

УДК 659.1

А.Ш.Ахмедшина (4 курс, каф. СиП), Д.С.Быльева, асп.

## ПРОИСХОЖДЕНИЕ ЛОГОТИПА

Логотипы стали основным элементом современной цивилизации и символом общества потребления. Слово “логотип” вошло в маркетинговый лексикон в 1937 году. Оно образовано от греческих слов “logos” (слово) и “typos” (отпечаток), “отпечаток слова”, что-то вроде “визитной карточки” брэнда, сочетающей в себе идентифицирующие и информирующие признаки [1]. Логотип – графическая репрезентация или символ имени компании, торговой марки, аббревиатуры и т.д., обычно созданная специально для упрощения названия [2].

История образования логотипа своими корнями уходит в далекое прошлое. Нам представляется возможным утверждать, что предками современного логотипа были рыцарские гербы, клейма, эмблемы, кристогаммы и другие способы самоидентификации в самых различных сферах человеческой деятельности, известные с глубокой древности. Примером связи может быть то, что ремесленники с давних пор использовали те или иные знаки, чтобы выделить свою работу среди прочих. В течение всей истории можно найти примеры такой идентификации с помощью символов и определить, кто сделал эту вещь, кто ею владеет, чем она является, что делает её особенной.

Современные логотипы неоднородны по своему содержанию: выделяют лингвистический тип, состоящий исключительно из знаков буквенно-цифрового характера, иконический тип, содержащий «картинку», и смешанный тип, включающий в себя ту и другую составляющие. Можно проследить, что разные типы логотипов имеют различных древних «предков». Наглядно путь происхождения и эволюции логотипа виден на схеме, приведенной на рис. 1.

Печать (сфрагистика), криптограмма (тайнопись, изменение письма с целью сделать текст непонятным для непосвященных лиц), монограмма (сплетенные в виде вензеля начальные буквы имени, фамилии), подпись (как юридическое обозначение), тамги (вензель обозначающий родовую или семейную собственность) и клеймо являются самыми древними средствами идентификации. Они содержат в себе знаки буквенно-цифрового характера и поэтому могут считаться историческими предшественниками логотипов *лингвистического* типа, которые также представляют собой смесь цифр и букв, либо содержат в себе полное название или только одну букву.

Знаки, эмблема, герб (геральдика), маска, тотем (антропология), портрет, автопортрет (искусство), флора, фауна (символизм) – все они включают в себя картинки, которые могут представлять собой абстрактный символ, рисованный объект, персонаж и т.п. Они являются более ранними представителями логотипов *иконического* типа или икотипа. В древности использовали слова и буквы для обозначения себя, или своей собственности, намного позже появилось изображение. Уже к XII веку в Европе выработалась сложная система геральдических знаков. Геральдика сделала очевидной связь между идентифицирующими знаками и ценностью. Геральдическая символика имела развитый язык и строгие правила точного и достойного представления носителя герба. Большое значение имела система тотемов, существующая среди американских и австралийских аборигенов. В этих культурах эмблемой и наследственным символом семьи или клана служит животное, растение или предмет [2]. В логотипах они представлены в основном символизмом. Самым эффективным символом является животное. Изображения львов на доспехах Вильгельма Завоевателя и в

логотипе киностудии Metro Goldwyn Mayer выражают одно и то же – силу и превосходство. Мир автомобилей изобилует аллегориями на темы животных (Газель, Jaguar и т.п.).

