3. Через війну в Україні пошкоджено чи зруйновано 17,1% закладів освіти – Лісовий. Interfax-Ukraine. 2025. URL: https://interfax.com.ua/news/general/1112245.html.

4. Knauf H. Visual Environmental Scale: Analysing the Early Childhood Education Environment. Early Childhood Education Journal. 2019. Vol. 47, no. 1. P. 43–51. DOI: 10.1007/s10643-018-0914-x.

5. Meng X., Zhang M., Wang M. Effects of school indoor visual environment on children's health outcomes: A systematic review. Health & Place. 2023. Vol. 84. Art. 103021. DOI: 10.1016/j.healthplace.2023.103021.

6. Winroth J. et al. Child-Centred Room Acoustic Parameters of Public Preschools in Sweden. Buildings. 2023. Vol. 13, no. 11. Art. 2777. DOI: 10.3390/buildings13112777.

7. High-Quality Educational Environment of a Kindergarten: UNICEF's Recommendations Based on the ECERS-3 Methodology. Diia.Education. URL: https://osvita.diia.gov.ua/en/courses/educational-environment-of-a-kindergarten.

8. Zairul M., Hafizah N. Current trends in art and design for paediatric wellness in built environments (2020–2025): a thematic review. Frontiers in Pediatrics. 2026. Vol. 13. Art. 1666934. DOI: 10.3389/fped.2025.1666934.

9. Kindergarten in Guastalla / Mario Cucinella Architects. ArchDaily. 2015. URL: https://www.archdaily.com/775276/nido-dinfanzia-a-guastalla-mario-cucinella-architects.

10. Successful restoration: Ruta Kindergarten in Irpin. DREAM. 2023. URL: https://dream.gov.ua/casestudies/case-study-ruta.

УДК 75.071:766:687.53

Анастасія ЮХИМЧУК
аспірантка факультету дизайну,
асистентка кафедри мистецтва та дизайну костюма
Київський національний університет технологій та дизайну
Софія ПІЛЬТЯЙ
студентка кафедри графічного дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну
Калина ПАШКЕВИЧ
доктор технічних наук, професор, декан факультету дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну

ТВОРЧІСТЬ ХУДОЖНИКА ЯК ДЖЕРЕЛО ДЛЯ РОЗРОБКИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ БАРБЕРШОПУ

Звертаючи свою увагу до реалій графічного дизайну сьогодення, можна сміливо сказати, що фірмовий стиль став його неодмінною складовою, міцно закріпившись у переліку пропонованих послуг [1, с. 10]. У сучасних умовах розвитку ринку послуг та зростання конкуренції між закладами різних сфер діяльності особливого значення набуває формування впізнаваного образу бренду.

Поняття фірмового стилю визначається як конкретна практична форма реалізації системного дизайну, що об'єднує у собі методичну послідовність цілісного процесу розробки концепції естетично-художньої візуалізації складного соціокультурного об'єкту та логічне програмування цілей організації системи діяльності з реалізації і впровадження [2]. Фірмовий стиль формується індивідуально з урахуванням діяльності бренду та його аудиторії й забезпечує цілісну візуальну ідентифікацію. Основними елементами є: логотип, товарний знак, слоган, колірна палітра та шрифти.

Барбершопи є сучасним форматом спеціалізованих чоловічих перукарень, що поєднують надання професійних послуг із формуванням особливої соціокультурної атмосфери. Їх поява пов'язана з розвитком чоловічої культури догляду за зовнішністю, а перші заклади такого типу набули популярності у США у XX столітті, згодом поширившись у країнах Європи. На відміну від традиційних перукарень, барбершопи орієнтовані виключно на чоловічу аудиторію та пропонують вузькоспеціалізований спектр послуг [3].

Аналіз фірмових стилів барбершопів Києва встановив, що всі розглянуті заклади дотримуються загальної тенденції до формування цілісного бренду, який поєднує візуальну айдентику, інтер'єрні рішення та рівень сервісу. Водночас кожен барбершоп вирізняється унікальною концепцією та стилістикою. Так, «ЦирульниК Barbershop» орієнтується на ретро-естетику та відтворення атмосфери традиційної цирульні; «Firm Barbershop» дотримується мінімалістичного підходу з акцентом на стриманість і функціональність; «Lumberjack Barberhouse» використовує брутальну природну стилістику з індустріальними елементами; «Starboy Barbershop» формує образ преміального простору з елементами клубної культури та розширеним спектром послуг.

Таким чином, на основі проведеного аналізу ринку барбершопів Києва та визначених тенденцій у формуванні їх фірмового стилю було сформовано концептуальну основу власного дизайн-проєкту. Важливим етапом формування концепції стало обґрунтування назви закладу. Назва «Dali barbershop» відсилає до постаті Сальвадор Далі – одного з найяскравіших представників сюрреалізму. Використання прізвища митця у назві дозволяє одразу сформувати асоціативний ряд, пов'язаний із креативністю, нестандартним

мисленням та художньою виразністю. Крім того, образ самого Далі, зокрема його впізнавані вуса, органічно корелює зі сферою барберингу, що підсилює концептуальний зв'язок між назвою та діяльністю закладу.

Ключовою ідеєю дизайн-проєкту стало використання естетики сюрреалізму, натхненної творчістю Сальвадора Далі. Це дозволило сформувати нестандартний підхід до візуальної ідентичності барбершопу, який проявляється у використанні символічних образів, метафоричних форм та контрастних композицій. Такий підхід сприяє створенню емоційно насиченого середовища, що привертає увагу клієнтів та формує у них стійкі асоціації з брендом.

