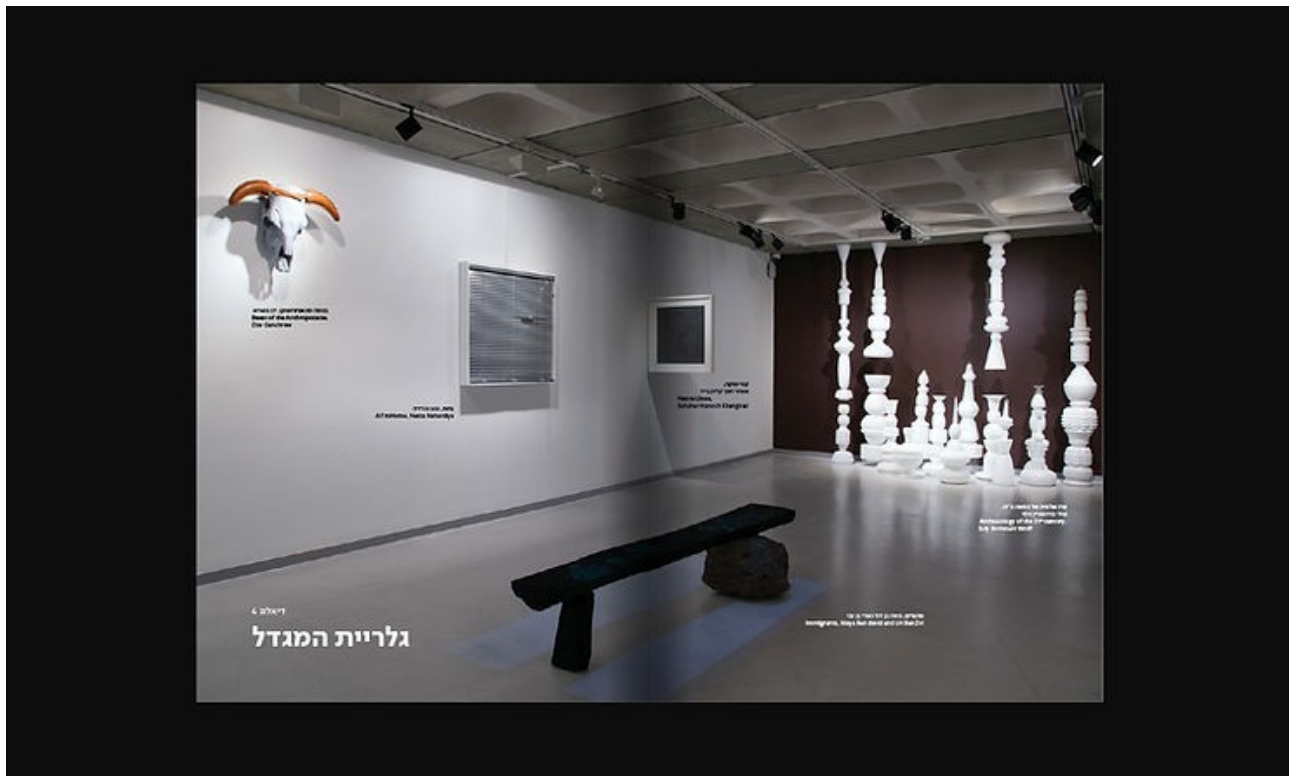


Рис. 10. Галерея «Мігдал» (подвійний розворот з каталогу) [18]

Розглянемо також графічний комплекс виставки «Rising Currents» у Музеї сучасного мистецтва в Нью-Йорку (MoMA), що створений внутрішньою дизайн-студією інституції (Рис. 11) [19]. Він пояснить, як засоби графічного дизайну та просторової верстки можуть транслювати динамічні, глобальні процеси (плинність, рух стихій, екологічні зміни) у чітку систему.

Концептуальне рішення апелює до метафори руху, хвилі та підняття рівня води. Головним графічним прийомом стала динамічна типографіка та лінійна графіка, що імітує топографічні карти, ізолінії та коливання водних потоків, а літери ніби «занурюються» або піднімаються над умовною лінією горизонту, що створює сильний оптичний ефект руху на статичній площині експозиційної стіни.

У роботі використаний фірмовий музейний шрифт MoMA Gothic, який забезпечує структурну чіткість та візуальну строгість. Але цього разу дизайнери експериментували та нанесли тексти на стіни із використанням великих масштабних контрастів та нелінійного розташування рядків. Кольори є стриманими та концептуальними, а саме чорний, синій, аквамариновий та сірий.

