

Студ. Е.К. Курочкина
Науч. рук. ассист. Я.А. Игнаткова
(Кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАЗОВ ЖИВОТНЫХ И ПТИЦ В ЛОГОТИПАХ

Логотип является визитной карточкой компании, которая может быть ее первым впечатлением на потенциальных клиентов. Одним из популярных элементов логотипов являются образы животных, которые могут дать компании уникальность и запоминаемость.

Сегодня зооморфные образы, как реальные звери, так и анимированные зооморфные персонажи, довольно часто встречаются в печатной и медийной рекламе, используются в качестве торговых марок, становятся символами и эмблемами ведущих брендов. Так, например, образ верблюда стал ассоциироваться с табачной компанией «Camel», птичье гнездо изображается на всех продуктах компании «Nestle», кролики появляются в рекламе Energizer и Duracel, а зеленый крокодил с открытой острозубой пастью традиционно красуется на продукции французской компании «Lacoste».

«Животные в рекламе, как и дети, всех переигрывают» – отмечают маркетологи. И действительно, зооморфные образы вызывают эмоциональный отклик в человеке и заставляют запомнить логотип компании. Помимо этого, животные, как естественная часть природного мира – не умеют лгать, поэтому использование логотипа со зверюшкой автоматически повышает доверие клиентов к компании.

Традиционные культуры используют тотемы животных, чтобы с их помощью подчеркнуть и выделить свои достоинства и сильные стороны, ведь каждое животное ассоциируется с определенными качествами и характеристиками. Например, лев ассоциируется с силой, надежностью и авторитетом, а панда – с мягкостью, спокойствием и гармонией. Если образ животного соответствует ценностям и философии компании, то он может стать эффективным инструментом для привлечения клиентов.

Разумеется, не всегда использование образа животного в логотипе является эффективным. Для того чтобы образ животного стал узнаваемым и запоминающимся, необходимо продумать его детали, цвета и стиль и многое другое.