

Бондарчук А. В., магістр, Журавель-Змєєва Л. С., доц.

Київський національний університет технологій та дизайну

ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕМАТИЧНОЇ СТИЛІСТИКИ У ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТА ФІРМОВИЙ СТИЛЬ КОКТЕЙЛЬ-БАРІВ УКРАЇНИ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню впровадження тематичної стилістики у графічне оформлення та фірмовий стиль коктейль-барів України. Розглянуто поняття фірмового стилю та його ключові складові, серед яких графічні елементи, атмосфера закладу, комунікаційні засоби та клієнтський досвід. Проаналізовано різноманітні тематичні коктейль-бари України з точки зору впровадження візуальних особливостей, специфіки та нестандартної візуальної айдентики. Виявлено, типові та креативні ознаки застосування використання тематичної стилістики у громадських закладах для створення унікальної атмосфери та настрою. Досліджено фірмові стилі коктейль-барів, а саме логотипи, колірні палітри, шрифтові підбірки та художні елементи оздоблення. Виявлено основні засоби, що застосовуються для виділення закладу на конкурентному споживчому ринку. Проведене дослідження може бути корисним для дизайнерів, маркетологів, рестораторів, а також здобувачів освіти у сфері дизайну та готельно-ресторанної справи, що займаються проектуванням подібних закладів та запуском принципово нового, нетипового бізнес проєкту.

Ключові слова: коктейль-бар, концепція, фірмовий стиль, графічне оформлення, тематична стилістика, атмосфера.

Bondarchuk A. V., Master, Zhuravel-Zmieieva L. S., Assoc.

Kyiv National University of Technologies and Design

INTRODUCING THEMATIC STYLISTICS INTO THE GRAPHIC DESIGN AND CORPORATE IDENTITY OF COCKTAIL BARS IN UKRAINE

Abstract. The article is devoted to the study of the implementation of thematic stylistics in the graphic design and corporate identity of cocktail bars in Ukraine. The concept of corporate identity and its key components, including graphic elements, atmosphere of the establishment, communication tools and customer experience, are considered. Various themed cocktail bars in Ukraine are analysed in terms of the implementation of visual features, specifics and non-standard visual identity. Typical and creative features of the use of thematic stylistics in public establishments to create a unique atmosphere and mood are identified. The corporate styles of cocktail bars, namely logos, colour palettes, font selections and artistic decoration elements, are examined. The main means used to distinguish an establishment in a competitive consumer market were identified. The study may be useful for designers, marketers, restaurateurs, as well as students in the field of design and hotel and restaurant business who are involved in the design of such establishments and the launch of fundamentally new, atypical business projects.

Keywords: cocktail bar, concept, corporate identity, graphic design, thematic style, atmosphere.

Вступ. Сьогодні коктейль-бари є важливою частиною сучасної культури. В Україні є багато новітніх, тематичних, креативних просторів, що стають доповненням та родзинкою культурного життя міст [13]. Створення особливої незабутньої атмосфери надзвичайно важливо для будь якого громадського закладу адже саме позитивні враження, гарні спогади та приємні відчуття, це той емоційний спектр, що примушує відвідувачів повертатися. Особливі місця занурюють у атмосферу насолоди та створюють нові враження. Від фірмового тематичного меню закладу до театрального

видовища в обслуговуванні – все у коктейль-барі покликано створити незабутні враження для гостя [10].

Актуальність теми зумовлена високою конкуренцією галузі. Ледь не щодня відкриваються нові заклади, не витримуючи тиску, новачки швидко закриваються і зникають. Проте сучасному проєкту, що планує встояти і розвиватися надзвичайно важливо мати власний стиль та фірмову ідентичність. Дизайнерські тренди, мода, суспільні вподобання, щороку змінюються, зникаючи та знову з'являючись у відповідь на розвиток технологій та культурного контексту. В інтер'єрах, брендових просторах громадських закладів все частіше використовують тематичну стилістику, як метод формування персонального бренду, у рамках пошуку ідентифікації та унікальності.

