

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра архітектури та дизайну

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи на тему

«Розробка айдентики для благодійної спортивної події»

Студента 4 курсу групи ДИЗ-41
спеціальності 022 «Дизайн»
спеціалізації «Графічний дизайн»

Горобця Валерія Віталійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник:

(вчені ступінь і звання, прізвище, ім'я, по
батькові)

Рецензент:

(вчені ступінь і звання, прізвище, ім'я, по
батькові)

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Національна шкала

Тернопіль – ЗУНУ

2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
 РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ	
1.1. Опис соціальної проблеми та її актуальність.....	6
1.2. Огляд і аналіз інформаційних джерел щодо проблеми.....	7
1.3. Дизайн-аналіз аналогів і прототипів.....	9
Висновок розділу 1.....	14
 РОЗДІЛ 2. ПОШУК ІДЕЇ ТА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ БЛАГОДІЙНОГО СПОРТИВНОГО ЗАХОДУ «КОД РУХУ»	
2.1. Пошук та обґрунтування візуального образу.....	17
2.2. Аналіз візуальних стилів та підходів.....	20
2.3. Вибір і принципи стилізації етнічних мотивів.....	22
2.4. Формування ідеї та авторської концепції проекту.....	25
2.5. Визначення цільової аудиторії та комунікаційної стратегії.....	28
Висновок розділу 2.....	31
 РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ АЙДЕНТИКИ БЛАГОДІЙНОГО СПОРТИВНОГО ЗАХОДУ «КОД РУХУ»	
3.1. Загальна характеристика та опис спортивного заходу.....	32
3.2. Проектування логотипу та знакової системи.....	34
3.3. Розробка кольорової та типографічної системи.....	37
3.4. Розробка графічних елементів та патернів.....	40
3.5. Реалізація айдентики в носіях (поліграфія, digital, середовище).....	42
3.6. Системність та адаптивність айдентики.....	48
Висновок розділу 3.....	50
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

ВСТУП

У сучасному світі спортивні заходи відіграють важливу роль не лише як форма фізичної активності чи змагання, а і як соціокультурне явище, що формує комунікацію між людьми, популяризує здоровий спосіб життя та створює позитивний імідж міст, регіонів і держави загалом. Масові спортивні події дедалі більше перетворюються на масштабні комунікаційні платформи, у яких важливе значення має не тільки організаційна складова, але й візуальна ідентифікація заходу. Саме айдентика формує перше враження про подію, забезпечує її впізнаваність, створює емоційний зв'язок з аудиторією та підсилює загальну концепцію заходу.

Сучасна айдентика спортивних заходів уже давно виходить за межі звичайного логотипу чи рекламної графіки. Вона являє собою комплексну систему візуальної комунікації, яка охоплює логотип, кольорову та типографічну систему, графічні елементи, навігацію, цифрові носії, мерч та оформлення простору. Вдале проектування айдентики дозволяє створити цілісний образ події, що легко запам'ятовується та вирізняється серед інших спортивних заходів. Особливої актуальності сьогодні набуває використання етнічних мотивів у сучасному графічному дизайні. В умовах активного відродження української культури та переосмислення національної ідентичності дизайн стає одним із важливих інструментів популяризації культурної спадщини. Українські орнаменти, символіка та народні мотиви дедалі частіше інтегруються у сучасні візуальні системи, поєднуючи традиційні елементи з актуальними дизайнерськими підходами.

У сфері спортивного брендингу використання етнічних мотивів дозволяє створити не лише естетично виразну айдентику, але й унікальний візуальний код, який формує культурну ідентичність заходу. Водночас проблема полягає в тому, що значна частина українських спортивних подій досі використовує шаблонні або стилістично несистемні графічні рішення, які не формують

цілісного образу та не відображають національного контексту. Це знижує рівень впізнаваності заходів і обмежує їх комунікаційний потенціал.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена необхідністю створення сучасної айдентики спортивного заходу, яка поєднуватиме функціональність, емоційний вплив та національну культурну складову. Використання стилізованих етнічних мотивів у дизайні дозволяє сформувати унікальний візуальний образ, що поєднує сучасну графічну мову та українську культурну традицію.

Об'єктом дослідження є айдентика спортивного заходу як система візуальної комунікації.

Предметом дослідження є особливості використання стилізованих етнічних мотивів у процесі розробки айдентики спортивного заходу.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка айдентики спортивного заходу «Код руху» з використанням стилізованих етнічних мотивів, що буде поєднувати сучасні дизайнерські підходи, спортивну тематику та елементи української культурної ідентичності.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити особливості сучасної спортивної айдентики та її роль у візуальній комунікації;
- проаналізувати українські етнічні мотиви та принципи їх стилізації у графічному дизайні;
- провести аналіз аналогів і сучасних прикладів спортивного брендингу;
- сформувати концепцію спортивного заходу «Код руху»;
- розробити логотип, кольорову та типографічну систему айдентики;

- створити графічну систему на основі модульних орнаментальних елементів;
- реалізувати айдентику на різних носіях та елементах візуальної комунікації.

У процесі виконання роботи планується використати методи аналізу інформаційних джерел, порівняльного аналізу аналогів, метод стилізації, модульного проектування, композиційного формоутворення та системного підходу до створення айдентики.

Практичне значення роботи полягає у можливості створення цілісної айдентики мультиспортивного благодійного заходу «Код руху», яка може бути використана для реальної реалізації події у міському середовищі. Розроблена візуальна система може застосовуватися у друкованій продукції, цифрових носіях, навігації, брендованому мерчі та оформленні спортивного простору.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглядається соціальна проблема та проводиться передпроектний аналіз, що включає дослідження актуальності теми, аналіз інформаційних джерел, аналогів та прототипів, а також обґрунтування необхідності проектування айдентики у даному напрямку. Другий розділ присвячений пошуку ідеї та формуванню концепції айдентики благодійного спортивного заходу «Код руху». У межах розділу здійснюється аналіз візуальних стилів і підходів, визначаються принципи стилізації етнічних мотивів, формується авторська концепція проекту та комунікаційна стратегія. У третьому розділі представлено процес розробки та реалізації айдентики спортивного заходу. Розглядаються етапи створення логотипу, кольорової та типографічної системи, графічних елементів і патернів, а також реалізація айдентики у друкованих, цифрових та середовищних носіях. Окрема увага приділяється системності та адаптивності розробленої візуальної системи.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ

1.1. Опис соціальної проблеми та її актуальність

Сьогодні спортивні заходи – це не просто форма фізичної активності чи видовищні змагання. Вони стали важливим соціокультурним явищем, яке об'єднує людей різного віку, професій і соціального статусу, створюючи спільний простір для взаємодії та обміну досвідом. Спорт уже давно перестав бути лише полем для змагань: він формує культурну ідентичність, сприяє популяризації здорового способу життя та підвищує рівень соціальної згуртованості. У цьому контексті ключове значення набуває візуальна складова події – айдентика. Вона включає в себе не лише логотип, кольорову гаму, шрифти та графічні елементи, а й комплексний підхід до формування емоційного зв'язку з учасниками, глядачами та партнерами. Правильно спроектована айдентика робить подію впізнаваною, надає їй унікальності та культурно-сміслового наповнення, що значно підвищує її соціальну цінність та вплив [1, с.42].

В Україні досі спостерігається недостатній рівень розвитку айдентики спортивних заходів, особливо на локальному та регіональному рівнях. Більшість турнірів і спортивних подій використовують стандартні графічні шаблони або копіюють відомі міжнародні рішення, що часто призводить до втрати національної самобутності. Така практика не лише знижує естетичну привабливість подій, але й обмежує можливості створення сильного бренду. Через це учасники та глядачі не відчують емоційного зв'язку з подією, а сама айдентика не виконує важливих комунікаційних та культурних функцій [2, с.11].

Проблема набуває особливої актуальності на фоні сучасних процесів відродження української ідентичності та активного популяризування національної культурної спадщини. Сьогоднішня аудиторія очікує, що

спортивний захід не лише відповідатиме високим організаційним стандартам, а й відображатиме українську самобутність через візуальні образи. Це можуть бути традиційні символи, етнічні мотиви, орнаментальні композиції та елементи народного декоративного мистецтва, адаптовані до сучасних графічних тенденцій [3, с.58]. У цьому контексті особливе значення набуває інтеграція стилізованих етнічних мотивів у айдентику. Використання етнодизайну дозволяє не тільки підкреслити національні традиції та культурні коди, а й створити унікальний візуальний стиль, який буде впізнаваним як в Україні, так і на міжнародній арені. При цьому важливо дотримуватися балансу між традиційністю та сучасністю: надмірне або невдале використання етнічних елементів може призвести до хаотичності дизайну, втрати естетичної цінності та спотворення символіки. Оптимальне поєднання історичних мотивів та сучасних графічних технік здатне формувати сильний візуальний бренд, який підкреслює культурну самобутність та водночас відповідає сучасним дизайнерським стандартам [4, с.73].

Таким чином, соціальна проблема полягає у відсутності високоякісної, сучасної та культурно обґрунтованої айдентики спортивних заходів, яка б ефективно підтримувала національну ідентичність, виконувала комунікаційні функції, створювала емоційний зв'язок з аудиторією та відповідала сучасним світовим стандартам дизайну. Вирішення цієї проблеми є важливим як для розвитку спортивної культури в Україні, так і для зміцнення міжнародного іміджу країни, адже сильна айдентика події формує впізнаваність, сприяє залученню спонсорів та партнерів, а також підвищує зацікавленість глядачів та учасників у подальшій участі у спортивному житті країни.

1.2. Огляд і аналіз інформаційних джерел щодо проблеми

Дослідження сучасної літератури та наукових публікацій показує, що візуальна комунікація та айдентика є ключовими елементами формування

іміджу будь-якої події або бренду. Правильна айдентика не лише створює впізнаваність та емоційний зв'язок з аудиторією, але й визначає сприйняття заходу на культурному та соціальному рівні. Wheeler детально описує поетапний процес створення айдентики, який включає кілька важливих етапів: глибоке дослідження бренду та його цільової аудиторії, формування стратегічного підходу до комунікацій та дизайну, розробка цілісної графічної системи, а також інтеграція розроблених елементів у всі точки контакту з учасниками, глядачами та партнерами. Такий системний підхід дозволяє досягти гармонійного поєднання візуального стилю та змістового наповнення події, що підвищує її ефективність та вплив [1, с.42].

Українські науковці, зокрема Повилайко та Кутова, звертають особливу увагу на використання етнодизайну та символіки народного мистецтва в сучасному графічному оформленні. Вони підкреслюють, що етнічні мотиви, правильно інтегровані у сучасні графічні рішення, можуть значно підсилити культурну самобутність події. Водночас важливо зберегти семантичну структуру орнаментів та символів, щоб не втратити їх культурне та історичне значення. Це дозволяє поєднати традиційні українські мотиви з сучасними дизайнерськими підходами, створюючи унікальні візуальні коди, які легко сприймаються аудиторією та підвищують впізнаваність бренду заходу [3, с.107; 4, с.65]. Наукові статті, присвячені спортивному брендингу, демонструють, що візуальна система події безпосередньо впливає на впізнаваність та емоційний відгук учасників і глядачів. Henderson проводить аналіз логотипів міжнародних спортивних заходів, таких як Олімпійські ігри та чемпіонати світу, і показує, що інтеграція національної символіки у дизайн логотипу та супутньої айдентики формує унікальну ідентичність події. Це дозволяє підкреслити культурні та історичні особливості країни-організатора, залучити інтерес міжнародної аудиторії та посилити престиж заходу [5, с.20].

