МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»

ФАКУЛЬТЕТ МИСТЕЦТВ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ І МЕДІАВИРОБНИЦТВА

Романенко Світлана Олександрівна

ЕСТЕТИЧНІ ТА МИСТЕЦЬКІ АСПЕКТИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ТАТУ-САЛОНІВ

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня
вищої освіти «Магістр» за спеціальністю 022 Дизайн
Освітня програма «Графічний дизайн»

Особистий підпис – _____ С.А. Романенко

(підпис) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник – _____ к.арх. Н.І. Божинський

(підпис) (науковий ступінь, звання, ініціали, прізвище)

Завідувачка кафедри – _____ к.ф.н., доцент О.П. Костюк

(підпис) (науковий ступінь, звання, ініціали, прізвище)

Полтава – 2026 р.

Анотація

Кваліфікаційна робота присвячена аналізу естетичних та мистецьких аспектів створення фірмового стилю тату-салонів. На основі попередніх досліджень тату-культури, її візуальної мови та сучасних тенденцій дизайну розглянуто специфіку та умови формування айдентики в сучасному візуальному просторі. Проаналізовано загальні принципи розробки фірмових стилів і визначено особливості їх адаптації до сфери татуювання. Проведено аналіз і синтез аналогів та прототипів, систематизовано стилістичні підходи, композиційні прийоми, типографічні та кольорові рішення, що формують унікальність і впізнаваність тату-брендів. Отримані результати стали основою формування проєктної концепції.

Метою роботи є створення індивідуального та естетично цілісного фірмового стилю тату-салону.
Завданнями є аналіз художніх, графічних і стилістичних засобів формування айдентики та розробка дизайн-концепції, придатної для використання у друкованій, рекламній, цифровій та сувенірній продукції.

Ключові слова: тату-салон, фірмовий стиль, айдентика, дизайн, колір, типографіка, візуальна комунікація.

Summary

The qualification work is devoted to the analysis of aesthetic and artistic aspects of creating a corporate identity for tattoo studios. Based on previous studies of tattoo culture, its visual language, and modern design trends, the work examines the specific features and conditions of forming brand identity within the contemporary visual environment. The research analyzes general methods of corporate style development and defines the specifics of adapting them to the tattoo

industry. The study includes analysis and synthesis of analogues and prototypes, systematization of stylistic approaches, compositional techniques, typographic and color solutions that shape the uniqueness and recognizability of tattoo brands. These results form the basis of the project concept.

The aim of the work is to create an individual and aesthetically coherent corporate identity for a tattoo studio.
The tasks include analyzing artistic, graphic, and stylistic tools for forming brand identity and developing a design concept suitable for printed, advertising, digital, and souvenir applications.

Keywords: tattoo studio, corporate identity, brand identity, design, color, typography, visual communication.

ЗМІСТ

ВСТУП …….3

РОЗДІЛ 1. Історія розвитку тату-культури та фірмового стилю ……8

1.1. Історія виникнення та еволюції тату-мистецтва……8

1.2. Поняття фірмового стилю та його розвиток у сфері дизайну……14

висновки до Розділу 1……..15

РОЗДІЛ 2. Дослідження та аналіз передумов створення фірмового стилю тату-салону …….. …….16

2.1. Аналіз аналогів фірмового стилю тату-салонів у сучасному просторі як конкурентного середовища……..16

2.2. Аналіз візуальної специфіки тату-культури як основи формування айдентики тату-салону……..23

висновки до Розділу 2…….30

РОЗДІЛ 3. Обґрунтування, розробка та методичні аспекти формування фірмового стилю тату-салону …… 31

3.1. Концепція та художньо-графічні основи формування айдентики тату-салону …… 33

3.2. Стильові, структурні та графічні рішення фірмового стилю тату-салону……50

висновки до Розділу 3…….51

ВИСНОВКИ ……52

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ …… 57

ДОДАТОК А……58

ДОДАТОК В……60

ВСТУП

Сучасний візуальний простір характеризується стрімким розвитком індустрії креативних послуг, серед яких тату-культура посідає особливе місце як художнє, естетичне та соціальне явище. Тату-салони вже давно перестали бути вузькоспеціалізованими установами: вони перетворилися на багатофункціональні простори, де поєднуються мистецтво, самовираження, комунікація та взаємодія дизайнера (тату-майстра) з клієнтом. Розширення ринку тату-індустрії спричинило зростання конкуренції, а отже – появу потреби у формуванні впізнаваного, унікального та естетично цілісного фірмового стилю. Саме тому дослідження візуальної айдентики тату-салонів набуває особливої актуальності.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що фірмовий стиль є ключовим інструментом комунікації між брендом та аудиторією. У сфері тату-мистецтва, де головною цінністю виступають індивідуальність, художність та довіра, від якості айдентики залежить не лише візуальне сприйняття салону, але й його позиціонування на ринку, формування репутації, емоційного іміджу та рівня клієнтської лояльності. Попри активний розвиток тату-культури в Україні, питання професійного дизайн-оформлення тату-салонів і досі досліджене недостатньо, що підкреслює практичну та наукову значущість теми.

Огляд джерел

Під час підготовки роботи опрацьовано наукові праці з історії тату-культури, сучасних графічних практик, основ бренд-дизайну та візуальних комунікацій (Г. Лебедєва, М. Маккарті, А. Вілера, Е. Ейрі). Вивчено зарубіжні та українські дослідження айдентики, методи формування візуальних стилів, а також кейси відомих тату-студій. На основі аналізу джерел встановлено, що сучасна тату-індустрія активно використовує дизайнерські інструменти, проте

системних досліджень створення фірмового стилю саме для тату-салонів недостатньо, що підтверджує актуальність роботи.

Об’єкт дослідження

специфіка та умови формування фірмового стилю тату-салонів у сучасному візуальному середовищі.

Предмет дослідження

графічне рішення фірмового стилю тату-салону: стильовий напрям, художні засоби, композиційні прийоми, колористика, типографіка та декоративні елементи.

Мета роботи

створення індивідуального, естетично цілісного та функціонального фірмового стилю тату-салону, відповідного сучасним тенденціям графічного дизайну та специфіці тату-культури.

Завдання дослідження:

— проаналізувати літературні джерела, фахові статті та матеріали з історії та розвитку тату-культури;
— дослідити принципи формування фірмового стилю;
— визначити художні й естетичні особливості візуальної мови тату-індустрії;
— провести аналіз сучасних прикладів айдентики тату-салонів;
— визначити особливості цільової аудиторії;
— сформувати концепцію фірмового стилю;
— розробити логотип, кольорову систему, типографіку, декоративні елементи та макети продукції;
— підготувати методичні рекомендації щодо застосування айдентики.

Методи дослідження

У роботі застосовано: аналіз та узагальнення джерел; порівняльний та візуально-стилістичний аналіз; методи художнього проектування; графічне моделювання; методи композиційного та колористичного аналізу.

Наукова новизна

полягає у систематизації візуальних стилів тату-культури та розробці авторської дизайн-концепції фірмового стилю тату-салону з урахуванням сучасних трендів.

Практичне значення

полягає у можливості застосування розробленого фірмового стилю в реальній діяльності тату-салону, а також у навчальному процесі з підготовки графічних дизайнерів.

Структура роботи

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів.
У першому розділі представлено аналіз історії розвитку тату-культури та еволюції фірмового стилю.
Другий розділ присвячено дослідженню аналогів айдентики тату-салонів.
У третьому розділі подано концепцію та графічну систему фірмового стилю і методичні рекомендації з впровадження айдентики.
У висновках подано узагальнення результатів та оцінку досягнення мети.

РОЗДІЛ 1

1.1. Історія виникнення та еволюції тату-мистецтва

Татуювання є одним із найдавніших видів художнього вираження людства, що виник незалежно у різних куточках світу. Воно поєднує у собі елементи ритуалу, символіки, індивідуальної ідентичності та соціальної структури. Історія тату-мистецтва простягається на десятки тисячоліть, і протягом цього часу тату виконувало різні функції: від магічного захисту до соціального рангу, від лікування до декоративного оздоблення тіла.

Давні витоки тату-мистецтва: археологічні підтвердження

Одним із найвідоміших археологічних доказів існування татуювання є знахідка чоловіка епохи мідного віку, відомого як Еці або "льодяна людина". Його муміфіковане тіло, знайдене у 1991 році в альпійських льодовиках, містить понад 60 татуювань у вигляді ліній та хрестоподібних символів. Ці татуювання були нанесені у зонах суглобів і, за дослідженнями вчених, могли виконувати лікувальну чи навіть протизапальну функцію, подібну до сучасної акупунктури. Важливо підкреслити, що ці мітки мали не декоративний характер, а практичний і магічний, спрямований на полегшення фізичного болю. Це свідчить про те, що татуювання первісно могло бути частиною лікувальних ритуалів.

Також підтвердження давності тату-культури знаходимо у стародавніх муміях Єгипту. На тілах жінок, які належали до касти жриць, знайдено татуювання у вигляді крапок, ліній, геометричних візерунків. Є припущення, що ці татуювання слугували амулетами для захисту під час вагітності та пологів, оскільки розташовані у нижній частині живота та на стегнах. Єгипетські татуювання часто мали ритуальний зміст і були тісно пов’язані з релігійними обрядами.

