

**М. А. Панкратова, Е. С. Шилова**  
студенты 3 курса факультета ПиМ  
БГТУ, г. Минск

## **ОБЗОР ЛОГОТИПОВ ИЗДАТЕЛЬСТВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Логотип представляет собой изображение полного или сокращенного названия компании или торговой марки в виде надписи, рисунка с различными элементами, которое в дальнейшем используется для разработки фирменного стиля и необходимо для идентификации компании на рынке товаров или услуг [1]. Цель данной статьи — дать обзор логотипов белорусских издательств как основного элемента фирменного стиля.

При исследовании теории о логотипах мы заметили, что в свободном доступе есть очень мало научной литературы. Основная информация о логотипах нацелена на уже практикующих дизайнеров. Нет теоретических обоснований, большая часть информации — советы о том, как создавать логотипы, какие цвета использовать, примеры логотипов, их задачи и функции.

Выделяют следующие виды логотипов: буквенные, знаковые, буквенно-знаковые.

Проанализировав 40 логотипов белорусских издательств, мы заметили, что большинство логотипов буквенно-знакового вида (62,5 %). Такой результат мы и ожидали увидеть, поскольку с точки зрения полноты информации буквенно-знаковые логотипы наиболее полные, т.е. имеют информацию текстовую (название издательства) и графическую. Использование графического элемента в логотипе делает его более запоминающимся и позволяет сделать длинное имя компании визуально более привлекательным и уникальным. Кроме того, знаковая часть логотипа отлично подходит в качестве «клейма» на продукции издательства.

Буквенно-текстовые логотипы широко распространены не только в издательской сфере, большое количество компаний выбирает именно этот тип логотипа, потому что он сочетает в себе достоинства других типов. Такой тип логотипа используют следующие издательства Беларуси: «Адукацыя і выхаванне», «Вышэйшая школа», «Акварель», «Белстан», «Звезда», «ИВЦ Минфина», Издательский дом «Вита», «Капитал Принт», «Квадрограф», «Кузьма», «Мастацкая літаратура», «Наука и техника», «Народная асвета»,

«Полоцкое книжное издательство», «Попурри», «Тэхналогія», «Харвест», «БиРинг», «Логвінаў», «Ковчег», «Регистр», «Рифтур», «Сказ», «Янушкевич», «Сегмент».

Логотипы знакового типа используют 20 % издательств: «Аверсэв», Издательский дом «Гревцова», Издательский дом «Белорусская наука», «Медисонт», «Четыре четверти», «Беларусь», «Энциклопедикс», «Сэр-Вит».

Определенно к преимуществам такого типа можно отнести их лаконичность и запоминаемость. Однако производителям следует выбирать данный тип логотипа с осторожностью. Например, белая буква «А» на синем фоне сразу отсылает потребителя к издательству «Аверсэв», поскольку синий — их фирменный цвет, белая буква добавляет контрастности, а перекладина буквы «А», сделанная в виде раскрытой книги, напоминает о роде деятельности компании. В данном случае выбор логотипа довольно удачный. Но для маленьких, не особо популярных издательств такой вариант не подойдет, поскольку потребитель увидит просто букву или знак, и у него не появится никаких ассоциаций, связанных с компанией. Такой исход событий мы наблюдаем в логотипе издательства «Медисонт». Белая буква «М» на красном фоне может ассоциироваться с несколькими видами деятельности (пищевая промышленность, индустрия моды и др). На белой букве присутствует красный орнамент, что также не вызывает никаких ассоциаций, связанных с издательской сферой. Таким образом, для успешной рекламы производителю важно выбрать наиболее информативный, уникальный и креативный логотип.

Наименьшее распространение имеет буквенный тип логотипа (17,5 %). Чаще всего такие логотипы выглядят следующим образом: написано полное название издательства рукописным шрифтом. Такие логотипы мы наблюдаем у издательства «Мон литера», «Альтернатива», «Амелия Принт», «Толока», «Літаратура і мастацтва», «Инсанта», «Онорэ». С точки зрения информативности, логотип издательства «Альтернатива» имеет достаточно плюсов: полностью прописано название и внизу есть слово «Издательство», что отражает род деятельности. Но такой логотип не является запоминающимся. В настоящее время люди в дизайне стремятся к минимализму. Поэтому логотипы стараются делать максимально простыми, например, это комбинация геометрических фигур, привычных нашему глазу. Если же издательство выбирает буквенный логотип, следует тщательно продумать шрифт, выбрать уникальный, интересный вариант, соответствующий современному шрифтовому дизайну.

Таким образом, среди издательств Беларуси наиболее распространены логотипы буквенно-знакового типа, наименее — буквенного.

Немаловажным фактором при выборе удачного логотипа является выбор цвета. Психологи доказывают, что различные цвета по-разному влияют на людей. Этим вопросом занимается наука «Психология восприятия цвета», или «Цветоведение».

Среди отобранных нами логотипов издательств 32,5 % имеют черно-белое цветовое решение. У покупателей такие логотипы ассоциируются с высоким качеством и элегантностью. Такие логотипы в современном мире могут иметь преимущество за счет своего посыла — спокойствие, уверенность. Они не создают дополнительный графический шум, не режут глаз яркими цветами и позволяют выгодно выделиться на фоне цветных эмблем конкурентов. Однако такие логотипы могут остаться незамеченными среди ярких логотипов. Поэтому следует продумать такой дизайн символа, который привлечет внимание клиентов своим стилем, а не цветом [2].

