

Логотип от профессиональных дизайнеров

Шарикова Марина Владимировна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В данной статье рассматривается преимущество заказа логотипа у дизайнера по сравнению с альтернативными вариантами. Подчеркивается уникальность и оригинальность, которые достигаются благодаря профессиональному взгляду дизайнера. Также обсуждаются пункты, такие как эстетическая привлекательность, адаптивность, согласованность визуального стиля бренда и права на использование.

Ключевые слова: логотипа, дизайнер, оригинальность, профессиональный взгляд, эстетическая привлекательность, адаптивность.

Logo from professional designers

Sharikova Marina Vladimirovna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

This article discusses the advantage of ordering a logo from a designer in comparison with alternative options. The author emphasizes the uniqueness and originality that are achieved thanks to the professional look of the designer. Items such as aesthetic appeal, adaptability, consistency of the brand's visual style and usage rights are also discussed.

Keywords: logo, designer, originality, professional look, aesthetic appeal, adaptability.

1 Введение

1.1 Актуальность

Графическое оформление бренда — это очень важный вопрос, это символ и лицо компании. Поэтому лучше всего заказать логотип у дизайнера. Пренебрежение данной сферой может привести к тому, что компания, не обладая соответствующим брендовым образом, столкнется с трудностями в деловых встречах с потребителями, осознав это лишь после того, как визуальное восприятие окружающих окажется существенным фактором. На рынке много компаний, имеющих хороший продукт, но их фирменные знаки выглядят вызывающе плохо, сделаны «на коленке» и своим видом только мешают команде двигаться вперед. Чтобы занять значимую позицию среди конкурентов, необходимо основательно поработать над тем, как себя

представить, создать хороший логотип, при этом учесть ряд очень важных факторов.

1.2 Обзор исследований

В статье К.А. Зайкиной «Логотип как часть фирменного стиля предприятия» [1], проанализированы различные взгляды на термин «логотип». К.В. Дергачев в научной работе «Эргономическое обеспечение разработки дизайна логотипов», рассматривает основные понятия, связанные с современным дизайном [2]. В.Р. Рожкова дала описание проблемы коммуникации бизнеса с аудиторией посредством дизайна во Всероссийском сборнике трудов «Дизайн для малого бизнеса». [3].

1.3 Цель исследования

Целью исследования является изучение роли и влияния логотипов на брендинг и маркетинг, а также, выявление преимуществ при заказе логотипа у дизайнеров.

2 Результаты и обсуждения

Логотип представляет собой графический символ, разработанный для идентификации компании на рынке. Он служит фирменным знаком, являясь неизменным "лицом" бизнеса, требующим тщательного и профессионального подхода в процессе создания. Ключевой задачей логотипа является не только конкурентоспособность, но и выдающаяся запоминаемость, оказывая глубокое воздействие на клиента.

Логотип представляет из себя важный элемент, способный запоминаться клиенту наиболее ярким образом. Известные бренды, такие как Apple, Nike и Mercedes-Benz, демонстрируют выдающийся пример эффективности логотипов, которые легко узнаются даже при размытом изображении. Этот визуальный элемент становится первым ассоциативным шагом в умах потребителей, влияя на их предпочтения и решения при выборе товаров и услуг.

Однако стоит отметить, что эффективность логотипа не ограничивается только его визуальным привлекательным обликом. Он является лишь одной из составляющих успешного бренда, который требует качественного продукта, адекватного продвижения и правильного позиционирования на рынке. Логотип, будучи первым визуальным впечатлением, определяет взгляд клиента и влияет на его решения в долгосрочной перспективе.

Это обстоятельство подчеркивает важность тщательного проектирования графических элементов, композиции и стилистики логотипа. Он должен мгновенно передавать понятную информацию, избегая сложных элементов, требующих дополнительного разгадывания. Успешный логотип предоставляет четкое и незамедлительное восприятие, таким образом, привлекая внимание клиента и подчеркивая уникальные черты бренда.

Основные принципы разработки качественного логотипа сводятся к принципу простоты и максимальной эффективности в передаче информации.

Визуальное восприятие играет ключевую роль в процессе формирования впечатления от бренда. Известно, что изображения моментально проникают в мозг, обходя логический аппарат, и, следовательно, тщательная работа над изображением является неотъемлемым компонентом успешного логотипа.

Принцип простоты подчеркивает, что избыточная информация и перегруженность изображения часто сопровождаются потерей интереса со стороны потребителя. В современном обществе, перенасыщенном рекламой, визуальный элемент должен быть лаконичным и легко узнаваемым. Качественный логотип выделяется своей простотой и отсутствием излишеств, что способствует мгновенному узнаванию при быстром взгляде и обеспечивает легкость восприятия.

