

СЕМИОТИЧЕСКИЕ ИСТОКИ СОВРЕМЕННЫХ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

В статье выявлены наиболее значимые предшественники товарных знаков; представлена их классификация на основе сравнительного анализа. Рассмотрены основные семиотические традиции предшественников товарных знаков, оказывающие ключевое влияние на современный дизайн графических товарных знаков, что способствует повышению уровня их информативности и новизны в контексте сохранения культурных традиций.

Ключевые слова: товарный знак, дизайн, протознак, знак собственности, знак авторства, информативность.

С течением времени, под влиянием формирующихся прагматических особенностей товарных знаков, а также – новых технологий и стилевых тенденций, варьируются их семантическая и синтаксическая составляющие. Вместе с тем, основные семиотические традиции протознаков оказывают неоспоримое влияние на содержание и форму товарных знаков всех времен, способствуя повышению уровня их информативности и новизны в контексте сохранения культурных традиций. Это особенно наглядно демонстрирует пристальное внимание современного графического дизайнера к особенностям визуальной среды прошлого.

В наше время с помощью современных компьютерных и полиграфических технологий можно добиться имитации изображений любых временных периодов, однако истинной ценностью в этом контексте способны обладать продукты дизайна, полученные на основе глубокого изучения исторического наследия визуальной и материальной культуры.

Исходя из дословного смыслового значения термина «протознак» – первый, первоначальный знак, логически домыслим: первый, первоначальный товарный знак – «товарный протознак». Таким образом, полученное понятие «товарный протознак» имеет смысл – предшественник современного товарного знака.

Современный товарный знак, с точки зрения прагматики, согласно Закону РФ о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров, – это обозначение, служащее для индивидуализации товаров и услуг юридических лиц или индивидуальных предпринимателей [4]. Современный товарный знак активно включается в товарно-денежные отношения, способен выступать в роли товара; способен приобретать широкую

известность, становится явлением символики международного значения, олицетворяющим высокое качество товара, становится знаком всемирного потребительского спроса (бренд). Современное понятие «товарный знак» включает в себя понятия: «знак товара», «знак обслуживания», «фирменный знак», «торговая марка», «бренд».

Товарные протознаки, как предшественники современных товарных знаков, выполняют, преимущественно, информативную функцию, то есть информируют о владельце изделия или другого объекта собственности, об авторе изделия, о месте происхождения изделия, о свойствах самого изделия. Свою основную функцию – сообщать об отличительных особенностях и качестве товара – они начинают выполнять позже, с развитием рыночных отношений и законодательства, претерпевая эволюцию функций и приобретая, вместе с этим, значение и качества понятия современного товарного знака.

Предшественниками современных товарных знаков являются знаки собственности и знаки авторства, развитие которых начинается с позднего палеолита, когда кроманьонский человек впервые стал использовать «знак» и «символ», что сделало возможным возникновение «проторекламы» в виде демонстративной символизации.

Согласно В.В. Ученовой, демонстративную символизацию можно классифицировать в виде четырех направлений: репрезентирующая символика церемониалов и декорирование главных действующих лиц; атрибутика гербов, знамен, рубежей, родовая и политическая; знаки собственности (владельческие знаки); знаки авторства [5].

В домонгольской Руси Б.А. Рыбаков выделил следующие проторекламные символы, являющиеся предшественниками товарных зна-

ков: тамги, княжеские административные знаки, торговые пломбы, клейма ремесленников [4].

На синтаксические особенности товарных знаков значительно влияет технология их нанесения на поверхность изделия. Прежде чем перейти к непосредственному анализу особенностей предшественников товарных знаков, целесообразно коснуться именно аспекта технологии нанесения, ввиду его прямого влияния на визуальную форму знака и, следовательно, графику современного товарного знака.

Известны способы нанесения товарных прознаков на изделия или объекты собственности: клеймо, тавро, штамп (печать), филигрань.

Клеймо – знак, который ставят на поверхности изделия; именная или фабричная марка (рис. 1, 2, 4, 6).

Тавро – знак собственности, клеймо, выжигаемое на шкуре животных и служащее отличительным знаком [3, с. 139].

Штамп – вырезанное на прочном материале зеркальное изображение знака (рисунка), предназначенное для оттиска, первоисточник возникновения печати [5] (рис. 3).