Мудборд став основою візуальної концепції проєкту, визначивши стиль і настрій бренду. До нього увійшли референси творчості Сальвадора Далі та сучасних барбершоп-рішень, що поєднало сюрреалістичну естетику з актуальним дизайном (рис. 2).

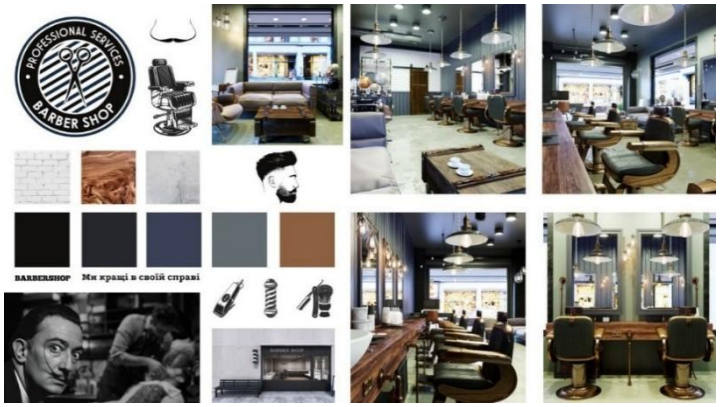


Рис. 1. Мудборд до фірмового стилю «Dali barbershop»

У процесі розробки фірмового стилю «Dali Barbershop» було створено концепцію логотипу як ключового елемента брендингу, що забезпечує його впізнаваність, диференціацію та візуальну ідентифікацію. Логотип розроблено на основі стилістики підпису Сальвадора Далі, що підсилює концептуальний зв'язок із джерелом натхнення. Композиція доповнена візуальними елементами, літери «D» і «l» додатково трансформовані у форму вусів як відсиланням до образу митця (рис. 2.).

Використана кольорова гама базується на поєднанні чорного та білого кольорів: білий символізує відкритість і свободу, тоді як чорний асоціюється зі стриманістю, елегантністю, сучасною модою та візуальною вишуканістю. Така колористика є універсальною та відповідає цільовій аудиторії дизайн-проєкту. У результаті було розроблено два варіанти логотипу, виконані у чорно-білій та інверсійній (біло-чорній) кольорових гамах, що забезпечує гнучкість використання знака на різних носіях та у різних умовах відтворення.

Як основний шрифт обрано «Chunk Five Regular», який виконує роль композиційної основи логотипу, водночас основний візуальний контраст і

семантичне навантаження зосереджені у знаковій частині, що дозволяє досягти гармонійного поєднання текстового та графічного елементів.

Розробка здійснювалася із використанням векторного графічного редактора Adobe Illustrator, що забезпечило точність побудови форм та можливість подальшого масштабування без втрати якості.

Додатково розроблено слоган «Впевненість у кожній деталі», що відображає філософію точності, якості та індивідуального підходу в обслуговуванні.

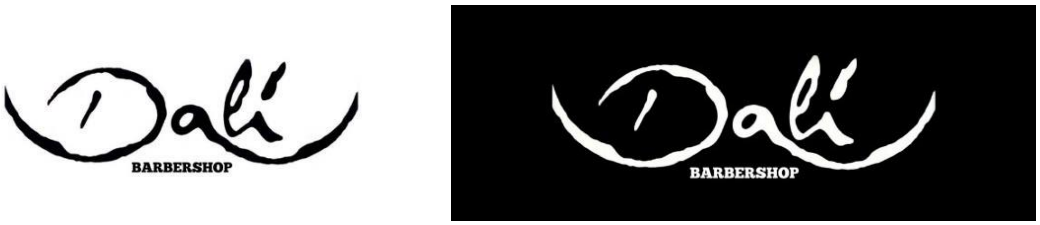


Рис. 2. Логотип «Dali barbershop» в кольорових рішеннях

У роботі досліджено особливості створення фірмового стилю для барбершопів та його роль у формуванні впізнаваного бренду. На основі аналізу розроблено концепцію «Dali barbershop», що поєднує естетику сюрреалізму з сучасними дизайнерськими рішеннями. Створено логотип, колірну гаму, шрифт і слоган, які забезпечують цілісність та унікальність візуальної ідентичності бренду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Литвинюк Л. До питання становлення та розвитку фірмового стилю. *Вісник Львівської національної академії мистецтв.* 2013. Вип. 24. С. 10-17.

2. Мазнєв Є.О., Очкуренко В.І., Мелконов Г.Л. Дизайн-проєктування одягу як елемент фірмового стилю. *Інноваційні технології для промисловості.* 2024. № 1 (1). 4 с. DOI: https://doi.org/10.33216/ITP-2022-1-5

3. Що таке Барбершоп і його відмінність від перукарні? *Jetstore.* URL: https://jetstore.com.ua/ua/blogs/chto-takoe-barbershop-i-ego-otlichie-ot-parikmaherskoj (Дата звернення: 01.04.2025)

УДК 766:655.26]:316.722-044.372

Надія ЯРОШЕНКО
студентка 1 курсу ОПП «Дизайн візуальних комунікацій»
науковий керівник:
Тетяна ІВАНЕНКО
кандидат мистецтвознавства, доцент
Харківська державна академія дизайну і мистецтв