



УДК 7.05.655.245

ЕВОЛЮЦІЯ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛОГОТИПІВ ДИТЯЧИХ МАГАЗИНІВ

КУЦЕНКО Анастасія, МАРТИНЕНКО Вікторія
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
dg-9-16martynenko@ukr.net

Наведено результати аналізу змін у проектуванні логотипів для дитячих магазинів іграшок; проведено порівняння дизайну логотипів, що використовувались в різні періоди часу; проаналізовано застосування шрифтів і кольорів в логотипах дитячих брендів; виділено особливості впливу логотипу на споживача.

Ключові слова: логотип, знак, бренд, дизайн.

ВСТУП

Логотип – це графічний знак, емблема або символ, який використовується для полегшення та просування суспільної ідентифікації. Він може мати абстрактний або образний дизайн або включати ім'я [1]. Логотип відіграє важливу роль при виборі рішення про запропоновані послуги та товарів. Логотип допомагає покупцеві розпізнати товар компанії, наявність знаку викликає довіру у покупців, а тим більше у мам, які купують речі своїм дітям. Логотип стає «обличчям» компанії, і щоб залишити позитивне враження у батьків і дітей, потрібно виділити цей бренд не тільки за трендами, а й зробити незвичайне рішення в дизайні логотипу, яке може вплинути на тенденції в майбутньому.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є проаналізувати розвиток логотипів дитячих магазинів іграшок, їхній дизайн, графічних зображень, поєднання кольорів, шрифтів. Для аналізу обрано кілька відомих вітчизняних і зарубіжних брендів дитячих магазинів іграшок, щоб порівняти їх дизайн в різні періоди часу.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Основна функція логотипу – це допомогти покупцеві розрізнити продукт чи компанію за допомогою комбінації тексту, зображень та шрифтів. Сьогодні є безліч видів логотипів, які складаються з різних форм, кольорів, розмірів, а також можуть змінюватись від простих текстових до абстрактних блоків [2].

Логотип – це один із найскладніших графічних елементів, який дозволить компанії бути ідентифікованою у своєму роді занять. Крім того, у сфері що пов'язана з дітьми, знак повинен привертати увагу як батьків, так і дітей.

У більшості випадків в середині ХХ ст. у широко відомих компаній дитячих магазинів іграшок “LEGO”, “Toys “R” Us”, “Hot Wheels” на початку свого шляху, логотип був досить складним графічним елементом. Зображення могло включати складну композицію, ілюстрації, кілька комбінації шрифтів, а також забавні зображення персонажів (рис. 1).



Lego, 1936 р.



Toys "R" Us, 1965 р.



Hot Wheels, 1968 р.

Рис. 1. Логотипи ХХ ст.

Через кілька років після заснування компаній у логотипах “Toys “R” Us” та “Mattel” стали використовувати мінімум графіки, але все ще в зменшеному вигляді знаки злитися в єдину пляму, що ускладнювало їх розпізнавання (рис. 2).

Можна відзначити, що в перших заснованих компаніях LEGO, Hasbro у період початку другої половини ХХ ст. було властиве використання чорного кольору у знаку повністю або частково. Таке рішення в дизайні важко асоціювати з магазином дитячих іграшок. Це був саме післявоєнний період, який торкнувся величезної кількості країн у світі, тим самим вплинувши на дизайн логотипів, десь раніше, а десь пізніше. Згодом, для привернення уваги, зображення перейшли на використання кольору (рис. 3).



Toys "R" Us, 1969 р.



Mattel, 1961 р.



Lego, 1946 р.



Hasbro, 1944 р.

Рис. 2. Спрощені логотипи

Рис. 3. Логотипи у II-пол. ХХ ст.

Є компанії, які досить довго шукали свій стиль і вже через кілька років продовжили доопрацювання логотипу. У компанії “Hasbro” доопрацювання логотипу кардинально змінило його дизайн. Було розроблено багато варіантів логотипу: строга та елегантна монограма, каліграфія, кумедне зображення чоловічка, ілюстрація в плашці, яка спрощувалась і вдосконалювалася до назви у вигляді каліграфії з абстрактним зображенням посмішки на фоні кольору морської хвилі та блакитного (рис. 4).



Рис. 4. Приклади логотипів компанії “Hasbro”

Особливо зміни помітні в компанії “LEGO”, за всю історію компанії було розроблено понад 15 варіантів редизайну логотипа. Застосовувалися різні стилі: форми кола і прямокутника, у вигляді плашок, був пошук комбінації кольору і шрифту, і навіть була каліграфія (рис. 5). У компанії “Toys “R” Us” дизайнери прибирали деталі та стилізували їх у букві “R”, шукали гармонійну комбінацію кольорів у шрифті (рис. 6).



