

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У ФОРМУВАННІ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ТАТУ СТУДІЇ

Анотація. *Фірмовий стиль є основою впізнаваності бренду, особливо в креативних сферах, як індустрія тату. У роботі розглядаються особливості створення фірмового стилю для тату-студії, орієнтованої на молоду аудиторію, а також вивчаються графічні засоби, що формують цілісний образ бренду.*

Ключові слова: *графічний дизайн, фірмовий стиль, брендинг, тату-студія, візуальна айдентика, імідж бренду*

Вступ.

У сучасному суспільстві бренди змагаються не лише за якість послуг, а й за унікальність візуального образу. Особливо це актуально для творчих індустрій, зокрема сфери татувань, де естетика відіграє чималу роль у виборі клієнта бажаної студії або майстра. В умовах високої конкуренції тату-студіям важливо не лише пропонувати послугу, а й створити особливу атмосферу, з якою хочеться себе ідентифікувати. Фірмовий стиль виступає як інструмент комунікації, який дозволяє транслювати цінності бренду, його настрій і відмінні риси. У роботі розглядається процес формування фірмового стилю для тату-студії Electra Heart як приклад поєднання візуального, емоційного та культурного контекстів.

Матеріали та методи.

Об'єктом дослідження є фірмовий стиль як система візуальних елементів, що формують імідж бренду. Предметом дослідження є графічне моделювання фірмового стилю тату-студії. Для досягнення мети було застосовано методи візуального аналізу, вивчення ринку, дослідження цільової аудиторії, а також практичне моделювання логотипу та елементів айдентики. Особливу увагу приділено актуальним тенденціям графічного дизайну, інноваційним підходам до реклами та впливу айдентики на сприйняття бренду.

Результати.

У ході дослідження було проаналізовано візуальні та комунікативні аспекти сучасних тату-брендів, вивчено особливості роботи з молодією аудиторією, яка цінує індивідуальність, стиль та соціальну позицію бренду. Розроблено концепцію фірмового стилю студії Electra Heart, яка включає логотип, кольорову палітру, шрифтові рішення, поліграфічну продукцію та приклади реклами. Визначено унікальну торгову позицію бренду: поєднання мистецтва, соціальної відповідальності (благодійність на користь ЗСУ та підтримка жінок), креативної атмосфери та ком'юніті-клубу. Створена айдентика відображає характер бренду — поєднання ніжності й сили, чуттєвості та протесту, індивідуальності та турботи про спільноту.

Висновки.

Фірмовий стиль є ключовим елементом позиціонування бренду на ринку, особливо у візуально насиченій сфері тату. Успішна айдентика повинна враховувати не лише естетичну складову, а й емоційний зв'язок з цільовою аудиторією. Проведений аналіз

свідчить, що поєднання актуального дизайну, соціальних меседжів і атмосферної складової формує унікальний образ, який резонує з аудиторією.

Список використаних джерел

Бровченко А. І., Тименко В. П. Інформаційні технології візуалізації в дизайні. *IT Digital transformations in culture : Scientific monograph*. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. С 142-162

Орехова О. К. Айдентика в контексті формування образу компанії. Методологія та технологія сучасного філософського пізнання : збірник матеріалів VI Міжнародної наукової конференції студентів, молодих вчених та науковців, присвяченої 30-річчю створення кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності та 205-річчю Університету Ушинського (Одеса, 20-21 травня 2022 року). Одеса : Університет Ушинського, 2022. С. 41-42.

Гальчинська О. С. Дизайн-проекування основних компонентів айдентики бренду. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. - Київ : КНУТД, 2022. - С. 149-169.

Ефімов Ю. В. Тенденції «яскравого мінімалізму» у сучасному графічному дизайні. Арт-простір. Вип. 5. 2024

УДК 7.012:[655.533:087.5](043/2)

Романішина Вікторія, студентка кафедри дизайну

Карпов Віктор, науковий керівник, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну

Миронова Ганна, науковий керівник, член-кореспондент Національної академії мистецтв України, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

РОЗРОБКА УКРАЇНСЬКОГО КОМІКСУ В ЖАНРІ ВЕСТЕРН

Анотація. Метою статті є розкриття сутності секвенційного мистецтва у жанрі вестерн. Матеріалом дослідження обрано об'єкти дизайну відомих коміксів у жанрі вестерн. Мистецтвознавчий аналіз виявив особливості дизайну вестерн-коміксу і його комунікативні властивості. Наукове студіювання праць українських та зарубіжних авторів дозволило розкрити історію коміксів у їх хронологічній послідовності та визначити основні риси. Комікс можна визначити як синтезовану форму, що поєднує візуальне мистецтво та літературу створюючи цілісну картину візуальної історії. Комікс є свого роду самовираженням творців, їх рефлексією на суспільно-політичні процеси розвитку суспільства. У цьому значенні комікси виступають важливим елементом сучасної культури. Цей жанр творчості розвивається, зберігаючи своє значення як важливої складової сучасного мистецтва. Визначення основних тенденцій його розвитку