Печать – ручная вещьца разного вида, с вырезанным на ней письмом, вензелем, тамгой, знаками, гербом или иным начертанием для оттиска на сургуче, на воске, либо чернилами и краской [1, с. 373]; оттиск, предназначенный для скрепления писем, деловых документов, правительственных распоряжений (рис. 3). В Древней Руси золотые печати использовались посольскими людьми, серебряные – представителями купеческого сословия.

Филигрань – узор в виде водяных знаков в структуре бумажного листа, воспринимающийся на просвет. С помощью филигрanei наносились знаки авторства мастеров, производивших бумагу.

Итак, *знаки собственности* демонстрировали богатства и (или) выражали принадлежность какого-либо объекта определенному роду, семье, человеку. К ним относятся магические обозначения, рубежи, знамена, тамги, княжеские административные знаки, торговые пломбы, книжные знаки.

Магические обозначения выступали в роли прознаков, чаще всего, на ранних стадиях развития человечества, а также в культуре древних языческих народов. На изделия наносились знаки круга, креста, имитации солнечного дис-

ка. Имуущество как бы отдавалось под охрану магических сил (рис. 1). Магические обозначения послужили началом формирования религиозной символики.

Рубеж – линия раздела между территориями, камень или деревянный кол с вырезанным на них клеймом собственника («черты и резы»). Рубежами помечали свои участки простолюдины, крестьяне. Знамя – широкое полотнище на древке с нанесенной символикой какого-либо государства, владельца. Знаменами помечались границы княжеских угодий в Древней Руси. Рубежи и знамена стали предшественниками современной государственной символики.

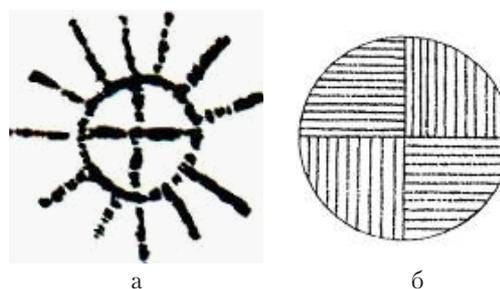


Рисунок 1. Магические обозначения.
а) знак на керамике. Верхнее Поволжье. 2-е тыс. до н. э.
б) знак на керамике. Сарматы. 1-е тыс. до н. э.

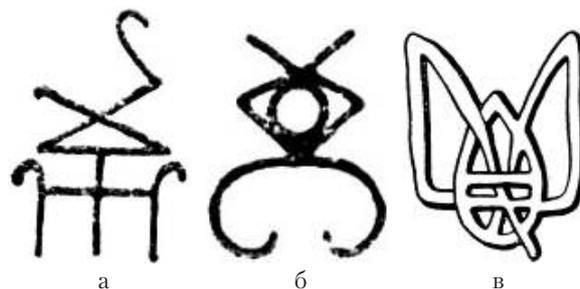


Рисунок 2. Знаки собственности. Тамги.
а) знак Тиберия Евпатора III на керамике. Боспор. IX-VIII вв. до н. э.
б) сарматский родовой знак на керамике. I-III вв.
в) знак Владимира Святославича на кирпиче Десятинной церкви в Киеве. XI в.

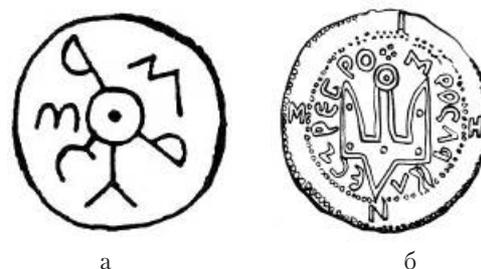


Рисунок 3. Знаки собственности. Печати.
а) скифский родовой знак на печати. 1 тыс. лет до н. э.
б) печать Ярослава Мудрого. XI в.

Тамга – знак родовой или семейной собственности. Тамги наносились на все имущество, принадлежащее роду: высекались на руде, использовались в качестве тавро; наносились на изделия (рис. 2), на печати (рис. 3.а; 3.б), на торговые пломбы (рис. 4). Тамги находили на камнях построенных зданий и керамических изделиях Древней Греции, Древнего Египта, Вавилона, Древнего Китая, Древнего Рима, Ассирии. Тамги выполняли несколько функций: подпись человека, родовой знак, передаваемый по наследству, символ и защита в роли семейного или домового знака.