Татуювання у племенах Полінезії та Океанії

Саме полінезійська культура зробила татуювання тим, яким його знає сучасний світ. Слово "tatau", з якого утворився термін "tattoo", означає «вдаряти» — це пов’язано з традиційною технікою нанесення татуювань за допомогою дерев’яних інструментів. Для полінезійських народів татуювання було священним ритуалом, який визначав соціальний статус, професію та роль у суспільстві. Татуювання покривали великі частини тіла: руки, ноги, спину, іноді все тіло, включно з обличчям. Кожен символ мав конкретний зміст: хвилі означали океан, що був джерелом життя; зуби акули символізували силу; спіралі і меандри — безперервність роду.

У племенах Самоа татуювання чоловіків (пета́) було надзвичайно складним, часто тривало кілька тижнів, а іноді й місяців. Невиконання ритуалу вважалося ганьбою. Це свідчить про високу важливість тату як культурного маркера. У маорі, корінних жителів Нової Зеландії, існувало мистецтво мокó — складного татуювання обличчя. Кожна лінія мокó була ніби "паспортом", який розповідав історію життя людини, її рід, досягнення, військові заслуги. Нині маорі активно відроджують цю традицію, і вона впливає на сучасні графічні стилі у дизайні (рис. 1).

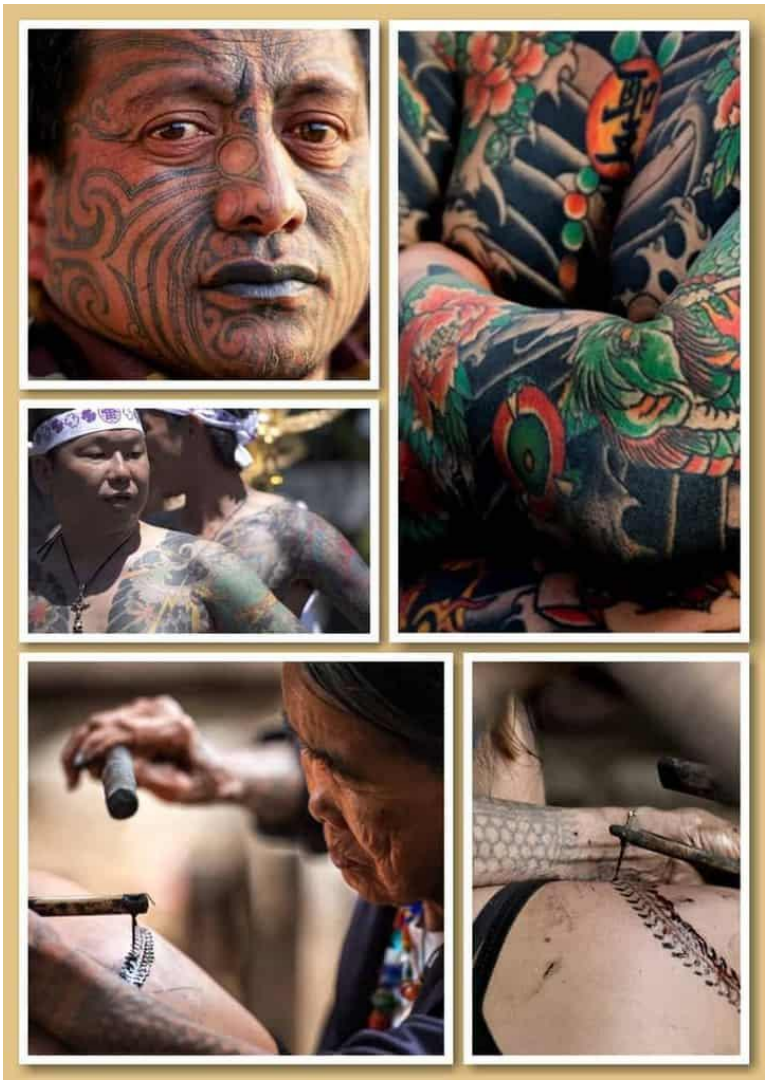


Рис. 1 – Татуювання народів Полінезії та маорі: традиційні техніки та орнаментика

Стародавня Японія: від клейма до високого мистецтва

У Японії татуювання має довгу, суперечливу історію. У період Яйой (близько 300 р. до н.е.) татуювання було частиною племінних традицій. Проте вже в середні віки татуювання почали використовувати для покарання злочинців — їх таврували на лобі чи передпліччях. Це сформувало тривалу упередженість у японському суспільстві.

Однак у період Едо (XVII–XIX ст.) татуювання пережило справжнє культурне відродження. Майстри почали створювати масштабні композиції, що покривали більшу частину тіла, використовуючи сюжети японських міфів, легенд, гравюр укійо-е. Зображення драконів, самураїв, гейш, демонів, героїв літератури стали основою мистецтва іредзумі. Татуювання виконувалися вручну за допомогою бамбукових паличок із голками, техніка називалася теборі. Майстри володіли унікальними прийомами створення кольорових переходів, складних композицій та насичених контурів.

Цікаво, що, незважаючи на офіційні заборони, японське тату збереглося завдяки майстрам, які передавали свою техніку з покоління в покоління. Сьогодні японський стиль є одним із найвпізнаваніших у світі, а його художні принципи впливають на айдентику сучасних тату-салонів: (рис. 2)використання символів, кольорових контрастів, сюжетності, драматичної композиції.

Рис. 2 – Татуювання в японській культурі: традиційні мотиви та техніка іредзумі.

Татуювання в культурах Америки

Корінні народи американського континенту також мали давні традиції татуювання. У племен Північної Америки татуювання виконували як ініціацію — ритуал переходу хлопчика у статус воїна. Багато воїнів наносили на тіло символи сили, духів-покровителів, зображення тварин, що уособлювали їх бойові риси. Деякі племена вірили, що татуювання допомагає у битві, захищає від злих духів, робить тіло «сильнішим».

У майя та ацтеків татуювання мало складний ритуальний характер. Вони наносилися під час свят, присвячених богам, та слугували символами

приналежності до певного культу малюнки на шкірі. Ці практики вплинули на сучасні стилі скарифікації та блекворку (рис. 3).

Рис. 3 – Традиційні татуювання корінних народів Північної Америки

Стародавня Європа: від забуття до відродження

У Європі татуювання мало суперечливу історію. Хоча стародавні кельти та скіфи прикрашали свої тіла символами, ця традиція була практично втрачена після християнізації. Церква засуджувала зміну «Божого творіння», тому тату довгий час залишалося забороненим.

Лише у XVIII столітті європейці знову познайомилися з мистецтвом татуювання завдяки мореплавцям. Британський дослідник Джеймс Кук після експедиції до Полінезії привіз до Європи перших татуйованих полінезійців, чим викликав справжній фурор. Моряки почали активно наносити татуювання як пам’ятки про мандрівки: кораблі, якорі, компаси, тварин, серця — усі ці символи стали основою для майбутнього американського олдскулу.

XIX — початок XX століття: зародження професійного татуювання

У 1891 році американський винахідник Семюел О’Рейлі запатентував першу електричну тату-машинку, створену на основі апарата Томаса Едісона. Це кардинально змінило індустрію: татуювання стало швидшим, точнішим, безпечнішим. Виникли перші професійні студії, а тату-майстри почали формувати індивідуальні стилі. У цей період татуювання стало популярним у військових, моряків, циркових артистів та представників робітничого класу.

З’явилися перші відомі майстри, такі як Sailor Jerry, які розробили власну символіку — орлів, яскраві троянди, дівчат-пін-ап, морські мотиви. Саме тоді сформувалася естетика олдскулу, що й сьогодні має величезну популярність.

Середина XX століття: татуювання як частина субкультур

У 1970–1980-х роках у США та Європі почали з’являтися нові стилі, зокрема неотрадиція, реалізм, графіка, біомеханіка. Майстри стали поєднувати різні техніки, експериментувати з кольором, фактурами, сюжетами.

У цей час поступово зникає стигма, пов’язана з татуюванням. ЗМІ, музична індустрія, кінофільми та попкультура сприяли популяризації тату. Знаменитості, актори, музиканти почали відкрито демонструвати татуювання, що сприяло формуванню позитивного сприйняття.

Сучасний етап: глобалізація стилів і створення тату-брендів

На початку XXI століття індустрія татуювання стала однією з найрозвиненіших сфер креативної економіки. Сьогодні майстри працюють у десятках стилів: від мікрореалізму до колірного сюрреалізму, від графічного блекворку до акварельних композицій. Інтернет, особливо соціальні мережі,

дав можливість майстрам проявляти себе як художників, формувати власні бренди та створювати естетично впізнавані стилі.

Водночас зросло значення **айдентики тату-салонів**. Візуальний стиль студії — логотип, інтер’єр, палітра кольорів, характер ілюстрацій — відображає спеціалізацію майстра, його художню мову, професійний досвід. Айдентика стає комунікаційним мостом між майстром і клієнтом, формуючи образ бренду та сприяючи довірі.

1.2. Поняття фірмового стилю та його розвиток у сфері дизайну

Фірмовий стиль (айдентика) є одним із ключових елементів комунікації між брендом та його цільовою аудиторією і виступає фундаментом для формування впізнаваності, емоційного образу та професійного статусу будь-якої організації. У сучасному дизайні поняття айдентики виходить далеко за межі створення логотипа чи вибору кольорів — це комплексна система, що поєднує візуальні, вербальні, концептуальні та емоційні складові, формуючи цілісний бренд.

