



РОЗРОБКА ЦІЛІСНОЇ СИСТЕМИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ БРЕНДУ «КВІТ»

Челомбітько В.Ф., доцент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Попко К.А., бакалавр, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Abstract. *The key principle of corporate identity design is the consistency of all its components – color, graphics, and typography – across various media, which ensures the brand's integrity and recognizability. Given the small print runs, digital printing was chosen as the primary production method, as it offers flexibility, speed, and sufficient color reproduction quality. For packaging products, offset printing may be used depending on the print run and production conditions.*

Keywords: *design, corporate identity, Ukrainian embroidery, branding, stylization.*

Сучасний розвиток дизайну фірмового стилю характеризується зростанням ролі візуальної ідентичності у формуванні образу бренду та його конкурентоспроможності. Особливої актуальності набуває використання культурної спадщини як джерела формоутворення, що дозволяє створювати унікальні та змістовні візуальні рішення. У сучасних умовах в Україні звернення до національних традицій є не лише дизайнерським прийомом, а й важливим соціокультурним чинником, спрямованим на збереження та популяризацію культурної ідентичності.

Одним із ключових джерел візуальних образів є українська вишивка, яка має сформовану систему орнаментів, символів і композиційних принципів. Її використання у сучасному дизайні дозволяє поєднати традиційні мотиви з актуальними графічними підходами та створити впізнавану айдентику. Водночас у сфері моди та суміжних галузях фірмовий стиль виконує важливу комунікаційну функцію, впливаючи на сприйняття бренду, рівень довіри та емоційний зв'язок із цільовою аудиторією.

Актуальність роботи полягає у необхідності поєднання культурного змісту з вимогами сучасного графічного дизайну, а також у розробці системної візуальної айдентики, що ефективно функціонує як у поліграфічному, так і в цифровому середовищі.

Структура фірмового стилю формується як система взаємопов'язаних елементів, до якої входять логотип, кольорова палітра, типографіка, графічні елементи (орнаменти) та композиційні принципи [1]. На їх основі розробляються всі носії айдентики, які відрізняються форматом і композицією, але зберігають єдину стилістику.

У сучасному дизайні культурна спадщина розглядається не лише як декоративне джерело, а як система візуальних кодів. До таких кодів належать орнаменти, символи, кольорові поєднання та принципи композиції, які мають історично сформоване значення.

Для проєкту «КВІТ» основою графічної мови обрано орнаменти української вишивки. Вони розглядаються не як окремі декоративні елементи, а як система, що має власну структуру, ритм та принципи побудови (рис. 1) [2].

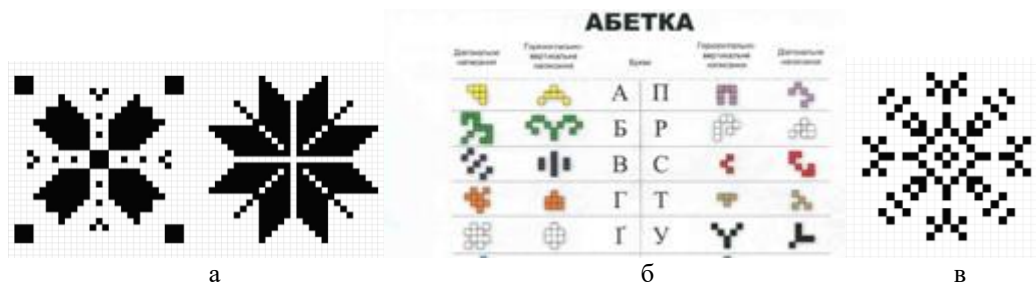


Рисунок 1 – Процес побудови та стилізації графічних елементів (а), абетка традиційної вишивки (б), графічний напис «КВІТ», зашифрований за допомогою абетки (в)

У процесі аналізу було розглянуто основні підходи до роботи з культурною спадщиною в дизайні. Пряме використання передбачає перенесення традиційних мотивів без суттєвих змін. Такий підхід забезпечує швидку впізнаваність, але часто обмежується декоративною функцією і не формує цілісної системи.

Концептуальна інтерпретація працює на рівні ідеї та принципів побудови, а не форми. Вона дозволяє створювати більш складні та змістовні рішення, проте вимагає високого рівня узагальнення, що може зменшувати зрозумілість орнаменту. Найбільш збалансованим підходом є стилізація, яка передбачає спрощення, геометризацию та адаптацію традиційних елементів. У цьому випадку зберігається зв'язок із культурним джерелом, але форма стає більш лаконічною та придатною для використання у сучасному дизайні [3].

Саме цей підхід обрано як основний у проєкті. Додатково використано окремі елементи прямого відтворення для підсилення культурного зв'язку.

Типографічне рішення фірмового стилю базується на поєднанні двох шрифтів, які виконують різні функції та доповнюють один одного.

Для заголовків, акцентів, підписів використано шрифт Caveat. Це рукописний шрифт, який додає відчуття крафтовості, ручної роботи. Він підсилює емоційний характер бренду та створює більш «живе» сприйняття, при цьому залишається достатньо читабельним навіть у невеликих розмірах.

Основним шрифтом обрано Corbel, який використовується для набору текстової інформації. Це сучасний гротеск із простою та зрозумілою формою літер, що забезпечує високу читабельність як у друкованих, так і в цифрових носіях.

Поєднання цих шрифтів забезпечує баланс між функціональністю та характером: Corbel відповідає за зручність сприйняття інформації, тоді як Caveat додає індивідуальності та емоційності візуальному образу бренду.

Результатом роботи є розроблена система фірмового стилю, що включає графічні елементи, поліграфічні макети (візитна картка, бірка, пакувальні матеріали) та цифрові носії (пости і сторіз для соціальних мереж).

Список літератури

1. Зозуля, Д.А., Дейнеко, Ж.В., & Ткаченко, В.П. (2022). Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 1. (с. 126-127).
2. Голка. (2022). Символіка в українській вишивці. <https://golka.com.ua/kat-tov-vishivanki-dovidkova-info-pro-vishivanki/symbolika-v-ukrayinskiy-vyshyvtsi>.
3. Rowden, M. (2017). The art of identity: Creating and managing a successful corporate identity. Routledge.