



УДК 004.92:061.5

ШРИФТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ У ЛОГОТИПАХ УКРАЇНСЬКОЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

ПОДЛЕВСЬКИЙ Святослав¹, БЕРНАТ Леонід², НІКІТЮК Нікіта¹

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна.

²Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ, Україна.

podlevskyi.sv@knutd.edu.ua, l.bernat@kubg.edu.ua,

nikityk2500@gmail.com

У роботі проведено аналіз шрифтових тенденцій на основі змін логотипів українських брендів у сфері харчової промисловості. Дослідження включає огляд логотипів брендів «Наша Ряба», «Козацька Слава», «Київхліб», «Чернігівське», «Львівське» та «Чумак».

Ключові слова: шрифти, графічний дизайн, харчова промисловість, фірмовий стиль, тенденції.

ВСТУП

Шрифтовий дизайн — це складна людська діяльність, яка вимагає широкого досвіду для обґрунтованого практичного використання [12, С.31]. Аналіз шрифтових тенденцій у певних сферах може бути корисним для роботи над графічним дизайном у відповідній сфері та надати детальніше розуміння природи змін шрифтів в контексті стилів та рішень.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження змін, яких зазнавали шрифти у логотипах українських брендів харчової промисловості під час редизайну цих логотипів і визначення відповідних кореляцій і тенденцій за наявності таких.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Стили літер самі по собі не є нейтральними. Вони передають різні власні повідомлення через те, що Террі Чайлдс і Джеффри Джасс назвали «семантикою шрифту». Наприклад, споживачі можуть асоціювати вишукані шрифти з елегантністю та стилем, а рекламний текст та упаковка можуть передавати приховані повідомлення через вибір шрифту, який вони обирають [13, С.2]. У цьому сенсі шрифти використовуються для того, щоб «розмовляти» зі споживачами у випадках, коли усне слово просто неможливе [9, С.1].

Попередній логотип бренду «Наша Ряба» (Рис. 1. а) використовує доволі нестандартний шрифт для слова «Ряба», що цілком доповнює характер фірмового знаку у вигляді малюнку курки, формуючи візуальний образ, який можна було б назвати «дитячим» або «наївним» (не в негативному сенсі). Поточний логотип (Рис. 2. б) повністю відмовився від характеру



попереднього, змінивши його на прагматизм і наближеність до простих геометричних фігур, разом з чим використавши рівний шрифт без засічок і жодних декоративних елементів.

Попередній логотип бренду «Козацька слава» (Рис. 1. в) містить шрифт, який повторює риси написаного пером тексту: горизонтальні смуги тонкіші за вертикальні, а деякі літери містять звивисті елементи. Ще однією характерною рисою цього логотипу є деформація тексту у формі дуги, можливо, щоб додати динамічності візуальному образу. Шрифт сучасного логотипу (Рис. 1. г), вірогідно, більше схиляється до стилю українських скорописів козацької доби, що краще відповідає назві бренду.



Рис. 1. а — попередній логотип бренду «Наша Ряба» [3]; б — поточний логотип бренду «Наша Ряба» [3]; в — попередній логотип бренду «Козацька слава» [4]; г — поточний логотип бренду «Козацька слава» [5].

У змінах логотипу бренду «Київхліб» (Рис. 2.) можна спостерігати суттєві зміни, у ході яких форма шрифту не зазнала жодних змін, що не заважає логотипу виглядати сучасно. Сам шрифт виконано у стилі, який повторює риси написання пером.



Рис. 2. Логотипи бренду «Київхліб»: а — з 2001 року [7]; б — з 2011 року [1]; в — з 2023 року [8]; г — з 2024 року [2].

Шрифт логотипу бренду «Чернігівське» з 2003 року (Рис. 3. а) повторює риси написання пером, містячи специфічне оформлення літер «е» та «с», від якого відмовляються у редизайні 2007 року (Рис. 3. б), паралельно схиляючи весь шрифт до більшої вивірності. Шрифт в оновленні 2017 року (Рис. 3. в) зазнав переходу від квадратного характеру форм літер до більш округлого, паралельно з чим літери стали тоншими.



Рис. 3. Логотипи бренду «Чернігівське» [10]: а — з 2003 року; б — з 2007 року; в — з 2017 року.



Попередній логотип бренду «Львівське» (Рис. 4. а) повторює риси написання пером. У поточному логотипі (Рис. 4. б) це не змінюється, але текст зазнав незначних змін: засічки стали коротшими, форми літер стали більш округлими, а самі літери ширшими відносно власної висоти.

