

СУЧАСНІ ТРЕНДИ В РОЗРОБЦІ ЛОГОТИПУ БРЕНДУ

CURRENTTRENDSINBRANDLOGODESIGN

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу

Кірносова Марина Василівна

Здобувач бакалавріату Ільченко Вероніка Євгенівна

Supervisor: PhD, Associate Professor Department of Marketing

Kirnosova Maryna Vasylivna

Bachelor Ilchenko Veronika Evgenivna

Анотація: У сучасному світі брендинг відіграє ключову роль у формуванні іміджу компаній, а логотип – це перше, що бачить споживач. Тренди у дизайні логотипів постійно змінюються, відображаючи технологічний розвиток, соціальні зміни та естетичні уподобання. Сучасні логотипи стають мінімалістичними, адаптивними та інтерактивними, часто створюються за допомогою штучного інтелекту та враховують принципи інклюзивності й екологічності. У цій роботі розглядаються основні тенденції у розробці логотипів, їхні технологічні особливості та вплив на сприйняття бренду.

Ключові слова:брендинг; логотип; дизайн; мінімалізм; адаптивність; штучний інтелект; тренди

Annotation: In the modern world, branding plays a crucial role in shaping the image of companies, and the logo is the first thing that consumers see. Trends in logo design are constantly changing, reflecting technological development, social changes, and aesthetic preferences. Modern logos are becoming minimalist, adaptive, and interactive, often created using artificial intelligence and taking into account the principles of inclusivity and sustainability. This work examines the main trends in logo development, their technological features, and their impact on brand perception.

Keywords:branding; logo; design; minimalism; adaptability; artificialintelligence; trends

Логотип є ключовим елементом візуальної айдентики бренду, що впливає на його сприйняття та впізнаваність серед споживачів. У сучасному світі, де конкуренція між компаніями надзвичайно висока, важливо не лише створити привабливий логотип, але й зробити його актуальним відповідно до останніх тенденцій. Візуальна складова бренду має бути адаптивною, легко впізнаваною та відповідати очікуванням цільової аудиторії.

Останніми роками в дизайні логотипів спостерігається перехід до мінімалізму, використання динамічних елементів, градієнтів, а також активне застосування технологій штучного інтелекту для автоматизації процесу розробки. Окрім технологічних факторів, значний вплив на формування трендів у логотипах мають соціальні та екологічні зміни, що вимагають від брендів більшої інклюзивності та відповідальності [1].

Розглянемо поточні тенденції, конкретні приклади популярних стилів побудови логотипів.

Одним із найбільш стійких трендів у розробці логотипів є мінімалізм. Простота форм, чисті лінії та мінімальна кількість деталей дозволяють зробити логотип універсальним та легким для запам'ятовування. Такий підхід сприяє швидкому впізнаванню бренду в цифровому середовищі та на друкованих носіях. Багато відомих компаній провели редизайн своїх логотипів, спрощуючи їхній вигляд. Наприклад, Pepsi відмовилася від складних графічних елементів, а Mastercard залишила лише два кола без текстового наповнення, підкреслюючи впізнаваність форми та кольорів[2].

У сучасному маркетингу важливу роль відіграє адаптивність логотипу. Динамічні логотипи можуть змінювати свою форму, колір чи композицію залежно від контексту використання, але при цьому зберігати основні впізнавані елементи.

Градiєнти дозволяють зробити логотип більш привабливим для цифрового середовища. Завдяки плавним переходам між кольорами створюється ефект глибини та динаміки. Прикладом успішного використання градієнтів є логотип Instagram, який у 2016 році змінив плоский значок камери на яскравий дизайн із градієнтним фоном.[2]

Логотипи повинні бути універсальними та адаптивними для різних форматів – мобільних додатків, сайтів, соціальних мереж та друкованої продукції. Бренди застосовують модульний підхід, що дозволяє логотипу зберігати впізнаваність навіть у спрощеній версії. Наприклад, Spotify змінює кольорову гаму свого логотипу залежно від контенту, але його форма залишається незмінною. Netflix використовує окремий символ «N», який легко впізнати навіть без повного напису бренду.