Огляд попередніх публікацій. Питання формування фірмового стилю та створення атмосферних рішень у сфері гостинності розглядається в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Дотичними є праці авторів про фірмовий стиль – Олени Колосніченко, Калини Пашкевич [5], Ірини Мазуркевич [7]. Проблематику сучасних тенденцій у дизайні розглянуто у працях Надії Ворони та Аліни Слівінської [1]. У наукових публікаціях приділяють увагу питанням барної індустрії, де дизайн виступає важливим чинником створення атмосфери й емоційного ставлення споживача – Валентина Постова [8], Аннабела Кілпінена [12], Косенко Данило, Зінов'єва Софія [6].

Мета дослідження проаналізувати впровадження тематичної стилістики у графічне оформлення та фірмовий стиль коктейль-барів України та визначити зображальні засоби, якими досягається унікальність та впізнаваність бренду.

В Україні барна індустрія продовжує стикатися з викликами та змінами сьогодення, вона стрімко прогресує та трансформується. Останнім часом споживачі стали більш вимогливими до якості продукції та сервісу. Тому бари змушені відповідати цим вимогам, щоб залишатися конкурентоспроможними [4].

Дизайн тематичного бару можна розглядати, як формування цілісного враження від перебування у закладі, вибудованого навколо певної теми чи наративу. Така концепція може охоплювати різноманітні стилістичні рішення – від ретро-естетики 80-х років до тропічного антуражу або футуристичного науково-фантастичного середовища. Основне завдання полягає у гармонійному поєднанні всіх складових: інтер'єру, брендингу, освітлення, музичного супроводу та меню, відповідно до обраної теми, що забезпечує створення цілісного насиченого досвіду [14].

Фірмова ідентичність коктейль-бару виходить далеко за межі назви чи логотипу. Вона охоплює сукупність ключових елементів, серед яких візуальне оформлення, атмосфера закладу, рівень обслуговування, представлення у соціальних мережах та загальний клієнтський досвід. Успішно сформований фірмовий стиль забезпечує створення стійкого емоційного враження, що спонукає відвідувачів надавати перевагу саме цьому закладу серед конкурентів [11].

Фірмовий стиль – це не просто естетика; це метод встановлення емоційного зв'язку з клієнтом та створення розширеного, авторитетного іміджу бренду. Графічна узгодженість у всіх комунікаціях компанії сприяє легшому запам'ятовуванню для клієнта та асоціації бренду з певними цінностями. Кольори, форми, типографіка впливають на сприйняття та реакцію споживачів, на компанію. Саме тому багаторазове використання візуальної ідентичності дозволяє не лише підвищити впізнаваність, але й побудувати ринкові позиції [9].

Наповнення фірмової айдентики специфікою тематики дає змогу забезпечити не лише просторове оформлення, але й ефективну комунікацію із клієнтами, що є особливо важливим для успішності коктейль-барів.

На сьогодні в Україні розвиток індустрії барної культури характеризується появою закладів, що активно використовують тематичну стилістику. Дослідження українських тематичних барів дає можливість розглянути актуальні тенденції та стратегії, що визначають сучасний барний бізнес. Досліджуючи коктейль-бари, було обрано такі заклади, як «Алхімік», «Лиса гора», «Палата №6» та «Talkies», які найкраще демонструють використання тематичної стилістики і користуються найбільшою популярністю. Аналіз барів дасть можливість дослідити, як використання дизайн-концепції у фірмовому стилі впливає на формування унікальної атмосфери закладу та визначення бренду.

Коктейль-бар «Алхімік», розташований у Києві, вирізняється цілісною концепцією, що ґрунтується на образах алхімічних дослідів, таємничості та загадковості, включає містичні елементи (рис. 1). Цей бар використовує візуальні та концептуальні елементи, що нагадують про таємничі наукові експерименти та алхімічні перетворення. Заклад має високу популярність завдяки унікальній магійній концепції, в його соціальних мережах понад 12 тисяч підписників, а рівень впізнаваності серед шанувальників концептуальних закладів є одним із найбільших у місті.