Княжеский административный знак – тамга представителя княжеского рода в Древней Руси. Чаще всего такие знаки встречаются в виде оттисков перстней-печаток при скреплении документов, а также на знаменах, тавро, на изделиях и торговых пломбах (рис. 2. в; 3. б).

Торговая пломба – жестяная пластинка или сплюснутый кусочек свинца, которыми опечатывают различные товары. На пломбу наносился оттиск печати владельца, без повреждения оттиска нельзя было использовать опломбированный товар (рис. 4). Торговые пломбы явились преимущественно предшественниками современных торговых марок.

С конца XV в. получают развитие книжные знаки – экслибрисы (рис. 5). Экслибрис содержал имя владельца книги или символическое изображение, наклеивался на внутреннюю сторону обложки или наносился в виде рельефного оттиска на переплет.

Знаки авторства – это способы авторского удостоверения собственного ремесла и изготовленной продукции, наносились мастером на созданные им изделия. Знаки авторства часто имели составительное, конкурентное содержание, известны с античности в виде авторских сигнатур. Знаки авторства являются предшественниками «знаков товара», наносимых непосредственно на поверхность изделия

Авторская сигнатура – авторское обозначение, авторский знак. Наиболее древние носители подобных знаков – строительные каменные блоки, кирпичи, керамические предметы (проторекламные тексты в Карнакском храме в египетских Фивах XVI века до н.э., древнегреческая керамика VI века до н.э.). На Руси дохристианского периода и позднее, в Древней Руси и в зарубежных странах знаки авторства

известны как клейма ремесленников [4] (рис. 6).

В некоторых случаях знаками авторства можно считать *книжные знаки*, когда они наносятся на книги самого автора или являются типографскими эмблемами.

Предшественниками товарных знаков можно считать *торговые вывески, торговую и цеховую эмблематику* (предшественники фирменных знаков), а также *монограммы*.

Торговая вывеска – доска с надписью, объявляющей название или род деятельности организации. Представляет собой изобразительный, шрифтовой, объемный или комби-



Рисунок 4. Торговая пломба. Дрогичин Надбужский. VIII–IX вв.



Рисунок 5. Книжный знак священноинкоа Досифея. XV в.

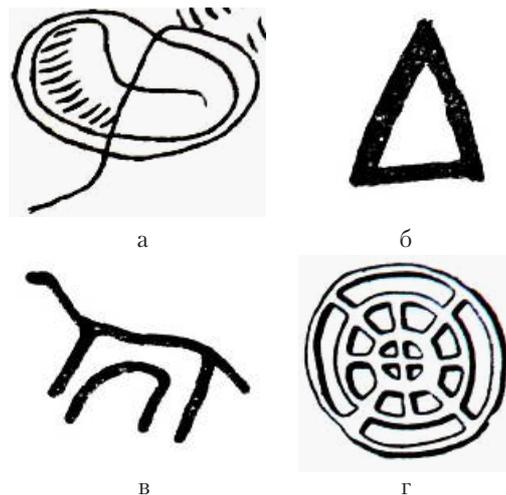


Рисунок 6. Знаки авторства. Клейма ремесленников.
а) Знак на сосуде. Степное Приуралье. Середина 2 тысячелетия до н.э.
б, в) Клейма на черепице, Херсонес. IV–V вв.
г) Гончарное клеймо. Нежаровские хутора близ Слуцка.

нированный знак, информирующий о характере и качестве товара или услуг (рис. 7). С античных времен вывески дошли до нас в следующих вариантах – рельефные; живописные; предметные, когда сам предлагаемый товар, выставляется на всеобщее обозрение; предметно-символические, когда прямое изображение товара заменяется функционально близким ему другим предметом. Вывески – это предшественники современных крупноформатных рекламных изданий, а также – знаков обслуживания

Торговая и цеховая эмблематика – отличительные знаки профессиональных объединений – купеческих гильдий, ремесленнических цехов – включающие элементы геральдической символики (рыцарской и общественно-политической), изображения орудий данного ремесла или продуктов труда [5]. XI–XIII века явились расцветом торговой и цеховой эмблематики в Западной Европе, с XII века ремесленные братства и купеческие гильдии со своей символикой начали формироваться в крупных городах России (рис. 8).

