

Список литературы

1 Пневматические строительные конструкции / В. В. Ермолов, У. У. Бэрд, У. Бубнер [и др.] ; / под ред. В. В. Ермолова. – М. : Стройиздат, 1983. – С. 7–19.

2 Geiger, David. Low-profile air structures in the USA / David Geiger // Building Research and Practice. – 1975. – March-April. – P. 80–87.

3 Пшеничникова, К. А. Особенности формирования пневматической архитектуры в XXI веке / К. А. Пшеничникова // МАРХИ. – URL: https://marhi.ru/AMIT/2019/2kvart19/PDF/10_pshenichnikova.pdf / (дата обращения: 11.11.2024).

4 When to choose air structures? / The Farley Group. – URL: <https://www.thefarleygroup.com/blog/when-is-an-air-structure-the-right-choice/> (дата обращения: 11.11.2024).

УДК 659.126 : 711.01

ВЛИЯНИЕ ЛОГОТИПА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ХУДОЖЕСТВЕННУЮ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ ФАСАДОВ

А. А. КОСТЕЛЕЙ, Е. А. БЕКО

*Научный руководитель – О. Н. Коновалова (магистр техн. наук, ст. преп.)
Белорусский государственный университет транспорта, г. Гомель*

Логотип является одним из ключевых элементов визуальной идентификации любого предприятия. Он не только служит знаком, который отличает компанию от конкурентов, но и отражает ее философию, ценности и характер. В настоящее время потребитель сталкивается с большим количеством предложений, и логотип, являясь своеобразным «первым лицом», должен привлечь внимание и заинтересовать клиента. Логотип – «визитная карточка» предприятия, он должен легко запоминаться, быть простым и ассоциироваться непосредственно с компанией, вызывать доверие и лояльность со стороны клиентов, так как сегодня потребитель оценивает товар не только по качеству, но и по имиджу компании. С помощью логотипа формируется образ предприятия в сознании клиентов. Это не просто графический элемент, а инструмент для коммуникации с потребителем.

Влияние логотипа на художественное восприятие фасада

Современный дизайн логотипов формирует стиль предприятия и в некоторых случаях существенно влияет на эстетическое восприятие фасадов промышленных зданий. Формируя гармоническое пространство, дизайн логотипа может привлечь внимание и вызвать положительные эмоции у потребителей. Например, логотип, выполненный в минималистском стиле, может идеально вписываться в современные стеклянные и бетонные конструкции. С другой стороны, сложные или орнаментированные логотипы

подчеркивают исторический и культурный контекст здания. Это показывает, что для того, чтобы логотип соответствовал концепции архитектурного решения предприятия, его стиль необходимо тщательно продумывать [1].

Цветовая палитра, играя значимую роль в эстетическом восприятии фасада, также вызывает у потребителей определенные эмоции и ассоциации. Так, яркие и насыщенные оттенки формируют позитивное восприятие и привлекают внимание, а холодные и нейтральные тона – ассоциируются с качеством, надежностью и стабильностью. При выборе оттенков необходимо соблюдать баланс между основным цветом фасада и логотипа. Логотип должен стать визуальным фокусом фасада и обеспечить его гармоническое восприятие. В вечернее время, использование дополнительной подсветки и освещения, придаст выразительность как логотипу, так и фасаду в целом. Это станет и художественным акцентом, который можно воспринимать как искусство, и рекламным элементом предприятия [2].

Рассмотрим несколько ярких примеров известных белорусских и зарубежных брендов, которые удачно интегрировали свои логотипы в архитектурные решения. В Беларуси одним из ярких представителей является компания «БелАЗ», производитель горной техники. Логотип с узнаваемыми синими и белыми цветами не только символизирует надежность и стабильность, но и органично вписывается в дизайн их заводских и офисных зданий. Фасады предприятия оформлены в синих тонах, подчеркивающих цвет логотипа, что создает единый визуальный стиль и позволяет легко ассоциировать архитектуру с брендом (рисунок 1).



Рисунок 1 – Фасад завода «БелАЗ» в Жодино

Среди зарубежных брендов стоит отметить компанию Siemens. Логотип этой немецкой корпорации, выполненный в светло-голубом цвете, символизирует инновации и технологическое превосходство. Здания, где расположены офисы Siemens, зачастую имеют стеклянные фасады, на которых логотип размещается в виде крупной подсветки, что делает его заметным как днем, так и ночью.