Крім друкованих та наукових джерел, значну роль відіграють сучасні інтернет-ресурси, які висвітлюють новітні тенденції у сфері брендингу та

інтеграції культурного контексту у дизайн. Наприклад, видання «Design Week» [12] надає актуальні матеріали про сучасні методи графічного оформлення та брендингу подій, «Brandingmag» [13] аналізує успішні кейси з використанням культурних та етнічних мотивів у комунікаційних стратегіях, а портал «Український культурний фонд» [14] містить інформацію про проекти, що поєднують національну спадщину та сучасні дизайнерські рішення. Такі джерела дозволяють практично оцінити можливості інтеграції традиційних мотивів у сучасну айдентику та визначити перспективи розвитку цього напрямку в Україні.

На основі опрацьованих джерел можна зробити висновок, що тема використання етнічних мотивів у спортивній айдентиці є не лише актуальною, але й науково обґрунтованою та перспективною для практичного застосування. Інтеграція традиційних елементів у сучасний дизайн дозволяє створювати впізнавані бренди подій, підсилювати культурну ідентичність та залучати широку аудиторію, водночас відкриваючи нові можливості для розвитку національного дизайну та підвищення іміджу України на міжнародному рівні.

1.3. Дизайн-аналіз аналогів і прототипів

Для проведення передпроектного аналізу ми відібрали три основні групи аналогів, які дозволяють зрозуміти підходи до створення айдентики спортивних заходів та інтеграції етнічних мотивів у візуальні системи. Аналіз таких прикладів допомагає виявити як успішні рішення, так і типові помилки, а також визначити потенціал для розробки унікального дизайну.

Серед міжнародних заходів особливу увагу привертають Олімпійські ігри, зокрема Токіо 2020 та Париж 2024 (рис.1.1). Ці події демонструють комплексну інтеграцію національних мотивів у логотипи, графічні матеріали та промоційні ресурси. Наприклад, у Токіо 2020 в дизайні логотипу та офіційних візуальних матеріалах використані елементи японської каліграфії та традиційної геометрії,

що підсилює культурну складову заходу. Такий підхід дозволяє створити емоційний зв'язок із глядачами, підкреслити унікальність національної культури та надати події високий рівень впізнаваності на міжнародній арені [5, с.19].

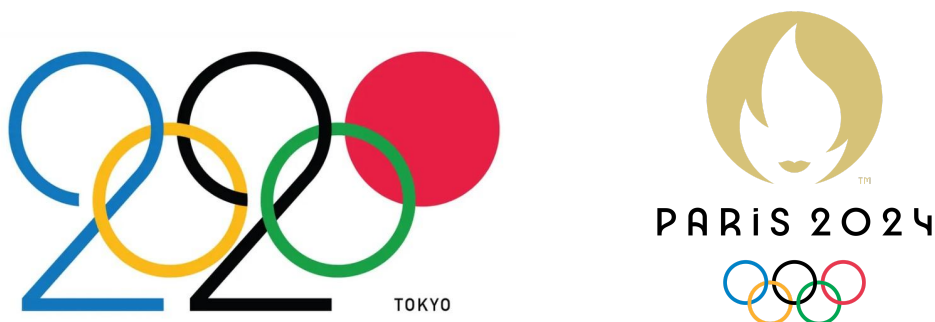


Рисунок 1.1 Логотипи Олімпійських ігор в Токіо 2020 та Парижі 2024

Чемпіонат світу з футболу 2022 року в Катарі є ще одним прикладом ефективної інтеграції культурного контексту у спортивну айдентіку (рис.1.2). Логотипи, промоційні плакати та офіційні сувеніри включають елементи місцевих орнаментів та традиційної каліграфії, що підкреслює національну самобутність і водночас створює сучасний, привабливий для міжнародної аудиторії візуальний стиль.

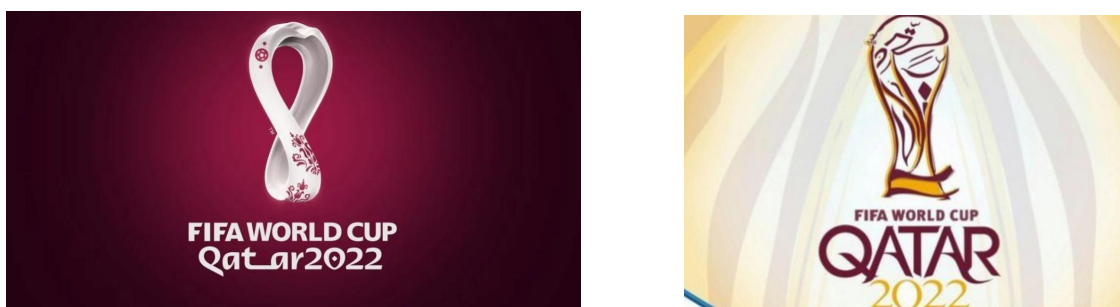


Рисунок 1.2 Варіанти логотипів Чемпіонату світу з футболу 2022

Серед українських прикладів варто виділити «Ігри Нескорених» в Україні (рис.1.3). [15] Тут частково використана трикутна стилістика та символіка сили, стійкості й витривалості, що відображає дух змагань та підкреслює цінності

заходу. Інший приклад – забіги «Vyshyvanka Run» (рис.1.4) [16], де поєднані традиційні вишиванкові мотиви з сучасною типографікою та кольоровими акцентами. Така айдентика формує унікальну візуальну систему, яка легко впізнається серед учасників і глядачів, а також демонструє органічне поєднання культурних традицій та сучасного графічного дизайну.



Рисунок 1.3 Лого заходу
«Ігри Нескорених»



Рисунок.1.4 Баннер забігу
«Vyshyvanka Run»

Аналіз українських культурних брендів також дає цінні приклади для інтеграції етнічних мотивів. Так, айдентика державного цифрового бренду «Дія» демонструє мінімалістичний підхід, адаптований до національної кольорової палітри, що дозволяє поєднати сучасний стиль з українською самобутністю. Бренд міста Вінниці використовує орнаментальні квадратики, які є стилізованими локальними етнічними мотивами, у сучасній графічній формі. Це поєднання традиційних символів із сучасним дизайном створює унікальний, впізнаваний візуальний код, що підсилює ідентичність міста та його культурний образ.

Загалом ці приклади демонструють різні підходи до інтеграції етнічної символіки: від повної стилізації національних мотивів у логотипах та промо-матеріалах до акцентного, точкового використання елементів для створення впізнаваного бренду. Аналіз таких прототипів дозволяє оцінити потенціал використання етнічних мотивів, визначити можливі помилки у поєднанні традиційного та сучасного стилю та сформулювати власні принципи розробки унікальної і ефективної айдентики спортивного заходу.

Аналіз міжнародних кейсів (рис.1.5) у сфері спортивного брендингу та айдентики показує, що успішні візуальні системи завжди ґрунтуються на трьох ключових принципах, які забезпечують їх ефективність, впізнаваність та емоційний вплив на аудиторію.

Перший принцип – чіткі правила стилю, які гарантують цілісність айдентики на всіх носіях. Це означає, що логотип, кольорова палітра, шрифти та графічні елементи мають бути послідовними та узгодженими. Завдяки цьому створюється відчуття гармонії та професійності, а аудиторія легко впізнає подію серед інших. Такий підхід дозволяє забезпечити сильний бренд, який не втрачає своєї ідентичності незалежно від того, чи використовується він на плакатах, сувенірах, в соціальних мережах чи в digital-рекламі [6, с.90].

Другий принцип – адаптивність графічної системи. Успішні кейси демонструють, що ефективна айдентика повинна зберігати впізнаваність у будь-якому форматі: від великих рекламних щитів та постерів до невеликих цифрових банерів і мобільних додатків. Адаптивна графіка дозволяє підкреслити основні елементи бренду, водночас забезпечуючи зручність сприйняття та чіткість візуального повідомлення в різних медіа [6, с.91].

Третій принцип – культурна унікальність, яка формує емоційний зв'язок із аудиторією та створює ідентичність заходу. Інтеграція національних символів, етнічних орнаментів та традиційних мотивів у сучасну графіку дозволяє підкреслити культурну самобутність країни чи регіону та формує впізнаваний візуальний код. Такий підхід сприяє глибшому залученню аудиторії, підвищенню престижу події та створенню позитивного іміджу бренду на міжнародному рівні [6, с.93].



Рисунок 1.5 Міжнародні кейси спортивних заходів

Українські приклади свідчать (рис.1.6), що потенціал використання етнічних мотивів у спортивній айдентиці дуже високий, проте більшість локальних заходів все ще використовують хаотичні або шаблонні графічні рішення. Найпоширеніші проблеми включають:

- відсутність єдиної стилістичної концепції, що призводить до роз'єднаності візуальної системи та знижує впізнаваність події;
- змішування різних орнаментальних традицій без логіки, через що візуальний ряд виглядає неорганізовано та створює плутанину у сприйнятті;
- декоративне використання символів без розуміння їх значення, що може призвести до втрати культурного контексту та помилкового тлумачення символіки аудиторією;
- низька адаптивність до цифрових і друкованих носіїв, через що айдентика втрачає ефективність при використанні в сучасних медіа.

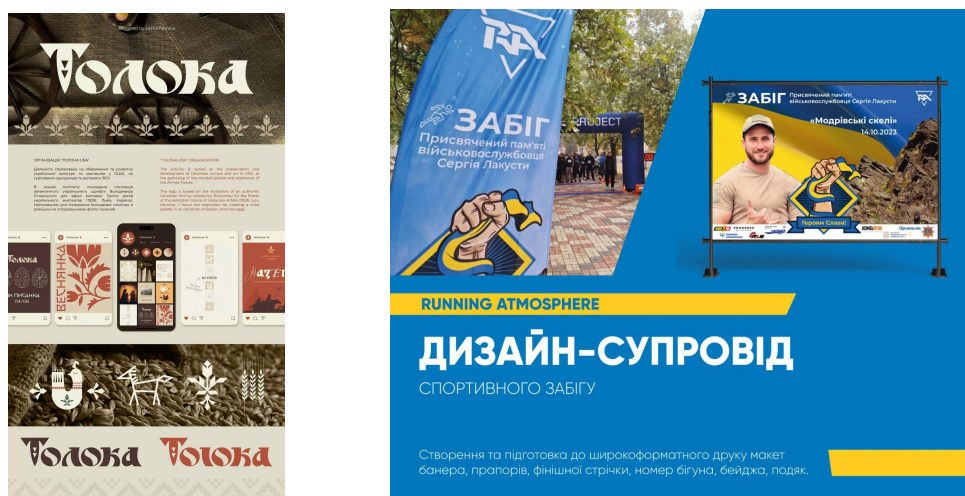


Рисунок 1.6 Українські кейси спортивних заходів

Дані висновки були сформовані нами на основі аналізу сучасних прикладів української спортивної айдентики, порівняння локальних заходів та дослідження особливостей використання етнічних мотивів у візуальній комунікації. Додатково, проведений аналіз показує, що використання етнічних мотивів без системного підходу може не лише знизити впізнаваність події, а й

створити культурні помилки або стереотипне сприйняття. Тому розробка айдентики повинна базуватися на глибокому вивченні історії, символіки та сучасних дизайнерських принципів, що дозволяє органічно поєднати традиційні мотиви з сучасними графічними рішеннями, створюючи унікальний та впізнаваний бренд заходу [3, с.107].

