

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗРАБОТКЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Татьяна ЛУЦКЕР<sup>1</sup>,  
Евгений ПАЛАМАРЧУК<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Киевский национальный университет технологий и дизайна, кандидат технических наук,  
доцент кафедры художественного моделирования костюма, факультет дизайна, г. Киев, Украина

<sup>2</sup>Киевский национальный университет технологий и дизайна, факультет дизайна,  
кафедра рисунка и живописи, Студент группы БДр4-17, г. Киев, Украина

\*Автор корреспонденции: Паламарчук, Евгений, [palamarxena69@gmail.com](mailto:palamarxena69@gmail.com)

**Аннотация.** Проанализованы изменения коммуникационного поля в фирменном стиле. Определены основные современные тенденции в развитии и разработке фирменного стиля. Рассмотрены современные тренды в графическом дизайне. Подчеркнута важность соблюдения целостности фирменного стиля. Освещены современные требования к разработке фирменного стиля.

**Ключевые слова:** фирменный стиль, имидж, целостность бренда, коммуникационное поле, тренд.

### Вступление

Фирменный стиль – это прежде всего коммуникация с аудиторией, которая выражена визуальными и материальными средствами, и как много других отраслей с каждым годом он развивается всё стремительнее, новые решения всё чаще выходят за рамки старых побуждая целевую аудиторию повышать общие требования к визуальной составляющей. Таким образом, чтобы оправдать ожидания клиентов и помочь выделить компанию из общей массы очень важно следовать модным тенденциям и совершенствоваться путём создания новых инновационных решений не теряя при этом целостность бренда.

### Постановка задачи

Проанализировать ход современных направлений в фирменном стиле, осветить основные приёмы и тонкости его создания

### Результаты исследования

В последнее время потребители стали более разборчивы при выборе каналов коммуникации и на смену рекламным носителям пришли более современные – интернет и гаджеты. Эти средства массовой информации дали толчок информационной глобализации и повлияли на общий уровень качества коммуникации и фирменного стиля. Информационная глобализация повлияла на уровень рынка, а точнее повысила требования к локальным брендам. Ситуация сложилась так, что бренд теперь сравнивается не только с определенной категорией и конкурентами - он сравнивается с огромным количеством глобальных и «локальных» брендов из других стран [2].

Так же появилось много логотипов и фирменных стилей ориентированных только на интернет. Одни реагируют на действия пользователя, вовлекая его в активность бренда, другие – используют сложно-воспроизводимые для печати цвета. И что самое главное – в интернет-пространстве они смотрятся очень ярко и современно, оправдывая ожидания потенциального клиента [2].

Современные тренды и общее развитие технологий повлияли на высокий рост популярности к интерактивным элементам фирменного стиля.

Многие компании ведут свой бизнес только в сети Интернет (онлайн игры, приложения для мобильных телефонов и т.д.). Интерфейсы программ, приложений, сайтов становятся все дружелюбнее, удобнее и понятнее для пользователя. Поэтому сама digital-среда требует от разработчика большую интерактивность, изменяемость, «живость» фирменного стиля. И на сегодняшний час такие прихоти не то что возможны, они приобретают колоссальную популярность и становятся трендом, который формирует будущее в разработке фирменных стилей. Исходя из вышесказанного можно сказать, что изменившееся медиапространство требует интерактивности бренда. Большое количество художественных решений, огромное количество логотипов и фирменных стилей — в этой ситуации брендам все сложнее и сложнее выделиться на фоне конкурентов. Интерактивное решение — современная возможность добиться визуальной дифференциации и запоминаемости бренда [1].

Дизайн всё стремительнее приходит в движение. После того, как были анимированы логотипы, персонажи, иллюстрации, стикеры, моушн начали применять и к тексту. Желание сделать графику динамичной оправдано: так можно выделить продукт или контент на фоне остальных, выразить дополнительные смыслы, сделать текст более эмоциональным. В этом году было запущено несколько проектов с кинетической типографикой, эксперименты продолжатся и в новом десятилетии [3].

Какие бы инновации не затронули развитие фирменного стиля, очень важно соблюдать целостность, понимать, а также разумно использовать основные требования к его созданию.