Другим ярким примером служит компания Coca-Cola. Их логотип выполнен в красном и белом цветах, которые распространены не только на упаковке продукции, но и на фасадах производственных и офисных зданий по всему миру. В ряде стран Coca-Cola использует свои логотипы в виде неоновой рекламы, создавая вечерние инсталляции, которые привлекают внимание и становятся частью городской культуры (рисунок 2).



Рисунок 2 – Фасад завода Coca-Cola в Москве

Достоинства и недостатки использования логотипа на фасадах промышленных предприятий являются важными аспектами, которые необходимо учитывать при разработке корпоративного имиджа и визуальной идентификации.

Среди достоинств можно выделить, прежде всего, заметность и запоминаемость. Логотип, размещенный на фасаде, помогает быстро идентифицировать предприятие, использующее его, что особенно важно в условиях конкуренции. Уникальный и выразительный логотип может повысить визуальную привлекательность здания и стать его «лицом», привлекая внимание потенциальных клиентов. Логотип служит не только инструментом маркетинга, но и укрепляет связи с местным сообществом, создавая ассоциации с качеством и надежностью продукции [3].

Однако существуют и недостатки, связанные с использованием логотипов на фасадах. Во-первых, шрифт, цветовая гамма и форма логотипа должны соответствовать архитектурному стилю здания и его окружению. В противном случае логотип может выглядеть неуместно и создать диссонанс в общей эстетике. Во-вторых, чрезмерное использование логотипов может привести к визуальному загрязнению, когда фасады становятся перегруженными знаками и символами, лишая их художественной выразительности. В-третьих, логотип может оказаться устаревшим с течением времени, и изменение его дизайна потребует дополнительных затрат на переоформление фасадов, что иногда ставит предприятия перед выбором между сохранением старого имиджа и необходимостью обновления.

В ходе анализа влияния логотипов на художественную выразительность фасадов промышленных предприятий становится очевидным, что логотип выступает не просто элементом визуальной идентификации, но и важным акцентом, который формирует общее восприятие здания. Логотип, будучи символом компании, несет в себе уникальные черты, которые могут значительно обогатить архитектурный облик и подчеркнуть стиль предприятия.

Список литературы

1 **Куприна, Ю. П.** Дизайн логотипа и его особенности / Ю. П. Куприна // КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-logotipa-i-ego-osobennosti> (дата обращения: 06.11.2024).

2 Особенности логотипа для строительной компании // Z&G. Branding. – URL: <https://zg-brand.ru/statii/logotip/osobennosti-logotipa-dlya-stroitelnoy-kompanii/> (дата обращения: 07.11.2024).

3 Роль фирменного стиля в продвижении бренда // SerpTop. – URL: <https://serptop.ru/blog/pochemu-i-komu-stoit-zakazat-logotip-rol-firmennogo-stilya-v-prodvizhenii-brenda/> (дата обращения: 08.11.2024).

УДК 534.843

ВЛИЯНИЕ ФОРМЫ И КОНСТРУКТИВНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА АКУСТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ПОМЕЩЕНИЙ

М. А. ЛИХАЧЁВА

*Научный руководитель – А. В. Щеглова (исслед. архитектуры, ст. преп.)
Белорусский государственный университет транспорта, г. Гомель*

Акустика помещения играет важную роль в создании комфортной и функциональной среды для различных видов деятельности, будь то работа, учеба, отдых или развлечения.

Основные аспекты, которые подчеркивают актуальность акустической обработки помещений, это улучшение качества звука; снижение уровня шума; повышение комфорта; безопасность и здоровье; конфиденциальность; экономия энергии; соответствие нормативным требованиям [3].

Существует множество факторов, влияющих на распространение звука в помещении. К ним относятся низкий шумовой фон, достаточная шумоизоляция ограждающих конструкций, форма помещения, материалы поверхностей, наличие мебели и других объектов.

Наиболее важными факторами для комфортного пребывания в помещении людей являются распространение звука в зависимости от конфигурации и конструктивного материала стен [1].