Попередній логотип бренду «Чумак» (Рис. 4. в) містить шрифт із засічками, який у поточному логотипі (Рис. 4. г) було замінено на брусковий шрифт, що можна вважати спрощенням шрифту у геометричному плані та відходом від заокругленостей у формах.



Рис. 4. а — попередній логотип бренду «Львівське» [11];
б — поточний логотип бренду «Львівське» [11];
в — попередній логотип бренду «Чумак» [6];
г — поточний логотип бренду «Чумак» [6].

ВИСНОВКИ

У цілому, переважаючою тенденцією серед шрифтів оглянутих логотипів є геометричне спрощення, що може вчинятися з ціллю покращення прочитності, надання фірмовому стилю візуального образу стабільності та практичності або з інших причин. Стиль шрифтів, що повторює риси написаного пером тексту, який часто зустрічається у фірмових стилях українських брендів сфери харчової промисловості 2000–2010х років, досі міцно тримається, проте повільно витісняється вищезгаданим геометричним спрощенням. Щодо форм літер кореляцій не знайдено: у ребрендингах двох з оглянутих логотипів шрифти схилилися до більш округлих форм, а в двох інших до більш кутастих. Приклад бренду «Київхліб» демонструє, що візуально прийнятна зміна логотипу може відбутися без зміни шрифту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Виробниче підприємство - Київхліб. Каталог компаній to4ka.fun. URL: <https://to4ka.fun/listing/kyivhlib/> (дата звернення: 12.03.2026).
2. Головна сторінка офіційного сайту бренду «Київхліб». URL: <https://kyivhlib.ua/> (дата звернення: 12.03.2026).
3. Історія успіху "Наша Ряба": Історія та досягнення бренду "Наша Ряба". WeLoveBrands. URL: <https://welovebrands.com.ua/ua/brendomaniya/tm-nasha-ryaba/> (дата звернення: 12.03.2026).
4. Козацька розвага. Каталог українських виробників. onlyukrainian.com. URL: <https://onlyukrainian.com/uk/trademark/54-sneki/563-kozacyka-rozvaga/> (дата звернення: 12.03.2026).



5. Офіційний акаунт бренду «Козацька Слава» у соціальній мережі «Facebook». URL: <https://www.facebook.com/kozatska.slava/> (дата звернення: 12.03.2026).

6. ТОМ 1. ЧУМАК. Dozen. URL: <https://dozen.agency/ua/works/chumak> (дата звернення: 12.03.2026).

7. Торговельна марка київхліб – Онлайн база торговельних марок. URL: <https://www.msp.ua/ua/baza-torgovyh-marok.html?base=UA&id=bw7f6i31> (дата звернення: 12.03.2026).

8. Торговельна марка (свідоцтво 379359). Реєстр торговельних марок України. URL: <https://iprop-ua.com/tm/pmk92b1j/> (дата звернення: 12.03.2026).

9. Childers T. L., Jass J. All dressed up with something to say: effects of typeface semantic associations on brand perceptions and consumer memory. *Journal of consumer psychology*. 2002. Vol. 12, no. 2. P. 93–106.

10. Reynolds and Reyner. Ребрендинг Чернігівське. CASES. URL: <https://cases.media/case/rebranding-chernigivske> (дата звернення: 12.03.2026).

11. Reynolds and Reyner. Редизайн ТМ Львівське. CASES. URL: https://cases.media/case/redizain-tmlvivske?srsId=AfmBOOrK9noYiG4yCnVKIfLHoSaFSnkvkvU8N3nATc5-KTQy3DRBFB_ (дата звернення: 12.03.2026).

12. Sanders M., Day B., Meggs P., Carter R., Maha S. *Typographic design: form and communication*. Wiley & Sons, Incorporated. 2014. 368 p.

13. Tseng T., Ma M. Emotions & fonts constructing emotional map of chinese fonts. *International conference on kansei engineering and emotion research 2010*, Paris, 2 April 2010 – 4 April 2026. Taiwan, 2010. P. 44–45.

PODLEVSKYI S., BERNAT L., NIKITYUK N. FONT TRENDS IN UKRAINIAN FOOD INDUSTRY LOGOS

The analysis of font trends based on changes in Ukrainian brands logos in the food industry. The study includes a review of the logos of the brands «Nasha Ryaba», «Kozatska Slava», «Kyivkhlіb», «Chernigivske», «Lvivske» and «Chumak».

Key words: fonts, graphic design, food industry, corporate identity, trends.