Примером служат мировые бренды, которые стали узнаваемыми тысячами людей исключительно благодаря своим лаконичным логотипам. Такой подход не только создает моментальное визуальное впечатление, но и помогает укрепить репутацию бренда, содействуя формированию ассоциаций типа: "Я уже видел это, я помню" (рис. 1, 2)



Рисунок 1 – Пример логотипа «FOSTER London»



Рисунок 2 – Пример логотипа «Fish»

Принцип простоты, кроме того, обеспечивает логотипу важное свойство масштабируемости, при которой изображение остается четким и разборчивым на различных носителях, будь то крупный плакат или небольшая фирменная

авторучка. Это свойство придает логотипу универсальность и устойчивость к изменению масштаба, что является значимым плюсом в визуальном восприятии бренда.

Важными характеристиками, воздействующими на эффективность восприятия логотипа, являются яркость и контрастность. Четкие линии и различимые буквы более легко воспринимаются человеческим глазом по сравнению с тонкими и изысканными элементами. Эти факторы не только повышают читаемость логотипа, но и способствуют более быстрому узнаванию бренда, что является важным аспектом в формировании визуальной идентичности.

Композиция цветов в логотипе также имеет стратегическое значение. Элементы графики должны отражать характер деятельности предприятия и его стиль. Использование корпоративного цвета в дизайне товарного знака способствует улучшению визуального восприятия продукции, вызывает необходимые ассоциации у потребителей и облегчает узнавание бренда (рис. 3).



Рисунок 3 – Пример логотипа «Расо»

Вот несколько примеров выбора цвета:

Красный цвет символизирует сильные эмоции, решительность, величие и силу, хотя он также может передавать агрессию.

Желтый цвет означает теплоту, внутреннюю улыбку, но чрезмерное использование желтого цвета может быть ошеломляющим.

Синий вызывает ощущение холода, и его умеренное использование может снизить интенсивность и создать профессиональную атмосферу.

Зеленый цвет "шепчет" о природе, свежести и здоровье. Он символизирует равновесие, гармонию и защищает от чрезмерного эмоционального напряжения.

В дизайне обычно используются различные цвета, поэтому важно понимать их правильное сочетание, чтобы разные оттенки гармонично взаимодействовали друг с другом.

Да, есть компании, которым удалось создать логотип с минимальными затратами, например, Nike, чей культовый логотип был разработан всего за 35 долларов. Google даже получил свой логотип бесплатно. Однако эти примеры относятся к далекому прошлому. В наши дни даже незначительные усилия по ребрендингу, такие как изменение цвета или закругление углов, могут стоить миллионы долларов. Но действительно ли процесс создания логотипа стал более сложным, включающим сложные рисунки и уникальную типографику? Не обязательно. Однако крайне важно помнить, что логотип должен точно отражать суть продукта и давать потенциальным покупателям представление о том, что представляет собой бренд. Это требует тщательного исследования целевой аудитории, экспертных знаний квалифицированных специалистов и других дорогостоящих услуг. Сегодня всего за 35 долларов можно приобрести логотип на стоковых сайтах (рис. 4) или создать его с помощью программного обеспечения для дизайна.



Рисунок 4 – Пример логотипа на стоковых сайтах

Возможными возражениями со стороны некоторых читателей могут быть доводы о том, что применение услуг профессионального дизайнера логотипов обеспечивает возможность выбора из разнообразных элементов и формирования почти уникального логотипа. Однако это взгляд, представляющий ошибочное толкование ситуации. При использовании онлайн-платформ для разработки логотипов на самом деле не создается совершенно новый символ, а, скорее, осуществляется выбор из уже существующих композиций в библиотеке дизайнера, подлежащих последующим модификациям. Но есть одна важная деталь, которая часто остается незамеченной, — пользовательское соглашение. Внимательный анализ указывает на то, что разработанный логотип не станет собственностью лица, которое его создало; скорее всего, он арендован. Проще говоря,

композиция, собранная заказчиком с использованием дизайнерских платформ, не становится его собственностью; она остается собственностью предоставляющего услугу сервиса. В любой момент предоставленная лицензия может быть отозвана, превращая предприимчивого бизнес-владельца в потенциального нарушителя авторских прав.