Висновок розділу 1

Підсумовуючи проведений аналіз міжнародних та українських кейсів, можна виділити кілька ключових аспектів, що підкреслюють нагальну потребу у системному проектуванні айдентики для спортивних заходів в Україні.

По-перше, сучасним українським спортивним подіям бракує системної, цілісної та культурно релевантної айдентики. Більшість локальних заходів використовують шаблонні або хаотичні графічні рішення, що не підкреслюють національну самобутність і не формують сильний візуальний бренд. Відсутність єдиної концепції ускладнює впізнаваність заходів, обмежує можливості ефективної комунікації з аудиторією та знижує потенціал для залучення міжнародної уваги і партнерів.

По-друге, використання етнічних мотивів у дизайні надає унікальності та змістовності візуальній системі. Інтеграція народних орнаментів, символів та традиційних мотивів дозволяє створити візуальний код, який легко впізнається, формує емоційний зв'язок із глядачами та учасниками і підкреслює культурну ідентичність події. Таке поєднання традиційних елементів із сучасною графікою сприяє створенню ідентифікаційно сильного бренду, який здатний впливати на аудиторію на емоційному та культурному рівні, підвищуючи престиж заходу та рівень довіри до організаторів. [5, с.19]

По-третє, приклади міжнародних спортивних подій, таких як Олімпійські ігри, чемпіонати світу та інші великі турніри, а також українські кейси «Vyshyvanka Run» або «Ігри Нескорених» – показують ефективність поєднання

спорту та культурної символіки. Вони демонструють, що національні та етнічні елементи не лише прикрашають графіку, а й формують унікальний візуальний стиль, що забезпечує впізнаваність на міжнародному рівні та створює позитивний імідж країни-організатора. Однак в Україні цей потенціал використовується лише частково: більшість заходів обмежується декоративним або фрагментарним застосуванням традиційних мотивів без системного підходу [3, с.107].

По-четверте, проектування айдентики у цьому напрямку є соціально значущим та культурно доцільним. Воно сприяє зміцненню національної ідентичності, популяризації української культури серед учасників і глядачів, а також формуванню єдиного впізнаваного бренду спортивних подій. Системна айдентика виконує не лише естетичну функцію, а й стратегічну роль у комунікації: вона підвищує впізнаваність заходу, сприяє залученню партнерів і спонсорів, підкреслює цінності спорту та культурної спадщини країни [1, с.42].

Таким чином, проектування айдентики зі стилізованими етнічними мотивами є не просто виконанням дизайнерського завдання або створенням естетично привабливої графіки, а насправді важливим і стратегічним інструментом формування культурного, соціального та емоційного іміджу спортивних заходів. Воно дозволяє не лише надати події впізнаваний і унікальний вигляд, але й створити міцний емоційний зв'язок із учасниками, глядачами та спільнотою загалом [5, с.19]. Такий підхід забезпечує органічне поєднання національних традицій і сучасних графічних стандартів, що дає змогу адаптувати етнічні мотиви до різних носіїв – від друкованих матеріалів і сувенірної продукції до digital-платформ і соціальних мереж.

Крім того, системне використання етнічних елементів дозволяє створити цілісну, логічну та впізнавану візуальну комунікацію, яка не втрачає своєї ефективності на різних форматах і носіях, а також відповідає сучасним дизайнерським вимогам та міжнародним практикам у сфері спортивного брендингу [1, с.42]. Це сприяє підвищенню престижу заходу, формуванню

позитивного іміджу організаторів та залученню більшої аудиторії, в тому числі на міжнародному рівні. Водночас таке проектування підсилює розвиток українського національного бренду у сфері спорту, демонструючи цінність національної культури, символіки та етнічної спадщини. Воно дозволяє показати, що український дизайн здатний поєднувати традиції з сучасними графічними підходами, створюючи унікальний, високоякісний та впізнаваний візуальний стиль спортивних заходів як у країні, так і за її межами [3, с.107].

РОЗДІЛ 2

ПОШУК ІДЕЇ ТА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ БЛАГОДІЙНОГО СПОРТИВНОГО ЗАХОДУ «КОД РУХУ»

2.1. Пошук та обґрунтування візуального образу

У процесі розробки айдентики спортивного заходу в етно мотиві одним із ключових етапів є формування візуального образу, який здатний не лише відобразити тематику події, але й забезпечити її впізнаваність та створити емоційний зв'язок з аудиторією. Сучасна айдентика є не просто набором графічних елементів, а цілісною системою візуальної комунікації, що формує сприйняття події та визначає її позиціонування [1, с.42].

На початковому етапі було проаналізовано особливості спортивних заходів як явища, що поєднують фізичну активність, емоційну напругу між глядачами та учасниками, соціальну взаємодію. Спорт асоціюється з рухом, енергією, швидкістю, ритмом, дисципліною та витривалістю, тому саме ці характеристики повинні бути відображені у візуальній мові проекту. Дослідження у сфері візуальних комунікацій показують, що використання динамічних композицій, ритмічних повторів, та контрастних елементів підвищує емоційний вплив графіки та краще сприяє сприйняттю інформації [6, с.90]. Одним із ключових аспектів у пошуку образу стало поняття ритму, оскільки у спортивному середовищі ритм проявляється через повторюваність рухів, зміну темпу, циклічність фізичних дій. Наприклад, біг, ходьба чи інші види фізичної активності базуються на постійному повторенні певних рухів, які формують ритмічну структуру (рис.2.1 та рис.2.2). Аналогічні принципи застосовуються і в графічному дизайні, де ритм створюється за рахунок повторення елементів, їх варіацій та спільного використання та розташування в композиції. Як зазначає Наталія Синєпурова (українська дизайнерка та авторка книги «Композиція: Тотальний контроль»), ритм є одним із основних засобів

композиції, який забезпечує цілісність, динаміку та виразність візуального образу [16, с.112].



Рисунок 2.1 Приклад
відображення руху



Рисунок 2.2 Композиція
відображення динаміки та ритму

Паралельно з цим було здійснено аналіз українських етнічних мотивів, зокрема орнаментальних композицій, що широко представлені у народному мистецтві. Було встановлено, що орнаменти мають чітку геометричну структуру, базуються на повторюваності елементів та мають внутрішню логіку побудови. Дослідження етнодизайну підтверджують, що українські орнаменти є не лише декоративними елементами, а й носіями символічної інформації, які формують своєрідний культурний код [3, с.107], наприклад орнаменти можуть позначати певний регіон України. У процесі пошуку було розглянуто кілька підходів до використання етнічних мотивів у сучасному дизайні. Перший підхід передбачає пряме використання традиційних орнаментів без змін. Проте такий варіант було відхилено, оскільки він виглядає застаріло, а зараз айдентика прагне бути легкою для швидкого зчитування інформації та легкого запам'ятовування інформації. Другий підхід полягає у частковій адаптації традиційних елементів під сучасний стиль, однак він також не забезпечує достатньої цілісної візуальної системи, бо стилі сучасності і традиційності можуть конфліктувати між собою. Найбільш доцільним було визначено третій підхід – стилізація традиційних елементів, що зробить їх легкими для

візуального сприйняття. Стилзація традиційних елементів (рис.2.3) передбачає трансформацію традиційних мотивів у спрощені геометричні форми з урахуванням сучасних графічних тенденцій [4, с.65].

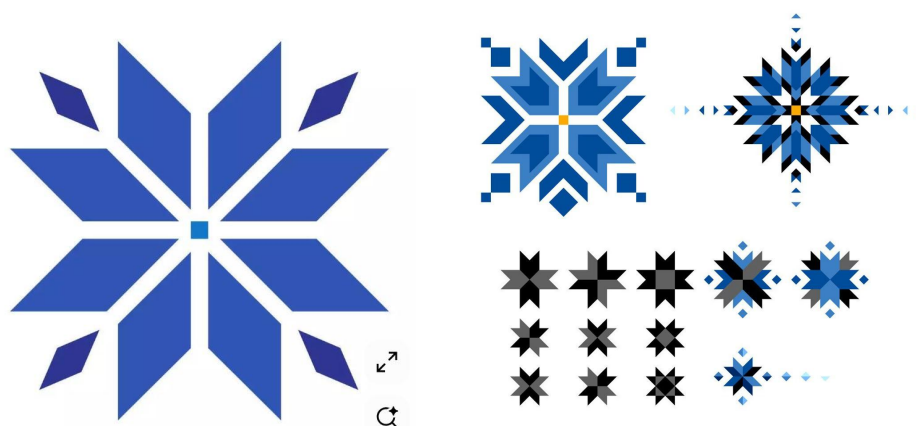


Рисунок 2.3 Стилзація українських орнаментів

Окрему увагу було приділено принципу модульності. Геометричні елементи, що лежать в основі орнаментів, можуть розглядатись як модулі, з яких формується цілісна композиція. Такий підхід дозволяє створити гнучку систему айдентики, яка легко адаптується до різних носіїв інформації — від поліграфічної продукції до цифрового використання дизайну. За словами Wheeler (американська дослідниця брендингу та автор книги «Designing Brand Identity»), модульність є одним із важливих та ключових принципів сучасної айдентики, оскільки вона забезпечує її масштабність та універсальність [9, с.78].

У результаті проведеного аналізу було сформовано розуміння того, що найбільш ефективним є поєднання двох основних компонентів: ритму як прояв руху та стилізованого орнаменту як структурної системи. Такий підхід дозволяє не лише передавати динаміку спортивного середовища, але й інтегрувати у дизайн елементи національної культури без втрати сучасності. Таким чином, у процесі пошуку, було визначено основний напрям проектування, який базується на поєднанні динаміки руху та ритмічної структури орнаменту.

2.2. Аналіз візуальних стилів та підходів

У процесі формування айдентики спортивного заходу важливим етапом є аналіз сучасних візуальних стилів та підходів, які застосовуються у графічному дизайні. Це дозволяє вивчити найбільш ефективні засоби візуальної комунікації та обрати правильний напрям, який буде відповідати як тематиці проекту так і його концептуальній ідеї та вправно взаємодіяти із людьми, що будуть зчитувати інформацію.

Сучасний графічний дизайн характеризується прагненням до спрощення форм, чіткості візуальної мови, універсальності застосування та легкого зчитування. За словами Ambrose та Harris, дизайн сьогодні орієнтований на швидке сприйняття інформації, що досягається за рахунок мінімальної кількості елементів та їх логічної організації [10, с.56]. Особливо це актуально для спортивних заходів, де візуальна інформація повинна легко зчитуватися в умовах швидкого руху, великої кількості людей та різних форматів подачі – від мерчу до плакатів.

Серед українських прикладів варто виділити спортивний захід «Vyshyvanka Run», у якому сучасна спортивна айдентика поєднується з використанням традиційних орнаментальних мотивів. У візуальній системі заходу застосовуються стилізовані елементи української вишивки, адаптовані до сучасної графічної мови. Це дозволяє створити впізнаваний образ події та підкреслити її культурний контекст, зберігаючи водночас простоту сприйняття та адаптивність до різних форматів комунікації.