Такий вибір зумовлений потребою створити прохолодну, інтелектуальну атмосферу в залах, виступаючи нейтральним тлом для об'єктів виставки.

Особлива увага приділена інтеграції графіки безпосередньо у фізичне тіло виставки. Інформаційні шари, карти та експлікації наносяться безпосередньо на стіни галереї у вигляді великоформатної графіки, що дозволяє уникнути зайвих рамок і планшетів. Навігаційні стрілки та схеми інтегровані в кути стін та переходи між залами, органічно вписуючись у простір і мінімізуючи зусилля відвідувача при зчитуванні складного аналітичного матеріалу у зручній візуальній формі.

Отже, графічний комплекс виставки «Rising Currents» у MoMA ілюструє ефективність системного підходу: айдентика не просто структурує експозицію, а стає візуальним еквівалентом часу й трансформації.

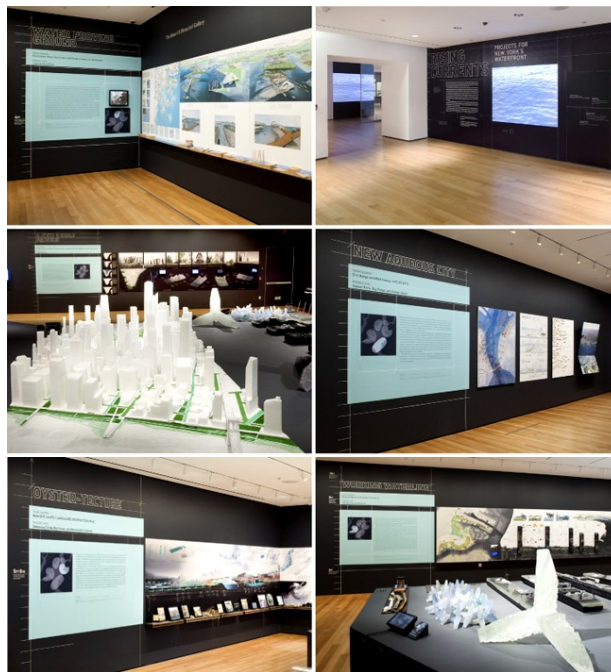


Рис. 11. Просторове оформлення виставки «Rising Currents» [19]

Завершальним об'єктом аналізу визначено PinchukArtCentre (Київ, Україна). Оскільки це один із провідних центрів сучасного мистецтва в нашій країні, його підхід до графічного дизайну та виставкового простору є релевантним для вітчизняного середовища.

Просторова концепція інституції спирається на принцип «білого куба», який не відволікає глядача від арт-об'єктів, а лише слугує основою для них.

Графічні елементи є чіткими геометричними формами та демонструють відмову від зайвого декору, поступаючись архітектурній монументальності.

Типографічне рішення базується на використанні кастомних накреслень латиниці та кирилиці, які забезпечують базову комунікаційну та естетичну роль. У виставкових залах назви проєктів наносяться безпосередньо на стіни за допомогою великих за розміром літер із значними міжсимвольними інтервалами. Обрана класична тріада кольорів – глибокий чорний, чистий білий та нейтральний сірий – гарантує, що графіка не створюватиме візуального шуму навколо різнобарвних або складних за фактурою скульптур та інсталяцій. Будь-які додаткові акцентні кольори вводяться в айдентику окремих виставок вкрай обережно та концептуально [20].

Особливу роль у просторі PinchukArtCentre відіграють експозиційна навігація та дизайн друкованої продукції (гідів, буклетів, каталогів). Навігаційні елементи інтегруються у стіни, підлогу та скляні перегородки арт-центру так, щоб делікатно супроводжувати відвідувача через складні лабіринти залів. Виставкові путівники мають строгую, архітектурну верстку, де велика кількість вільного простору поєднується з бездоганною читабельністю інформаційних блоків.

Отже, PinchukArtCentre ілюструє принципи функціонального та концептуального графічного дизайну. Айдентика арт-центру діє як універсальний медіатор, що структурує художнє середовище та допомагає глядачеві зосередитися на чистому сприйнятті пластичних мистецьких форм.



