

УДК 659.2

Маркович Марія

Markovich Maria

Тернопільський національний педагогічний університет імені В.Гнатюка

ЕСТЕТИЧНА ВИРАЗНІСТЬ ЛОГОТИПІВ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ AESTHETIC EXPRESSION OF LOGOS OF TOURIST FIRMS

Графічний дизайн у сучасному інформаційному просторі набуває все більшого значення. Особливу увагу привертають логотипи, як знаки візуалізації фірми. Це пов'язано із розвитком технологій візуального представлення інформації, що дозволяють більш ефективно вплинути на свідомість, почуття і поведінку людини через застосування естетично завершеного цілісного образу, для впізнавання цільовою аудиторією певної послуги. Комплексний підхід до проектування логотипів належить до сфери інтересів кількох наук. Тому питанням визначення логотипів займалися багато вчених як в Україні так і за її межами . Серед них Б. Ельбрюнн ,Л. Безсонова та Ж. Патернотт, В. Победін, В. Курушин. Саме вони займалися проблемами класифікації логотипів.

Таким чином, можна виділити основні типи логотипів: лінгвістичний, тобто такий логотип, який складається з літер, слів, цифр або з їх комбінації; зображальний, тобто такий логотип, який виражений за допомогою зображення, картинки; логотип змішаного типу – при створенні використано поєднання лінгвістичних та зображальних елементів. У логотипах туристичних фірм, як правило відбувається комбінування вище названих типів. Для розробки унікального образу дизайнери використовують візуальні засоби – шрифти, форми, символи, кольори – і надають їм властивості. Вони можуть надати логотипу певне значення. Естетична виразність логотипу базується на основних законах побудови гармонійної композиції, шрифтової виразності, гармонійного

поєднання кольорів та символіки кольору та графічних елементів, айдентики. Розглянемо засоби композиції, що є прийнятними для логотипів туристичних фірм. В основному це логотипи, що замкнуті у коло, або овал. Адже багато туристичних фірм ідентифікують свою діяльність як: « ми можемо запропонувати Вам подорож у будь-яку точку земної кулі. У цьому випадку композиція замкнена та центрична. Рідше зустрічаються логотипи у формі квадрату чи прямокутника. Це логотипи, які мають серед зображень транспортні засоби: машини, автобуси, літаки. Така композиція теж замкнена, але динамічна. Може розвиватися як по горизонталі, вертикалі, так і по діагоналі. Колір у багатьох різновидах мистецтва та дизайну виконує важливі естетичні, формотворчі, інформативні завдання. Проте у дизайні найголовніше – функціональність (утилітарність) речі, корисність від неї людині на противагу непомірному захопленню кольором. У проектній практиці колір, як один з найважливіших формотворчих компонентів, використовується згідно з конкретними умовами і врахуванням психофізіології та естетики.

Кольорова виразність логотипів туристичних фірм дуже різноманітна. Адже відпочинок у кожного потенційного клієнта, увагу яких повинен привернути логотип, асоціюється із яскравим кольором. Шрифтові блоки у логотипах туристичних фірм мають добре читатися. До таких шрифтів відносяться шрифти без засічок та без лишнього декоративізму. Адже логотип в основному буде наноситися маленького розміру, напис буде змитий і нечитабельний, а відповідно, пропадає сенс напису. Отже, логотип – візуалізований образ компанії, зображення повної або скороченої її назви у вигляді набору графічних елементів. Для побудови та оформлення логотипів використовується графічний дизайн – специфічна сфера художньо-проектної діяльності, в основі якої лежить створення цілісного візуального образу. Ефективний логотип туристичних фірм має бути простим, запам'ятовуваним, нестаріючим, гнучким, асоціативним.