Логотип коктейль-бару «Алхімік» не змінюється багато років, але має актуальний дизайн навіть зараз. Він виконаний у ретро стилістиці. Такий підхід відображає сучасну тенденцію до використання ностальгійних мотивів. Центральний образ алхіміка з колбою символізує експеримент та назву самого бару. Образність даної айдентики побудована на поєднанні мотивів алхімії, магії та езотерики. В оформленні носіїв та соціальних сторінок використовуються езотеричні знаки та монохромні композиції. Основні фірмові кольори закладу: чорний та золотий. Чорний колір - це таємничість та нічна атмосфера, а золотий - багатство та розкіш. Додатково застосовується білий та сірий, як нейтральні, доповнюючі кольори.

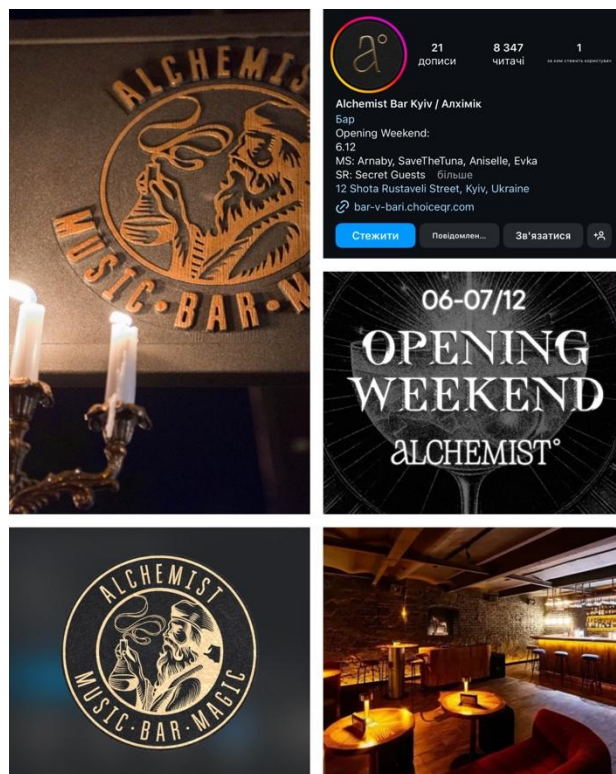
Внутрішній простір закладу «Алхімік» розроблений відповідно до дизайнерських трендів, таких як лофт та мінімалізм. Головний принцип – гармонійне поєднання грубих натуральних матеріалів з дорогим оздобленням та цікавою специфічною атрибутикою. Цегляні стіни, дерев'яні елементи оздоблення, темні тони створюють у закладі атмосферу таємничості та усамітнення. Скляні колбочки на полицях, бармени в фірмових шкіряних фартухах, вінілові пластинки та химерні авторські коктейлі. Тепле м'яке освітлення від свічок та ламп підкреслює інтер'єр, створюючи інтимний настрій. Бар передає через атмосферу основну концепцію та переміщує гостя у секретний ексклюзивний клуб.

Наступний коктейль-бар, що підпадає під характеристику тематичного є «Палата №6» із темою медичної психіатричної установи (рис. 2). Характеризується використанням лікарняної атрибутики, ексцентричним інтер'єром та акцентами на психоделічні елементи. Інтер'єр та концепція закладу створили атмосферу психіатричної лікарні, завдяки використанню медичних елементів декору. Такий тематичний підхід формує відчуття радикальних експериментів та атмосфери лікарняних кабінетів, яка насторожує, інтригує і водночас приваблює відвідувачів.