Одним із найбільш поширених підходів є мінімалізм. Його суть полягає в використанні обмеженої кількості графічних елементів, чіткої кольорової гами та простих форм. Такий стиль дозволяє створити впізнаваний образ без перевантаження візуального простору. Також мінімалізм добре працює у спортивній айдентичі, оскільки підкреслює динаміку та дозволяє акцентувати увагу на головному. Водночас надмірне спрощення може призвести до втрати унікальності бренду, тому цей підхід потребує балансування між лаконічністю

та виразністю. Іншим важливим напрямком є використання геометричних форм як основи візуальної системи. Геометрія дозволяє створювати структуровані композиції, які легко масштабуються та адаптуються до різних носіїв. Геометричні елементи можуть виступати як окремі графічні одиниці або як частина більш складної системи, що будується за принципом модульності. У виданні дизайнерки Wheeler зазначено, що модульні системи є ефективними для айдентики оскільки забезпечують цілісність і водночас гнучкість використання [9, с.78]. Особливу роль у спортивному дизайні відіграє динаміка. Динаміка – це завжди про рух. Вона досягається за рахунок використання нахилених ліній, асиметричних композицій, контрастів та зміни масштабу елементів. Такі прийоми створюють відчуття руху навіть у статичному зображенні. Дослідження в галузі візуальних комунікацій показують, що динамічні композиції активніше привертають увагу та викликають емоційну реакцію у глядача [6, с.91].

Окремо варто розглянути підхід до використання ритму у візуальному дизайні. Ритм формується через повторення елементів, їх варіацію та чергування. Ритм чудово підходить для етно стилю де орнаменти мають свою повторюваність передаючи певні сенси. У сучасному дизайні, зокрема в айдентиці ритм часто використовується для створення патернів, фонових текстур або графічних систем. Ритмічні структури дозволяють об'єднати різні елементи в одну єдину композицію та створити відчуття цілісності. Ритм є одним із ключових засобів організації композиції, який впливає на сприйняття та емоційний стан глядача [4, с.118].

Ще одним важливим напрямком є поєднання традиційних та сучасних елементів в дизайні. У сучасній практиці дедалі частіше використовують принцип переосмислення культурної спадщини. Це означає, що традиційні мотиви не копіюються, а трансформуються відповідно до вимог, щоб не втратити сенс орнаменту чи інших елементів. Дослідження етнودизайну підтверджують, що такий підхід дозволяє створити унікальний візуальний

стиль, який поєднує глибину змісту та актуальність форми [7, с.64]. У процесі аналізу було розглянуто також приклади сучасних спортивних айдентик, де використовуються різні стилістичні рішення. Більшість з них базується на простих формах, чіткій типографіці та обмеженій кольоровій палітрі, щоб не перевантажувати саме дизайн. Водночас більшість проектів мають свою унікальність та відрізняються цим від інших, що робить їх впізнаваними. Це може бути характерний графічний мотив, специфічний ритм чи особливий підхід до композиції.

Отже, у процесі аналізу сучасних візуальних стилів та підходів для подальшої розробки айдентики спортивного заходу були визначені кілька ключових напрямів, які стали основою формування авторської концепції проекту. Найважливішими серед них виявилися мінімалізм, модульний підхід, геометризація форм, використання ритму та повторюваності елементів, а також інтеграція стилізованих етнічних мотивів у сучасну графічну систему. Саме ці принципи дозволяють створити айдентику, яка поєднує функціональність, сучасність та національну ідентичність. На основі проведеного аналізу було сформовано напрям подальшої розробки проекту «КОД РУХУ», у якому спортивна динаміка поєднується з геометризованими елементами українського орнаменту та сучасною системною візуальною мовою.

2.3. Вибір і принципи стилізації етнічних мотивів

Одним із ключових етапів під час розробки айдентики спортивного заходу є визначення підходів до використання етнічних мотивів у сучасному графічному дизайні, а саме стилізація об'єктів під проект. Враховуючи, що тема проекту в етно стилі і передбачає інтеграцію елементів української культури, важливо не лише використати традиційні орнаменти, але й адаптувати їх відповідно до сучасного стилю, але разом з тим залишити розуміння етно стилю. Українські орнаменти мають глибоке історичне та символічне значення. Вони формувались протягом тривалого часу та відображають світогляд, традиції та культурні

особливості народу. Як зазначають дослідники етнодизайну, орнамент є не просто декоративним елементом, а системою знаків, яка передає певну інформацію та має власну структуру і логіку побудови [3, с.115]. Саме ця властивість дозволяє розглядати орнамент як своєрідний візуальний код нації.

У сучасному графічному дизайні використання етнічних мотивів потребує обережного та обґрунтованого підходу. Пряме копіювання традиційних елементів часто призводить до втрати актуальності та створює відчуття застарілості. Крім того, некоректне використання символіки може спотворити її значення та викликати неправильне сприйняття [5, с.34]. Саме тому основним принципом роботи з етнічними мотивами є їх стилізація. Стилiзація передбачає трансформацію традиційних форм із збереженням їх основних характеристик. У цьому процесі важливо виділити ключові елементи орнаменту: геометричні форми, ритм, симетрію, пропорцію – і адаптувати їх до сучасної графічної мови. Стилiзація дозволяє зберегти змістовне наповнення традиційних мотивів, водночас надаючи їм нової форми, що відповідає сучасним дизайнерським тенденціям [7, с.66].

Основним принципом стилізації є геометризація (рис.2.4). Більшість ритмічних українських орнаментів вже мають свою геометричну основу, що значно спрощує процес адаптації. Спрощення складних форм до базових геометричних елементів дозволяє створити чітку і зрозумілу графічну систему, яка легко сприймається та добре працює у різних масштабах без втрати сенсу. Наступним важливим принципом є модульність. Орнаментальні композиції за своєю природою складаються з повторюваних елементів, які можна розглядати як окремі модулі. У сучасному дизайні це дозволяє створювати гнучкі системи, що можуть змінюватися та адаптуватися залежно від носія. Модульний підхід, наприклад патерн, забезпечує цілісність айдентики та дозволяє використовувати її у різних форматах без втрати впізнаваності [1, с.82]. Ще одним важливим аспектом є ритм. Як у традиційному орнаменті, так і в сучасному дизайні ритм створюється через повторення та варіацію елементів. У контексті спортивної

тематики цей принцип набуває особливого значення, оскільки ритм безпосередньо асоціюється з рухом. Таким чином, стилізовані орнаментальні елементи можуть не лише виконувати декоративну функцію, а й передавати динаміку та енергію [16, с.120].

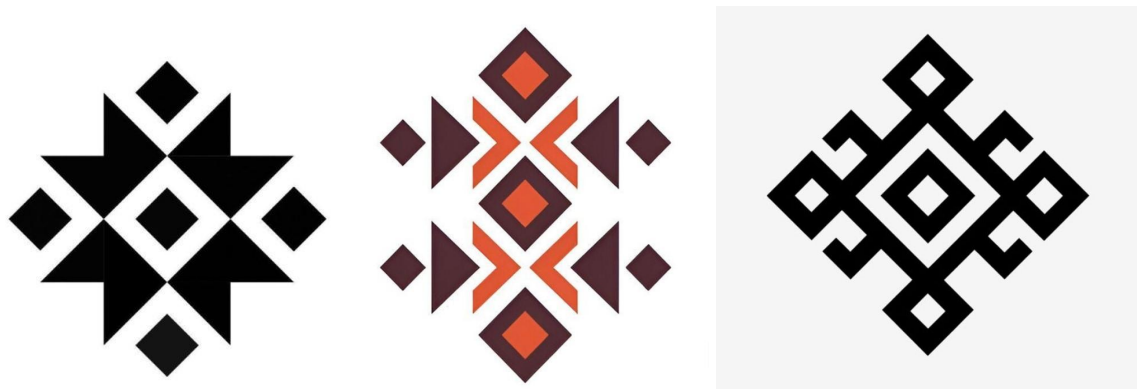


Рисунок 2.4 Приклади геометризації та стилізації орнаментів

Важливим принципом також є спрощення форми. У сучасному дизайні надмірна деталізація часто ускладнює сприйняття та знижує ефективність комунікації між інформацією і людиною, оскільки останнім часом люди почати набагато швидше зчитувати інформацію. Великі та деталізовані масиви запам'ятовуються гірше, ніж правильний мінімалізм. Тому в процесі стилізації необхідно відмовлятися від другорядних елементів, залишаючи лише ті, які формують основний візуальний образ. Це дозволяє зробити айдентику більш універсальною та придатною для використання у різних середовищах. Крім того, значну роль відіграє контекст використання. Етнічні мотиви повинні органічно вписуватися у загальну концепцію проекту та відповідати його змісту. У даному випадку вони не виступають як окремий декоративний елемент, а інтегруються у візуальну систему, що формує айдентику спортивного заходу. Такий підхід дозволяє уникнути хаотичного використання орнаментів та забезпечити цілісність дизайну.

У результаті проведеного аналізу було визначено основні принципи стилізації етнічних мотивів, які доцільно використати у проекті: геометризація, модульність, ритмічність, спрощення форми та адаптація до сучасного

контексту. Саме ці принципи дозволяють трансформувати традиційні орнаменти у сучасну графічну мову, що відповідає вимогам айдентики. Таким чином, стилізація етнічних мотивів є не лише технічним прийомом, а інструментом формування візуальної концепції. Вона дозволяє поєднати культурну спадщину з сучасними дизайнерськими підходами, створюючи унікальний і змістовний візуальний образ. Отримані результати безпосередньо вплинули на формування ідеї проекту, у якому орнамент розглядається як графічний код, що передає ідентичність через динаміку руху.

2.4. Формування ідеї та авторської концепції проекту

У процесі проведеного аналізу та пошуку візуального рішення було сформовано авторську концепцію айдентики спортивного заходу, яка базується на поєднанні динаміки руху та структурної логіки українських орнаментів. Отриманні результати попередніх етапів дослідження дозволили визначити ключовий напрям проектування, що полягає у створенні сучасної візуальної системи з використанням стилізованих етнічних мотивів.

Основою концепції стала ідея розгляду орнаменту як не декоративного елемента, а як структурованої системи, що несе смислове, але водночас легке навантаження. Орнаментальні композиції мають чітку логіку побудови, базуються на повторюваності елементів і можуть трактуватись як своєрідна знакова система [9, с.115]. Кожен орнамент може відображати певні символи, звичаї, традиції, бути кодом певного регіону. Саме ця особливість дозволила інтерпретувати орнамент як «код», що передає культурну ідентичність. Відповідно до цього було сформовано назву проекту – «КОД РУХУ». Саме тут назва виступає не лише ідентифікаційним елементом, а й відображає основну ідею проекту. Поняття «код» асоціюється з системою знаків, що має внутрішню структуру та значення, як код націю, чи код традиції, тоді як «рух» безпосередньо пов'язаний із спортивною діяльністю, динамікою та фізичною

активністю, бо рух – це життя. Таким чином, назва поєднує два змістовні рівні: культурний та фізичний, що і визначає загальну концепцію айдентики.

У межах проекту орнамент розглядається як візуальна мова, яка може бути адаптована до сучасних умов. Це передбачає відмову від прямого використання традиційних елементів та їх переосмислення через призму сучасного дизайну. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям, де важливим є не копіювання, а інтерпретація культурної спадщини [7, с.66]. У результаті орнаментальні мотиви трансформуються у спрощені геометричні елементи, які стають основою графічного дизайну в проекті. Ключовим елементом концепту є ритм, який виступає як спільна характеристика спорту та орнаменту. У спорті, ритм – це повторення дій. Ритм проявляється через повторення рухів, зміна темпу та циклічність фізичних дій. Ритм формується через повторення елементів, їх варіації та взаємодію у композиції. Поєднання цих двох аспектів дозволяє створити візуальну систему, що передає динаміку руху через структуровані графічні елементи [9, с.120]. Важливим аспектом концепції є модульність (рис.2.5). Орнаментальні елементи розглядаються як окремі модулі, які можуть комбінуватись між собою, утворюючи різні композиції. Такий підхід дозволяє створити гнучку систему айдентики, яка адаптується до різних відділів дизайну в проекті, носіїв та форматів.[10, с.82].

