

Філоненко В.В.,

здобувач вищої освіти VI курсу кафедри дизайну ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Одробінський Ю.В., кандидат мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри дизайну

ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ КРАФТОВОГО ШОКОЛАДУ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ

Сучасний бізнес відкриває безмежні можливості для творчого самовираження підприємців та їхнього фінансового розвитку. Одним з цікавих напрямків українського ринку є виробництво авторського шоколаду.

Крафтовий шоколад – це більше, ніж просто солодощі, це кустарний витвір з унікальними характеристиками, що зробили його спеціалізованим продуктом у кондитерській сфері. Його виробляють дрібними партіями з натуральних матеріалів за автентичними технологіями. Переважно товари мають попит серед споживачів, які цінують оригінальність та екологічність.

Створення фірмового стилю для крафтового шоколаду має важливе значення для виділення продукту на конкурентному ринку. У шаленому інформаційному потоці, що надходить від різних брендів і компаній, в пам'яті потенційних клієнтів відкладається тільки найбільш цікава і важлива інформація. Для того щоб бренд зацікавив, необхідно завоювати довіру клієнтів по відношенню до якості його товарів і послуг. На позитивне ставлення до бренду може вплинути будь-який елемент фірмового стилю: кольорове оформлення, слоган компанії, символіка або інше.

Кожна торгова марка спочатку унікальна сама по собі, все залежить від того як підкреслити її особливі якості і виграшно їх піднести. Розглянемо декілька цікавих українських брендів, що спеціалізуються на виробництві авторського шоколаду.

Бренд «Wander» [1], що на Житомирщині, створює шоколад з рідкісних какао-бобів, вирощених у далеких країнах, таких як Південна Америка, Азія, Африка. Засновник Андрій Амелін надихнувся історією та географією. Так народилася назва бренду, що поєднала в собі відкритість до нових вражень і вміння помічати дива. А з назвою прийшов і відповідний образ логотипу – вінтажний компас золотого кольору як метафора свободи у прокладанні власного шляху. Модульну адаптивну упаковку було зроблено у вигляді тизеру того, що чекає всередині. Решту домалює фантазія і смак – і в кожного він буде свій.

Історія крафтового шоколаду «Souka» [2], який створює на Закарпатті переселенка з Краматорська Юлія Савинська, почалася з придбання меланжера – це такий спеціальний млин з кам'яними гранітними жорнами, що перетирає какао-боби до гладкої текстури. Експериментуючи, Юлія створила авторську рецептуру солодоців з гречаним веганським складом. Логотип увібрав в себе природність, натуральність і політ, які символізує пташка сойка. Упаковка теплого жовтого кольору з графічними елементами Карпатських гір передає усю красу і свободу для творчості.

Сестри Олександра й Олена з Луцьку створюють крафтовий шоколад під брендом «Sister.A.Choco» [3]. Вони використовують технологію, що передбачає контроль на усіх етапах виробництва: від вибору какао бобів до отримання готового продукту. Така концепція вплинула на загальний стриманий стиль бренду. Логотип складається з двох видів шрифту блакитного кольору: декоративного та антикви, що поєднують у собі традиції та сучасність. Дизайн упаковки виконаний на основі неповторного орнаменту кожного регіону, де вирощувалось какао.

Бренд «Chocoblues Sweets» [4] розпочала сімейна пара з Одеси, що перш за все орієнтується на якість продукції, оригінальність та занурення у процес. Автори випускають цукерки у формі небесних тіл, кожену «планету» розписуючи вручну. Натхненням для логотипу стали космос та наша галактика у вигляді спіральної форми. Шрифтова частина виконана гротескним шрифтом темного кольору. А пакування схоже на суцільну демонстрацію Сонячної системи, що додає дивовижності та відчуття нового етапу життя.

«Жужуshop» – сімейне виробництво пасічників з Чернігівської області [5]. Засновники кажуть, що шоколад від їхнього бренду – це те, що було створене природою і поєднано в одну плитку руками майстрів шоколат'є. Саме такий задум відображається в логотипі, на якому зображено декілька працьовитих бджілок, що летять збирати нектар. Акценту додає жовта пляма, нагадуючи краплю меду. У назві цікаво обрамлено перший слог декоративним шрифтом, який смачно кличе скуштувати витвір з шоколаду.

Підводячи підсумок, треба зазначити, що бренди крафтового шоколаду часто мають унікальні історії походження, такі як джерело какао або шлях засновника. Фірмовий стиль має створити зв'язок з концепцією бренду (акцент на натуральність, якість), що простежується у простоті графічних елементів, кольорі та в цілому оформленні айдентики. А також показати, що кожна плитка шоколаду має звернення до споживача і несе в собі закладену емоційну ідею.

Список використаних джерел:

1. Магазин ексклюзивного шоколаду та солодоців ручної роботи Wander. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://wander.boutique/> – Назва з екрану. – Дата перегляду 30.10.2023.
2. Натхнення шоколадом: як краматорчанка власний бренд шоколаду на Закарпатті розвиває. [Електронний ресурс] Режим доступу:

<https://varosh.com.ua/ludy/nathnenna-shokoladom-yak-kramatorchanka-vlasnyj-brend-shokoladu-na-zakarpati-rozvyvaye/> – Назва з екрану. – Дата перегляду 30.10.2023.

3. Шоколад «від боба до плитки». [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://sisterschocolate.com/> – Назва з екрану. – Дата перегляду 30.10.2023.

4. Бренд шоколаду Chocoblues Sweets. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://chocoblues.com.ua/index.php?route=common/home> – Назва з екрану. – Дата перегляду 30.10.2023.

5. Жужуshop – це сімейне виробництво. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://djujushop.com.ua/> – Назва з екрану. – Дата перегляду 30.10.2023.

Цуцун В. П.,

здобувач вищої освіти III курсу кафедри івент-менеджменту та соціальних комунікацій ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Єрмолаєва Г. А., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри івент-менеджменту та соціальних комунікацій ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

КЛІКБЕЙТ ЯК МЕДІЙНА ПРИМАНКА

У сучасному періоді активно прогресує сфера інтернету, комп'ютерних технологій, соціальних мереж, ЗМІ та реклами, що супроводжується постійним з'явленням нових методів маркетингу. Фахівці систематично розробляють і впроваджують нові прийоми, спрямовані на привертання нашої уваги та маніпуляцію нашими почуттями.

Спостерігаючи в сучасному інтернеті, ми неодноразово натрапляємо на рекламні банери з заголовками, що обіцяють дивовижні відкриття: "Ви не повірите, але це ...", "Шокуючі події, які сталися далі ..." та інші схожі заклики до переходу за посиланням. Однак перейшовши за цими посиланнями, ми часто потрапляємо на сумнівні веб-ресурси, де обіцяна інформація виявляється непереконливою або зовсім неправдивою. Це явище отримало назву "клікбейт" і варто розглянути його більш детально [1].

Клікбейт є особливою формою мовної пастки, яка включає в себе цілком обдуману та заворожуючу інформацію у заголовку або зображенні, спрямовану на зацікавлення людини та спонукування її перейти за посиланням на веб-сайт або переглянути відеоматеріал. В літературному перекладі з англійської "click" означає