

Крюкова К.С.

*Научный руководитель — ст. преподаватель Е.В. Зеленова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail:ksu81199@gmail.com*

### **Современные тенденции оформления логотипа и фирменного цвета компании**

Фирменный стиль представляет собой базовый способ коммуникации компании и потребителей. Он является основополагающей частью бренда и помогает бороться за клиента. Фирменный стиль – это не только легко узнаваемый товарный знак, это понятие включает в себя совокупность различных приемов, в том числе цветовых, звуковых, графических элементов. Все они подчинены единственной цели – повысить узнаваемость компании среди представителей целевой аудитории. Таким образом, фирменный стиль – это набор визуальных, звуковых и дизайнерских элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления. [1] Система фирменного стиля включает в себя следующие основные элементы: товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменный лозунг, фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов, персонаж компании или бренда, фирменная одежда и другие визуальные элементы, принятые для компании или бренда: фирменное знамя, фирменный гимн, корпоративная легенда (фирменная байка), эмблемы фирмы, фирменные особенности дизайна, определенные внутрифирменные стандарты и т.д.

В условиях жесткой конкурентной борьбы между коммерческими компаниями различного профиля без фирменного стиля не обойтись. Крупные компании с большими капиталовложениями характеризуются появлением хорошо продуманных стилей еще на начальных этапах своего существования. Небольшие организации могут сделать это чуть позже. Однако все они должны учитывать современные тенденции в этой сфере.

Анализ актуальных тенденций в стилистическом оформлении компании – это не простое копирование чужих идей. Необходимо разработать индивидуальный стиль, который в полной мере будет отвечать духу и профилю компании. К тому же любой стиль имеет свойство со временем устаревать. Приблизительно раз в 5 лет необходимо менять визуальное оформление бренда, чтобы он соответствовал текущим потребительским запросам. В век информационных технологий тенденции стали меняться гораздо быстрее, поэтому специалисту сферы рекламы и PR важно быть в курсе этих изменений.

Итак, рассмотрим современные тенденции в дизайне логотипов.

#### **1. Анимированные логотипы.**

Сегодня логотип – это не обязательно неподвижный символ компании на товаре или упаковке. С развитием современных информационных технологий такое понимание логотипа не совсем соответствует действительности. Возможности видео и анимации позволяют поднять логотип на совершенно иной уровень. Анимированные логотипы встречаются у таких компаний как Google, IKEA, Zoom, Burger King.

#### **2. Адаптивные логотипы.**

Функциональный дизайн — то, что никогда не выходит из моды. Растущая популярность адаптивных веб-сайтов и развитие цифровых возможностей стали логичной ступенью к новому вектору развития в дизайне логотипов. Логотип на компьютере, на смартфоне или на планшете всегда будет выглядеть наилучшим образом и адаптируется под разные размеры экрана. Адаптивные логотипы используют такие компании как Chanel, Coca-Cola, Nike. Kodak.

#### **3. Минимализм.**

Несмотря на небольшую перенасыщенность этого тренда, интерес к минимализму не пропадет. Тонкие линии, монохромный фон — все будет работать на создание композиции. Uber, Яндекс, Dior, Yota, используют минимализм в дизайне логотипа.

#### **4. Наложение и перекрытие.**

Наложение и перекрытие, прежде всего, помогают отобразить связь двух элементов. Также повышают глубину и объемность изображения. Примером могут послужить логотипы компаний MasterCard, Louis Vuitton, Gucci, MetLife.

#### 5. Рукописные эмблемы

Считается, что рукописные логотипы позволяют более точно отразить направленность деятельности компании, идею. Они выглядят «живо» и реалистично. Кроме того, лого такого стиля легко запоминаются потенциальным клиентам. Рукописные логотипы встречаются у брендов Unilever, Disney, Milka.

#### 6. Символические формы и иконки.

Символизм в разработке дизайна – новый тренд. Такие бренды, как Nike, Apple или Starbucks занимаются подобным десятилетиями. Но в 2021 году, вероятно, работа с символами и иконками станет популярнее.

#### 7. Градиент.

Этот давно знакомый графический приём снова набирает популярность. Отличной чертой в 2021 году будет едва заметная градация оттенков внутри одного цвета. Она позволяет создать эффект динамики. Встречается такой прием у компаний Skyeng, Глобал Интегрейтед, PwC, GSK [2].

#### Тенденции оформления фирменных цветов.

Набирают популярность самые смелые сочетания цветов, в том числе ярких и вызывающих оттенков. Необычные и причудливые комбинации очень нравятся современным потребителям. Такие решения могут подойти молодым и динамично развивающимся компаниям, таким как Dunkin Donuts, Media Markt, Total, целевой аудиторией которых является раскрепощенное поколение молодых людей. При этом в применении гиперболизированных подходов стоит соблюдать определенную меру, чтобы не отпугивать определенную часть клиентов.

Но есть и обратная сторона — тренд на спокойные визуальные решения и пастельные оттенки. Он подойдет тем, кто хочет избежать стратегии китча и кислотных цветов, особенно после безумного 2020-го. Данный тренд поддерживают такие компании как РБК, Starbucks, Askona [3].

Буквально каждый год в рекламной сфере появляются новые тренды, которые специалисты просто обязаны отслеживать. Необходимо осуществлять постоянный мониторинг новых тенденций и перенимать опыт лидирующих коммуникационных агентств. Такая работа позволит выбрать верный путь по улучшению и развитию фирменного стиля компании, что обязательно повысит узнаваемость организации среди потребителей товаров и услуг.

### Литература

1. Добробабенко Д. С. Фирменный стиль: принципы разработки, использования, оценки / Добробабенко Д.С. – М.: Соверо, 1986 – 96 с.
2. Тренды в дизайне логотипов в 2021 году. [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://merehead.com/ru/blog/top-logo-design-trends-2021/> (дата обращения 12.03.2021)
3. Тренды дизайна и брендинга 2020-2021: от Николая Иронова до океанского пластика. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/trendy-v-dizajne-46416.html> (дата обращения 15.03.2021)