



УДК 7.05

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ФЕСТИВАЛЮ УКРАЇНСЬКОЇ СУЧАСНОЇ МУЗИКИ

ЕЖОВА Ольга, ТЕСЕЛЬКО Анастасія

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
oyezhova70@gmail.com, nastiatess@gmail.com

У роботі проаналізовано поняття фірмового стилю та особливості створення фірмового стилю для фестивалю сучасної української музики з елементами етнічних мотивів. Дослідження включає аналіз айдентики, зокрема логотипів, популярних музичних фестивалів Coachella (США) та Бешкет (Україна).

Ключові слова: культура, фірмовий стиль, айдентика, логотип, етнічні мотиви, музичний фестиваль.

ВСТУП

Дослідження фірмового стилю для музичного фестивалю має значення для розуміння доречного брендингу та заохочення підтримки культури у молоді в країні під час війни. Основні принципи створення фірмового стилю схарактеризовані в монографії [1]. Воєнний стан, який розпочався внаслідок повномасштабного вторгнення Росії на українські території 24 лютого 2022 року, відкрила для спільноти українську музику в новому статусі, внесла суттєві коригування в ідентифікацію української національної музики на міжнародній арені, сприяла новій хвилі музичної творчості українців [2]. Музичне мистецтво має важливе значення у відродженні й актуалізації художніх цінностей, в інтеграції та культурному розвитку українського суспільства]. Надважливим є розвиток та створення платформ, зі спрямуванням фірмового стилю на молодіжну аудиторію.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є визначення особливостей дизайну фірмового стилю фестивалів музики.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Фірмовий стиль — це загальний, провідний стиль бренду, що завдає вигляд всіх його елементів та складових, це складна та детально продумана система кольорових поєднань та шрифтових рішень, окремих композиційних особливостей. За допомогою фірмового стилю оформлюють всю продукцію компанії: від рекламної до пакування товарів. Фірмовий стиль має бути актуальним, відповідати сучасним соціальним тенденціям та враховувати національні та культурні особливості аудиторії, вік та стать цільової аудиторії, менталітет. В теорії дизайну існує система фірмового стилю, яка включає в себе такі основні елементи: товарний знак, фірмовий шрифтовий напис



(логотип), фірмовий блок, фірмове гасло (слоган), фірмовий колір (кольори), фірмовий комплект шрифтів, корпоративний герой, постійний комунікатор (обличчя фірми) та інші фірмові константи. Центральним елементом фірмового стилю є логотип. Це перший знак, який зчитує та шукає клієнт.

У розрізі сучасних потреб суспільства щодо дизайну брендів та їх айдентики, можна виділити основні тренди: адаптивність, запам'ятовуваність та грамотна простота. Актуальним доповненням до елементів сучасного фірмового стилю є динамічність та інтерактивність. Динамічні елементи, наприклад, динамічні логотипи або деякі дудли від Google, гарно привертають та акцентують увагу на собі. Інтерактивність дозволяє, окрім динаміки, додати пряму взаємодію людини із виданням. Інтерактивність є сучасним способом привертання та утримання уваги користувача. Додавання прямої взаємодії користувача із елементами фірмового стилю підвищує залученість та зацікавленість людини. Інтерактивність елементів фірмового стилю — це додавання прямої взаємодії між користувачем та носієм фірмового стилю. Найрозповсюдженішим, типовим та найпростішим способом створення інтерактивності є додавання qr-code, або гіперпосилання.

Сьогодні окремим трендом є використання національних та етнічних мотивів у фірмовому стилі. Влучно використані елементи української культури підіймають дух людей, створюють відчуття єдності та викликають гордість. Найтипівішими прийомами є пряме використання національних вишивок, розписів та їх елементів. Використання етнічних мотивів у фірмовому стилі має високий ступінь соціальної відповідальності: елементи національної культури повинні бути використані влучно, елегантно, естетично, викликати в клієнта відчуття гордості за причетність до нації.

Музичний фестиваль - це масовий захід, святкування, показ досягнень професійної та самодіяльної музичної творчості.

Для проведення аналізу існуючих аналогів фірмового стилю для сучасних музичних фестивалів, були розглянуті такі фестивалі як Coachella та Бешкет. Coachella [3] є одним з найпопулярніших музичних фестивалів у світі, який проводиться щороку в пустелі в Америці. Фірмовий стиль даного фестивалю в першу чергу представляє собою текстовий логотип, створений з унікальним шрифтом, який нагадує швидкі мазки фарби (рис. 1). Зазвичай цей логотип використовується у білому або чорному кольорі. Фірмовими кольорами є пастельні відтінки фіолетового, рожевого та жовтого кольорів, які нагадуватимуть аудиторії про захід сонця у пустелі. Також айдентика фестивалю має елементи стилю бохо з ілюстраціями та фотографіями пальм, гір, пір'я, та оглядового колеса, які показують основну стилістику фестивалю.

Бешкет [4] це український фестиваль музики, який запрошує багато нових українських музикантів та груп з різних жанрів музики. Його фірмовий стиль спрямований саме на українську молодь, та її інтереси. Логотипом також є текстова стилізація назви фестивалю. Динамічні нерівні лінії літер логотипу з стилізованою під чоловіка у танці буквою «К» (рис. 2) ніби показують, що цільовою аудиторією є молодь, а фестиваль наповнений танцями та рухами.



COACHELLA
COACHELLA VALLEY MUSIC AND ARTS FESTIVAL



а

б

Рис. 1. Логотип фестивалю: а- Coachella; б - Бешкет

Шрифт для написання псевдонімів артистів та назв груп теж є індивідуально зроблений під стилізацію фестивалю, ми бачимо ті ж динамічні літери, які добре привертають увагу у постах в інтернеті та рекламних постерах. У кольоровій гамі використовуються яскраві, часто основні кольори, як синій або голубий, жовтий та червоний.

ВИСНОВКИ

В дослідженні характеризувано особливості створення фірмового стилю, зокрема для культурних подій. Виявлено дизайн елементів фірмового стилю для сучасних музикальних фестивалів, спрямованих на молодіжну аудиторію, та використання етнічних мотивів у розробці українського бренду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Колосніченко М. В., Гула Є. П., Пашкевич К. Л. та ін. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*: монографія. Київ: КНУТД, 2022. 226 с.
2. Дутчак В. Від музики Майдану до музики війни: український феномен. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects* : Scientific monograph. Riga, Latvia : "Baltija Publishing", 2022. С. 716-725. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-86>. 2022.
3. Сайт фестивалю Coachella URL: <https://www.coachella.com/>
4. Instagram сторінка фестивалю Бешкет URL: <https://www.instagram.com/beshkeat?igsh=MTdiOTB2MGxoajdxA==>

YEZHOVA O., TESELKO A.

CORPORATE IDENTITY OF THE UKRAINIAN CONTEMPORARY MUSIC FESTIVAL

The paper analyzes the concept of corporate identity and the features of creating a corporate identity for a festival of contemporary Ukrainian music with elements of ethnic motifs. The study includes an analysis of the identity, including logos, of the popular music festivals Coachella (USA) and Beshket (Ukraine).

Keywords: culture, corporate identity, identity, logo, ethnic motifs, music festival.