У контексті тату-салонів фірмовий стиль набуває подвійної ролі: з одного боку, це засіб професійної комунікації, а з іншого — художній інструмент, який відтворює творчу індивідуальність майстрів та візуальну атмосферу студії. Айдентика тату-індустрії завжди має глибший сенс, оскільки тату-культура історично пов’язана зі символізмом, субкультурами та мистецтвом. Сучасна тату-індустрія активно використовує елементи історичних стилів:
• полінезійські та маорійські мотиви — у графічних та орнаментальних композиціях,
• японські сюжети — у масштабних кольорових проєктах,
• американський олдскул — у створенні айдентики студій з традиційним або неотрадиційним стилем.

Сутність фірмового стилю

Фірмовий стиль — це система візуальних та концептуальних елементів, яка формує неповторний образ бренду. Він включає:

- логотип;
- кольорову палітру;
- типографіку;
- композиційні принципи;

- графічні елементи;
- систему оформлення носіїв;
- стиль фотографій та ілюстрацій;
- елементи інтер’єру та зовнішнього оформлення;
- комунікаційний тон (tone of voice).

Айдентика тату-салону має бути не лише привабливою, а й художньо унікальною. Це пояснюється тим, що стилістика тату-мистецтва сама по собі є формою дизайну, що має потужні естетичні, культурні та символічні корені.

Історія розвитку фірмового стилю у дизайні

Витоки авторської ідентифікації

Перші елементи «фірмового стилю» з’явилися ще у стародавніх цивілізаціях, коли майстри позначали свої вироби символами, що вказували на:

- автора,
- якість,
- майстерність,
- походження.

Подібні позначки були знайдені на кераміці Месопотамії, єгипетських артефактах, античному посуді.
Ці знаки виконували роль ранніх логотипів.

У середньовіччі ремісники та цехи використовували **герби й майстерні відбитки**, формуючи прообрази сучасної корпоративної ідентичності.

Промислова революція та формування сучасного бренду

XIX–XX століття — період становлення брендингу:

- розвиток поліграфії;
- масове виробництво товарів;
- зростання конкуренції;
- поява рекламних агентств.

В цей час брендам стало необхідно виділятися. Починається епоха створення перших системних айдентик.

Баухауз і функціональний дизайн

Справжній прорив стався зі школою **Баухауз**, яка започаткувала принципи:

- мінімалізму,
- конструктивності,
- функціональної графіки,
- дисципліни форми.

Фірмовий стиль вперше став сприйматися як **єдина система**, а не окремі візуальні елементи.

Цифрова епоха та сучасна айдентика

XXI століття змінило уявлення про фірмовий стиль. Він став:

- адаптивним;
- динамічним;
- інтерактивним;
- емоційним;
- мультимедійним.

Кожен бренд має працювати на різних носіях: екранах телефонів, соцмережах, відео, друці, інтер’єрі.

Це вплинуло й на тату-індустрію, де основним майданчиком комунікації стала **Instagram-естетика**.

Фірмовий стиль у тату-індустрії

Айдентика тату-салону має особливості:

- сильний мистецький акцент,
- авторська графіка,
- емоційна глибина,
- символізм,
- використання стилів тату-мастера,
- сміливі кольорові рішення.

Тату-бренд відображає **художню ідентичність**, тому фірмовий стиль не може бути випадковим або шаблонним.

Основні елементи фірмового стилю тату-салону

1. Логотип — серце айдентики

Логотип у тату-індустрії відображає стиль майстрів, тематику салону та його художню концепцію (див. рисунок 4). Він може виконуватися у різних стилістичних підходах, але завжди повинен бути впізнаваним, естетично цілісним та відповідним характеру бренду.

Рисунок 4 – Логотип тату-салону. Вектори логотипу

2. Кольорова палітра — емоційний код бренду

Тату-культура часто асоціюється з темними,глибокими кольорами, але сучасні студії можуть використовувати і світлі або неонові палітри. Кольорова палітра у фірмовому стилі визначає емоційний настрій бренду та формує цілісне візуальне середовище. У тату-індустрії кольори часто відображають характер художнього напряму студії, її позиціонування та стильову концепцію. Палітра повинна бути гармонійною, контрастною в межах обраної стилістики та придатною для застосування на різних носіях — друкованих, цифрових та інтер’єрних.

3. Типографіка — голос бренду

Типографіка визначає характер і стиль комунікації бренду. Для тату-салонів шрифтові рішення мають підкреслювати художню концепцію, бути читабельними та узгодженими з логотипом і загальною стилістикою айдентики. Шрифтова система повинна мати ієрархію — основний, акцентний та допоміжний шрифти — що забезпечує візуальну цілісність матеріалів.

4. Графічні елементи та патерни

Графічні елементи та патерни виконують роль доповнення до логотипа та типографіки, підсилюючи стиль бренду. Вони можуть включати авторські ілюстрації, орнаментальні мотиви, декоративні лінії або текстурні рішення, які підтримують цілісність композиції та візуальну атмосферу тату-салону.

5. Візуальний стиль контенту

Візуальний стиль контенту охоплює оформлення фотографій робіт, принципи подачі портфоліо, композицію зображень та використання фірмових графічних рішень. Він забезпечує впізнаваність бренду у цифровому середовищі та підсилює емоційне сприйняття айдентики.

6. Фірмові носії

Фірмові носії включають друковану, цифрову та сувенірну продукцію, а також елементи інтер'єрного та зовнішнього оформлення. Усі носії мають бути візуально узгодженими з логотипом, кольоровою палітрою та стилістичною концепцією бренду, формуючи єдину систему комунікації тату-салону.

Фактори, що впливають на розвиток айдентики в тату-індустрії

Розвиток айдентики в тату-індустрії відбувається під впливом субкультурних та художніх течій, етнічних традицій, медіакультури та сучасних тенденцій графічного дизайну. Взаємодія цих чинників формує стилістичну різноманітність та сприяє появі нових художніх підходів у створенні візуальних образів тату-брендів.

Роль фірмового стилю в діяльності тату-салону

Фірмовий стиль відіграє важливу роль у діяльності тату-салону, оскільки допомагає формувати довіру до майстрів, підкреслювати професійність, створювати унікальну атмосферу та забезпечувати впізнаваність бренду. Айдентика впливає на емоційне сприйняття студії клієнтами та сприяє її конкурентоспроможності на ринку.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було проаналізовано історичні витоки становлення татуювання та еволюцію його культурного значення в різних народів світу. Встановлено, що тату традиційно виконувало ритуальні, соціальні, естетичні та комунікативні функції, що зумовило його подальший вплив на формування сучасних художніх практик. Окрему увагу приділено полінезійським, японським, маорійським та північноамериканським традиціям, які сформували характерні графічні стилістики та символіку, актуальні й сьогодні.

Проаналізовано також поняття фірмового стилю та його становлення в дизайні — від найперших авторських знаків до комплексних систем айдентики XX–XXI століть. Показано, що розвиток брендингу, поява типографічних стандартів, вплив Баухауза та цифрових технологій суттєво змінили підходи до формування візуальної ідентичності. Сучасна айдентика є гнучкою, мультимедійною та концептуально цілісною системою.

Визначено, що у сфері тату-індустрії фірмовий стиль набуває особливого значення, адже він відображає не лише професійність і цінності студії, а й художню індивідуальність майстра. Візуальні елементи айдентики тату-салонів нерозривно пов’язані з історичними стилями тату-культури, що зумовлює їхню графічну насиченість, символізм та емоційну виразність.

Таким чином, розділ 1 дозволив простежити взаємозв’язок між традиційним мистецтвом татуювання та сучасними підходами до формування фірмового стилю, що створює теоретичне підґрунтя для подальшої розробки айдентики тату-салону у практичній частині роботи.

РОЗДІЛ 2

2.1. Аналіз аналогів фірмового стилю тату-салонів у сучасному просторі як конкурентного середовища

Сучасний ринок тату-індустрії характеризується високою конкуренцією та вимогливістю цільової аудиторії до естетики, професійності та автентичності брендів. Фірмовий стиль стає не лише інструментом ідентифікації, але й засобом формування довіри, підкреслення художнього рівня салону та демонстрації його цінностей. Аналіз існуючих аналогів дозволяє визначити ключові тренди, класифікувати стилістичні рішення та окреслити ефективні підходи до створення айдентики.

Загальні тенденції формування фірмового стилю тату-салонів

Тату-салони формують не лише візуальний образ, а й повноцінну брендову систему: логотип, фірмовий стиль, графічну мову, цифрову айдентику та рекламну подачу. Значна частина конкурентів активно працює в онлайн-просторі, де візуальна цілісність та унікальність стають вирішальними для вибору клієнта.

Загальні тенденції включають:

- мінімалізм або навпаки надзвичайно деталізовані графічні композиції;
- активне використання чорного та монохромних палітр;
- вплив тату-естетики певного стилю на фірмовий стиль (old school, blackwork, realism, ornamental, neotraditional тощо);
- персоналізація айдентики під конкретного майстра або команду;
- домінування шрифтових логотипів у поєднанні з символами;
- фотографічні елементи як частина бренду;
- однаковий стиль в Instagram, TikTok, на сайті та поліграфії.
- Приклад айдентики тату-салонів наведено у Додатку А.