Для разработки фирменного стиля лучше пользоваться услугами одних и тех же специалистов. Этот момент крайне важен, поскольку различные агентства и даже различные специалисты в рамках одного и того же агентства, как правило, имеют различный стиль дизайна, а это может в значительной мере сказаться на разработке носителей фирменного стиля. Если все носители будут иметь разную стилистику воплощения, то невозможно будет создать гармоничную структуру фирменного стиля и целостный графический образ бренда. Именно поэтому для разработки основного набора носителей фирменного стиля, у каждой компании он может быть свой, лучше прибегать к услугам одной и той же компании, это позволит создать базовый блок элементов фирменного стиля, который в дальнейшем можно будет расширять, прибегая к услугам различных подрядчиков [5].

Отстройка от конкурентов. Фирменный стиль должен подчёркивать уникальные и отличительные черты бренда, которые в свою очередь привлекают и заставляют покупателей выбирать именно ваши услуги.

**Простота идентификации товаров и услуг.** Упаковка, логотип и другие элементы должны помогать клиентам визуально определять ваш продукт среди множества аналогов.

**Увеличение воспринимаемой ценности бренда.** Если в фирменной упаковке товар или пакет документов к услуге выглядит дороже, чем без неё, всё в порядке. Тот же принцип проверки действует и для логотипа, а также остальных элементов стиля.

**Укрепление имиджа.** Эффективный фирменный стиль отталкивается от философии и ценностей торговой марки, которые обычно фиксируются в брендбуке. Если хотя бы частично транслировать их целевой аудитории через рекламные материалы, можно получить мощный синергетический эффект. Вы получите очень уверенное и прочное позиционирование.

**Формирование доверия у аудитории.** Использование единого фирменного стиля, доносящего преимущества бренда целевой аудитории, демонстрирует стабильность компании. Это закладывает в подсознание покупателей и клиентов мысль о том, что ей можно доверять [4].

### **Выводы**

В современном мире фирменный стиль стал частью жизни каждого человека, новые идеи и креативные решения в полиграфической и сувенирной продукции можно увидеть на каждом шагу, но потребитель на сегодняшний день достаточно осведомлен и одной лишь визуальной составляющей компании становится недостаточно, так как обложка на первый взгляд может быть достаточно обманчивой. Поэтому чтобы вновь завоевать доверие потребителя компании внедряют новую политику доброжелательности, создают всё новые и более удобные методы коммуникации и следуют новым тенденциям. Основной целью становятся взаимодействие с целевой аудиторией путем коммуникации через интернет ресурсы, и завлечения её путем интерактива.

Данные решения кардинально ломают представление о базовом понимании фирменного стиля и позволяют добиться визуальной дифференциации и запоминаемости бренда. Итак, дальнейшее развитие в данной сфере и соблюдение основных канонов создания фирменного стиля будет способствовать развитию, как и общего уровня дизайна так и удовлетворять маркетинговые потребности компании и, соответственно, привлекать потенциальных клиентов.

### **Литература**

1. Новые тенденции в создании фирменных стилей [online] [дата обращения 09.03.2021]. Сайт: [https://www.marketing.spb.ru/libcomm/brand/corporate\\_id.htm](https://www.marketing.spb.ru/libcomm/brand/corporate_id.htm)
2. Роль фирменного стиля в формировании имиджа бренда [online] [дата обращения 09.03.2021]. Сайт: <https://www.soldis.ru/ourvision/detail.php?ID=958>
3. Современные тенденции в разработке фирменного стиля [online] [дата обращения 09.03.2021]. Сайт: <http://www.radnews.ru/современные-тенденции-в-разработке-ф/>
4. Современные требования к разработке фирменного стиля [online] [дата обращения 09.03.2021]. Сайт: [https://www.castcom.ru/publications/style/sovremennye\\_trebovaniya\\_k\\_razrabotke\\_firmennogo\\_stilya.html](https://www.castcom.ru/publications/style/sovremennye_trebovaniya_k_razrabotke_firmennogo_stilya.html)
5. Тренды в графическом дизайне 2020 [online] [дата обращения 09.03.2021]. Сайт: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2019/12/10/277694.phtml>