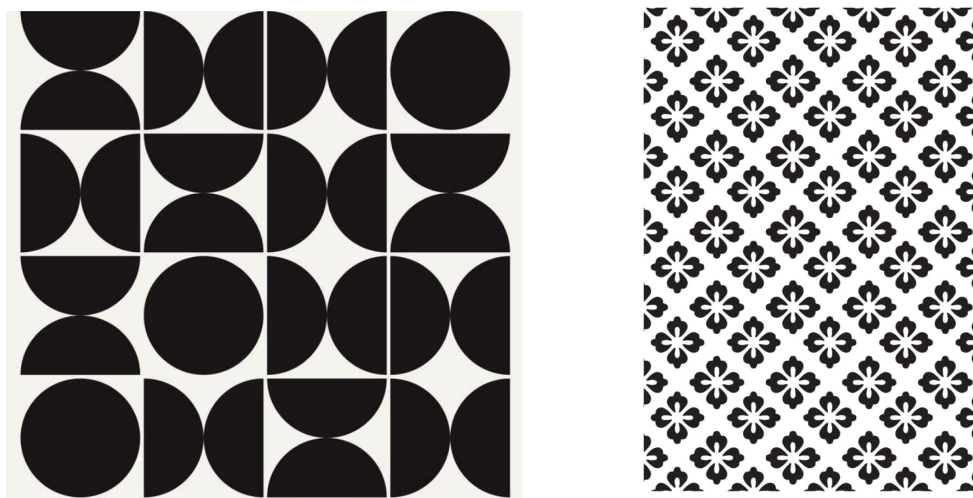


Рисунок 2.5 Приклади модульності композиції, що створює патерн

Окрему увагу було приділено принципу динаміки. У контексті проекту вона досягається за рахунок використання нахилених форм, асиметрії, контрастів та ритмічних повторів. Це дозволяє відчувати рух дизайну, енергію та драйв навіть у статичних зображеннях. Дослідження у сфері спортивного брендингу підтверджують, що динамічні візуальні рішення підвищують емоційне залучення аудиторії та формують більш сильне сприйняття бренду [6, с.20]. Крім того, у процесі формування концепції було враховано необхідність створення універсальної айдентики, яка може використовуватись у різних середовищах, для різних категорій та видів спорту. Сучасні спортивні заходи потребують адаптивних рішень, що однаково графічно ефективно працюють у поліграфії, цифрових медіа та фізичному просторі. Саме тому обрана графічна система базується на простих формах та чіткій структурі, що забезпечує структурність. Ще одним важливим аспектом концепції є збереження балансу між традиційністю та сучасністю. Використання етнічних мотивів повинно бути обґрунтованим і не перетворитися на декоративне перенавантаження. У проекті спортивного заходу «КОД РУХУ» орнамент виступає не як прикраса, а як основа візуальної системи, щоб передати код культурної ідентичності (рис.2.6). Це дозволяє уникнути хаотичності та створити цілісний і впізнаваний образ.

Таким чином, сформована концепція базується на поєднанні принципів: ритму, модульності, геометрії та динаміки. Вони забезпечують створення сучасної айдентики, яка відповідає вимогам дизайну та водночас відображає національну культурну ідентичність. У межах проекту було передбачено проведення події, що об'єднує різні види фізичної активності, зокрема масові забіги на різні дистанції, велоїзд, кросфйт-зону, силові випробування та зону відновлення. Такий підхід дозволяє розкрити ідею руху у різних його проявах – від витривалості та швидкості до сили та балансу. Кожен із зазначених видів активності розглядається як окремий елемент загальної системи, що формує цілісний «код руху». Це створює передумови для побудови гнучкої візуальної айдентики, у якій різні спортивні напрями можуть отримувати власне графічне

відображення в межах єдиної концепції. Водночас така структура заходу забезпечує залучення широкої аудиторії та формує багатофункціональний формат події, що поєднує спортивну, соціальну та культурну складові.

Отже, ідея проекту «Код руху» полягає у створенні візуальної системи, де орнамент виступає як графічний код, а рух (рис.2.7) – як динамічний елемент, що формує загальний образ. Такий підхід дозволяє поєднати традиційні мотиви з сучасними дизайнерськими принципами, створюючи актуальний, впізнаваний та змістовний візуальний стиль спортивного заходу.

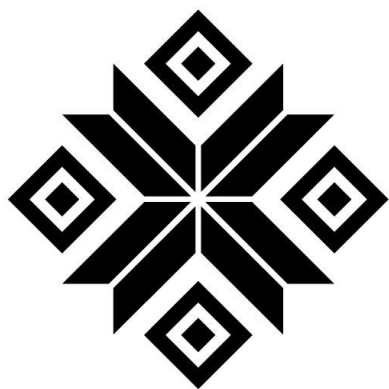


Рисунок 2.6 Створений основний орнамент для проекту «Код руху»

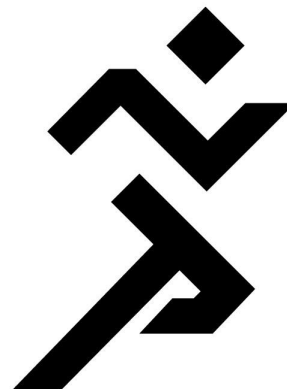


Рисунок 2.7 Графічний елемент що відображає особу в русі

2.5. Визначення цільової аудиторії та комунікаційної стратегії

Не менш важливим етапом у створенні айдентики є визначення цільової аудиторії та формування комунікаційної стратегії. Потрібно розуміти потреби та інтереси і поведінкових характеристик аудиторії, адже це дозволяє створити ефективну візуальну систему під потреби, яка буде не лише привабливою, але і зрозумілою і функціональною. У межах даного проекту було визначено, що спортивний захід «КОД РУХУ» орієнтований на широку аудиторію, яка включає як активних учасників, так і глядачів. Такий підхід зумовлений мультиформатністю заходу, що поєднує різні види активностей: масові забіги, велозаїзд, силові випробування та зону відновлення. Кожен із цих елементів

приваблює окрему групу учасників, що формує різнорівневу та різноманітну аудиторію. Тому аудиторію заходу можна поділити на групи, оскільки за віком люди можуть бути різного покоління, від молодих до старших.

Першу групу становлять активні учасники – люди, які регулярно займаються спортом або ведуть активний спосіб життя. До цієї категорії належать бігуни, велосипедисти, спортсмени-аматори та учасники функціональних тренувань. Для них важливими є такі характеристики заходу, як організація, чіткість навігації, зрозумілість візуальної інформації та загальний рівень події. Візуальна айдентика для цієї групи повинна бути лаконічною, динамічною та функціональною, щоб забезпечити швидке сприйняття інформації у процесі руху [6, с.94].

Друга група – це потенційні учасники, які не займаються спортом професійно, але зацікавлені у фізичній активності та участі у масових заходах. Для них важливим є емоційний аспект події, атмосфера та доступність. Саме ця категорія формує значну частину масових заходів та інтерактивних зон. Як зазначають дослідники, емоційний вплив візуальної комунікації відіграє важливу роль у залученні нової аудиторії до участі у подібних заходах [10, с.61].

Третю групу становлять глядачі та відвідувачі, які не беруть безпосередньої участі у змаганнях, але відвідують подію як соціальний або культурний захід. Для цієї аудиторії важливими є візуальна привабливість, зрозумілість простору та загальна атмосфера заходу. У цьому випадку айдентика виконує роль навігаційного та емоційного інструменту, що допомагає орієнтуватися у просторі та формує загальне враження від події.

Окрему категорію становить молодіжна аудиторія, яка активно споживає візуальний контент у цифровому середовищі. Для неї важливою є сучасність візуальної мови, актуальність стилю та можливість взаємодії з брендом у соціальних мережах. Саме тому айдентика повинна бути адаптованою до digital-середовища та мати потенціал для створення візуального контенту, який легко поширюється та запам'ятовується [2, с.73].

Враховуючи різноманітність аудиторії, комунікаційна стратегія проекту базується на принципі універсальності та адаптивності. А це означає, що візуальна система айдентики повинна однаково працювати для різних груп людей та користувачів у різних умовах використання. Як зазначає Wheeler, ефективна айдентика повинна бути гнучкою та здатною адаптуватися до різних точок контакту з аудиторією [9, с.85]. У контексті проекту «КОД РУХУ» комунікаційна стратегія також передбачає використання єдиної візуальної мови для всіх активностей заходу. Водночас кожен вид активності може мати власні візуальні акценти, що дозволяє зробити між видами різницю у межах загальної візуальної системи. Такий підхід забезпечує баланс між цілісністю та варіативністю айдентики. Айдентика теж повинна передавати емоцію заходу, і емоційно вести контакт із аудиторією. Візуальна айдентика повинна не лише інформувати, але й створювати певний настрій, який відповідає характеру заходу. У різних зонах по-різному, десь напругу та драйв, а у інших локаціях – спокій та розслаблення. У даному випадку це відчуття динаміки, енергії, руху та залученості. Використання ритмічних елементів, контрастних форм та чіткої структури дозволяє досягти цього ефекту [8, с.122]. Крім того, комунікаційна стратегія передбачає інтеграцію етнічних мотивів як елемента ідентифікації. Орнамент у даному випадку виступає не лише декоративним засобом, а візуальним кодом, який формує унікальний образ заходу. Це дозволяє виділити подію серед інших спортивних заходів та підкреслити її культурну складову.

Таким чином, визначення цільової аудиторії та розробка комунікаційної стратегії дозволили сформулювати основу для створення ефективної айдентики. Врахування різних груп користувачів, їхніх потреб та особливостей сприйняття забезпечує створення універсальної візуальної системи, яка здатна ефективно функціонувати у різних умовах та середовищах. Отже, комунікаційна стратегія проекту «КОД РУХУ» базується на поєднанні функціональності, емоційного впливу та культурної ідентичності, що дозволяє створити цілісний та впізнаваний образ спортивного заходу.

Висновок розділу 2

У процесі виконання другого розділу було здійснено пошук та формування концептуальної основи айдентики благодійного спортивного заходу «Код руху». Проведений аналіз сучасних візуальних стилів, принципів спортивного брендингу та особливостей використання етнічних мотивів у графічному дизайні дозволив визначити основні напрями подальшого проектування. Під час дослідження було встановлено, що сучасна айдентика спортивних заходів повинна поєднувати функціональність, адаптивність та емоційну виразність. Особливе значення при цьому має використання чіткої композиційної структури, ритму, геометричних форм та модульного підходу, які забезпечують ефективну візуальну комунікацію у різних форматах. У ході пошуку візуального образу було сформовано концепцію проекту «Код руху», що базується на поєднанні спортивної динаміки та стилізованих етнічних мотивів. Основою образу став принцип ритму та повторюваності, який одночасно асоціюється зі спортивним рухом і структурою українського орнаменту. Це дозволило сформулювати ідею «коду» як системи графічних елементів, що передають культурну ідентичність через сучасну візуальну мову.