Класифікація стилістичних рішень фірмового стилю конкурентів

На основі сучасних прикладів тату-салонів та студій можна виокремити кілька основних підходів до формування айдентики. Кожен з них базується на

особливостях цільової аудиторії, естетичних уподобаннях та характері майстрів.

1. Монохромно-мінімалістичний стиль

Такий підхід характерний для салонів, орієнтованих на преміум-сегмент і сучасну урбаністичну естетику. Логотипи прості, часто виконані у вигляді моношрифту або емблеми з мінімальною кількістю деталей.

Основні риси:

- домінування чорного та білого кольорів;
- використання лаконічних ліній і геометрії;
- шрифти без зарубок або з легкими контрастами;
- акцент на просторі, чистоті і структурованості візуальних матеріалів.

Такий стиль створює відчуття професійності, стриманості та високого рівня обслуговування.

2. Естетика Old School та Neo-Traditional

Ця візуальна група вирізняється яскравістю, ностальгічними мотивами, графічною насиченістю та характерними атрибутами традиційного тату.

Елементи стилю:

- мотиви черепів, кинджалів, троянд, сердець, якорів;
- яскраві контрастні кольори;
- грубий подекуди нерівний контур;
- декоративні шрифти з ретро-настроєм.

В Тату-салони, які працюють у цьому стилі, роблять акцент на «мужній», експресивній та бунтівній естетиці, залучаючи аудиторію, що цінує автентичну культуру тату(рис 5). Вектори на тему «Old school tattoo» (див. Додаток А)

Рисунок.5 Вектори на тему «Old school tattoo»

3. Стиль Realism / Black & Grey

Салони, що працюють у напрямі реалізму, роблять акцент на високій художній майстерності та технічній точності виконання. Тому їхній фірмовий стиль будується навколо драматичних світлотіньових контрастів, фотографічних композицій та стриманої колірної гами. Логотипи часто нагадують підпис художника або елегантні каліграфічні форми, що підсилює індивідуальність майстра. Візуальні матеріали таких салонів включають серії професійних фото робіт, крупні плани та атмосферні портрети клієнтів, що підкреслює професійність і художній рівень студії.

Геометрія, лайнворк та орнамент

Цей підхід є одним із найбільш деталізованих та візуально структурованих.

Салони, що спеціалізуються на геометричних композиціях, мандалах або лайнворку, використовують у своїй айдентиці тонкі лінії, симетричні форми, складні орнаментальні структури та збалансовані графічні патерни. Колірні рішення переважно стримані, часто монохромні. Візуальна подача підкреслює точність, ритмічність і медитативність цього напряму, формуючи більш інтелектуальний та гармонійний образ салону.

Естетика готики, дарк-арту та альтернативної культури
Салони цього стилю створюють атмосферу, що базується на темній, емоційній та альтернативній естетиці. Для айдентики характерне домінування чорного кольору, декоративних готичних шрифтів, містичних і провокаційних образів. Текстури «старіння», імітація каменю, металу або зношеного паперу підсилюють ефект темної стилістики. Така айдентика орієнтована на аудиторію, що тяжіє до альтернативної культури, рок-середовища або експресивної художньої символіки. Вона формує яскравий, емоційно насичений та легко впізнаваний образ бренду.

Візуальна мова тату-салонів як елемент конкурентної боротьби

У сучасному конкурентному просторі візуальна мова бренду відіграє ключову роль. Салони прагнуть сформувати не просто логотип, а цілісну атмосферу, яка буде впливати на сприйняття клієнтів на всіх етапах комунікації. Візуальна айдентика проявляється в оформленні соціальних мереж, фотографіях процесу роботи, інтер'єрі студії, поліграфічних матеріалах, упаковці та навіть у зовнішньому вигляді персоналу. Зображення реальних робіт майстрів дедалі частіше стають основою айдентики — вони використовуються як патерни, фони, рекламні елементи та графічні акценти, створюючи унікальний стиль кожної студії.

Аналіз соціальних мереж конкурентів

Соцмережі стали провідним каналом просування для тату-салонів, адже саме там клієнти знайомляться зі стилем, майстрами та якістю робіт. Аналіз показує кілька ключових стратегій, що широко використовуються конкурентами.

1. **Сторінка як цілісний візуальний каталог.** Стрічка оформлюється у єдиній кольоровій та стилістичній системі: чорнобілі або монохромні профілі, повторювані шрифтові елементи та однакова тональність фото.
2. **Акцент на персоналіях.** Майстри виступають «обличчям» бренду. Використовуються портретні фото, презентації майстрів, історії їхнього творчого шляху.

3. Візуальний сторітелінг

Поширені фотографії інтер'єру салону, робочих інструментів та підготовки до сеансів, що формують атмосферу довіри й професійності.

4. Динамічний відеоконтент

Короткі відео процесу нанесення тату, переходи «до/після» та емоційні реакції клієнтів підвищують залученість аудиторії та підсилюють впізнаваність бренду.

5. Єдині естетичні фільтри

Використання однакових ефектів і кольорової корекції робить профіль салону цілісним, гармонійним і впізнаваним, навіть якщо контент різноплановий.

Порівняльний аналіз конкурентів

Для систематизації дослідження доцільно порівняти тату-салони за такими критеріями:

1. стиль логотипу та загальна графічна мова;
2. кольорова палітра;
3. типографіка та особливості шрифтів;
4. ключові символи та декоративні елементи;
5. візуальна стилістика соціальних мереж;
6. позиціонування та емоційне повідомлення бренду.

Глибинний аналіз прикладів конкурентів

Аналог 1: Преміум-мінімалістичний салон. Айдентика відрізняється стриманістю та сучасністю, з акцентом на просторі й чистих композиціях. У комунікаціях переважають професійні фотографії.

Аналог 2: Студія в стилі Old School. Характеризується яскравими контрастами, ретро-естетикою та складними ілюстративними логотипами, що наслідують традиційні тату-мотиви.

Аналог 3: Геометричний та орнаментальний салон. Орієнтований на точність і структурність. У соціальних мережах домінують мінімалістичні композиції та стримана кольорова гама.

Аналог 4: Dark-Art студія. Представляє атмосферний напрям із готичними символами, темними відтінками та емоційно насиченою візуальною стилістикою.

Основні висновки аналізу

1. Ринок тату-салонів візуально різноманітний і насичений.
2. Фірмовий стиль є ключовим засобом диференціації та формування довіри.

3. Найпоширеніші стилі айдентики: мінімалізм, реалізм, old school, готика та геометрія.

4. Візуальна мова бренду має відповідати стилю роботи майстрів і позиціонуванню салону.

5. Соціальні мережі — основна платформа демонстрації айдентики.

6. Упізнаваність і послідовність візуальної комунікації підвищують ефективність бренду.

2.2. Аналіз візуальної специфіки тату-культури як основи формування
айдентики тату-салону

Візуальна мова тату-культури є ключовим чинником, що визначає її унікальність та вплив на сучасний графічний дизайн. Формування айдентики тату-салону безпосередньо пов’язане з особливостями художньої традиції тату-мистецтва, його стилістичними напрямами, символікою, техніками та культурними кодами, які формують сприйняття бренду.

Тату-культура, одна з найдавніших форм самовираження, стала основою численних дизайнерських рішень — від логотипів і типографіки до інтер’єрних концепцій та рекламної комунікації. Для створення переконливої айдентики важливо дослідити основні візуальні складові тату-індустрії, оскільки вони визначають характер та естетичну привабливість майбутнього стилю салону.

Такий аналіз дозволяє побудувати цілісний образ бренду, що відображає культурні традиції тату-мистецтва, його символічну глибину та сучасну естетичну актуальність.

1. Візуальна природа тату як мистецтва та її вплив на айдентику

Тату-мистецтво поєднує декоративність, символізм і виразну лінійну графіку, що формує унікальну художню мову. Постійний характер татуювання підсилює значення точності, продуманості композиції та чіткої форми, що безпосередньо впливає на створення айдентики тату-салону.

Основні риси тату-графіки:

• контрастність і ритмічність ліній;

• чітка силуетність форм;

• збереження виразності навіть у малому масштабі;

• наявність символічного змісту;

• виразна гра світла, тіней та фактур.

Багатостильовість тату-культури — від геометрії до реалістики — формує широкий візуальний потенціал, який активно використовується в логотипах, шрифтах та графічних елементах айдентики.

2. Символи та культурні коди тату-культури

Тату — це носій культурних і особистісних смислів. Символи відображають цінності, історію, захист, силу або індивідуальність.

В айдентиці тату-салонів найчастіше використовуються такі групи символів:

• Етнічні та культурні мотиви.

Полінезійські та маорі орнаменти, сакральна геометрія, японські міфологічні образи. Для них характерні декоративність, ритмічність та повторюваність.

• Природна образність.

Змії, вовки, дракони, птахи, квіти — як окремі символи або частини композицій.

• Субкультурна символіка.

Готика, панк, байкерська естетика, містика та окультизм — характерні стилістичні маркери для альтернативних тату-салонів.

• Сучасні символи та неотрадиційна графіка.

Мінімалістичні лінійні мотиви, абстрактні композиції, цифрова естетика.

Ці смислові групи формують семіотичну основу, що може бути перенесена в айдентику бренду.

