



УДК 74.659

## МІНІМАЛІЗМ У ДИЗАЙНІ СУЧАСНОГО ЛОГОТИПУ

СЛІВІНСЬКА Аліна, ЛЕОНОВА Катерина

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна  
[slivinska.af@knutd.edu.ua](mailto:slivinska.af@knutd.edu.ua), [leoekaterin@gmail.com](mailto:leoekaterin@gmail.com)

*У роботі проведено аналіз особливостей стилю мінімалізму сучасних логотипів всесвітньо відомих компаній. Дослідження містить огляд основних змін в айденциці: від складних композицій до простих та лаконічних форм. Визначено основні тенденції та фактори, що сприяли поширенню мінімалізму в дизайні сучасного логотипу. Наведено приклади трансформації логотипів до набуття ознак стилю мінімалізму.*

**Ключові слова:** логотип, мінімалізм, брендинг, дизайн, айдентика.

### ВСТУП

Логотип як основний елемент фірмового стилю відповідає за візуальну ідентичність бренду. Мінімалізм характеризується використанням мінімальної кількості графічних елементів, простих форм в поєднанні з функціональністю, що, на думку фахівців [1], покращує сприйняття логотипів та спрощує адаптацію до різних носіїв, створюючи сучасний та впізнаваний образ компанії.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження особливостей мінімалізму в сучасному дизайні логотипів, визначення мінімалізму як однієї з тенденцій розвитку дизайну логотипів.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Створення логотипів у стилі мінімалізму стає основним трендом, що формує сучасний вигляд відомих брендів. Багато компаній пройшли шлях від деталізованих емблем до максимально спрощених знаків, що легко адаптуються до різних цифрових носіїв. Простота форм підвищує впізнаваність і дозволяє логотипам залишатися актуальними на довгий період.

Трансформація логотипів Volkswagen демонструє перехід від складних елементів до лаконічного, плоского дизайну, що забезпечує зручність використання в мобільних додатках та цифрових платформах. Аналогічно, компанія MasterCard відмовилася від зайвих написів, зосередившись на двох колах як головному впізнаваному символі (рис. 1).



Рис. 1. Еволюція логотипу MasterCard



Логотип BMW також еволюціонували у бік плоского дизайну, що дозволяє ефективніше працювати в цифровому середовищі. Прагнення до простоти та мінімалізму забезпечує швидке сприйняття бренду, що особливо важливо в умовах високої конкуренції. Відмова від тіней, об'ємних елементів і складних градієнтів дозволила цим компаніям покращити свою айдентика та зробити її універсальною для різних платформ (рис. 2).



Рис. 2. Еволюція логотипу BMW

Аналогічні ознаки мінімалізму дизайні представлені й в логотипі Volkswagen (рис.3).

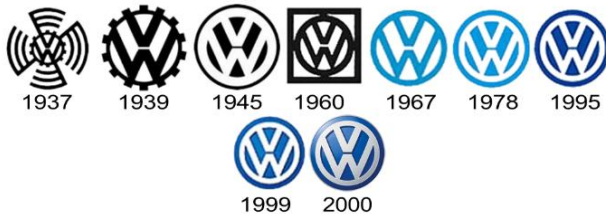


Рис. 3. Еволюція логотипу Volkswagen

Логотипи Apple, Google і Nike є яскравими прикладами ефективного мінімалістичного підходу. Компанія «Apple» спочатку використовувала складніші зображення, але поступово спростила символ, зупинившись на культовому силуеті яблука (рис. 4). Google також пройшов шлях від декоративної типографіки до чіткого та лаконічного напису без зайвих елементів (рис. 5). Логотип Nike залишається одним із найбільш впізнаваних у світі завдяки простій, але динамічній формі «swosh», що символізує рух і швидкість (рис.6) [1].

