

АВТОМОБІЛЬНИЙ СТАЙЛІНГ ЯК ДИЗАЙН-ПРАКТИКА: КУЛЬТУРНЕ ВИРАЖЕННЯ ТА КОМЕРЦІЙНА КОМУНІКАЦІЯ

Ольга ЄЖОВА, доктор педагогічних наук, професор
професор кафедри графічного дизайну,

Софія ГУБЕНКО, студентка,
кафедра графічного дизайну

Київський національний університет технологій та дизайну
Київ, Україна

email: Oyeshova70@gmail.com, sofi06082004@gmail.com

У статті розглядається дизайн автомобілів з використанням технології обклеювання автомобілів декоративною плівкою. Аналіз наукових джерел висвітлює культурні, естетичні та технічні аспекти застосування плівок у дизайні. Визначено, що стайлінг автомобілів виконує подвійну функцію: з одного боку, це естетичний засіб персоналізації, а з іншого – ефективний маркетинговий інструмент. Наведено практичні приклади реалізованих проектів та надано рекомендації щодо створення якісного дизайну обклеювання автомобілів плівкою.

В останні роки стайлінг автомобілів плівкою стало важливою практикою дизайну, що поєднує культурні, естетичні та технічні аспекти. Ця технологія не тільки дозволяє персоналізувати транспортні засоби, але й служить ефективним маркетинговим інструментом, що підсилює ідентичність бренду та сприйняття споживачів. Дизайн обклеювання автомобілів демонструє свою подвійну роль: він створює унікальні візуальні образи для індивідуальних користувачів, одночасно сприяючи просуванню компаній та продуктів на конкурентних ринках.

Рихліцька та Тормахова (2023) проаналізували особливості дизайну в сучасному культурному розвитку. Автори підкреслюють комплексний характер дизайнерської практики, яка охоплює різні сфери соціальної культури, і відзначають, що дизайн одночасно належить як до художньої, так і до промислової сфери. Дослідники роблять висновок, що дизайн є важливим комунікативним інструментом і може слугувати засобом просування національних та етнічних традицій. Грищенко, та ін. (2024) підкреслюють міждисциплінарний характер дизайну, що функціонує на перетині науки, мистецтва та інженерії. Їхня праця наголошує на важливості інтеграції культурних і технологічних перспектив, що є центральним принципом сучасного дизайну автомобільного стайлінгу.

Bayirli (2023) виявила, що дизайн обклеювання транспортних засобів має суттєвий вплив на сприйняття бренду та поведінку споживачів. У дослідженні наголошується на важливості вибору кольорової гами, композиції та новизни дизайну, адже ці фактори визначають рівень уваги й запам'ятовуваності реклами.

Стайлінг автомобілів шляхом обклеювання плівкою як дизайнерська практика поєднує естетику, технології та маркетинг. Цей метод дозволяє створювати унікальні візуальні образи, які підкреслюють індивідуальність власника авто або ідентичність бренду. Важливою складовою дизайну стайлінгу є використання якісних матеріалів, правильний вибір кольорів і графіки.

У дослідженні розглянуто приклад Volkswagen Golf GTI, wrap-дизайн якого поєднує брендинг Red Bull, Aerofabb та Rotiform. Робота виконана у SouthArt Detailing Studio та демонструє поєднання рекламної та естетичної функцій у wrap-дизайні.

На рисунку 1. зображено Volkswagen Golf з обклеюванням (wrap-дизайн) у SouthArt Detailing Studio. Здалеку видно лого Red Bull, Aerofabb та Rotiform, а також характерний графічний напис «HOONIGAN», що підкреслює спортивний та рекламний характер обклеювання.

На рисунку 2 показано візуальне рішення, що містить елементи, характерні для культури автоспорту: цифру в колі («55»), контрастні графічні написи («JUST DON'T DIE»), а також кольорові акценти, що підкреслюють динаміку форми кузова.

Дизайн також містить логотипи Rotiform, які підкреслюють зв'язок з продукцією компанії, що видно на рис. 3

Усі три зображення демонструють поєднання естетичної привабливості з комерційною функцією реклами.

Висновок

Стайлінг автомобілів методом обклеювання декоративною плівкою виконує подвійну роль: як засіб естетичної персоналізації та ефективний маркетинговий інструмент. Дослідження показало, що успіх проекту залежить від креативного дизайну, високоякісних матеріалів та професійного виконання.

CAR WRAPPING AS A DESIGN PRACTICE: CULTURAL EXPRESSION AND COMMERCIAL COMMUNICATION

OIha YEZHOVA, ScDoctor, Professor,
Professor of the Department of Graphic Design
Sofiia GUBENKO, bachelor degree student,
Department of Graphic Design
Kyiv National University of Technologies and Design
Kyiv, Ukraine

email: Oyeshova70@gmail.com, sofi06082004@gmail.com

The article examines the design of cars using car wrapping technology. The analysis of scientific sources highlights cultural, aesthetic, and technical aspects of applying films in design. It is determined that car wrapping performs a dual function: on the one hand, it is an aesthetic tool of personalization, and on the other hand – an effective marketing instrument. Practical examples of implemented projects are presented, and recommendations for creating high-quality wrap design are provided.