3. Стилістичні напрямки тату як база для візуального стилю салону

Айдентика тісно пов’язана з тату-стилем, у якому спеціалізується салон. Кожен напрям має власну графічну мову, що впливає на логотип, шрифти, інтер’єр і поліграфію.

Основні стилі:

1. Old School.

Товстий контур, яскраві кольори, морська символіка. Типові елементи: якір, серце, троянди, черепи.

2. New School.

Мультяшні форми, кислотна палітра, гротескні образи. Орієнтований на молодіжну аудиторію.

3. Blackwork / Linework / Dotwork.

Монохромність, геометрія, акцент на точності лінії. Часто використовується для мінімалістичної айдентики.

4. Реалізм.

Портрети, 3D-ефекти, висока деталізація. В айдентиці — драматичні тіні та контраст.

5. Японський стиль (Ірезумі).

Дракони, маски, карпи, хвилі. Характерна насиченість, текстурність і яскрава колористика.

6. Неотрад та сучасні графічні стилі.

Скетч, мінімалізм, експресивна лінія.

4. Емоційно-психологічні аспекти візуальної мови тату-культури

Айдентика має відображати характер салону та емоційність його стилю.

Можливі напрями подачі:

• агресивна — контрастні кольори, різкі шрифти;

• естетична — тонкі лінії, пастельні тони, світлі композиції;

• атмосферна — темна палітра, міфологічні та символічні мотиви;

• мініміалістична — прості форми та чисті структури.

Графічна ідентичність повинна відповідати стилю робіт майстрів і психології цільової аудиторії.

5. Візуальні елементи, що найчастіше переходять із тату в айдентику

• Лінії та контури — основа логотипів і піктограм.

• Текстури та штрихування — dotwork, shading, grain.

• Симетрія — характерна і для тату, і для логотипів.

• Образність — черепи, квіти, змії, око, руни.

• Кольори — чорно-білий стиль або контрастні палітри old school(Рис 6).

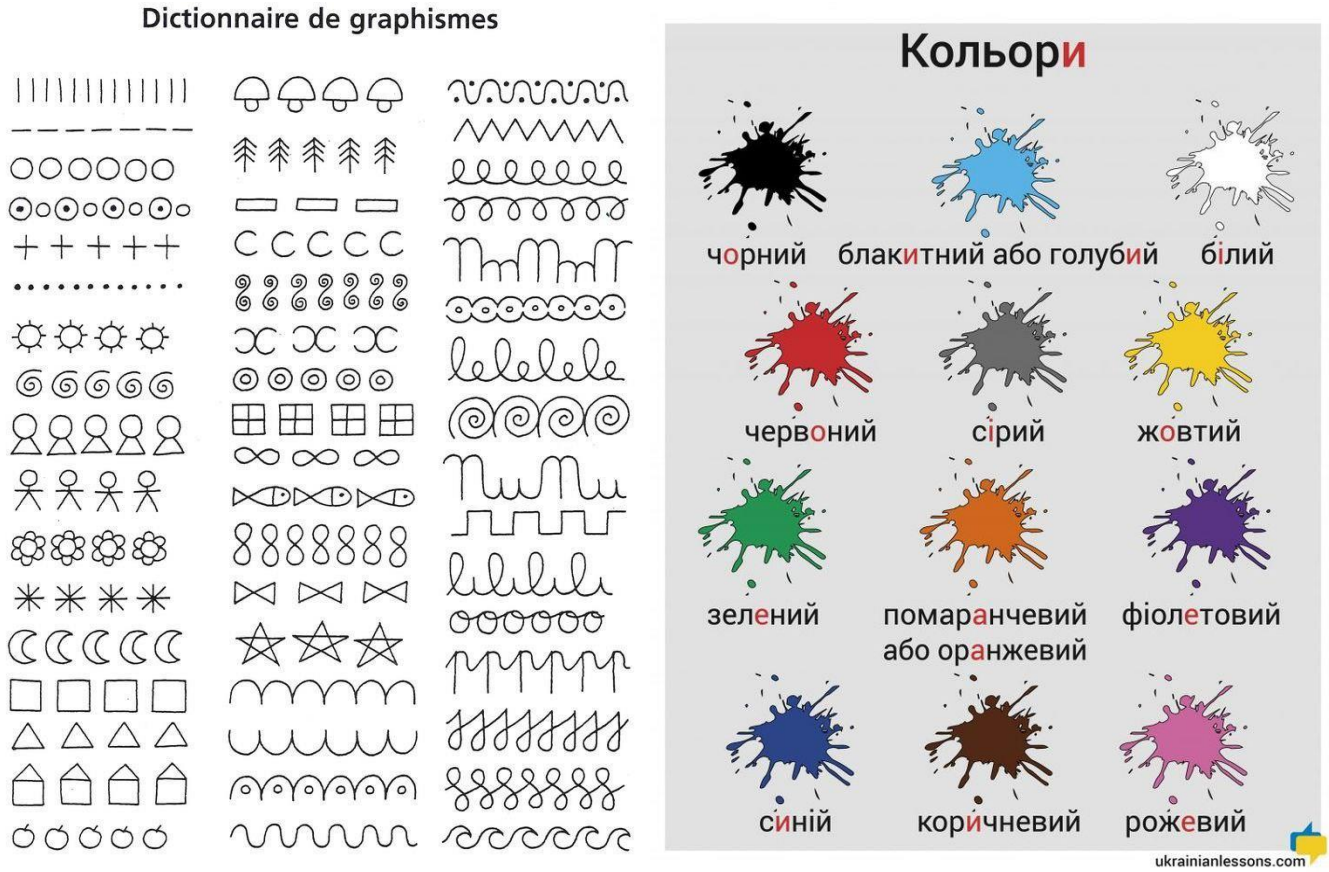


Рисунок.6 Лінії,кольори

6. Типографіка як елемент айдентики тату-салону

Типографіка є однією з ключових складових айдентики. Вона формує характер бренду та відображає стиль майстрів.

Найпоширеніші шрифтові рішення:

• готичні (blackletter);

• каліграфічні;

• брутальні гротески;

• рукописні шрифти;

• стилізації під банери та стрічки old school.

За допомогою шрифту можна передати:

• агресивність,

• традиційність,

• естетику,

• мінімалізм.

У тату-айдентиці часто використовують кастомні шрифти або шрифтові композиції, стилізовані під реальні тату.

7. Кольорова палітра у тату-культурі та айдентиці

Основні колірні напрямки:

• Монохром (чорний + білий)

Підкреслює стриманість, професійність та характер blackwork.

• Палітра Old School

Червоний, жовтий, зелений, синій, чорний — підходить традиційним студіям.

• Темні, насичені палітри

Бордо, темно-синій, болотний — створюють преміальну атмосферу.

• Пастельні мінімалістичні відтінки

Переважно для жіночих студій та лайн-арту.

8. Значення візуального аналізу тату-культури для створення айдентики

Візуальний аналіз дозволяє:

• визначити стиль і позиціонування салону;

• сформувати концепцію логотипу;

• підібрати відповідну типографіку;

• створити цілісну палітру кольорів;

• розробити фірмові графічні елементи;

• сформувати атмосферу бренду;

• адаптувати айдентику до цільової аудиторії.

Такий аналіз є основою для побудови ефективної айдентики у тату-індустрії.

Висновки до розділу 2

Аналіз конкурентного середовища показав, що тату-салони використовують айдентику як ключовий інструмент відбудови та формування впізнаваності. Найпоширенішими стилями є мінімалізм, old school, реалізм, геометрія та dark-art, а соціальні мережі відіграють провідну роль у формуванні візуального образу бренду.

Вивчення тату-культури підтвердило, що її візуальна мова — контрастність, лінійність, символічність і деталізація — має прямий вплив на створення айдентики. Важливими є також стилістичні напрями тату, символи, типографіка та колірні рішення, які визначають характер і емоційність бренду.

Отже, ефективна айдентика тату-салону повинна ґрунтуватися на поєднанні аналізу конкурентів і особливостей тату-мистецтва, забезпечуючи цілісність, впізнаваність і відповідність стилю салону.

РОЗДІЛ 3

3.1. Концепція та художньо-графічні основи формування айдентики тату-салону

Формування айдентики тату-салону базується на визначенні художньо-стильового напряму, який задає візуальний характер бренду, його філософію та емоційний зміст. Оскільки тату є формою самовираження й культурним кодом, айдентика салону має відображати як мистецькі традиції, так і сучасні візуальні практики.

Філософія айдентики як основа стилю

Айдентика тату-салону пов’язана з культурною спадщиною тату-мистецтва, яке історично формувало символіку, орнаменти та характерні графічні прийоми. У сучасному брендингу ці елементи переосмислюються через дизайнерські рішення і вподобання цільової аудиторії.

Ключові принципи формування стилю:

1. **Автентичність** — відповідність стилю роботи майстрів.
2. **Унікальність** — виразний візуальний образ серед конкурентів.
3. **Емоційність** — айдентика має викликати довіру, інтерес або відчуття творчої атмосфери.

Методологічний підхід до вибору стилю

Формування художнього напряму включає три етапи:

1. Аналіз стилів тату-культури

Сучасні тату-студії працюють у різних напрямках: old school, blackwork, neo-traditional, realism, minimalism тощо. Кожен має власні композиційні та емоційні особливості.
Салон може обирати **моностиль** або формувати **полістильну** айдентику.