Говорят, что мода приходит и уходит, но классика неподвластна времени. Стоковые логотипы и дизайнеры часто предлагают модные варианты логотипов, которые соответствуют текущей моде. Например, в начале 2000-х многие компании отдавали предпочтение объемному тексту, в то время как ближе к концу 2000-х были популярны тени и блики. В настоящее время логотипы часто создаются в плоском стиле, характеризующемся простотой и минимализмом. Однако иногда это стремление к минимализму может привести к абсурдным ситуациям, когда логотип не может эффективно представлять бренд. Важно не гнаться за тенденциями вслепую; главное - создать логотип, который легко узнаваем и выдержит испытание временем. Выбирая дизайн, который избегает чрезмерной модности, пользователь может обеспечить стойкость своего логотипа к изменениям в трендах дизайна. Этот подход позволяет избежать необходимости пересматривать и изменять логотип при появлении новых модных тенденций, что в конечном итоге экономит время и ресурсы.

Каждый индивидуал имеет возможность обнаруживать эстетически привлекательные логотипы на торговых площадках или творить собственное представление о совершенстве при поддержке дизайнера. Однако важно осознавать, что формирование бизнеса требует должного внимания к потенциальным клиентам. Здесь часто упускается из виду значимый аспект – маркетинговые исследования. Данная ситуация демонстрирует проблему, связанную с полаганием исключительно на фирменные логотипы или профессиональных дизайнеров, поскольку часто им недостает обязательных исследовательских данных. Выбирая логотип, основываясь лишь на личных предпочтениях или предпочтениях сотрудников, существует риск упустить из виду целевую аудиторию, что представляет собой ключевой момент, который эффективно учитывается в профессиональных студиях разработки логотипов. Они создают графические обозначения, способные передавать конкретные послания, адаптированные к целевой аудитории. Без этапа маркетинговых исследований логотип ограничивается всего лишь визуальным аспектом, лишенным существенного воздействия.

Итак, кому подойдет логотип со стока или созданный в конструкторе:

1. Малый бизнес. В случае небольших предприятий, таких как кондитерская, автомастерская или сервисная компания, рекомендуется воспользоваться фирменным логотипом, разработанным специализированным дизайнером. Этот выбор обеспечивает создание выразительного и индивидуального знака, способного эффективно представить бизнес и сделать его узнаваемым для целевой аудитории. Это обеспечивает экономически эффективное решение без значительных затрат.

2. Создание дочерней компании. При создании дочерней компании для основной компании использование фирменных логотипов может быть удобным вариантом. Это позволяет быстро создать четкий визуальный стиль, не требуя значительных инвестиций.

Кому подойдет разработка логотипа:

1. Малый бизнес с устремлениями к росту. При наличии планов по масштабированию малого предприятия и расширению его сетевых структур в пределах города или страны, научно целесообразно инвестировать в разработку индивидуального фирменного логотипа. Создание уникального знака способствует формированию стойкого брендового облика, что является ключевым фактором в успешном процессе расширения бизнеса и укреплении его позиций на рынке.

2. Тому, кто собирается сотрудничать с западными партнёрами. Европейские, а в особенности азиатские, партнёры очень тщательно подходят к изучению положительных сторон. Если у твоей компании качественный логотип, то это вызовет доверие у партнёров.

Вывод

Процесс создания логотипа предполагает многочисленное обыгрывание вариантов каждого его элемента. Работа дизайнера требует наличия специальных знаний и навыков, специальных программ и техники.

Результатом должны стать несколько образцов, чтобы выбрать из них один для дальнейшей доработки. Для выполнения этой работы значительно лучше обратиться к профессионалам.

В итоге, выбор между использованием готовых логотипов и разработкой уникального дизайна зависит от индивидуальных потребностей бизнеса, его стратегических целей и стремления к развитию. Рекомендуется обратиться за консультацией к специалистам в области брендинга, которые смогут помочь осуществить обоснованный выбор и создать логотип, наилучшим образом отражающий идентичность бренда и его ценностные аспекты.

Библиографический список

1. Дергачев К. В., Кондратенко С. В., Спасенников В. В. Эргономическое обеспечение разработки дизайна логотипов //Труды Академии технической эстетики и дизайна. 2017. №. 1. С. 41-46.
2. Зайкина К. А., Тесленко В. А. Логотип как часть фирменного стиля предприятия //Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 11 декабря 2016 г.). Чебоксары: ЦНС" Интерактивплюс". 2016. Т. 2. С. 348.
3. Рожков В. Р., Матвеева О. З. Дизайн для малого бизнеса // Сборник трудов всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 2021. №. 1. С. 196.