Рис. 12. Текстове оформлення виставкових стін PinchukArtCentre [20]

2.2. Узагальнення результатів дослідження

Аналітичний огляд світових та вітчизняних художніх виставок дозволив виявити ключові тенденції формування сучасного експозиційного дизайну. На основі дослідження проєктів провідних музейних установ (зокрема MoMA, Tate Modern, PinchukArtCentre) сформовано цілісне уявлення про роль візуальних комунікацій як концептуального розширення задуму, здатного транслиувати філософські, часові та матеріальні категорії.

Дослідження підтвердило, що сучасна айдентика відмовляється від суто декоративної функції на користь інтеграції в архітектурне тіло галереї. Фізичні властивості експонатів (об'єм, прозорість, тектоніка) відтворюються засобами графіки через накладання напівпрозорих шарів, використання масивних форм чи природних кольорів. У виставковому середовищі домінує просторова типографіка, що балансує між нейтральністю та експериментальною ідеєю, де шрифт перетворюється на самостійний художній об'єкт.

Колірна палітра проєктів схиляється до суворого мінімалізму й базується на монохромі, що гарантує нейтральну базу для художніх творів і відсутність візуального шуму. Навігаційні системи, інфографіка та тексти інтегруються безпосередньо в площини стін, підлоги чи скляних перегородок, виступаючи інструментом структурування арт-простору.

Найефективнішим визначено підхід, за якого графічний комплекс не домінує над експозицією, а створює для неї делікатну й інтелектуальну візуальну раму. Сформовані аналітичні дані слугують безпосереднім підґрунтям для розробки авторського графічного комплексу виставки тривимірних скульптур Єгора Зігури.

РОЗДІЛ III

РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО КОМПЛЕКСУ ДО ВИСТАВКИ СКУЛЬПТУРНИХ РОБІТ

3.1. Концептуальна ідея проєкту

Графічний комплекс «Поза часом» Єгора Зігури розроблений з метою дослідити людину як позачасове явище, її здатність змінюватися, ламатися, але водночас адаптуватися до складних життєвих умов та викликів.

Головна художня ідея – візуалізувати процес внутрішньої трансформації особистості під час глобальних криз, воєн та переоцінки цінностей. Основною задачею постало створити цілісне середовище, яке з першого погляду зацікавить глядача та налаштує на розуміння пластичної мови скульптур, а також сформує впізнаваний образ виставки у друкованих та цифрових середовищах. Аудиторія проєкту – це поціновувачі сучасного мистецтва, художники, дизайнери, культурні діячі та активна молодь, тобто це перш за все люди, що регулярно цікавляться та взаємодіють з культурним середовищем.

Важливою складовою проєкту є прямий зв'язок графічної мови з філософськими ідеями трьох конкретних скульптурних колекцій автора – «Зсув», «Післясьогодні» та «Зріз», адже їх айдентика не просто супроводжує експонати, а слугує продовженням їхніх головних сенсів. Серія «Зсув» присвячена тектонічним змінам у людській свідомості, переживанню внутрішнього розколу, втраті стійкості та водночас пошуку нової точки опори під час глобальних катастроф. Цей мотив відображений у конструкції логотипу, де силует людської голови зазнає дзеркального поділу та зміщення по вертикальній осі, геометрії фірмового патерну та асиметричного розміщення елементів. Серія «Зріз» досліджує оголення суті речей, нашарування пам'яті, внутрішню будову форми та взаємодію людини з першоматеріалами. Концепт цієї роботи проявляється в замкнутій і приглушеній природній колірній гамі (теракотово-коричневий, відтінок окисленої бронзи та піщано-кремове тло) та

використанні тактильних матеріалів, таких як шорсткі поверхні, щільний папір карток та запрошень та брендovanі стрічки, у друкованій продукції. Серія «Післясьогодні» зображує футуристичні мотиви, переосмислення майбутнього та місце людини у новому, технологічному й часто холодному світі після пережитих криз. Для передачі цієї концепції було обрано специфічне рішення – використання геометричного шрифту Cascadia Code, який асоціюється з цифровим кодуванням та програмуванням, створює необхідний контраст із класичною монументальною скульптурою. Кожен елемент створеного графічного комплексу працює на розкриття провідної ідеї автора, об'єднуючи «Зсув», «Зріз» та «Післясьогодні» в єдиний цілісний візуальний сюжет.