2. Дослідження цільової аудиторії

Стиль бренду залежить від типу клієнтів:

- молодь обирає яскравість та експресію,
- аудиторія 30+ тяжіє до мінімалізму і чистої графіки,

- поціновувачі складних татуювань шукають глибшу та містичну естетику.

3. Формування ключових смислів бренду

Визначаються:

- місія салону,
- характер бренду,
- цінності та культурні референси,
- візуальні образи, які можуть лягти в основу стилю.

Це впливає на форму логотипу, палітру кольорів, композицію та шрифт.

Художні параметри формування стилю

Лінійність

Основні варіанти:

- гостра динаміка для blackwork;
- м’які контури для мінімалізму та акварельних стилів;
- декоративність для етнічних і сакральних мотивів.

Колористика

Колір задає атмосферу бренду:

- монохром — для брутальних і графічних студій,
- насичені темні кольори — для преміальної стилістики,
- яскраві контрасти — для сучасних експресивних напрямів.

Графічні мотиви

У айдентиці можуть використовуватися:

- символи (черепи, квіти, тварини, геометрія),
- декоративні орнаменти,
- текстури (зернистість, штрихування),
- авторські елементи, характерні для майстрів.

Стилістичне ядро бренду

На основі аналізу формується набір ключових параметрів:

- композиція,
- характер лінії,

- домінантні кольори,
- стиль фотографій і графіки,
- фірмові патерни та мотиви.

Це ядро лягає в основу логотипу, шрифтової системи та всієї графічної айдентики салону.

Зв’язок художнього стилю з комунікацією

Айдентика працює не лише у графіці, а й у:

- тональності спілкування,
- поведінкових моделях майстрів,
- візуальних сценаріях у соціальних мережах.

Стиль повинен відповідати позиціюванню: складний — для художніх студій, контрастний — для молодіжних салонів, стриманий — для преміального сегменту.

Стратегічне значення художнього напряму

Чітка стильова концепція дозволяє:

- формувати впізнаваність,
- підтримувати візуальну сталість,
- підвищувати довіру клієнтів,
- створювати унікальний естетичний код бренду.

На її основі розробляються логотип, шрифтові та колірні рішення, графічні елементи та оформлення простору.

3.2. Стильові, структурні та графічні рішення фірмового стилю тату-салону

1. Загальні принципи формування стильового рішення

Під час розробки візуальної системи визначаються основні естетичні орієнтири, які стають основою для створення графіки. Ключові принципи включають:

• Відповідність художній концепції салону.

Графічні елементи повинні відображати стиль, у якому працюють майстри: реалізм, графіка, лайн-арт, blackwork, дарк-арт тощо.

• Стилістична цілісність.

Усі компоненти айдентики — логотип, шрифти, декоративні елементи — мають формувати єдину візуальну мову.

• Адаптивність.

Фірмовий стиль повинен однаково добре працювати у різних масштабах: від великої вивіски до маленької іконки в соціальних мережах.

• Баланс унікальності та функціональності.

Айдентика повинна виділяти салон серед конкурентів, але залишатися читабельною, зручною та практичною для використання на всіх носіях.

2. Логотип як основа стильового рішення

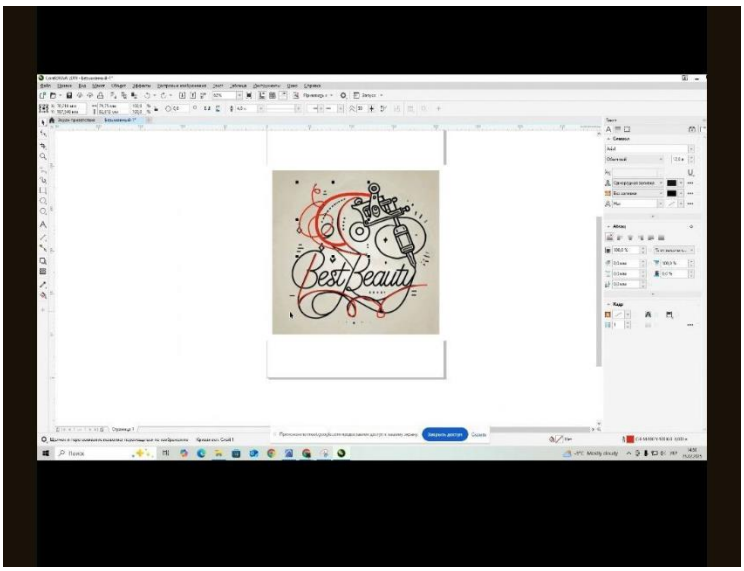
Логотип — центральний візуальний символ бренду. Його функції — комунікаційна, ідентифікаційна та естетична.

У тату-сфері логотипи часто побудовані на:

- стилізованих лініях, що відображають почерк майстра;
- символах тату-культури (змії, черепи, квіти, ножі, міфологічні мотиви);
- абстрактних композиціях, які передають атмосферу салону;
- каліграфічних або геометризованих шрифтах;

- інструментах майстра (тату-машинка, голки, краплі чорнила)(Рис.7).

Важливо, щоб логотип мав два варіанти — **повний** і **компактний**, що забезпечує зручність застосування у всіх форматах.



Риснок.7 Розробка власного бренду

3. Кольорова палітра бренду

Кольорова система формує емоційний тон бренду та визначає його візуальний характер. У тату-індустрії найчастіше використовуються такі рішення:

• Темні контрастні палітри.

Чорний, графіт, бордо, насичений синій — підходять для дарк-арт естетики, графічних та реалістичних стилів.

• Монохромні й мінімалістичні палітри.

Сірий, бежевий, айворі — актуальні для лайн-арту, файнлайну та мінімалістичних салонів.

• Акцентні кольори.

Фіолетовий, червоний, бірюзовий, неонові відтінки — використовуються вибірково для підсилення композицій.

Палітра бренду зазвичай містить:

1–2 основних кольори, 2 допоміжних, 1 акцентний.

4. Типографіка як інструмент формування візуального характеру

Типографіка визначає атмосферу бренду та рівень його професійності. Стандартна шрифтову система містить:

• Акцентний шрифт.

Використовується для логотипа або великих заголовків; може бути декоративним, каліграфічним, геометричним або брутальним.

• Основний текстовий шрифт.

Найчастіше — гротеск або шрифт із мінімальними декоративними елементами. Забезпечує читабельність.

• Додатковий шрифт.

Використовується для підзаголовків та службової інформації.

Шрифти мають бути гармонійними з логотипом і загальним стилем айдентики.

5. Декоративні графічні елементи

Допоміжні елементи посилюють характер бренду та створюють унікальність. Для тату-салону такими елементами можуть бути:

• авторські штрихи, що повторюють стиль майстра;

• текстури чорнила, тіней чи штрихування;

• символічні іконки;

• фрагменти орнаментів;

• невеликі ілюстрації у стилі салону.

Такі елементи застосовуються вибірково, щоб уникнути перевантаження дизайну.

6. Композиційні принципи та модульні сітки

Створення структурованої айдентики потребує чітких композиційних правил:

• використання модульної сітки;

• визначена ієрархія елементів (логотип, заголовки, відступи);

• повторювані графічні мотиви;

• адаптація дизайну під різні формати — поліграфію, мерч, соцмережі, зовнішню рекламу.

Сітка забезпечує впізнаваність і професійність бренду.

7. Тестування айдентики на різних носіях

Айдентика має працювати стабільно на всіх медіаносіях, тому проводиться тестування на:

• візитівках;

• прайс-листах;

• сертифікатах;

• фірмовому одязі;

• Instagram-постах;

• веб-сторінках;

• елементах інтер’єру;

• вивісках і пакуванні.

За результатами тестування уточнюють шрифти, кольори, пропорції логотипа та відступи.

3.3. Розробка комплексного фірмового стилю тату-салону

Створення комплексного фірмового стилю є ключовим етапом формування впізнаваного та конкурентного бренду. Айдентика виступає візуальною мовою салону, передаючи його характер, естетику та професійність. Розробка стилю ґрунтується на визначеній концепції та художньому напрямі бренду Best Beauty.

Концептуальні основи фірмового стилю

Фірмовий стиль створюється на основі поєднання таких компонентів:

• принципів тату-графіки;

• індивідуального стилю майстрів;

• запитів та естетики цільової аудиторії;

• сучасних тенденцій графічного дизайну;

• прагнення до впізнаваності та цілісності.

Стиль Best Beauty поєднує контурну ручну графіку, характерні чорні лінії, декоративні елементи та плавну каліграфію. Образ тату-машинки використовується як символ професійності та ремесла, а каліграфічний напис — як відображення естетичності й творчого підходу.

1. Розробка логотипу тату-салону

1.1. Образність і концепція логотипу

Логотип складається з двох основних елементів:

• графічного символу тату-машинки, виконаного в стилі контурної ручної графіки;

• назви “Best Beauty”, стилізованої під каліграфічний напис.

Поєднання цих елементів утворює гармонійну композицію: тату-машинка виступає знаком майстерності та ремесла, а каліграфічний шрифт передає естетику, м’якість і творчий характер бренду. Такий підхід створює баланс між брутальністю тату-культури й сучасною графічною вишуканістю.

Рисунок.15 Основний логотип тату салону

1.2. Конструктивні особливості логотипу

При розробці логотипу враховано:

- пропорційність та візуальний баланс;
- можливість масштабування без втрати деталізації;
- чіткість контурів для якісного друку та використання в діджитал-середовищі;
- адаптивність для різних форматів: вертикальних, горизонтальних, квадратних;
- сумісність з монохромними та кольоровими варіаціями.