Рис. 5. Логотипи “LEGO”



Рис. 6. Версії логотипу “Toys “R” Us”

Сьогодні версія знаку компанії “Chicco” схожа на стару, така сама колірна палітра: червоний, синій та білий кольори. Форма емблеми і літер стала округлою, а відстань між літерами збільшилася (рис. 7). Доданий градієнт до червоної точки, краще зливається із синім фоном. Змінився довший кінець букви “h” [3].

Компанія “Mattel” в дизайні логотипу замінила чорний колір на червоно-білу палітру. Напис, виконаний жирним геометричним та строгим шрифтом, розміщений діагонально під кутом у багатокутній зірці. Потім додали невеликі нюанси: в зірці поменшало гострих кутів і напис зменшився у своєму розмірі (рис. 7).

Було	Стало	Було	Стало
Chicco, 1958 р.	Chicco, сьогодні	Mattel, 1969 р.	Mattel, сьогодні

Рис. 7. Порівняння сучасних логотипів та їх прототипів

На сьогоднішній день існує безліч логотипів магазинів іграшок. Сучасний дизайн, як правило, мінімальний. Прості лінії та яскраві кольори будуть виділяти бренд, та зроблять його більш стильним та сучасним. Велика кількість відомих брендів дотримуються такого принципу і кожен має свою особливість, свою «родзинку».

Компанія “Spiele Max” додала в шрифтовий напис логотипу різні кольори. Таке рішення виглядає привабливіше і яскравіше, що властиво для магазинів дитячих іграшок (рис. 8). Також за допомогою каліграфії можна досягти виразності. Логотип компанії “Hamleys” має динамічний шрифт, червоний колір напису відображає святковий настрій, а жовті зірки – відчуття чарівництва (рис. 9). Компанія “Smyle” використовує деталізацію в буквах та в плашках, у логотипі присутні дрібні деталі, у вигляді кількох обведень букв (рис. 10).



Рис. 8. Шрифтовий логотип



Рис. 9. Логотип-каліграфія



Рис. 10. Логотип зі стилізацією

Українські компанії йдуть у ногу з часом. Вони також оновили свій стиль. Шрифт став простішим, з мінімум графіки. В логотипі дитячого магазину «Антошка» є асоціація з тваринами, особливо у другій літері «А», де є відбиток лапки. У логотипі дитячого магазину «Будинок іграшок», рожевий колір



асоціюється з дитинством та творчістю, а витягнута літера «О», у вигляді посмішки, викликає радість, дружелюбність і відкритість. Знаки легко впізнати та добре асоціювати з головною стратегією позиціонування бренду (рис. 11).

Рис. 11. Оновлені версії логотипів «Антошка» та «Будинок іграшок»

ВИСНОВКИ

Авторами дослідження проведено аналіз логотипів дитячих магазинів. На основі аналізу виявлено зміни в логотипах компаній "LEGO", "Toys "R" Us" та "Hot Wheels", "Chicco", "Mattel", "Spiele Max" та "Hamleys", "Smyk", "Антошка" та "Будинок іграшок", прагнення компаній відобразити в логотипах дитячі мотиви досягається застосуванням простих та динамічних шрифтів без засічок, яскравою кольоровою гаммою із мінімальним використанням графічних зображень.

Аналіз еволюції логотипів компаній з продажу дитячих товарів показав як змінились логотипи з початку заснування компаній до сьогодні. В процесі дослідження виявлено вплив логотипу компаній дитячих магазинів на емоції батьків та дітей. Виявлено завдання логотипів дитячих магазинів: звернення уваги як до дітей, так і до їхніх батьків. Правильно розроблений логотип спонукає дорослого придбати товар для дитини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сайт Вікіпедії. Logo. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Logo>
2. What Is a Logo and Why Is It Important for Your Brand. (Feb 10, 2021). URL: <https://www.wix.com/blog/2021/02/what-is-a-logo/>
3. CHICCO Logo. (Jan 05, 2022). URL: <https://1000logos.net/chicco-logo/>
4. Прохорова Н.А. Історія становлення та розвитку логотипу. *Вісник КРСУ*. 2017. Том 17. №4. 129-132 с.

KUTSENKO A., MARTYENKO V. EVOLUTION AND DEVELOPMENT TRENDS OF CHILDREN'S SHOP LOGOS

The results of the analysis of changes in the design of logos for children's toy stores are presented; a comparison of the design of logos used in different periods of time; the use of fonts and colors in the logos of children's brands is analyzed; features of influence of a logo on the consumer are allocated.

Key words: logo, sign, brand, design