

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЛОГОТИПУ ТА БРЕНДБУКУ ДЛЯ ІТ-СТАРТАПУ

Ірина ГОРІНОВА,

*студентка III курсу спеціальності 022.01 Графічний дизайн
Житомирського державного університету ім. І. Франка*

науковий керівник:

*завідувач кафедри образотворчого мистецтва та дизайну,
кандидат педагогічних наук, доцент
Житомирського державного університету ім. І. Франка*

Оксана ПІДДУБНА

У статті проаналізовано наукові та професійні джерела, присвячені проблемі створення логотипу та брендбуку як ключових складових фірмового стилю ІТ-стартапів. Розглянуто основні підходи до формування візуальної айдентики, принципи розробки логотипу, вибору кольорової гами та шрифтових рішень. Узагальнено погляди провідних дослідників і практиків у сфері брендингу та графічного дизайну. Особливу увагу приділено особливостям застосування теоретичних положень у процесі створення брендбуку для ІТ-стартапу «Nexora». Визначено значення системного підходу до візуальної комунікації сучасних ІТ-компаній.

Ключові слова: . графічний дизайн, логотип, брендбук, фірмовий стиль, ІТ-стартап, «Nexora».

Для розвитку цифрових технологій бренд відіграє важливу роль у формуванні іміджу компанії. Особливо актуальним це питання є для ІТ-стартапів, які потребують чіткої та впізнаваної візуальної айдентики для успішного виходу на ринок. Фірмовий стиль забезпечує цілісність образу бренду та сприяє формуванню довіри з боку цільової аудиторії. Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком ІТ-сфери та зростанням кількості

стартапів, які потребують ефективної візуальної ідентифікації. В умовах високої конкуренції логотип і брендбук стають важливими інструментами формування впізнаваного образу компанії, підвищення довіри з боку користувачів та забезпечення цілісності візуальної комунікації. Саме тому питання створення логотипу та брендбуку для ІТ-стартапів є актуальним для сучасного графічного дизайну.

Метою статті є аналіз особливостей створення логотипу та брендбуку для ІТ-стартапу та визначення їх ролі у формуванні фірмового стилю на прикладі компанії «Nexora».

Основою бренду є фірмовий стиль що формує його візуальну ідентичність та забезпечує послідовність комунікації. Основними складовими фірмового стилю є логотип, кольорова палітра, типографіка та графічні елементи. Саме логотип виступає ключовим візуальним маркером бренду, який дозволяє швидко ідентифікувати компанію серед конкурентів.

Логотип є центральним елементом фірмового стилю. Ефективний логотип має бути простим, універсальним і легко впізнаваним. Для ІТ-компаній характерним є використання мінімалістичних форм, сучасних шрифтових рішень та стриманої кольорової гами, що асоціюється з технологічністю, інноваційністю та надійністю (Rand, 2000:24).

Важливу роль у систематизації візуальної айдентики відіграє брендбук. Він є інструментом регламентації використання елементів фірмового стилю. Брендбук містить правила застосування логотипу, кольорової палітри, типографіки та графічних елементів, що забезпечує єдине візуальне представлення бренду на різних носіях та платформах.

Процес створення логотипу та брендбуку передбачає поетапний підхід. Дизайнерський процес включає аналіз, формування концепції, розробку візуальних рішень та їх подальше тестування. Це дозволяє створити ефективну айдентіку, яка відповідає цінностям бренду та очікуванням цільової аудиторії.

Практичне застосування теоретичних положень було реалізовано під час створення логотипу та брендбуку для ІТ-стартапу «Nexora». У процесі

проектування враховувалися цінності бренду, особливості цільової аудиторії та специфіка цифрового середовища (Ambrose, Harris, 2010:42). На основі аналізу було обрано мінімалістичний підхід до дизайну логотипу, сучасну типографіку та стриману кольорову палітру, що відповідає характеру ІТ-сфери.

Під час розробки брендбуку було визначено основні принципи використання логотипу в цифровому середовищі, зокрема правила масштабування, охоронне поле, допустимі та недопустимі варіанти розміщення. Окремо було регламентовано застосування логотипу на темному та світлому фоні, що є актуальним для ІТ-компаній, які часто використовують темні інтерфейси. Це дозволяє зберігати візуальну цілісність бренду незалежно від формату носія чи умов використання.

Важливою складовою брендбуку стала типографічна система. Для бренду «Nexora» було обрано сучасні гротескні шрифти, які характеризуються високою читабельністю та нейтральністю, що відповідає технологічному характеру ІТ-сфери. Типографіка була структурована за ієрархією заголовків, підзаголовків і основного тексту, що сприяє зручності сприйняття інформації в цифрових продуктах та маркетингових матеріалах. Такий підхід забезпечує єдність стилю та підвищує якість візуальної комунікації бренду.

Кольорова палітра бренду була сформована з урахуванням психологічного впливу кольору на сприйняття користувачів (Healey, 2008:93). Стримані відтінки з акцентними кольорами підкреслюють інноваційність, надійність та професійність компанії. У брендбуці закріплено основні та допоміжні кольори, а також визначено правила їх поєднання, що дозволяє уникнути візуальної хаотичності та забезпечити гармонійність дизайну на різних носіях (Lupton, 2015:81-82).

Окрім базових елементів фірмового стилю, у процесі проектування було розроблено систему допоміжних графічних елементів, які можуть використовуватися в інтерфейсах, рекламних матеріалах та презентаціях. Такі елементи виконують не лише декоративну функцію, а й підсилюють візуальну ідентичність бренду, сприяючи його запам'ятовуваності. Їх використання

регламентується брендбуком, що забезпечує послідовність і впізнаваність стилю.

Таким чином, теоретичні засади брендингу та графічного дизайну були адаптовані до практичних умов створення айдентики ІТ-стартапу. Це підтверджує доцільність використання системного підходу до формування фірмового стилю в сучасному цифровому середовищі.

У ході дослідження було проаналізовано особливості створення логотипу та брендбуку як ключових елементів формування фірмового стилю ІТ-стартапу. Встановлено, що в умовах стрімкого розвитку цифрових. На ринку ІТ-послуг візуальна айдентика відіграє важливу роль у формуванні впізнаваного та цілісного образу бренду.

З'ясовано, що логотип є основним засобом візуальної ідентифікації компанії, який забезпечує її впізнаваність та відображає цінності бренду. Для ІТ-стартапів характерним є використання мінімалістичних форм, сучасних шрифтових рішень і стриманої кольорової гами, що відповідає специфіці цифрового середовища та очікуванням цільової аудиторії. Брендбук, у свою чергу, виступає важливим інструментом систематизації елементів фірмового стилю та забезпечує єдність візуальної комунікації бренду на різних носіях.

Практичний аналіз створення логотипу та брендбуку для ІТ-стартапу «Nexora» підтвердив доцільність застосування системного підходу до розробки візуальної айдентики. Врахування цінностей бренду, особливостей цільової аудиторії та специфіки ІТ-сфери дозволило сформувати сучасний і цілісний фірмовий стиль, здатний ефективно функціонувати в цифровому середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ambrose G., Harris P. (2010). Design Thinking. London: AVA Publishing.
2. Rand P. A. (2000). Designer's Art. Yale University Press.
3. Lupton, E. (2015). Graphic Design: The New Basics. Princeton Architectural Press. Вилучено з: <https://surl.li/xamulj>
4. Healey, M. (2008). What Is Branding? London: RotoVision.