Наразі бар змінив свою назву на «Absent bar», що акцентує на одному з найвідоміших напоїв, який має історично сумнозвісну репутацію та часто асоціюється з божевільням та втратою контролю. Це також корелюється з іміджем який хоче залишати за собою заклад. Ребрендинг коктейль-бару може бути пов'язаний з бажанням оновити образ закладу, адаптуючи його до нових трендів та запитів сучасної аудиторії, зберігаючи при цьому елементи мистецької тематики.

Новий логотип, був натхненний роботами Вінсента ван Гога. Він поєднує сучасний дизайн з образом однієї з його найвідоміших картин «Зоряна ніч». У логотипі

збалансовано використано динамічні лінії та образ вогню, який зображує пекельну сутність абсенту.



Джерело: [16].

Рис. 1. Бар «Алхімік»



Джерело: [17].

Рис. 2. Бар «Absent bar»

Основними кольорами є білий та чорний, що створюють класичний контраст. Використано сучасний шрифт без засічок, який добре поєднується з мінімалістичною графікою.

У закладі коктейлі подаються у пробірках та шприцах, що відповідає ключовій концепції. Основою всіх напоїв є абсент – напій, який високо цінували творчі особистості, зокрема Вінсент ван Гог, Пабло Пікассо та Оскар Вайльд. Саме цей культурний підтекст робить коктейлі бару не лише напоєм, а й частиною неперевершеної історії, що поєднує мистецтво та міфи [2].

Досліджуючи айдентику та візуальне оформлення коктейль-барів, варто згадати заклад під назвою «Лиса гора», розташований на вулиці Бульварно-Кудрявській, який вирізняється своєю тематичною концепцією (рис. 3). Цей бар чітко втілює відьомську тематику, натхненну давньою історією Києва, як центру містики та легенд про відьом. У меню представлені страви та коктейлі, настояні на травах та рослинах, таких як кропива, дуб і лаванда, що по легендам мають магичні властивості й додають тематичного шарму.

В основі фірмового стилю закладено стилізоване зображення жінки-«відьми», яка летить на мітлі з келихом у руці. Це символізує поєднання магичного й гастрономічного досвіду, що прямо транслює ідею бару: «спробувати магію на смак». Образ виконано у лаконічному графічному стилі, що відповідає актуальній тенденції мінімалізму. У візуальному оформленні коктейль-бару «Лиса гора» використано два контрастних кольори: темно-синій та бежевий. Темно-синій символізує нічне небо, а бежевий нагадує сяйво зірок. Для айдентики застосовано класичний гарнітурний шрифт із декоративними елементами, який підкреслює містичну тематику та водночас забезпечує читабельність і єдність. Тематична стилістика бренду інтегрує образи відьомства й київської міфології, завдяки чому створюється цілісний візуальний образ, що вирізняє заклад серед конкурентів та підсилює його ідентичність. Аудиторія закладу у соцмережах становить приблизно 15 тисяч підписників, а рівень впізнаваності стабільно зростає завдяки актуальності теми.

Київський коктейль-бар «Talkies» – це невеликий концептуальний заклад на Подолі для прихильників мистецтва та барної культури (рис. 4). Дизайн закладу виконаний у стилі ар-деко: цегляні стіни, великі дзеркала, поєднання теплих і холодних відтінків. Атмосфера відкритого простору, жива музика у стилі джаз та ретельно продуманий інтер'єр, надають закладу неповторного іміджу.

«Talkies» має гнучку концепцію, де кожен сезон обирає нову тематику для коктейльного меню. Проте незмінними залишаються основні елементи фірмового стилю – логотип, шрифти та кольори. У попередні роки коктейльна карта була присвячена діячам 20-го століття, фільмам, живопису, музиці, а також знакам зодіаку. Варто зазначити, що тут за допомогою штучного інтелекту було створено коктейльне меню по художнім напрямкам – від епохи Відродження до авангарду. Нове меню – це вшанування українців, які зробили великий внесок у хід історії, культури та науки.