12,5 % издательств имеют зеленый цвет в своем логотипе. Как правило, зеленый цвет воспринимается в позитивном ключе, как цвет жизни и природы. Для многих людей он символизирует процветание и новые начинания. Он расслабляет, успокаивает и умиротворяет человека. Глядя на зеленый цвет, люди чувствуют спокойствие, уверенность, прилив жизненной энергии. Более того, этот цвет помогает сконцентрироваться, настроиться на рабочий лад и принимать решения. Зеленый считается дружелюбным цветом, поэтому издательства выбирают данный цвет: им важна эмоциональная близость и контакт с потребителем [3].

25% издательств имеют логотип красного цвета. Красный с примесью оранжевого может вызывать агрессию, злость, страх и чувство опасности, так как эта гамма на подсознательном уровне часто ассоциируется с огнем, пламенем, пожаром. А вот красно-синие оттенки побуждают человека к созидательной деятельности. Красный и его оттенки заряжают человека энергией, дают заряд бодрости и позволяют ощутить прилив сил. Если человеку сложно принять решение или он боится сделать первый шаг, красный добавит смелости и поможет без колебаний сделать правильный выбор. Также этот цвет придает решительность в борьбе за свое мнение и отстаивании своей точки зрения. Красный цвет лучше всего подходит для пищевой промышленности (символизирует голод и желание), автомобилей (мужествен-

ность и сила), брендов нижнего белья (любовь, страсть) и др. Для издательской сферы такой цвет не является удачным, поскольку не вызывает доверия и спокойствия. Лучше издательствам не использовать красные оттенки или же сочетать их с другими более спокойными оттенками (синий, зеленый) [4].

15 % издательств используют синий цвет для своего логотипа. Как показывают исследования, у окруженного синим цветом человека меняется восприятие времени — оно будто замедляется, становится более плавным и тягучим. Синий цвет оказывает успокаивающее влияние на психику — снижает тревогу, умиротворяет, снимает напряжение, расслабляет. Вместе с тем, этот цвет дает ощущение простора, воздуха, свободы. Для издательской сферы синие цвета в логотипах ассоциируются у потребителя с такими качествами, как верность, честность, надежность, ответственность, преданность и вдумчивость [5].

Мы решили рассмотреть, что же чаще всего изображено на логотипах белорусских издательств. Поскольку главный объект деятельности — книжная продукция, мы предположили, что чаще всего на логотипах будет встречаться книга. Однако среди знаковых и буквенно-знаковых логотипов только 27 % (9 издательств) имеют на логотипе изображение книги. Следует отметить, что в каждом логотипе книга интересно встроена в изображение, например, у издательства «Харвест» буква «V» стилизована под открытую книгу.

36 % издательств в качестве эмблемы используют аббревиатуру или первую букву названия издательства, например, издательства «Сэр-Вит», «Аверсэв», «Кузьма», «Беларусь», «Навука і тэхніка» и др.

15 % издательств имеют эмблему, связанную с названием, например, издательство «Ковчег» изобразило стилизованный ковчег, издательство «Сказ» — петуха из народных сказок.

Издательства «Рифтур» и «Энциклопедикс» имеют логотипы, связанные с их родом деятельности: «Рифтур» специализируется на создании продукции о природных и архитектурных достопримечательностях, в связи с этим изобразили на логотипе белку, а «Энциклопедикс» использует эмблему в виде герба, поскольку занимается изучением вопросов генеалогии, геральдики, истории шляхты и дворянства, поиском родовых гербов и др.

18 % издательств используют вместо эмблемы некие абстрактные фигуры, не связанные ни с деятельностью, ни с названием. Очевидно, это считается декоративным или метафорическим решением.

Таким образом, можно отметить, что большинство издательств Беларуси тщательно продумывают свой фирменный стиль и делают ставку на логотип. Наиболее популярен буквенно-знаковый тип логотипа. Преобладающее цветовое решение — это черно-белый логотип. Встречаются также зеленый, синий, белый и их оттенки, что тоже является удачным выбором для любой издающей организации.

Судить о использовании того или иного типа эмблемы на логотипе невозможно, потому что это очень субъективно. Но следует отметить креативность белорусских бренд-дизайнеров, поскольку каждый логотип — уникальное творение и своя история.

#### **Список использованных источников**

1. Колик, А. В. Бренддинг : учеб.-метод. комплекс / А. В. Колик [Электронный ресурс]. — Минск : БГУ, 2018.
2. Черный цвет в логотипах. Сочетание черного и белого: заезжено или стильно? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://welovebrands.com.ua/blog/black-logo/>. — Дата доступа: 26.09.2023.
3. Логотипы зеленого цвета: гармония и свежесть [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://welovebrands.com.ua/blog/green-logo/>. — Дата доступа: 26.09.2023.
4. Логотипы красного цвета: сила духа, амбиции и страсть [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://welovebrands.com.ua/blog/red-logo/>. — Дата доступа: 26.09.2023.
5. Логотипы синего цвета: надежность и спокойствие [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://welovebrands.com.ua/blog/blue-logo/>. — Дата доступа: 26.09.2023.
6. Издательства Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ibiz.by/poligrafija-izdatelstvo-upakovka/izdatelstva/>. — Дата доступа: 26.09.2023.

УДК 004.8:655.4

И. Ю. Подчиненко  
магистрант кафедры РИТ  
БГТУ, г. Минск

### **ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ИЗДАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ**

Современное издательское дело предполагает постоянное внедрение новейших технологий. Одним из таких технологических средств стал искусственный интеллект. Внедрение искусственного интеллекта в сферу издательского бизнеса позволило автома-