

РОЗРОБКА ЛОГОТИПУ ДЛЯ ВЕБ-САЙТУ «KHARKIV»

Трунова Т.О., асистент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Закутній В.В., студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У роботі представлено процес розробки сучасного комбінованого логотипу для веб-сайту «Kharkiv», що забезпечує впізнаваність бренду та універсальність використання у цифровому й друкованому середовищі.

Ключові слова: ЛОГОТИП, ВЕБ-ДИЗАЙН, ВЕКТОРНА ГРАФІКА, БРЕНД, ADOBE ILLUSTRATOR.

Логотип є візуальною візитівкою бренду: саме він першим формує уявлення аудиторії про сайт, вирізняє його поміж конкурентів і закріплює образ у пам'яті користувачів. Для веб-ресурсу «Kharkiv» створення впізнаваного, сучасного та гнучкого логотипу є критично важливою складовою успішного просування та формування довіри до контенту.

Метою роботи є розробити універсальний, стильний і актуальний логотип, який ефективно працюватиме як у цифровому (веб-сайт, соціальні мережі), так і у фізичному (поліграфія, мерч) середовищі.

У графічному дизайні логотипи поділяються на кілька основних типів, кожен з яких виконує специфічну функцію у візуальній ідентифікації бренду [1, 2]. Одним із найпоширеніших є шрифтові або словесні логотипи, що ґрунтуються на оригінальному написанні назви компанії. Такі логотипи, як у Coca-Cola або Google, вирізняються унікальною типографікою та мають високу впізнаваність навіть без додаткових елементів. Інший тип – графічні логотипи, або піктограми, які передають суть бренду через візуальні символи без тексту. Приклади таких знаків – стилізоване яблуко Apple або пташка Twitter. Ці логотипи ефективні, коли бренд уже має широку популярність і символи сприймаються без підпису.

Найбільш універсальними вважаються комбіновані логотипи, що поєднують текст і графіку. Такий формат дозволяє гнучко адаптувати візуальну айдентичку залежно від носія – можна використовувати повну версію або окремо знак чи напис. До цієї категорії належать, зокрема, Adidas і Burger King. Кожен тип логотипу виконує роль у формуванні цілісного образу бренду й обирається відповідно до комунікаційної стратегії та цільової аудиторії.

Сучасні дизайнерські інструменти, зокрема Adobe Illustrator, Figma чи CorelDRAW, забезпечують високий рівень точності та масштабованості графічних елементів, що особливо важливо для вебплатформ з адаптивним інтерфейсом. Значну роль відіграє типографіка та вибір кольорової палітри, оскільки колір сприймається на підсвідомому рівні та формує емоційний зв'язок із користувачем.

Особливу увагу приділяється варіативності логотипу: він повинен мати горизонтальні, вертикальні та монохромні версії, а також адаптацію до темної та світлої тем вебдизайну. Важливим є й правильний формат збереження логотипу (SVG, PNG з прозорим фоном), що забезпечує якість відображення на екранах з високою роздільною

здатністю. Таким чином, створення логотипу для вебсайту – це поєднання технічної точності, естетичного смаку та стратегічного бачення, яке забезпечує впізнаваність і професійне позиціонування бренду у цифровому середовищі.

У межах розробки візуальної айдентики було створено оригінальний логотип, що поєднує шрифтовий блок та графічний символ у єдину гармонійну композицію. Він відображає сучасний характер міського середовища Харкова, поєднуючи технологічність, впізнаваність та емоційну близькість до глядача (рис. 1).



Рисунок 1 – Приклад розробленого логотипу

Шрифтовий блок логотипу виконаний гарнітурою *Azedo Bold* у верхньому регістрі. Геометричні пропорції шрифту забезпечують високу чіткість відображення на екранах та створюють асоціації із сучасною міською архітектурою Харкова. Особливу увагу привертає стилізована літера «А» у формі рівнобедреного трикутника, що візуально відсилає до гострих шпилів історичних будівель і надає композиції відчуття стійкості й динаміки. Графічний символ логотипу – мінімалістична контурна ілюстрація білки, що розміщена над видовженою літерою «І» та створює враження, ніби вона уважно стежить за текстом. Закручений хвіст додає візуального ритму та м'якості, а статична поза тваринки підкреслює атмосферу затишку й доброзичливості, характерну для міських зелених зон Харкова. Композиція побудована за принципами візуальної гармонії: висота графічного елемента співвідноситься з висотою рядкових літер, що дозволяє використовувати логотип у різних форматах – як у розгорнутому (з текстом), так і у компактному варіанті (іконка без напису). Кольорова палітра витримана в монохромній гамі, що сприяє легкості сприйняття та впізнаваності. Такий підхід також є технічно доцільним для адаптації логотипу під різні методи нанесення, зокрема трафаретне або лазерне гравіювання.

У результаті виконаної роботи створено логотип, що відповідає актуальним принципам UI/UX і сучасного графічного дизайну. Завдяки векторному формату він зберігає універсальність використання як у цифровому середовищі, так і на друкованих носіях. Візуальне рішення логотипу ефективно передає унікальну айдентику вебсайту «Kharkiv» через поєднання характерного шрифтового стилю та символу білки як впізнаваного образу міського середовища.

Література.

1. Білець, Д.Ю., & Нікітіна, М.О. (2024). Логотип як складова фірмового стилю. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 194-195).
2. Баб'як, В.С., & Вовк, О.В. (2022). Візуально-графічні і конструктивні особливості розробки фірмового стилю. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 7-8).