Такий підхід дозволяє бару поєднувати стабільність візуального образу з постійним оновленням контенту – через нові теми меню та коктейлі, що робить його цікавим і привабливим для відвідувачів.

Фірмовий стиль коктейль-бару «Talkies» поєднує мінімалізм, контрастність та продуману символіку. Головним компонентом фірмового стилю виступає логотип із чіткою геометричною шрифтовою конструкцією. Використано стриманий шрифт із прямими лініями та ритмічним розташуванням елементів. Головним образом виступає стилізований символ келиха, підкреслюючи тематику закладу. Палітра бренду побудована навколо ахроматичних кольорів – білого та чорного. Білий відкриває в собі чистоту та рівновагу, тоді як чорний показує домінування та елегантність. Разом вони

формують ідеальний контраст. Тематична стилістика базується на мистецтві, музиці та історії. Вона включає в себе виразні симетричні лінії, декоративний шрифт та графічні елементи, такі як келих.



Джерело: [18].

Рис. 3. Бар «Лиса Гора»



Джерело: [19].

Рис. 4. Бар «Talkies Bar»

Таким чином, «Talkies» можна розглядати, як приклад закладу, де тематична стилістика стає не лише елементом візуального оформлення, але й основою бренд-стратегії. Щороку колектив закладу експериментує, створюючи нові коктейлі з особливим сенсом [15]. Стабільна айдентика поєднується з динамічним оновленням меню, що дивує навіть постійних гостей.

Отже, усі розглянуті коктейль-бари є популярними та знайомими, привертають увагу цікавою концепцією, неповторним дизайном та різноманітністю меню [3]. Кожен заклад має нестандартну тематику, яка переходить у фірмовий стиль та зберігає

конкурентоспроможність у сегменті тематичних барів. У аналізі виявлено спільні риси, що формують єдину естетичну тенденцію сучасних закладів такого типу. Для всіх брендів характерне використання темної колірної гами, символічних образів. Типографіка переважно лаконічна, з використанням контрастних шрифтів, що поєднують сучасність і класику. У логотипах простежується застосування знаків, пов'язаних із темою філософії, психології чи езотерики.

Разом ці бари створюють вражаючий простір, багатий на тематичне різноманіття, гарантуючи незабутні та неповторні враження для всіх відвідувачів. Вони дотримуються сучасних дизайнерських трендів, адже поєднують функціональність, естетику і впізнавану айдентику, що відповідає світовим тенденціям для барної сфери.

Висновки. Проведений аналіз оформлення та айдентики коктейль-барів «Talkies», «Алхімік», «Лиса гора» та «Палата №6» довів, що саме тематична стилістика стає основою сучасного брендового позиціонування. Вона формує неповторний наратив, який поєднує графічне оформлення, дизайн інтер'єру, меню та комунікаційні стратегії в єдину систему. Завдяки цьому заклад отримує можливість не лише виділитися серед конкурентів, але й створювати глибокий емоційний зв'язок зі своїми відвідувачами.

Кожен із розглянутих барів має виразну айдентику, що підкреслює його концепцію. Гості, які шукають різноманітних вражень, знайдуть все для будь-якого настрою: секретний бар «Алхімік» з символічними ілюстраціями та алхімічними знаками; для прихильників Таро та магії привабливим стане бар відьом «Лиса Гора» з графічними елементами магічних символів і містичної естетики; любителі джазу та мистецтва насолодяться «Talkies», що містить графічні елементи артдеко та ретро-естетики; а ті, хто сповнений енергією, вирушать до Палати № 6, яка спирається на елементи медичної символіки та експериментальну подачу візуальних матеріалів.

Загалом, ці заклади вирізняються цілісним підходом до формування айдентики, де візуальні образи, графічні рішення та атмосферні деталі підпорядковані єдиній концепції. На відміну від типових барів, їхній фірмовий стиль передає свою цікаву тематику з історією, створюючи візуальну ідентичність, яку легко впізнати. Саме ця емоційна та символічна насиченість в їхньому дизайні відрізняє їх від інших і дає їм конкурентну перевагу на сучасному ринку.

