

Заключение. Таким образом, четко разработанная модульная сетка играет ключевую роль в создании гибкого и идентичного облика бренда, обеспечивая его узнаваемость и успешное взаимодействие с аудиторией. Внедрение этого инструмента в брендбук позволяет компаниям не только подчеркнуть свою уникальность, но и достичь единства в визуальном представлении, что является важным фактором в построении долгосрочных отношений с клиентами.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Болсун Т.М.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Кулененок В.В., канд. пед. наук, доцент

Ключевые слова. Фирменный стиль, знак, логотип, тенденции, предприятие.

Keywords. Corporate identity, sign, logo, trends, company.

Концепция формирования фирменного стиля, представляет собой постоянно меняющийся круговорот тенденций, ценностей и взглядов. В виду стремительного развития новых технологий, брендам необходимо соответствовать актуальным направлениям текущего времени. Перед специалистами, занимающихся продвижением продуктов и услуг, стоит задача о создании знаковой системы или ребрендинга, отвечающего всем требованиям настоящего и ближайшего будущего тенденций мирового рынка [1].

Целью данной работы является анализ современных тенденций в формировании фирменного стиля.

Материал и методы. Материалом исследования послужило изучение проектов и информационных ресурсов, посвященных теме современных тенденций в формировании фирменного стиля бренда. Использовались методы анализа, сравнение и обобщения.

Результаты и их обсуждение. Вследствие постоянных изменений в мире, множество брендов, должны постоянно трансформироваться под изменяющиеся интересы и взгляды своей целевой аудитории. Основной частью выражения индивидуальности предприятий является фирменный стиль, который должен быть актуальным, креативным и правильно воздействовать на целевую аудиторию.

Фирменный стиль является эффективным средством выражения новых тенденций, но применяя новые решения в дизайне, главное компании не потерять ценность бренда. С развитием инновационных технологий компании обретают новые возможности для улучшения своего брендинга. В 2024 году наблюдается значительное внедрение инновационных технологий в процессы создания и продвижения брендов [2].

В процессе проведенного анализа были выявлены следующие современные тенденции в дизайне фирменного стиля:

1. Использование искусственного интеллекта и генеративного искусства. В 2023 году искусственный интеллект (ИИ) беспрепятственно вошел в массовые тенденции, заполнив интернет своим генерируемым контентом. Рост генеративных творений с упором на освоение подсказок и персонализированных выражений продолжает расти. Чтобы максимально использовать возможности этой технологии, следует научиться владеть подсказками, поддерживающими интонацию бренда и его уникальный внешний вид, и настроение.

2. Аутентичность и история бренда. Потребители все больше ценят оригинальность и стремятся узнать историю бренда. Показывая свою историю через дизайн, предприятия могут не только подчеркнуть свою индивидуальность, но и вдохновить потребителей. Использование символов, цветовой палитры и шрифтов, которые соответствуют истории и ценностям бренда, позволяет потребителям понимать бренд. Эта стратегия делает взаимодействие с брендом более значимым и запоминающимся, превращая обычных покупателей в преданных сторонников.

3. *Яркие цветовые палитры.* Яркие насыщенные цвета привлекают к себе внимание аудитории, постепенно дизайнеры уходят от постельных цветовых палитр к насыщенному цвету.

4. *Типографика.* Все так же сохраняется тенденция к созданию цельных, выразительных шрифтов. Жидкие формы, геометрия и нестандартные шрифты заняли центральное место в фирменных стилях. Стратегическое слияние цветов, игривый подход к размерам и композиции делают шрифты как никогда важными. Тенденции в типографике сосредоточены на четкости.

5. *3D-логотипы.* Интеграция 3D в логотипы, шрифты и графику визуального стиля не заставит себя ждать. Разнообразные 3D-материалы, включая металл, хром и органические текстуры, предоставляют брендам творческую свободу для экспериментов. В свою очередь они придадут материалам цифрового или реалистичного оттенка. Сомнительной тенденцией, является широкое использование хромированных текстур для создания логотипа.

6. *Минимализм и функциональность* В области дизайна продолжает доминировать минимализм, сосредоточенный на функциональности и удобстве в использовании. Чистые, простые формы и ограниченная цветовая палитра подчеркивают суть бренда, делая акцент на качестве и эстетике. Данный подход не только обеспечивает легкость восприятия, но и выделяет ключевые элементы бренда, делая их запоминающимися [3].

7. *Постмодерн и сюрреализм.* Благодаря коллажам, иллюстрациям и сочетанию реалистичных и двухмерных форм эстетика постмодерна и сюрреализма переносит нас в яркие, поражающие воображение цифровые царства. Бренды, работающие в креативной технологической индустрии, используют этот стиль благодаря его творческой гибкости, позволяющей переосмыслить реальный мир. Молодое поколение ценит индивидуальность и самовыражение. Сюрреализм предлагает визуальный побег от сложной реальности, погружая вас в захватывающие цифровые сферы сюрреалистичных брендов.



Рисунок 1 – «Mark Formelle»-один из ведущих белорусских производителей женского, мужского и детского белья, одежды из трикотажа [4]



Рисунок 2 – «Conte» - бренд одежды, производитель чулочно-носочной продукции из Беларуси [5]

Фирменный стиль – основной набор компонентов, демонстрирующих индивидуальность и узнаваемость бренда [5]. Важно организациям стремиться к тому, чтобы их фирменный стиль соответствовал современным тенденциям, благодаря чему мог бы сохранять доверие своей целевой аудитории, но и также привлекать новых клиентов. В стремлении соответствовать современным тенденциям, необходимо обращать внимание на то, чтобы обновленный дизайн не лишился своих ценностей, содержания.

Заключение. Таким образом, в настоящее время тенденциями в дизайне фирменного стиля являются – использование искусственного интеллекта, аутентичность, история бренда, яркие цветовые палитры, типографика, 3D-логотипы, минимализм и функциональность, постмодернизм и сюрреализм. Современные тенденции так же имеют свои особенности и нюансы, прежде чем их применять в дизайне, следует проанализировать и представить, как это будет выражаться в элементах фирменного стиля, уместно ли будет применения данной тенденции в создании или ребрендинге организации.

1. Эйри Дэвид, Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера [Электронный ресурс] – Дата доступа: 10.09.2024.

Режим доступа <https://igrafo.ru/wp-content/uploads/2014/05/devid-eiri-logotip-i-firmennyi-stil-rukovodstvo-dizainera-2011.pdf?ysclid=m0xrv00wc5215115662> – Дата доступа: 10.09.2024.

2. Тренды в брендинге в 2024 году [Электронный ресурс] Режим доступа <https://svyazi-agency.ru/blog/osnovnye-trendy-razvitiya-brenda-v-2024#technologies> – Дата доступа: 11.09.2024.

3. Интернет магазин одежды в Беларуси Mark Formelle [Электронный ресурс] Режим доступа <https://markformelle.by/> – Дата доступа: 12.09.2024.

4. Официальный сайт Conte [Электронный ресурс] Режим доступа <https://conte.by/> – Дата доступа: 12.09.2024.

5. Графический стиль школы : практикум / В. В. Кулененок. – Витебск : Изд-во УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2005-24 с. <https://rep.vsu.by/handle/123456789/1879> (Дата обращения: 12.09.2024).

Введение в средовое и дизайн-проектирование : пособие / сост. В. В. Кулененок. – Витебск : УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2010. – 161 с. <https://rep.vsu.by/handle/123456789/13735> (Дата обращения: 12.09.2024).