

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛОГОТИПОВ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Логотип является графическим знаком, который используется для повышения узнаваемости и распознаваемости образа компании. Логотип может представлять собой как чисто графический знак, так и сочетание с названием сущности, которую он идентифицирует, в виде стилизованных букв.

Становление логотипа подразделяется на четыре этапа: визуальная коммуникация, возникновение клейма, геральдика, логотип.

Логотипы, которые мы наблюдаем вокруг нас сегодня – это развитие типографики, графических знаков и элементов за последние два столетия. В качестве примера трансформации логотипа было выбрано ЗАО «Пинскдрев». На рисунке 1 показано то, как менялся логотип с 2005 года по 2022 год. Самый первый логотип компании представлял собой комбинированный знак – логотип, состоящие из букв / слов и изображения. Графический знак располагался в левой части макета логотипа, а графическая часть на том же уровне, слева.

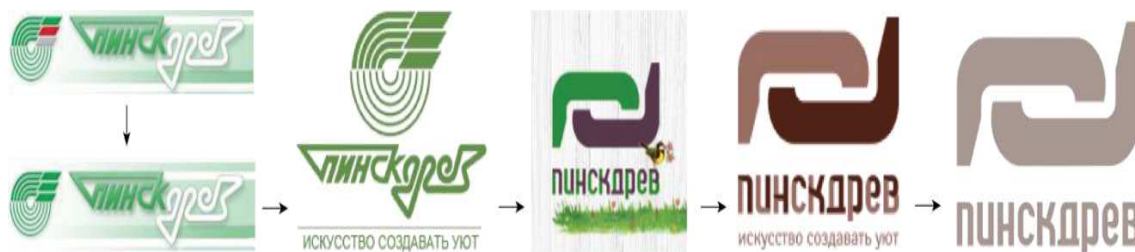


Рисунок 1– Логотипы ПинскДрев

Впервые логотип был изменен в 2010 году: графическая часть стала занимать центральную часть макета, а текст был расположен под ней. Кардинальное изменение логотипа произошло в 2014 году, когда в компании был проведен ребрендинг. В результате чего логотип стал узнаваемым, легкочитаемым и функциональным. Относительная простота логотипа дала возможность размещения его на различных бланках, сувенирной продукции, визитках, web-страницах и даже на мебели.

Тенденции в дизайне логотипов практически не меняются. Однако дизайнеры могут умело сочетать одни тренды с другими, чтобы добиться новых интересных визуальных форм.