Логотип витримує як великі масштаби (вивіска, банери), так і дрібні (стікери, бірки, іконки соцмереж).

1.3. Варіації логотипу

Розроблено такі варіанти:

- **Основний логотип** (повна композиція).
- **Монохромний логотип** для друку на однотонних поверхнях.
- **Скорочена версія / знак** (тільки тату-машинка або монограма).
- **Інверсія** (білий лого на чорному тлі)(Рис.8).

- **Мінімалістичний лого для соцмереж** – вигляд без декоративних елементів.

Рисунок.8-Варіація логотипу: Основний, монохром, інверсія

2. Розробка кольорової палітри бренду

Кольорова палітра визначає настрій, характер і психологічне сприйняття бренду. Для тату-салону *Best Beauty* обрано палітру, що поєднує:

- глибоку **чорно-сіру гаму**, характерну для графіки;
- теплі та нейтральні **бежеві й тілесні відтінки**, асоційовані з шкірою та натуральністю;
- можливі акцентні кольори — **бордовий/золотий**, що підкреслюють преміальність.

Основна палітра базується на візуальних характеристиках твоєї айдентики(Рис.9).

Рисунок.9 палітра кольорів

Кожен колір має свою роль:

- **Primary Black** — основний колір контуру.
- **Deep Shadow Grey** — другорядний графічний тон.
- **Skin Beige** — фоновий, нейтральний.
- **Warm Brown** — текстурний, декоративний.
- **Accent Wine Red / Gold** — для акцентів у макетах.

Така палітра універсальна, сучасна і відповідає стилістиці бренду.

3. Типографіка бренду

Типографіка відіграє важливу роль у формуванні впізнаванної айдентики. Для *Best Beauty* підібрано поєднання:

1. **Каліграфічного декоративного шрифту** для назви — передає творчість, елегантність, індивідуальність.

2. **Сучасного гротеску** для текстів, інтерфейсів і ділових документів.

Оптимальне поєднання:

- Назва: індивідуальний шрифтовий напис → частина логотипу.
- Акцидентні шрифти: контрастний каліграфічний або декоративний.
- Основний текст: легкий гротеск (Open Sans, Montserrat, Inter)(Рис.-10).

Рисунок.10-Шрифтова пара: каліграфія + гротеск

Це забезпечує читабельність, функціональність і стильову цілісність.

4. Графічні декоративні елементи

Унікальна риса фірмового стилю *Best Beauty* — авторські декоративні елементи, створені на основі твоєї графіки. Вони включають:

- лінійні декоративні завитки;
- крапкові і штрихові акценти;
- мініатюрні символи;
- фрагменти з образу тату-машинки;
- декоративні лінії й текстурні мазки.

Ці елементи підсилюють стиль бренду на всіх носіях: від візитівок до соцмереж(Рис.11).

Рисунок.11-Декоративні графічні елементи

5. Застосування фірмового стилю

5.1. Ділова та рекламна продукція

Розроблено макети:

- візитівок;
- сертифікатів;

- подарункових карток;
- прайс-листів;
- брендованих конвертів і фірмових бланків;
- поліграфічних рекламних матеріалів(Рис.12)

Рисунок-12 Сертифікат

Усі носії використовують:

- логотип,
- фірмові кольори,
- графічні декоративні елементи,
- фірмову типографіку.

5.2. Сувенірна продукція та упаковка

До системи айдентики входять:

- брендовані пакети;
- стікери;

- бірки;
- захисні папки для ескізів;
- упаковка для доглядових засобів(Рис.13).

Макети виконані у монохромній і комбінованій кольоровій схемі.

Рисунок-13 Фірмовий пакет

5.3. Оформлення інтер’єру та навігації салону

Застосування айдентики в інтер’єрі створює атмосферу та підсилює візуальну присутність бренду. Використано:

- лінійні графічні елементи на стінах;
- фірмові кольори в зоні ресепшн;
- декоративні панелі з елементами графіки;

брендовані таблички та навігаційні вказівники(Рис.14).

Рисунок-14 Візуалізація тату-студії

5.4. Соціальні мережі та digital-стиль

Розроблено систему постів, сторіз-рамок, підписів, шаблонів для анонсів:

- єдині відступи;
- єдина палітра;
- повторювані декоративні елементи;
- читабельна типографіка;
- єдині фільтри для фото.

Це забезпечує впізнаванність у цифровому просторі(Рис.15).

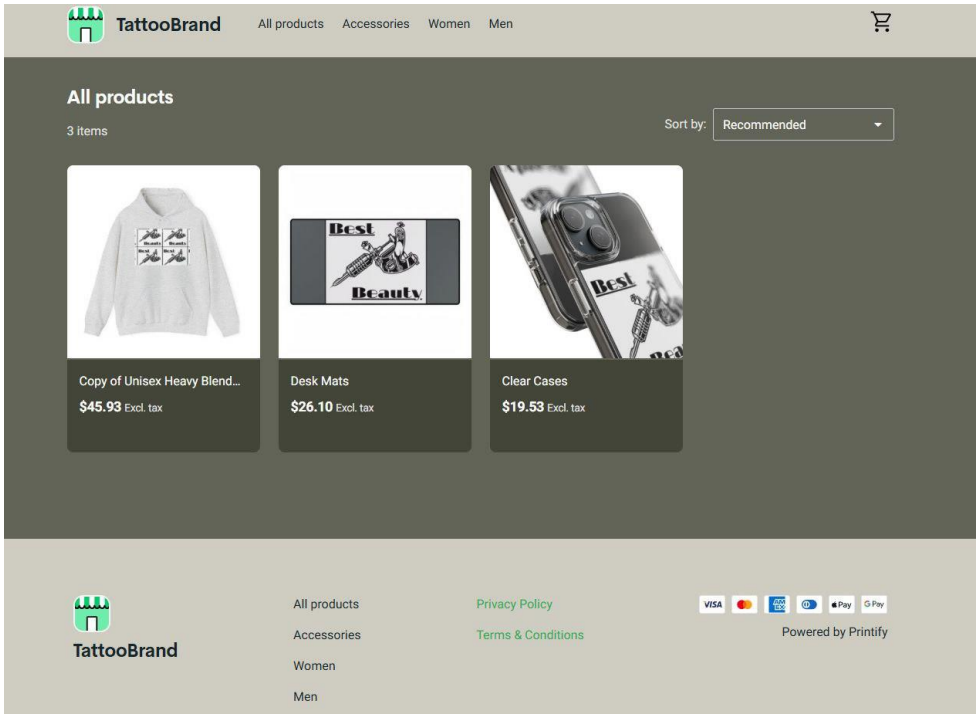


Рисунок-15 Соціальні мережі

5.5. Формування брендбуку

Окремо створюється брендбук, який містить:

- логотип та правила його використання;
- кольорову палітру;
- типографіку;
- декоративні елементи;
- шаблони носіїв;
- рекомендації щодо фото- та відеостилю;
- приклади правильного/неправильного використання айдентики.

Брендбук забезпечує сталість оформлення впродовж багатьох років.

6. Результати та ефект впровадження

Створення комплексної айдентики дозволило бренду Best Beauty отримати цілісну та впізнавану візуальну систему, професійний вигляд усіх матеріалів, підвищення довіри клієнтів і зручні інструменти для подальшого розвитку в онлайн- і офлайн-комунікації.

3.4. Методичні рекомендації щодо впровадження фірмового стилю

Впровадження айдентики тату-салону — це організація стабільної системи її використання, контроль якості та підготовка фахівців, які працюватимуть із брендом.

1. Впровадження фірмового стилю у діяльність салону

Першим кроком є формування єдиного пакета матеріалів: логотипів, кольорових кодів, шрифтових правил, декоративних елементів та шаблонів. Усі файли необхідно зберігати у спільному структурованому каталозі, щоб забезпечити доступність і уникнути помилок. Візуальна система повинна бути інтегрована в інтер’єр салону: оформлення стін, навігація, рецепція, документи для клієнтів, інформаційні матеріали — усе має відповідати єдиному стилю. У цифровому просторі айдентика застосовується до сторінок у соцмережах, рекламних макетів, онлайн-запису, банерів і QR-кодів.

2. Методичні рекомендації для дизайнерів

Дизайнер працює відповідно до бренд-гайду, який забезпечує сталість стилю та коректне використання графічних елементів. Кожен макет має містити правильні відступи, сітку, затверджені кольори, якісні зображення та структуру у шарах. Рекомендується створити архів логотипів, шрифтів, патернів і макетів із чіткими назвами файлів, щоб забезпечити зручність роботи і передачі матеріалів іншим виконавцям.

3. Навчання персоналу та дизайнерів

Для всіх співробітників проводиться первинний інструктаж, який пояснює значення бренду, базові елементи та правила їх використання. Дизайнерів додатково навчають практичним навичкам: створенню макетів, роботі з кольорами, типографікою та адаптації дизайну під різні носії. Бажано застосовувати менторську систему контролю та підтримки молодших дизайнерів. Усі учасники процесу повинні дотримуватися відповідальності за збереження стилю, уникати сторонніх елементів та не вносити неузгоджених змін.