3.2. Формування візуальної стилістики графічного комплексу

Візуальна стилістика виставки народилася безпосередньо з пластики самих скульптур та їхнього філософського наповнення. Айдентика навколо роботи побудована як стримане мінімалістичне середовище, що підкреслює монументальність об'ємних форм та відмовляється від складних художніх ефектів на користь виразних ритмічних акцентів.

Фундаментом графічної системи став логотип, який поєднує чіткий чорний силует людської голови у профіль та його дзеркальне контурне відображення. Цей свідомий поділ форми внаслідок зламу та процесу роздвоєння ментального стану нагадує, що головним об'єктом дослідження є внутрішній світ людини. Унікальний графічний патерн із безлічі дрібних силуетів розділеної голови схожий на потік або міраж, що передає відчуття перебування «поза часом» та унаочнює масовість екзистенційних переживань.

Як зазначається у навчальному посібнику «Основи композиції в дизайні», саме ритм та масштабні зіставлення дозволяють керувати увагою глядача й створювати емоційний настрій [2]. Саме на основі цього побудовані композиційні рішення за принципом контрастів та взаємодії вільної площини із фотографіями скульптур. Наприклад, на головній афіші велике зображення

скульптури сміливо виходить на перший план і перекриває колірні площини, створюючи відчуття тривимірності, а зигзагоподібні лінії на матеріалах працюють як візуальні «кардіограми» змін, додаючи макетам динаміки та гостроти.

3.3. Колористичне та типографічне рішення

Колірна палітра графічного комплексу базується на пастельних, благородних і дещо приглушених природних відтінках, які підпорядковані меті передати атмосферу монументальності та стриманості. Було обрано глибокий теракотово-коричневий колір землі, складний бірюзово-зелений відтінок окисленої бронзи, а також м'який, теплий кремово-бежевий тон як основне тло макетів. Такий вибір не є випадковим, адже саме ці кольори кодують у собі глину, камінь, бронзу та дерево. У дослідженні «Потаємне життя барв» (2021) авторка Кассія Сент-Клер детально описує, як кожен колір несе в собі глибокі підсвідомі асоціації та власну соціокультурну історію, пов'язану з фізичною природою речей [4]. У випадку виставки «Поза часом» палітра проєкту викликає у глядача відчуття тривалості та стійкості, протиставляючи ці спокійні відтінки швидкоплинності сучасного цифрового світу.

Шрифтове рішення зумовлене контрастом між двома гарнітурами, що формують чітку інформацію на носіях. Для титульних написів було обрано шрифт Cascadia Code, чия чітка геометрична пластика надає дизайну відчуття раціональності й технологічності, підкреслюючи рамки сучасних людей. На противагу йому, для набору основного масиву тексту на матеріалах використано класичний Century Gothic, який завдяки круглим формам букв та чистим лініям забезпечує бездоганну читабельність на будь-яких носіях – від маленького бейджа до великої афіші. Він працює дуже делікатно, формуючи необхідний візуальний баланс та спокій навколо експресивних зображень скульптур Єгора Зігури.

3.4. Адаптація графічного комплексу для виставкового та цифрового середовища

У фізичному просторі музею дизайн працює на кількох рівнях: від масштабної вхідної афіші з великим фото скульптури Єгора Зігури до дрібних елементів кураторського супроводу – персональних бейджів команди, брендovаних стрічок, запрошень для гостей та подяк за участь в організації. Ця просторова система матеріальних носіїв покликана упорядкувати шлях відвідувача галереєю, скеровуючи його між експонатами за допомогою елементів навігації. Усі ці матеріали створюють приємне тактильне відчуття та підкреслюють статус події через використання зигзагоподібних ліній та ритмічного патерну з профілів.

Для цифрового середовища (анонсів в Instagram, Facebook та банерів на культурних порталах) макети були адаптовані під вертикальні та квадратні формати дисплеїв. Особливу увагу при розробці веб-графіки було приділено оптимізації екранної типографіки та адаптивності елементів айдентики до екранів смартфонів будь-якого розміру. У діджитал-середовищі увагу привертають чіткі силуети, фірмовий стиль, зрозумілий логотип та великі зображення скульптур. Завдяки високому контрасту кольорів банери виглядають яскраво й чисто на будь-яких носіях, акуратно ведучи глядача від першого кліку в інтернеті до реальних скульптурних робіт у залах музею.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто та вирішено творче і водночас практичне завдання – досліджено специфіку мистецьких подій та розроблено графічний комплекс до виставки скульптурних робіт «Поза часом» Єгора Зігури. Фірмовий стиль еволюціонував від простих знаків власності минулого до сучасних гнучких цифрових систем, які легко адаптуються під будь-які потреби. Специфіка оформлення виставок об'ємно-просторового мистецтва зобов'язує дизайн не конкурувати з експонатами, а створювати для них розумову раму, яка підсилює концептуальний задум автора та керує увагою глядача.