У процесі аналізу були визначені основні стилістичні підходи, які стали базою для подальшої розробки айдентики: мінімалізм, геометризація форм, модульність, використання ритмічних композицій та інтеграція етнічних елементів у сучасний дизайн. Також було сформовано бачення структури спортивного заходу, що включає масові забіги, велозаїзд, силові випробування та зону відновлення. Крім того, у межах другого розділу було визначено цільову аудиторію проекту та сформовано основні принципи комунікаційної стратегії. Це дозволило закласти основу для створення цілісної та адаптивної візуальної системи, здатної ефективно функціонувати у друкованому, цифровому та середовищному форматах.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ АЙДЕНТИКИ БЛАГОДІЙНОГО СПОРТИВНОГО ЗАХОДУ «КОД РУХУ»

3.1. Загальна характеристика та опис спортивного заходу

У межах кваліфікаційної роботи було розроблено концепцію мультиспортивного заходу під назвою «КОД РУХУ», який поєднує фізичну активність, сучасну візуальну культуру та елементи національної ідентичності. Захід орієнтований на широку аудиторію та передбачає інтеграцію різних видів спортивної діяльності у єдиний простір із цілісною візуальною айдениткою. Основною ідеєю заходу є створення події, в якій рух розглядається як універсальна форма взаємодії людини з простором, а також як спосіб самовираження. Водночас візуальна складова заходу базується на концепції «коду», де графічні елементи, побудовані на основі стилізованих орнаментів, виступають як система знаків, що формує впізнаваний образ події. Такий підхід дозволяє поєднати спортивну тематику з культурною складовою, створюючи сучасний і водночас змістовний формат заходу. Концепція «Код руху» базується на поєднанні динаміки спорту та візуальної мови українських орнаментів, які розглядаються як графічний код, що передає культурну ідентичність.

Формат події передбачає проведення мультиспортивного заходу, у межах якого відбуваються різні види активностей. До основних належать масові забіги на різні дистанції, велоїзд, кросфіт-змагання та силові випробування. Таке поєднання дозволяє залучити різні групи учасників – від любителів до більш підготовлених спортсменів. Крім того, передбачена зона відновлення, а саме розтяжка та релакс вправи, яка виконує функцію балансу між активністю та відпочинком і забезпечує комфортне перебування учасників на заході.

Захід планується як дводенний спортивний фестиваль, що відбуватиметься протягом вихідних днів – 1–2 серпня 2026 року (субота та неділя). Такий

формат дозволяє рівномірно розподілити активності, забезпечити комфортну участь для різних груп учасників та створити більш насичену програму події. Очікувана кількість активних учасників становить близько 500 осіб, що визначає захід як середній за масштабом, але достатньо великий для формування повноцінного візуального середовища. Особливістю заходу є його благодійний характер. Проведення події з благодійною метою підвищує її соціальну значущість, сприяє залученню ширшої аудиторії та формує позитивний імідж. Участь у заході розглядається не лише як спортивна активність, але й як внесок у соціально важливу справу, що підсилює емоційний зв'язок між учасниками та подією. Локацією проведення обрано набережну Тернопільського ставу в межах парку імені Тараса Шевченка. Даний простір характеризується відкритістю, доступністю та наявністю природного середовища, що створює сприятливі умови для проведення масових спортивних заходів. Використання міського простору дозволяє інтегрувати подію у повсякденне життя міста, зробити її видимою для широкої аудиторії та підвищити рівень залученості відвідувачів. Функціональна структура заходу передбачає поділ території на окремі зони відповідно до видів активностей. До основних складових події належать масові забіги на різні дистанції, велозаїзд, кросфіт-зона, силові випробування, а також зона відновлення. Такий підхід дозволяє залучити різні категорії учасників та створити багатофункціональний простір, у якому кожен відвідувач може обрати відповідний формат участі.

Масові забіги є основним елементом заходу, що формує основний потік учасників і задає загальний ритм події. Велозаїзд доповнює програму, розширюючи спектр активностей та залучаючи окрему аудиторію. Кросфіт та силові випробування створюють більш інтенсивний формат участі, орієнтований на підготовлених учасників. Водночас зона відновлення виконує важливу функцію балансування навантаження, забезпечуючи можливість відпочинку та відновлення.

Айдентика заходу інтегрується у всі складові події, формуючи цілісне візуальне середовище. Вона використовується у навігації, оформленні функціональних зон, інформаційних носіях та брендovanій продукції. Такий підхід відповідає сучасним принципам брендингу, де візуальна система охоплює всі точки контакту з аудиторією та забезпечує впізнаваність події [9, с.85]. Особливе значення має використання айдентики у фізичному просторі заходу. Візуальні елементи повинні бути добре помітними, зрозумілими та адаптованими до умов відкритого середовища. Це передбачає використання контрастних кольорів, чітких форм та структурованих композицій, що дозволяють забезпечити ефективну навігацію та комфортне сприйняття інформації [5, с.134]. Додатковим елементом комунікації є брендovана продукція (мерч), яка є важливою частиною сучасних спортивних заходів. Вона не лише виконує функціональну роль, але й виступає носієм айдентики, що продовжує комунікацію з аудиторією після завершення події. Використання мерчу дозволяє підсилити впізнаваність бренду та сформувати довготривалий емоційний зв'язок із учасниками.

Таким чином, мультиспортивний благодійний захід «КОД РУХУ» є комплексною подією, що поєднує різні види активностей, сучасну айдентику та культурний контекст. Його структура, формат і зміст створюють основу для подальшої розробки візуальної системи.

3.2. Проектування логотипу та знакової системи

Розробка логотипу є одним із ключових етапів створення айдентики спортивного заходу, оскільки саме він формує перше враження про подію та забезпечує її впізнаваність. В ідеї проекту «КОД РУХУ» закладено розробити логотип як центральний елемент візуальної системи, що відображає основну концепцію поєднання руху та культурного коду, а саме орнамент (рис.3.1). Основою знака є стилізований орнамент, створений на базі традиційних мотивів, характерних для західного регіону України, зокрема Тернопільщини

(рис.3.2). Використання локального орнаменту дозволяє підкреслити культурну ідентичність заходу та зробити його більш впізнаваним у контексті конкретного регіону. Орнамент є символічною структурою, що передає ідею «коду» – системи знаків, закладеної у візуальній культурі [3, с.118].

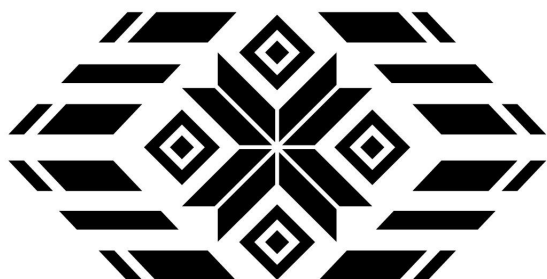


Рисунок 3.1 Перша ідея логотипу проекту «КОД РУХУ»



Рисунок 3.2 Традиційний орнамент Тернопільщини

Центральна частина логотипу побудована на принципі симетрії відносно орнаменту, але з асиметричними крайніми частинами, а також геометричної чіткості. Орнамент трансформовано та стилізовано у сучасну графічну форму, що зберігає його структуру, але водночас відповідає вимогам сучасного та стильного дизайну. Такий підхід дозволяє поєднати традиційні елементи з актуальною візуальною мовою. Композиція знака доповнюється динамічними елементами, що розташовані зліва та справа від центрального орнаменту. Зліва використано повторювані лінійні форми, що імітують уявний слід вітру, які створюють ефект руху та швидкості. Праворуч – геометрична форма, що асоціюється з напрямком руху або фігурою людини в динаміці. Таке поєднання дозволяє візуально передати ідею активності, енергії та розвитку. Таким чином, логотип поєднує два ключові смислові елементи: «код» як символ культурної спадщини та «рух» як відображення спортивної діяльності (рис.3.3). Це забезпечує цілісність концепції та робить знак змістовно обґрунтованим.



Рисунок 3.3 Графічний знак логотипу проекту «КОД РУХУ»

Кольорове рішення логотипу базується на використанні природної етно-палітри, зокрема теракотових і глиняних відтінків. Такий вибір підкреслює зв'язок із традиційними матеріалами та природним середовищем, водночас створюючи теплий і сучасний візуальний образ. Колір також виконує функцію емоційного впливу, асоціюючись із енергією, силою та рухом. Колір логотипу може змінюватись відносно різних зон спортивного заходу. Оскільки для кожної зони випробування будуть передбаченні інші кольорові рішення та стиль, для того щоб зробити різницю між різними видами спорту. Топографічна частина логотипу виконана у геометричному гротескному стилі, що забезпечує чіткість, читабельність і сучасність. Назва «КОД РУХУ» подається у масивному накресленні, що створює відчуття стабільності та впевненості, а додатковий слоган «Рух. Сила. Нація.» підсилює ідейне наповнення бренду (рис.3.4).

КОД РУХУ
рух. сила. нація.

Рисунок 3.4 Типографічна частина логотипу

У результаті створений логотип є не лише як ідентифікаційним знаком, але і як основа для побудови всієї візуальної системи айдентики. Його модульна структура дозволяє використовувати окремі елементи для створення патернів, піктограм та інших графічних рішень, що забезпечує цілісність і гнучкість

дизайну [8, с.88]. Отже, логотип проекту «КОД РУХУ» (рис.3.5) є результатом поєднання традиційної орнаментальної культури та сучасних дизайнерських підходів, що дозволяє створити впізнаваний, змістовний та актуальний візуальний образ спортивного заходу.



Рисунок 3.5 Основний логотип проекту «КОД РУХУ»



Рисунок 3.5 Монохромна презентація логотипу «КОД РУХУ»

3.3. Розробка кольорової та типографічної системи

У процесі розробки айдентики спортивного заходу «КОД РУХУ» особливу увагу було приділено формуванню кольорової та типографічної системи, оскільки саме ці елементи визначають загальний характер візуального стилю та забезпечують його цілісність. Вони впливають не лише на естетичне сприйняття, а й на ефективність комунікації з аудиторією. Колір має сильний емоційний вплив на людський розум.

Кольорова палітра (рис.3.6) проекту сформована на основі етно-бохо стилістики, що передбачає використання природних, теплих і приглушених відтінків. У межах айдентики застосовуються такі кольори: теракотовий (#8B3E2F), глиняний (#D06A3D), пісочний (#E9CBA5), льняний (#F2EF66), хаки (#2F4A3F), темно-коричневий (#5A2E20) та графітовий (#1F1F1B).



Рисунок 3.6 Кольорова палітра проекту «КОД РУХУ»

Обрана палітра асоціюється з природними матеріалами, землею, текстилем та традиційною культурою, що підсилює зв'язок проекту з етнодизайном [3, с.120]. Основними акцентними кольорами виступають теракотовий та глиняний відтінки. Вони формують візуальну динаміку, привертають увагу та асоціюються з енергією і рухом, бо спорт – це про рух, що відповідає змісту спортивного заходу. Саме ці кольори активно використовуються у логотипі, графічних елементах та ключових носіях айдентики. Світлі кольори, такі як пісочний та льняний, застосовуються як базові фонові рішення. Вони забезпечують візуальний баланс, полегшують сприйняття інформації та створюють відчуття простору. Їх використання дозволяє уникнути перевантаження композиції та забезпечує гармонійне поєднання всіх елементів. Темні відтінки – хакі, темно-коричневий та графітовий – виконують функцію контрасту та структуризації. Вони допомагають виділити текстову інформацію, створюють глибину композиції та підкреслюють характер айдентики. Крім того, ці кольори асоціюються зі стабільністю, витривалістю та силою, що відповідає спортивному контексту заходу.