4. Контроль якості та оновлення стилю

Раз на пів року рекомендується проводити аудит бренд-матеріалів: перевіряти відповідність макетів бренд-гайду, оновлювати застарілі елементи та контролювати якість друкованої продукції. У разі розширення салону або появи нових послуг створюються додаткові шаблони, розширюється система графічних елементів, але без порушення загальної стилістики, щоб забезпечити єдине оформлення для всіх локацій.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було обґрунтовано основні принципи формування художнього напряму та айдентики тату-салону, а також визначено ключові графічні та стильові рішення, що забезпечують цілісність бренду. Аналіз стилів тату-культури, характеристик цільової аудиторії та художніх параметрів дав можливість сформувати концептуальну основу майбутнього фірмового стилю. Установлено, що ефективна айдентика має поєднувати традиції тату-мистецтва, сучасні дизайнерські підходи та індивідуальні особливості майстрів.

Особлива увага приділялася композиційним принципам, побудові логотипу, вибору кольорової палітри та типографіки, які формують візуальний характер бренду. Було підкреслено важливість адаптивності, функціональності та стилістичної єдності всіх графічних елементів на різних носіях — від друкованої продукції до digital-форматів. Систематизовано основні декоративні мотиви та визначено їх роль у підтримці впізнаваності бренду.

Таким чином, результати розділу створюють цілісну методичну основу для подальшої розробки повного фірмового стилю тату-салону та його впровадження в практичну діяльність, забезпечуючи професійність, виразність і конкурентні переваги бренду.

Методичні рекомендації є практичним інструментом, що забезпечує цілісність, впізнаваність та професійність бренду «Best Beauty». Завдяки системному впровадженню фірмового стилю, навчанню персоналу та регулярному контролю якості тату-салон отримує змогу підтримувати високий рівень сервісу та візуальної комунікації, зміцнюючи довіру клієнтів і формуючи стабільну конкурентну перевагу.

Загальні висновки

У ході дослідження було визначено ключові візуальні особливості тату-культури та принципи, які формують ефективну айдентику тату-салону. З’ясовано, що тату-графіка має виразну художню мову: контурність, ритм ліній, символічність та виразність у малих масштабах. Саме ці властивості стають основою для створення унікального та впізнаваного бренду.

Аналіз конкурентів показав, що сучасні тату-салони використовують різноманітні стилі — від мінімалізму до дарк-арту, від етнічної графіки до реалізму. Проте найбільш успішними є ті, що мають цілісну та послідовну айдентику, побудовану на чіткій концепції й єдиній стилістиці.

У роботі визначено основні стилістичні напрямки тату-мистецтва (old school, blackwork, реалізм, японська традиція, неотрад тощо) та показано їхній вплив на логотипи, кольорові рішення, типографіку й декоративні елементи бренду. Це дозволило сформувати концепцію айдентики для тату-салону Best Beauty, яка поєднує ручну графіку, контурні лінії, естетику мінімалізму й образ тату-машинки як символ професійності.

Розроблено комплексний фірмовий стиль, що включає логотип, колірну палітру, шрифтову систему, патерни та композиційні принципи. Також підготовлено рекомендації щодо впровадження айдентики у візуальні матеріали, соціальні мережі, інтер’єр та поліграфію, а також методичні поради для дизайнерів і персоналу.

Узагальнюючи, встановлено, що успішна айдентика тату-салону повинна поєднувати культуру татуювання, сучасні дизайнерські практики та індивідуальність бренду. Саме гармонія цих складових забезпечує впізнаваність, професійність і конкурентоспроможність тату-студії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adobe Fonts. Professional Typeface Collections. — URL: https://fonts.adobe.com
2. Airey D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. — New Riders, 2019.
3. Awwwards. Best Branding & Identity Cases. — URL: https://www.awwwards.com
4. Аванесов С. Графічний дизайн: історія, теорія, практика. — Київ: Логос, 2020.
5. Андрусенко Н. Тату-культура як соціально-культурний феномен // Культура і мистецтво. — 2021. — №3. — С. 45–52.
6. Арнхейм Р. Мистецтво та візуальне сприйняття. — Київ: Основи, 2018.
7. Барабанов А. Дизайн і реклама: Основи айдентики. — Харків: Ранок, 2019.
8. Behance. Tattoo Studio Branding Projects. — URL: https://www.behance.net
9. Брендбук тату-салонів України: огляд тенденцій. — Київ: Українська асоціація дизайнерів, 2022.
10. Buchko O. Tendencies of Graphic Design Development in XXI Century // Art & Design. — 2020. — №22. — P. 32–38.
11. DesignWeek. Trends in Contemporary Branding. — URL: https://www.designweek.co.uk
12. Dribbble. Tattoo Branding Inspiration. — URL: https://dribbble.com
13. Гельмгольц Г. Основи естетики візуального мистецтва. — Львів: ЛНУ, 2017.
14. Гришин П. Візуальні коди та символи у сучасному мистецтві // Мистецтвознавство України. — 2019. — №19. — С. 80–87.
15. Дем’яненко О. Естетика мінімалізму у графічному дизайні // Дизайн-теорія і практика. — 2022. — №4. — С. 23–29.
16. Донченко О. Основи композиції та візуальної мови. — Київ: КНУДІМ, 2021.
17. Жуковський Л. Стильові системи сучасного дизайну. — Одеса: Астропринт, 2019.
18. Зінченко Л. Айдентика в індустріях краси та сервісу // «Арт та Дизайн». — 2021. — №6. — С. 112–119.
19. Карплюк С. Графічні засоби комунікаційного дизайну. — Київ: Кондор, 2020.
20. Коваленко В. Графічна мова бренду: структура та функції // Вісник КНУКіМ. — 2020. — №12. — С. 40–48.

21. Котляр С. Символіка тату в контексті сучасної культури // Сучасне мистецтво. — 2020. — №16. — С. 54–60.
22. Лівері М. Айдентика бренда: структура, графіка, застосування. — Київ: ArtHuss, 2022.
23. Лосєв І. Основи формотворення в дизайні. — Харків: Фоліо, 2018.
24. Мацукевич М. Особливості айдентики тату-індустрії // Дизайн-Освіта. — 2021. — №9. — С. 30–37.
25. Методичні рекомендації для графічних дизайнерів. — Львів: Центр візуальних комунікацій, 2023.
26. Miller Ch. Branding for Creatives: Effective Visual Systems. — London: Laurence King, 2020.
27. Михайленко В. Теорія та практика фірмового стилю. — Київ: НАКККіМ, 2021.
28. Ободовська Т. Типографіка в сучасному брендингу // Актуальні питання дизайну. — 2020. — №5. — С. 18–25.
29. Pantone Color Institute. Pantone Color Trends. — URL: https://www.pantone.com
30. Посібник з розробки фірмового стилю. — Харків: Дизайн-центр, 2019.
31. Poynor R. No More Rules: Graphic Design and Postmodernism. — Yale University Press, 2003.
32. Соловей Ю. Кольоротворення у графічному дизайні // Мистецтво і культура. — 2019. — №8. — С. 12–18.
33. Статистика розвитку тату-індустрії. — Tattoo Industry Research Group, 2021.
34. Типові правила оформлення брендбуку. — Український інститут дизайну, 2020.
35. Український інститут дизайну. Графічні стандарти для бренд-ідентичності. — Київ, 2022.
36. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. — Wiley, 2021.
37. Young T. Tattoo Art and Contemporary Aesthetics // Journal of Visual Culture. — 2020. — Vol.19(3). — P. 144–156.

ДОДАТКИ

Візуальні аналоги, стилістичні рішення та графічні елементи

Рис. А.1,А.2 — Красиві шрифти для тату.

Рис. А.3 — Розробка айдентики конкурентів,
чорні логотипи брендів

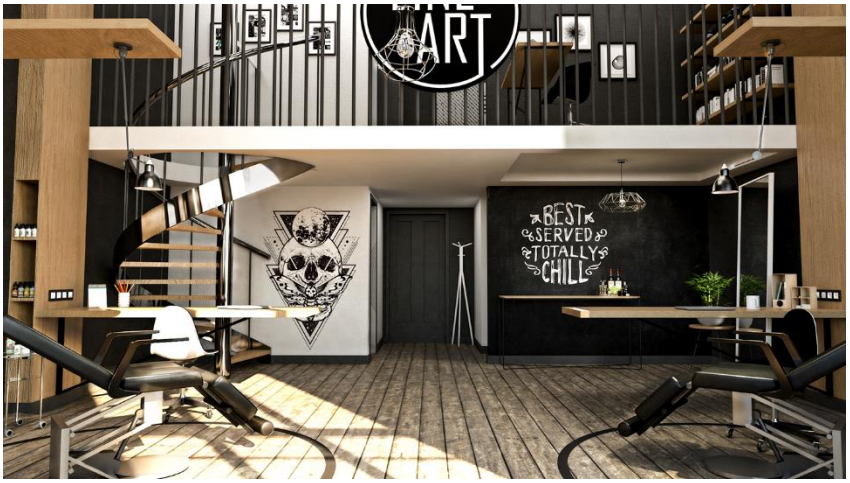


Рис. А.4 — Інтер’єр сучасного тату-салону

Рис. В.1 — Стильові напрямки тату-культури

Рис. А.7 — Кольорова палітра фірмового стилю

Рис. А.8 — Декоративні графічні елементи айдентики