Завдяки детальному дизайнерському аналізу дванадцяти аналогів світових та вітчизняних виставкових проєктів, серед яких кейси MoMA, Tate Modern, Венеційської бієнале та PinchukArtCentre, було встановлено, що сучасна айдентика тяжіє до суворого колористичного мінімалізму, використання просторової нелінійної типографіки та безпосередньої інтеграції графічних елементів в архітектурне тіло залів, що дозволяє уникнути зайвого візуального шуму навколо творів мистецтва.

Сформована та реалізована в роботі авторська ідея для виставки «Поза часом» фокусується на темі внутрішньої боротьби та трансформації в часи криз цивілізацій та воєн. Підґрунтям проєкту стали скульптурні колекції автора «Зсув», «Післясьогодні» та «Зріз». Розроблений логотип із дзеркальним поділом профілю людської голови та фірмовий динамічний патерн демонструють екзистенційні переживання і стан перебування поза часовим виміром. Цей задум підкріплений використанням приглушеної природної палітри (теракотових, кам'яних та металевих відтінків) та контрастом типографіки, де технологічний шрифт протиставляється монументальній пластиці, досягаючи необхідного композиційного балансу. Кожен елемент графіки працює як площинна метафора об'ємної пластики митця, трансформуючи складні філософські концепції у чіткі та зрозумілі візуальні образи.

Проектний комплекс було успішно адаптовано для двох середовищ – друкованих носіїв (афіш, бейджів, запрошень та стрічок) та цифрового простору (соціальні мережі Instagram, Facebook та веббанери). Було створено лаконічні макети з акцентом на зображення скульптур та чітку типографіку для ефективного заохочення глядача та кращого розуміння виставки «Поза часом». Універсальність та гнучкість розробленої системи дозволяє масштабувати її для виставкових залів будь-якого формату, зберігаючи цілісність візуального бренду проекту. Таким чином, створений графічний комплекс демонструє практичну цінність та може бути безпосередньо застосований для комплексного промоутовування та функціонування виставки у сучасному культурному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамс Шон. Як дизайн спонукає нас думати. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с.
2. Основи композиції в дизайні : навчальний посібник / уклад. О. В. Титаренко. Київ : Ліра-К, 2018. 212 с.
3. Ігтен Й. Мистецтво кольору / пер. Монахова Л. Київ : Видавництво Аронов, 2020. 96 с. : іл.
4. Кассія Сент-Клер. Потаємне життя барв / пер. Сокульська К. Київ : КМ-БУКС, 2021. 296 с.
5. Луптон Е. Думати з типом. Київ : ArtHuss, 2021. 224 с.
6. Шевченко В. Я. Композиція плаката : навчальний посібник. Харків : Колорит, 2004. 123 с. : іл.
7. Елен Луптон. Основи графічного дизайну. Київ : ArtHuss, 2020. 240 с.
8. Попова К. Школа Баухаус: чим вона відома та що дивитися у найсміливішому навчальному закладі XX століття. URL: <https://elle.ua/elle-decoration/shkola-bauhaus-chim-vona-vdoma-ta-shcho-divitisya-u-naysmlivshomu-navchalnomu-zaklad-hh-stolttya/> (дата звернення: 02.06.2026).
9. A Practice for Everyday Life. Venice Biennale 2022. Case Study. URL: <https://apracticeforeverydaylife.com/case-studies/venice-biennale-2022> (дата звернення: 07.06.2026).
10. Documenta Fifteen. Keyvisuals Download Area. URL: <https://documenta-fifteen.de/downloadbereich-keyvisuals/> (дата звернення: 07.06.2026).
11. Brandinlabs. Tate Modern Brand Identity. URL: <https://www.brandinlabs.com/2016/06/30/%E5%80%AB%E6%95%A6%E6%B3%B0%E7%89%B9%E7%BE%8E%E8%A1%93%E9%A4%A8%E5%85%A8%E6%96%B0%E7%9A%84%E5%93%81%E7%89%8C%E6%A8%A3%E8%B2%8C%E5%B1%95%E7%8F%BE%E5%87%BA%E8%87%AA%E4%BF%A1%E7%9A%84%E8%A1%A8/> (дата звернення: 06.06.2026).