Важливою особливістю кольорової системи є її гнучкість. Вона дозволяє варіювати акценти залежно від типу носія або функціональної зони заходу. Зокрема, різні види активностей можуть мати власні колірні відмінності в межах загальної палітри, що полегшує навігацію та підвищує зручність сприйняття інформації.

Типографічна система айдентики побудована на поєднанні трьох шрифтів, кожен із яких виконує окрему функцію у структурі візуальної комунікації:

- для створення логотипу використовується шрифт **Dela Gothic One**, розроблений японською студією Artakana у співпраці з командою Google Fonts, який відзначається масивними геометричними формами та чіткою конструкцією. Він добре передає відчуття сили, впевненості та стабільності, що є важливим для спортивної тематики;
- для заголовків і ключових текстових блоків застосовується шрифт **Echo 2**, автором якого є болгарський дизайнер Натанел Гама (Natanael Gama) . Його сучасний вигляд та легка технологічна стилістика підсилюють концепцію «коду» як системи, а також добре поєднуються з геометрією графічних елементів;
- основний текст подається шрифтом **Montserrat**, створений аргентинською дизайнеркою Julieta Ulanovsky, який забезпечує високу читабельність і універсальність. Його використання дозволяє створити зручну для сприйняття інформаційну структуру як у друкованих матеріалах, так і в цифрових форматах.

Важливим аспектом при виборі типографічних рішень було також врахування умов їх практичного використання. Всі обрані шрифти: Russo One, Echo 2 та Montserrat є відкритими та безкоштовними для використання, зокрема для комерційних проектів. Вони розповсюджуються через платформу Google Fonts, що забезпечує їхню доступність, легкість інтеграції у цифрові та друковані середовища, а також відсутність ліцензійних обмежень. Таке поєднання шрифтів дозволяє сформувати чітку типографічну ієрархію: логотип виконує роль ідентифікатора, заголовки – привертають увагу, а основний текст забезпечує передачу інформації. Це відповідає сучасним принципам графічного дизайну та сприяє ефективній комунікації з аудиторією [, с.60].

3.4. Розробка графічних елементів та патернів

Після завершення роботи над логотипом наступним етапом проектування стало створення системи графічних елементів, які забезпечують цілісність айдентики та підтримують її функціонування на різних носіях. Оскільки проект «КОД РУХУ» поєднує спортивну тематику з українською культурною ідентичністю, графічна система повинна була одночасно передавати динаміку руху та містити відсилання до етнічних мотивів.

Основою графічної системи став орнаментальний елемент, який використовується у структурі логотипу. Під час його створення було проаналізовано характерні особливості українських геометричних орнаментів та здійснено їх сучасну стилізацію. На відміну від традиційних орнаментів, що можуть містити велику кількість деталей, розроблений елемент має лаконічну геометричну форму, завдяки чому добре сприймається як у великому, так і в малому масштабі. Важливим завданням було створення графічних елементів, які не перевантажували б айдентику декоративністю. Саме тому орнамент використовується як акцентний елемент композиції та доповнює основний візуальний образ проекту. Його можна побачити у дизайні плакатів, стартово-фінішної арки, фотозони, стартових номерів та сувенірної продукції. Повторення орнаментального елемента на різних носіях формує цілісну візуальну систему та підсилює впізнаваність бренду.

На основі розробленого орнаментального елемента було створено фірмовий патерн (рис.3.7), який став одним із ключових інструментів візуальної ідентифікації заходу. Паттерн побудований шляхом багаторазового повторення орнаментального модуля та формує цілісну графічну структуру, що підтримує концепцію «Коду руху». Завдяки ритмічному розташуванню елементів патерн візуально нагадує безперервний рух, що безпосередньо пов'язано з тематикою спортивного заходу.

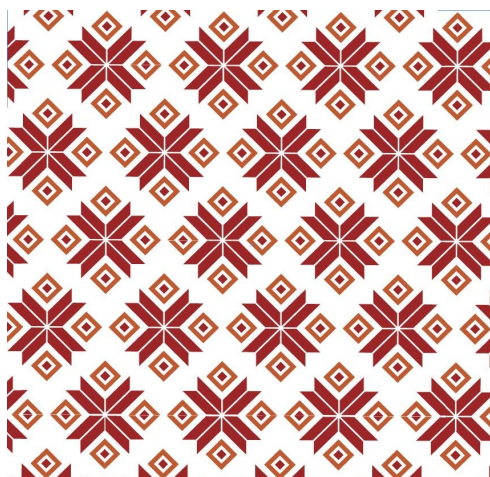


Рисунок 3.7 Паттерн проекту «КОД РУХУ»

Використання паттерна дозволило сформувати додатковий рівень візуальної комунікації без необхідності постійного дублювання логотипа. Він використовується як фоновий або акцентний елемент у дизайні поліграфічної продукції, сувенірної продукції, фотозони, навігаційних носіїв та рекламних матеріалів. Завдяки цьому всі елементи айдентики об'єднуються в єдину систему та сприймаються як частини одного бренду. Важливою особливістю розробленого паттерна є його адаптивність. Залежно від формату носія він може використовуватися у різному масштабі, щільності та кольоровому виконанні, не втрачаючи при цьому своєї впізнаваності. Такий підхід дозволяє ефективно застосовувати паттерн як на великих площинах, зокрема стартово-фінішній арці та фотозоні, так і на компактних носіях, таких як браслети, бейджі чи сувенірна продукція.

Таким чином, паттерн став не лише декоративним елементом айдентики, а й важливою складовою візуальної системи проекту, яка підсилює впізнаваність бренду та допомагає розкрити його концепцію через ритм, повторюваність і стилізовані етнічні мотиви.

Окремою складовою графічної системи стали піктограми для позначення функціональних зон заходу. Для навігації територією було розроблено серію вітрових прапорців (рис.3.8), які позначають основні активності фестивалю:

масовий забіг, велозаїзд, силові випробування та зону відновлення. Кожна піктограма виконана у єдиній стилістиці та базується на простих геометричних формах, що забезпечує швидке зчитування інформації учасниками заходу.



Рисунок 3.8 Графічні елементи на вітрових прапорах

Під час роботи над графічними елементами також було враховано особливості їх використання на різних носіях. Усі елементи створювалися у векторному форматі, що забезпечує можливість масштабування без втрати якості. Це дозволяє однаково ефективно використовувати їх як на великоформатній стартово-фінішній арці та фотозоні, так і на невеликих носіях, зокрема браслетах, бейджах чи сувенірній продукції.

3.5. Реалізація айдентики в носіях (поліграфія, digital, середовище)

Після завершення розробки логотипу, кольорової системи, типографіки та графічних елементів було здійснено практичну реалізацію айдентики спортивного заходу «Код руху» на різних носіях. Основною метою цього етапу

стало створення цілісної системи візуальної комунікації, яка б ефективно функціонувала як у друкованому, так і в цифровому середовищі, а також безпосередньо на території проведення заходу.

У межах проекту було розроблено комплекс поліграфічної продукції. До неї увійшли рекламний плакат формату А3 (297×420 мм), сітілайт розміром 1200×1800 мм та інформаційний флаєр з картою заходу формату 210×100 мм. Основним завданням рекламних носіїв стало інформування потенційних учасників про подію, формування впізнаваності бренду та створення єдиного візуального образу заходу.

Під час створення плаката (рис. 3.9) використовувалася розроблена кольорова система, яка поєднує теплі природні відтінки з акцентними кольорами айдентики. Центральне місце в композиції займає логотип заходу та фотографічне зображення спортсменів, яке посилює емоційне сприйняття та передає атмосферу спортивної події. Для заголовків було використано шрифт Russo One, який забезпечує високу помітність та добре працює у великому масштабі. Допоміжна інформація оформлена за допомогою шрифтів Echo 2 та Montserrat, що забезпечує читабельність тексту та зручність сприйняття інформації.



Рисунок 3.9 Плакат заходу



Рисунок 3.10 Мокап плакату заходу

Окремим елементом поліграфічної продукції став навігаційний флаєр (рис.3.11 та рис.3.12), який містить схему території проведення заходу та позначення основних функціональних зон. Для спрощення орієнтації учасників було використано систему піктограм та кольорових маркерів, що відповідають окремим спортивним активностям.



Рисунок 3.11 Навігаційний флаєр



Рисунок 3.12 Мокап навігаційного флаєра

Для учасників заходу було розроблено стартовий номер розміром 200×200 мм (рис.3.13 та рис.3.14). Його оформлення базується на використанні логотипу, патерна та кольорової системи проекту. Номер виконує не лише інформаційну функцію, а й є елементом візуальної комунікації бренду безпосередньо під час проведення заходу.



Рисунок 3.13 Стартовий номер



Рисунок 3.14 Мокап стартового номера

Також було створено бейджі для організаторів та волонтерів розміром 90×130 мм (рис.3.15). Для кожної категорії персоналу передбачено місце для написання власного імені. Дизайн бейджів підтримує загальну стилістику айдентики та містить всі необхідні інформаційні елементи.



Рисунок 3.15 Бейджі для організаторів заходу

У цифровому середовищі айдентика реалізована через рекламний пост для соціальної мережі Instagram розміром 1000×1000 пікселів (рис.3.16). Основним завданням цього носія стало привернення уваги потенційної аудиторії та інформування про проведення заходу. У дизайні цифрового матеріалу використано фотографічні зображення спортсменів, логотип, фірмові кольори та графічні елементи, що забезпечує впізнаваність бренду в онлайн-просторі.

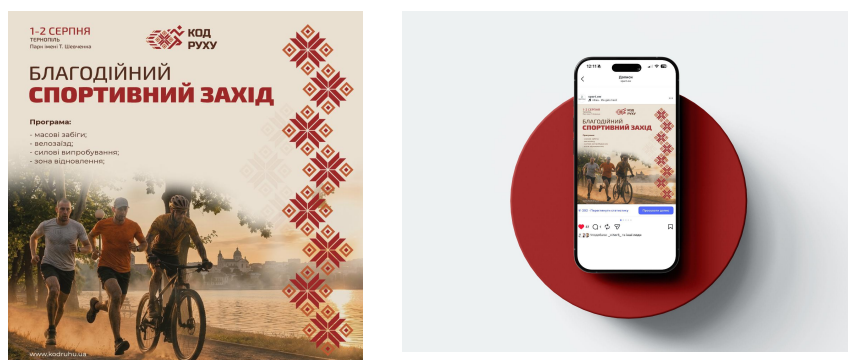


Рисунок 3.16 Рекламний пост для соціальної мережі Instagram

Значна увага була приділена оформленню середовища проведення заходу. Для створення впізнаваної атмосфери було розроблено стартово-фінішну арку розміром 6000×4000 мм (рис.3.17). Арка стала центральним елементом просторового оформлення та виконує функцію головної візуальної домінанти заходу. У її оформленні використано логотип, фірмовий патерн та кольорову систему бренду.



Рисунок 3.17 Дизайн стартово-фінішної арки

Для навігації територією були створені вітрові прапорці розміром 800×2500 мм (рис.3.18). Кожен прапорець відповідає окремій спортивній активності: масовому забігу, велоїзду, силовим випробуванням та зоні відновлення. Використання різних кольорів і піктограм дозволяє швидко орієнтуватися на території заходу та забезпечує зручність навігації для учасників і відвідувачів.



Рисунок 3.18 Дизайн вітрових прапорців

Важливою складовою проекту стала фотозона розміром 2000×2000 мм (рис.3.19). Вона використовується як місце для фотографування учасників та гостей заходу й одночасно виступає інструментом популяризації бренду через соціальні мережі. У її оформленні використано логотип, патерн та фірмові кольори проекту.