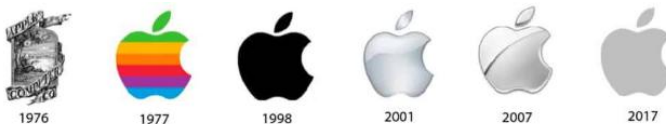


Рис. 4. Еволюція логотипу Apple

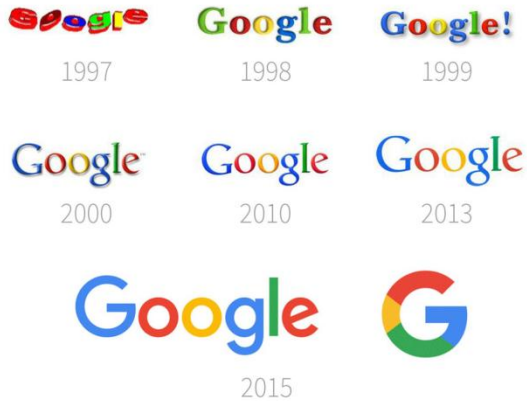


Рис. 5. Еволюція логотипу Google



Рис. 6. Еволюція логотипу Nike

Мінімалізм логотипів психологічно впливають на споживачів: чисті, прості форми асоціюються з довірою, стабільністю та технологічністю. Дослідження показують, що компанії з логотипами у стилі мінімалізму, отримали зростання упізнання бренду та підвищення лояльності клієнтів. Відсутність зайвих деталей дозволило споживачам швидше ідентифікувати бренд, що особливо важливо у світі цифрових технологій, де швидкість сприйняття інформації відіграє ключову роль [2].

Важливим фактором популярності мінімалізму є його універсальність. Сучасні бренди прагнуть до адаптивного дизайну, який виглядає однаково ефективно як на великих рекламних носіях, так і на маленьких екранах мобільних пристроїв. Простий логотип легше інтегрувати в різні маркетингові матеріали, а його визнання залишається високою незалежно від контексту використання. Дизайнери та бренди активно використовують мінімалістичний стиль не тільки в логотипах, а й у всій візуальній айдентиці, підкреслюючи цим сучасність, стиль і професіоналізм компанії.

Розвиток технологій та цифрових платформ стимулює бренди до подальшого спрощення логотипів. Веб-сайти, мобільні додатки та соціальні мережі вимагають графіки, що легко масштабується і зберігає чіткість у будь-якому розмірі. У цьому контексті мінімалістичні логотипи мають очевидні



переваги, оскільки вони залишаються чіткими, зрозумілими та привабливими незалежно від носія. Очікується, що ця тенденція продовжить розвиватися, адже бренди все більше зосереджуються на створенні гнучкої, адаптивної та довговічної айдентики.

Додатково до цього мінімалізм у логотипах сприяє більш ефективному використанню кольору. Обмежена палітра або навіть монохромне оформлення дозволяє сфокусувати увагу на самій формі та змісті логотипа, уникаючи зайвого візуального шуму. Чорний, білий та нейтральні відтінки часто використовуються для підкреслення елегантності, тоді як яскраві кольори в мінімалістичних логотипах застосовуються як акценти для створення емоційного зв'язку із споживачем [2].

Еволюція мінімалізму в логотипах триває, продовжуються експерименти із його новими варіаціями. Наприклад, спостерігається тенденція до динамічних логотипів, які змінюють форму або колір залежно від контексту. Гнучкість і адаптивність стають ключовими характеристиками брендової айдентики, і мінімалізм ідеально відповідає цим вимогам. Ймовірно, у майбутньому ми побачимо ще більше експериментів із простотою, модульністю та інтерактивністю логотипів, що дозволить брендам залишатися впізнаваними та актуальними у швидкозмінному світі.

## ВИСНОВКИ

Мінімалізм відображає сучасні тенденції логотипу, де простота та лаконічність стають основними принципами. Мінімалістичний стиль дозволяє адаптувати бренди до цифрових платформ, покращити упізнавання брендів, забезпечити довговічність та універсальність, дозволяючи їм ефективно працювати з різними форматами і носіями. Мінімалізм не тільки не втрачає своєї актуальності, а й пропонує нові графічні форми виразу естетики мінімалізму, зберігаючи позицію одного з основних стилів у створенні сучасних брендів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Коротенко О. Історія логотипів відомих брендів. URL: <https://bazilik.media/istoriia-lohotypiv-vidomykh-brendiv/>
2. Gareth Hardy Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identities. 2011. 304 p. [https://books.google.com.ua/books?Redir\\_esc=y&hl=ru&id=YTy4siUg2Y0C&q](https://books.google.com.ua/books?Redir_esc=y&hl=ru&id=YTy4siUg2Y0C&q)

## SLIVINSKA A., LEONOVA K.

### MINIMALISM IN THE DESIGN OF A MODERN LOGOTHE

*The paper analyzes the peculiarities of the minimalist style of modern logos of world-famous companies. The study includes an overview of the main changes in visual identity from complex compositions to simple and concise forms. The main trends and factors that contributed to the spread of minimalism in the design of modern logos are identified. Examples of transformation of logos to acquire the features of minimalism style are given.*

**Keywords:** logo, minimalism, branding, design, identity.