12. Templo. Venice Biennale Arch 2025. URL: <https://templo.co.uk/work/venice-biennale-arch25> (дата звернення: 07.06.2026).
13. Punkt. Studio. Bulgarian Pavilion at Venice Biennale 2024. URL: <https://www.punkt.studio/project/bulgarian-pavilion-venice-biennale-2024> (дата звернення: 07.06.2026).
14. Суспільне Культура. Айдентика Книжкового Арсеналу 2025. URL: <https://suspilne.media/culture/994533-nasaruvanna-dosvidiv-6-zapitan-do-leriguesvskoi-pro-ajdentiku-knizkovogo-arsenalu-2025/> (дата звернення: 07.06.2026).
15. Kyiv Maps. Виставка «Ілюстротека». URL: <https://kyivmaps.com/en/events/vistavka-ilustroteka-ukrainska-ilustracia-v-dialozi-dvadcatih> (дата звернення: 08.06.2026).
16. The Spaces. Manifesta 11 Witty Graphics Guide. URL: <https://thespaces.com/manifesta-11-witty-graphics-guide-visitors-around-zurich-art-biennial/> (дата звернення: 08.06.2026).
17. Mytton Williams. British Glass Biennale Case Study. URL: <https://www.myttonwilliams.co.uk/british-glass-biennale> (дата звернення: 08.06.2026).
18. MUZA. Tel Aviv Biennale of Crafts & Design Graphic Identity. URL: <https://www.eretzmuseum.org.il/en/post/graphic-identity-for-the-tel-aviv-biennale-of-crafts-design/> (дата звернення: 08.06.2026).
19. Museum of Modern Art (MoMA). Rising Currents Graphic Design. URL: https://www.moma.org/explore/inside_out/2010/10/08/rising-currents-rising-standards-graphic-design-takes-up-the-challenge/ (дата звернення: 08.06.2026).
20. PinchukArtCentre. About the Art Centre. URL: <https://pinchukartcentre.org/en/about-pinchukartcentre> (дата звернення: 08.06.2026).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

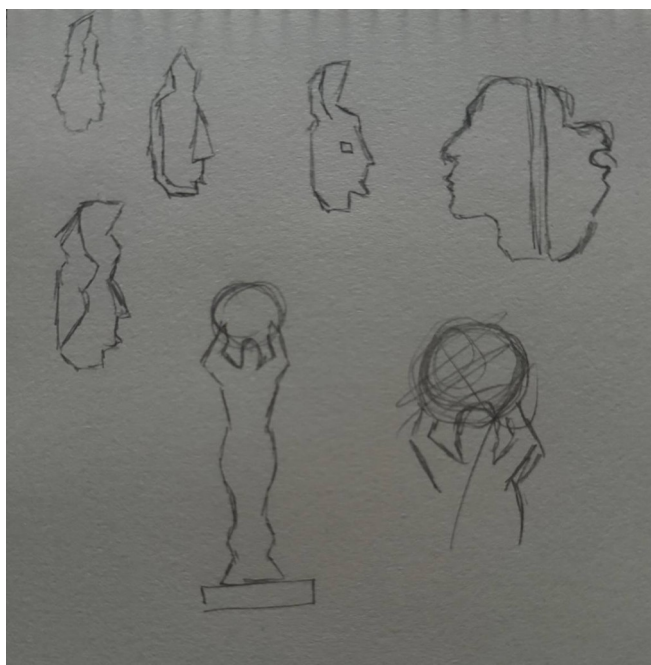


Рис. 1 Пошук логотипу

Рис. 2 Пошук логотипу



Рис. 3 Пошук логотипу

ДОДАТОК А



Рис. 4 Підбір кольорової гами



Рис. 5 Підбір кольорової гами

ПРОЄКТНА ЧАСТИНА

Аркуш 1 - логотип, шрифти, фірмові кольори, фірмовий патерн

Аркуш 2 - конверт, квиток, бірка для робіт, буклет, подяка

Аркуш 3 - плакат 1, плакат 2, банер

Аркуш 4 - запрошення, бейдж, каталог

Аркуш 5 - плакат