Рисунок 3.19 Дизайн та мокап фотозони

Крім інформаційних і навігаційних носіїв було розроблено сувенірну продукцію, до якої увійшли футболка, кепка, шопер, багаторазова пляшка для води, браслети та медаль учасника (рис.3.20). Усі вироби виконані в єдиній стилістиці та містять елементи айдентики. Особливу увагу було приділено медалі як одному з головних символів участі у заході. Її дизайн продовжує концепцію логотипу та підтримує загальний візуальний образ бренду.



Рисунок 3.20 Сувенірна продукція

Таким чином, реалізація айдентики на різноманітних носіях дозволила сформувати повноцінну систему візуальної комунікації спортивного заходу

«КОД РУХУ». Використання єдиної стилістики, кольорової палітри, графічних елементів та типографіки забезпечило цілісність бренду та його ефективне функціонування в друкованому, цифровому та просторовому середовищах.

3.6. Системність та адаптивність айдентики

Одним із найважливіших принципів сучасного графічного дизайну є створення не окремих візуальних елементів, а цілісної системи, здатної ефективно функціонувати на різних носіях та в різних умовах використання. Саме тому під час розробки айдентики благодійного спортивного заходу «КОД РУХУ» особлива увага приділялася системності всіх візуальних компонентів та їх адаптивності до різних форматів комунікації.

Системність айдентики полягає у використанні єдиних принципів побудови всіх елементів візуальної комунікації. Основою такої системи став логотип, який поєднує спортивний характер заходу та стилізований український орнамент. Саме з логотипа були сформовані основні графічні елементи, кольорова палітра та загальний візуальний стиль проекту. Завдяки цьому всі носії айдентики мають спільні характерні ознаки та сприймаються як частини одного бренду.

Важливу роль у забезпеченні цілісності проекту відіграє використання єдиної кольорової системи. Усі носії, від рекламних плакатів до сувенірної продукції виконані в одній кольоровій гамі, що базується на природних етно-бохо відтінках. Поєднання теракотового, пісочного, темно-зеленого та кремового кольорів формує впізнаваний образ бренду та підтримує його зв'язок із концепцією української культурної ідентичності. Використання однакових кольорових рішень на всіх носіях забезпечує візуальну єдність проекту та сприяє його кращому запам'ятовуванню аудиторією.

Не менш важливим елементом системності стала типографічна система. Використання шрифтів Russo One, Echo 2 та Montserrat дозволило сформулювати чітку ієрархію інформації та забезпечити впізнаваність бренду на різних носіях.

Обрані шрифти гармонійно поєднуються між собою та зберігають високу читабельність як у друкованих матеріалах, так і в цифровому середовищі. Додатковою перевагою є те, що всі використані шрифти є відкритими та доступними для безкоштовного комерційного використання, що відповідає сучасним принципам дизайну та спрощує подальше впровадження айдентики.

Системність проекту також забезпечується використанням розробленого патерна та графічних елементів. Незалежно від формату носія вони повторюються у різних варіаціях та підтримують єдиний візуальний стиль. Патерн використовується в оформленні плакатів, стартово-фінішної арки, фотозони, навігаційних елементів, сувенірної продукції та цифрових матеріалів. Завдяки цьому навіть без використання логотипа окремі елементи залишаються впізнаваними та асоціюються з брендом «КОД РУХУ».

Одним із ключових критеріїв ефективності сучасної айдентики є її адаптивність. Під час розробки проекту всі графічні елементи створювалися у векторному форматі у програмі Adobe Illustrator, що дозволяє масштабувати їх без втрати якості. Це забезпечує можливість використання логотипа як на невеликих носіях, таких як браслети чи бейджі, так і на великоформатних конструкціях, зокрема стартово-фінішній арці або фотозоні. Для плакатів та мокапів використовували програмне забезпечення для растрового зображення – Adobe Photoshop.

Окремо варто відзначити адаптивність айдентики до розвитку проекту в майбутньому. Створена система дозволяє легко додавати нові носії, інформаційні матеріали або спортивні активності без необхідності змінювати основні елементи бренду. Завдяки цьому айдентика може використовуватися не лише для одного заходу, а й для серії спортивних подій, які можуть проводитися під брендом «КОД РУХУ» в майбутньому.

Таким чином, розроблена айдентика є цілісною, функціональною та адаптивною системою візуальної комунікації. Використання єдиних графічних принципів, кольорової палітри, типографіки та орнаментальних елементів

забезпечує впізнаваність бренду на всіх носіях, а можливість масштабування та адаптації дозволяє ефективно використовувати створену систему в різних форматах і середовищах. Саме системність та адаптивність роблять айдентику «КОД РУХУ» повноцінним інструментом комунікації, який здатний підтримувати розвиток заходу та формувати його стійкий візуальний образ.

Висновок розділу 3

У процесі виконання третього розділу було реалізовано практичну частину кваліфікаційної роботи та розроблено цілісну айдентику благодійного спортивного заходу «КОД РУХУ». На основі сформованої концепції було створено візуальну систему, яка поєднує сучасні дизайнерські підходи, спортивну тематику та стилізовані етнічні мотиви. У ході роботи було розроблено логотип заходу, який став основою всієї айдентики та відображає головну ідею проекту поєднання руху, спорту та української культурної ідентичності. Також було сформовано кольорову палітру та типографічну систему, що забезпечують візуальну цілісність бренду та його впізнаваність на різних носіях.

Важливою частиною проекту стало створення системи графічних елементів та патернів на основі стилізованого українського орнаменту. Розроблений патерн став додатковим інструментом візуальної комунікації та дозволив об'єднати всі елементи айдентики в єдину систему. Використання орнаментальних мотивів сприяло підкресленню національного характеру проекту та формуванню його унікального образу.

У межах практичної реалізації айдентики було створено комплекс носіїв візуальної комунікації, що охоплює друковані, цифрові та середовищні формати. До них належать рекламні плакати, сітілайт, навігаційний флаєр з картою заходу, стартовий номер учасника, бейджі для організаторів та волонтерів, стартово-фінішна арка, система навігаційних прапорців, фотозона,

рекламний матеріал для соціальних мереж, а також сувенірна продукція у вигляді футболки, кепки, шопера, пляшки для води, браслетів та медалі учасника.

Проведена робота підтвердила важливість системного підходу до створення айдентики спортивних заходів. Усі розроблені елементи побудовані на єдиних композиційних, графічних та стилістичних принципах, що забезпечує цілісність бренду та ефективність його візуальної комунікації. Створена айдентика демонструє високу адаптивність і може використовуватися на носіях різних форматів без втрати впізнаваності та функціональності.

Отже, поставлена мета практичної частини була досягнута. У результаті виконання проекту було створено комплексну систему візуальної ідентифікації благодійного спортивного заходу «КОД РУХУ», яка поєднує сучасну дизайнерську естетику, принципи спортивного брендингу та елементи української культурної спадщини.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи було досліджено особливості створення айдентики спортивних заходів та розроблено комплексну систему візуальної ідентифікації благодійного спортивного заходу «КОД РУХУ». Робота охоплювала теоретичне дослідження сучасних тенденцій графічного дизайну, аналіз українських та зарубіжних прикладів спортивного брендингу, пошук концептуального рішення проекту та його подальшу практичну реалізацію.

У першому розділі було проаналізовано поняття айдентики як інструменту візуальної комунікації, досліджено її роль у формуванні впізнаваності бренду та розглянуто особливості використання візуальної ідентифікації у спортивній сфері. Також було вивчено сучасні підходи до створення спортивної айдентики та проаналізовано приклади успішних візуальних систем українських і міжнародних спортивних заходів. Проведений аналіз дозволив визначити основні принципи побудови ефективної айдентики та виявити актуальні тенденції у сфері спортивного брендингу.

У другому розділі було здійснено пошук концептуального рішення майбутнього проекту. У результаті аналізу спортивної тематики, українських етнічних мотивів та сучасних дизайнерських підходів було сформовано концепцію благодійного спортивного заходу «КОД РУХУ». Основою проекту стала ідея поєднання фізичної активності та культурної ідентичності через поняття коду як символу спільних цінностей, традицій та єдності. Було визначено основні види активностей заходу, сформовано візуальний образ бренду та обрано стилістичний напрямок майбутньої айдентики.

Практична частина роботи була присвячена розробці візуальної системи проекту. У процесі проектування було створено логотип, кольорову палітру, типографічну систему, набір графічних елементів та патернів. Візуальна мова проекту побудована на поєднанні спортивної динаміки та стилізованих українських орнаментальних мотивів, що дозволило сформувати сучасний та впізнаваний образ заходу. У межах практичної реалізації айдентики було

розроблено комплекс носіїв візуальної комунікації, серед яких рекламні плакати, сітілайт, навігаційний флаєр із картою заходу, стартовий номер учасника, бейджі для організаторів і волонтерів, система навігаційних прапорців, стартово-фінішна арка, фотозона, сувенірна продукція та матеріали для соціальних мереж. Усі елементи були об'єднані спільною стилістикою, кольоровою гамою та графічними принципами, що забезпечило цілісність візуальної комунікації бренду.

Результати роботи підтвердили, що використання етнічних мотивів у спортивній айдентиці є ефективним інструментом формування унікального візуального образу. Сучасна інтерпретація українських орнаментів дозволяє створювати актуальні дизайнерські рішення, які не лише привертають увагу аудиторії, але й сприяють популяризації національної культурної спадщини.

Таким чином, поставлена мета кваліфікаційної роботи була досягнута, а всі визначені завдання виконані в повному обсязі. У результаті було створено комплексну айдентику благодійного спортивного заходу «Код руху», яка поєднує сучасні принципи графічного дизайну, спортивний характер події та елементи української культурної ідентичності. Розроблена система є функціональною, адаптивною та може бути використана як основа для проведення реального спортивного заходу або подальшого розвитку бренду в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сиваш І. Концептуальні засади етнодизайну в Україні // Вісник Національного університету «Львівська політехніка».
2. Сиваш І. Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі // Вісник Національного університету «Львівська політехніка».
3. Повилайко О. Український етнодизайн: традиції та сучасність. Київ : Ліра-К, 2019. 256 с.
4. Рихліцька О. Д., Косик О. І. Орнаментальні мотиви в сучасних дизайн-практиках // Українська культура та сучасність.
5. Колісник О. В., Мисак С. В. Символіка орнаменту народної вишивки у графічному дизайні // АртДизайн.
6. Коломієць І. Візуальні комунікації спортивних подій // Дизайн: теорія і практика. 2021.
7. Ткаченко Л. Етнічні мотиви в сучасному графічному дизайні // Вісник КНУТД. 2019.
8. Синєпупова Н. Композиція: тотальний контроль. Київ : ArtHuss, 2019. 240 с.
9. Wheeler A. Designing Brand Identity. 5th ed. Hoboken : Wiley, 2017. 336 p.
10. Ambrose G., Harris P. Design Thinking. Lausanne : AVA Publishing, 2010. 192 p.
11. Henderson P. Sports Branding and Visual Identity. London : Routledge, 2015. 240 p.
12. Design Week : вебсайт. URL: <https://www.designweek.co.uk>
13. Brandingmag : вебсайт. URL: <https://www.brandingmag.com>
14. Український культурний фонд : офіційний сайт. URL: <https://ucf.in.ua>
15. Invictus Games Ukraine : офіційний сайт. URL: <https://invictusgames.in.ua>
16. Vyshyvanka Run : офіційний сайт. URL: <https://vyshyvanka.run>