In recent years, car wrapping has become an important design practice that combines cultural, aesthetic, and technical dimensions. This technology not only enables the personalization of vehicles but also serves as an effective marketing tool that enhances brand identity and consumer perception. Vehicle wrap design demonstrates its dual role: it creates unique visual images for individual users while contributing to the promotion of companies and products in competitive markets.

Rykhlicka and Tormakhova (2023) analyzed the specifics of design in modern cultural development. The authors emphasize the comprehensive nature of design practices, which encompass various spheres of social culture, and note that design simultaneously belongs to both the artistic and industrial domains. The researchers conclude that design is an important communicative tool and can serve as a means of promoting national and ethnic traditions. Gryshchenko, et al. (2024) emphasize the interdisciplinary character of design, which operates at the crossroads of science, art, and engineering. Their work underlines the importance of integrating cultural and technological perspectives, a principle that is also central to contemporary automotive styling design.

Bayırlı (2023) found that vehicle wrapping design has a significant impact on brand perception and consumer behavior. The study emphasizes the importance of choosing a color scheme, composition, and design novelty, as these factors determine the level of attention and memorability of advertising.

Car wrapping as a design practice combines aesthetics, technology, and marketing. This method makes it possible to create unique visual images that emphasize either the individuality of a car owner or the identity of a brand. An important component of wrap design is the use of high-quality materials (cast or calendared films), the correct choice of colors, and graphics.

The study examines the example of the Volkswagen Golf GTI, whose wrap design combines the branding of Red Bull, Aerofabb, and Rotiform. The project was carried out at SouthArt Detailing Studio and demonstrates the integration of advertising and aesthetic functions in wrap design.

As can be seen in figure 1, a Volkswagen Golf with wrap design is shown at SouthArt Detailing Studio. From a distance, you can see the Red Bull, Aerofabb, and Rotiform logos, as well as the distinctive “HOONIGAN” graphic inscription, which emphasizes the sporty and promotional nature of the wrap.

Figure 2 shows a visual solution that contains elements characteristic of motorsport culture: a number in a circle (“55”), contrasting graphic inscriptions (“JUST DON’T DIE”), as well as color accents that emphasize the dynamics of the body shape.

The design also incorporates Rotiform logos, which emphasize the connection with the company’s products, as seen in figure 3.



Рисунок 1. Volkswagen Golf GTI з рекламним wrap-дизайном Red Bull, Aerofabb та Rotiform (SouthArt Detailing Studio, Україна, 2024)

Figure 1. Volkswagen Golf GTI with advertising wrap design of Red Bull, Aerofabb and Rotiform (SouthArt Detailing Studio, Ukraine, 2024). All three images illustrate the combination of aesthetic appeal with the commercial function of advertising

Car wrapping design fulfills a dual role as a tool of aesthetic personalization and an effective marketing instrument. The study revealed that project success depends on creative design, high-quality materials, and professional execution.



Рисунок 2. Volkswagen Golf GTI з рекламним wrap-дизайном Red Bull, Aerofabb та Rotiform (SouthArt Detailing Studio, Україна, 2024)

Figure 2. Volkswagen Golf GTI with advertising wrap design of Red Bull, Aerofabb, and Rotiform (SouthArt Detailing Studio, Ukraine, 2024) / Рисунок 1. Volkswagen Golf GTI з рекламним wrap-дизайном Red Bull, Aerofabb та Rotiform (SouthArt Detailing Studio, Україна, 2024)



Рисунок 3. Volkswagen Golf GTI з рекламним wrap-дизайном Red Bull, Aerofabb та Rotiform (SouthArt Detailing Studio, Україна, 2024)

Figure 3. Volkswagen Golf GTI with advertising wrap design of Red Bull, Aerofabb, and Rotiform (SouthArt Detailing Studio, Ukraine, 2024).

References

Bayırlı, Ü. (2023). A structural analysis of frontal car styling. *The Design Journal*, 26(6), 919–933. <https://doi.org/10.1080/14606925.2023.2259239>.

Gryshchenko, I., Yezhova, O., Pashkevich, K., & Biryukova, Y. (2024). Research and creative activity in the design field: Intersections of science, art, and engineering. *Leonardo*, 57(3), 279–285. MIT Press. https://doi.org/10.1162/leon_a_02521

Rykhliitska, O., & Tormakhova, A. (2023). Design in the context of modern cultural development. *Ukrainian culture: the past, modern, ways of development*, (44), 232-237. <https://doi.org/10.35619/ucpm.vi44.629>

SouthArt Detailing Studio. (2024). Volkswagen Golf GTI Red Bull, Aerofabb & Rotiform wrap design. SouthArt Detailing Studio, https://www.instagram.com/p/C5_D2s_ocZ_/?igsh=MWZiankwZTdhdThrbA==