Список використаної літератури

1. Ворона Н., Слівінська А. Тенденції сучасного графічного дизайну. *Молодий вчений*. 2024. № 6 (130). С. 13–18. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6-130-1>.
2. День народження зеленої феї. BAYADERA.UA: Фірмовий інтернет-магазин алкоголю. 2025. URL: <https://bayadera.ua/posts/den-rozhdeniya-zelenoy-fei>.
3. Доценко А. ТОП-10 найкращих барів Києва, де можна провести вечір. Доставка піци Київ ► замовити піцу додому в Києві. 2025. URL: <https://stationpizza.com.ua/top-10-krashih-bariv-kiyeva>.
4. Коваленко Н. Тенденції розвитку барної культури у світі. Все о туризме: туристическая библиотека. 2023. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kovalenko9.htm.
5. Колосніченко О., Пашкевич К. Методологія розробки фірмового стилю на основі вивчення аналогів. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*: монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ: КНУТД, 2022. С. 59–78.
6. Косенко Д., Зінов'єва С. Особливості дизайну інтер'єрів сучасних барів, що експонують твори мистецтва. V Міжнар. науково-практ. конф. «Актуальні проблеми сучасного дизайну». Київ, 2023. С. 200–204.
7. Мазуркевич І. Особливості розробки фірмового стилю закладів ресторанного господарства. *Innovations and technologies in the service sphere and food industry*. 2023. Т. 3, № 9. С. 33–37. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(9\).2023.5](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(9).2023.5).
8. Постова В. Барна індустрія в Україні: виклики сьогодення та перспективи розвитку. *Трансформація готельно-ресторанного бізнесу регіону в умовах євроінтеграції*: Матеріали міжнар. науковопракт. конф., м. Чернівці, 11 трав. 2023 р. С. 153–156.

9. Що таке система фірмового стилю? *WhiteMAD*. 2023. URL: <https://www.whitemad.pl/uk/що-таке-система-фірмового-стилю/>
10. An Evolution of Cocktail Bars | Proof & Company Spirits. *Proof & Company*. URL: <https://proofandcompany.com/fbtb-an-evolution-of-cocktail-bars/>
11. Guides Restaurants. 6 captivating ideas to create a strong restaurant brand identity. 6 captivating ideas to create a strong restaurant brand identity. 2024. URL: <https://moodby.com/blog/top-6-ideas-to-create-a-strong-restaurant-brand-identity/>
12. Kilpinen A. What are the elements that make an effective and popular cocktail bar? Bachelor's Thesis Degree. Programme in Hospitality, Tourism and Experience Management. Helsinki, 2020. 59 p.
13. Mason D. Cocktails in Kyiv. *BusinessLIVE*. URL: <https://www.businesslive.co.za/fm/life/food/2022-11-17-cocktails-in-kyiv/>
14. Themed bar concept design – dyelot interiors. *DyeLot Interiors*. URL: <https://dyelot.com/glossary/themed-bar-concept-design/>
15. Village Special. 13 напоїв – 13 знаків зодіаку: як смакують нові зіркові коктейлі від Talkies. The Village Україна. 2022. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-promo/330299-bar-talkies>.
16. Instagram бару «Алхімік». URL: <https://www.instagram.com/alchemistbarkyiv?igsh=d3N3cWVqcTlicWo5>.
17. Instagram бару «Absent bar». URL: <https://www.instagram.com/absent.bar?igsh=Zngxd2xsZDkwM3V6>.
18. Instagram бару «Ліса Гора». URL: <https://www.instagram.com/witchbar13?igsh=MXy0bzdwcmdnanJicg==>.
19. Instagram бару «Talkies Bar». URL: <https://www.instagram.com/talkies.bar?igsh=MmRvcHg3MmIyNzdh>.