

## ИСТОРИЯ ЛОГОТИПОВ ОТ ИЗВЕСТНЫХ МАСТЕРОВ

Логотипы представляют собой важный аспект фирменного стиля, их история отражает изменения в обществе, технологии и культуре. В данной работе рассматривается эволюция логотипов, созданных известными мастерами, а также их влияние на маркетинг и идентичность брендов [1, 2].

Логотип, в современном понимании, можно рассматривать как визуальную идентификацию предприятия или учреждения. Первые логотипы появились в далёкой древности, начиная с пятого тысячелетия до нашей эры. Эти знаки наносились на посуду, ювелирные изделия и другие предметы, представляя собой клеймо мастера, позволяющее обществу идентифицировать создателя изделия. Клеймо могло содержать имя, эмблему или надпись. В таких цивилизациях, как Вавилон, Древний Египет и Китай, использовались знаковые системы, в которых образы и слова служили аналогами современных логотипов (рис. 1) [3].



Рисунок 1 – Древнее клеймо

В истории различных цивилизаций встречаются разнообразные знаки, символы и рисунки, от которых произошли современные логотипы. Благодаря символам древние люди усваивали социальные нормы и определяли принадлежность к сообществу, что позволяло им устанавливать коммуникацию. На протяжении времени функции знаков изменились, но они сохранили свое значение, адаптируясь к современным условиям. Логотипы стали своеобразными заменителями слов, с помощью которых человек передавал идеи и эмоции.

С развитием ремесленного производства стало актуальным понятие «клеймо», которое служило знаком качества и надежности товара. В Древней Греции символы использовались для шифровки сообщений, чеканки монет и маркировки собственности. Несмотря на значительное развитие других цивилизаций, археологические находки не всегда подтверждают наличие аналогичных знаков [1].

Древние римляне также имели свои бренды, среди которых выделялись производители светильников с маркой «Fortis» и винодельни под названием «Vesuvinum», хотя последний не закрепился на рынке.

Появление первых гербов в XII веке положило начало становлению логотипов.

Несмотря на это, из-за множества запретов на их производство, гербы не стали логотипами. Сам термин «логотип» возник в XIX веке в области типографики, подразумевая текстовые фразы (клише), которые не требовали повторного ввода. В это время началась регистрация логотипов как знаков учреждений или товаров.

Процесс формирования логотипов в современном виде был обусловлен развитием типографики и графических знаков. С началом промышленной революции в Европе и Америке в XVIII веке наблюдается активное развитие дизайна логотипов. Первые современные логотипы стали непосредственно связаны с системой патентования. Например, компания «Bass & Co» первой зарегистрировала свой логотип с символом ® в 1876 году в Англии, что положило начало массовой регистрации брендов.

После этого логотипы получили широкое распространение, став важной частью товарного и корпоративного брендинга, который в дальнейшем стал значительным элементом культуры человечества. Известные бренды активно сотрудничают с художниками, включая разработку логотипов. Одним из самых известных художников является Сальвадор Дали, который в 1969 году создал упаковку и логотип для «Чупа-Чупс», что подтверждает его вклад в современный брендинг (рис. 2).

Сальвадор Дали хотел создать что-то яркое и запоминающееся, что отражало бы игристую природу продукта.



Рисунок 2 – Исходный дизайн логотипа

Логотип представляет собой круглый цветной значок с яркими оттенками желтого и красного. Круглая форма символизирует веселье и радость, а сочетание цветов привлекает внимание.

Шрифт логотипа отличается округлыми формами, что также со-

здаёт ощущение дружелюбия и доступности. Он был специально разработан для бренда и стал его неотъемлемой частью.

Логотип претерпел минимальные изменения с момента своего создания. Это говорит о том, что он был удачно разработан и продолжает соответствовать современным трендам.

Логотип «"Чупа-Чупс» стал важной частью его бренда. Он используется на упаковках, рекламе и в различных промо-материалах, что способствует укреплению идентичности бренда.

Кроме того, необходимо отметить еще один логотип, разработанный Дали. Эта работа не так известна, как логотип Чупа-Чупса. Для песенного конкурса 1969 года художник создал не только логотип, но и статую для украшения сцены (рис. 3).

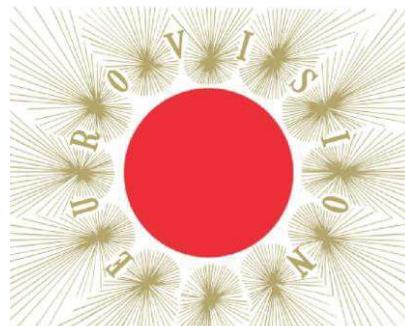


Рисунок 3 – Логотип Евровидения

Рассматривая создание логотипов известными художниками, нельзя не отметить следующих:

– Рой Лихтенштейн: Американский художник, представитель поп-арта, создал логотип Dreamworks Records (рис. 4). Этот проект стал последним заказом художника перед его смертью в 1997 году.



Рисунок 4 – Логотип Dreamworks Records

– Пабло Пикассо: Испанский художник и основатель кубизма, Пикассо разработал знак для Всемирного конгресса сторонников мира в 1949 году (рис. 5). Этот знак стал наиболее узнаваемым символом мира – Голубкой Пикассо.



**Рисунок 5 – Логотип Всемирного конгресса сторонников мира**

– Александр Родченко: Основоположник конструктивизма и родоначальник дизайна в СССР, Родченко создал логотип для Государственного универсального магазина (ГУМа) в 1921 году (рис. 6). За слоганы и рекламные тексты ГУМа отвечал Владимир Маяковский, что подчеркивает важность взаимодействия искусства и коммерции.



**Рисунок 6 – Логотип ГУМа**

Логотипы являются важным элементом фирменного стиля, их история логотипов — это не только история дизайна, но и отражение социальных, культурных и технологических изменений.

Изучение работ известных мастеров позволяет лучше понять, как логотипы формируют идентичность брендов и влияют на восприятие потребителей. В будущем важно учитывать эти аспекты при разработке новых логотипов, чтобы они могли эффективно передавать ценности и миссию компаний.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Heller, S., Ball, P. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. – 2010.– 338 p.
2. Wheeler, A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. – 2017.– 326 p.
3. Airey, D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. – 2014. – 242 p.