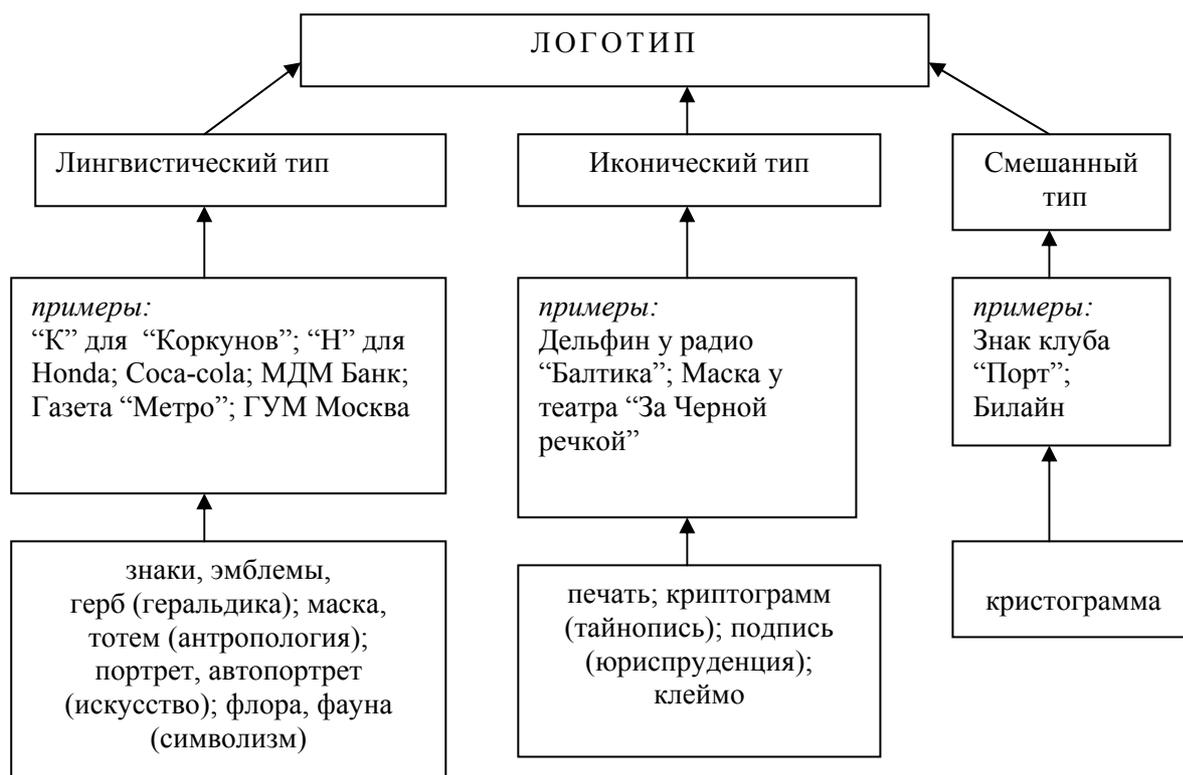


Рис. 1. Связь логотипа и древних способов самоидентификации.

Криптограмма представляет собой объединение в одно целое изображения и слова (буквы). Она является древнейшим предшественником логотипов *смешанного* типа, которые так же, как криптограмма, объединяют два типа сообщений: сообщения лингвистического и сообщения иконографического, они являются наиболее распространенными и интересными. Криптограмма появилась в I в н.э. на стенах катакомб, где скрывались первые христиане, на фресках ранних христианских церквей и церковной утвари. В наши дни такими примерами являются хлебозавод “Каравай” красочное название на фоне колоса, магазин молодежной одежды Fish Bone, название на фоне скелета рыбы, медицинский центр гинекологии “Даная”.

Явными примерами того, что есть связь между современными логотипами и историческими эмблемами, гербами и т.д. является фирмы, которые существуют давно. Их логотипы, которые в начале были реалистичными, постепенно упрощаются, если в начале XX века они были узнаваемы, то уже к 80-м годам идет тенденция к упрощению, появляется стилизованное изображение, которое с трудом узнается. Например, знак предприятия “Pelikan”, чей логотип с изображением пеликана произошел от фамильного герба, и с начала XVII века до 1982 года знак эволюционировал от почти натуралистического изображения, до современного абстрактного символа (рис. 2).

XVII – XIX вв.

1933 год

1982 год



Рис. 2. Изменение логотипа фирмы «Пеликан».

Лишь одна из основных частей знака-логотипа, а именно силуэт пеликана, остался неизменным с момента своего первого воплощения. Этот знак шел четко по пути упрощения формы, отказа от большого количества деталей к сохранению в наиболее лаконичной форме. При этом лишь один компонент изображения не изменялся во времени.

Кажется, что логотип является приобретением современной эпохи маркетинга, тем не менее очевидно, что история логотипа прочитывается еще в древних эмблемах, знаках и символах. Они несут большую смысловую нагрузку и необходимы обществу на любой ступени развития.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Медведева Елена. Основы рекламоведения. – М.: “РИП - холдинг”, 2003. – 262 с.
2. Нэпп Дуэйн. Политика брэнда: пер. с англ. – Спб.: ИД “Весь”, 2003. – 384 с.