Багато брендів повертаються до класики, використовуючи ретро-шрифти, пастельні кольори та традиційні елементи. Цей тренд спрямований на викликання почуття ностальгії у споживачів. Прикладом є BurgerKing, який у 2021 році повернувся до свого класичного логотипу 1969 р. Його округлі форми та приглушені кольори роблять відсилку до «золотого віку» бренду, що допомагає створити емоційний зв'язок із клієнтами. [2]

Останні досягнення у сфері технологій значно вплинули на процес створення логотипів. Зокрема, штучний інтелект (AI) допомагає дизайнерам автоматизувати процеси, генерувати унікальні концепції та аналізувати тренди. Сервіси на основі AI, такі як Looka та TailorBrands, дозволяють створювати логотипи без залучення дизайнерів, використовуючи алгоритми аналізу стилів та кольорних рішень. Такі інструменти дають можливість малому бізнесу отримати якісний дизайн за доступною ціною [3].

Додатково, технології доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) відкривають нові можливості для інтерактивних логотипів, які можуть змінювати форму та поведінку при взаємодії з користувачами. Наприклад, бренди використовують анімовані логотипи, що реагують на рухи або змінюються в залежності від середовища [3].

Варто зазначити, що сучасний дизайн логотипів усе більше орієнтується на соціальні та культурні зміни. Бренди прагнуть бути більш інклюзивними, враховувати різноманітність аудиторії та відображати цінності, які важливі для суспільства. Наприклад, багато компаній переходять на більш нейтральні та гендерно-інклюзивні стилі візуальної ідентичності. Burberry та Prada адаптували свої логотипи, щоб зробити їх простішими, універсальнішими та відповідними до сучасних тенденцій.

Також бренди активно підтримують екологічні ініціативи, змінюючи свої логотипи відповідно до кампаній зі стійкого розвитку. Patagonia та IKEA впроваджують елементи, що символізують екологічну відповідальність, а деякі компанії навіть створюють спеціальні «ecogreen» версії своїх логотипів.

Сучасний ринок дизайну логотипів продовжує розвиватися, пропонуючи нові цікаві концепції. Окрім основних тенденцій, популярності набирають такі стилістичні рішення, як [1]:

- ефект глюку – використання цифрових спотворень, що додає унікальності та технологічного вигляду (наприклад, логотип TikTok);
- геометричні форми - чіткі лінії та симетрія, що створюють сучасний і гармонійний дизайн (до прикладу, логотип Adobe);
- ручна типографіка - використання написів, що імітують рукописний стиль, для створення автентичного образу бренду;

- негативний простір - приховані символи у логотипі, які додають глибшого змісту (для прикладу, логотип Нова Пошта);

- 3D-ефекти - об'ємність і текстури, що створюють візуальну виразність.

Таким чином, логотипи продовжують еволюціонувати разом із цифровими технологіями та соціальними змінами. Мінімалізм, адаптивність, інтерактивність та інновації визначають майбутнє брендингу. Також важливим фактором стає персоналізація логотипів відповідно до вподобань аудиторії та їх культурних особливостей. Для компаній важливо враховувати сучасні тенденції, щоб залишатися актуальними на ринку та залучати нових споживачів.

Список літератури

1. 10 головних трендів року у дизайні логотипів. *Genius.space: веб-сайт*. 29.04.2023. URL: <https://genius.space/lab/10-golovnih-trendiv-roku-u-dizajni-logotipiv/> (Дата звернення: 01.04.2025).
2. Брюханова Г. В., Лежнев О. О. Новітні тенденції у дизайні логотипів. *Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтв*. 2018. № 1. С. 10-12.
3. Технології VR та AR у поліграфії. *Vesna: веб-сайт*. URL: <https://vesnaph.com/ua/tehnologii/smart-tehnologii/augmented-reality> (Дата звернення: 01.04.2025).