Монограмма – сокращенное имя, знак из сплетенных начальных букв имени и фамилии в виде вензеля; авторский знак или именное клеймо мастера в изобразительном или декоративно-прикладном искусстве (рис. 9). Монограммы использовались и в качестве знаков собственности на печатях, книжных знаках, и в качестве знаков авторства на произведениях искусства, изделиях.

Символика протознаков представляла собой, чаще всего, простые геометрические фигуры, формы растений и животных, взаимодействовала со стилистикой, варьируемой по степени условности, лаконичности и изобразительности. Характерные признаки символики протознаков – их мифологическое естественно-бионическое содержание. Основные синтаксические признаки – двухмерность исполнения или рельефное нанесение на поверхность изделия, часто – путем оттиска или процарапывания; ахроматичность, пластичность, высокая степень стилизации.



Рисунок 7. Средневековая предметная вывеска виноторгового заведения, Западная Европа. XV в.



Рисунок 8. Торговая и цеховая эмблематика. Знамя кузнечно-слесарного цеха XIX в., Россия.

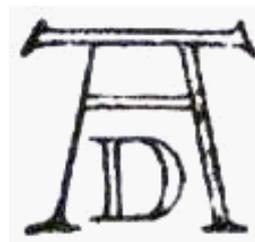


Рисунок 9. Монограмма А.Дюрера. XVI в.

В современном дизайне товарных знаков технологические ограничения сведены к минимуму. Перед дизайнером открывается широкий выбор средств и приемов. Семиотика протознаков способна гармонично дополнять любые способы изображения товарных знаков.

Обращение к семиотическим особенностям протознаков раскрывают в современных товарных знаках новую образность, подчеркивая особо значимые качества товара, предприятия. Тем самым – обеспечивают новизну, конкурентоспособность, функциональность товарных знаков, а также их особую «теплоту» при восприятии, благодаря сохранению культурных традиций.

9.06.2011

Список литературы:

1. Даль, В.И. Иллюстрированный толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль; под редакцией В.П. Бутромеева. – М.: «БЕЛЫЙ ГОРОД», 2006. – 448 с.: ил.
2. Закон о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров // Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006г. №230-ФЗ. Часть четвертая. Вступил в силу с 1 января 2008г. – С. 1 – 50.
3. Ожегов, С.И. Словарь русского языка: ок. 53000 слов / С.И. Ожегов; под ред. проф. Л.И. Скворцова. – 24-е изд. – М.: ООО «Издательский дом «ОНИКС 21 век»; ООО «Издательство «Мир и образование», 2004. – 1200 с.
4. Рыбаков, Б.А. Знаки собственности в княжеском хозяйстве Киевской Руси XX-XII вв. / Б.А. Рыбаков // Советская археология. – М.-Л. – 1940. – №6. – С. 227 – 257.

5. Ученова, В.В. История рекламы / В.В. Ученова, Н.В. Старых. – 2-е изд-е. – СПб.: Питер, 2002. – 304 с.: ил. – (Учебники для вузов).

Сведения об авторе: **Мазурина Татьяна Анатольевна**, доцент кафедры дизайна Оренбургского государственного университета, кандидат искусствоведения, член Союза дизайнеров России.
460013, г.Оренбург, пр-т Победы, 13, тел.: 8(3532)757417; 8(3532)993973.
E-mail: pta-ha9@yandex.ru

UDC 766

Mazurina T.A.

Orenburg state university, e-mail: pta-ha9@yandex.ru

SEMIOTIC ORIGINS OF MODERN TRADEMARKS

The article identifies the most important predecessors of trademarks, presents their classification on the basis of comparative analysis. It considers the basic semiotic traditions of the trademark predecessors which have a key influence on contemporary design of graphic trademarks and thereby increase the level of their information and innovation in the context of preserving cultural traditions.

Keywords: trademark, design, protosign, ownership design, copyright sign, self-descriptiveness.

Bibliography:

1. Dal, V.I. Definition dictionary of live Russian language with illustrations / V.I. Dal; under the editorship of V.P. Butomeyev. – M.: «Belyi gorod», 2006. – 448 p.: il.
2. Law about trademarks, signs of service and naming of origin of goods // Civil code of the Russian Federation from 18 December 2006. №230 – FZ. The fourth part. Is in effect since 1 January 2008. – P. 1-50.
3. Ozhegov, S.I. Dictionary of Russian Language: about 53000 words. / S.I. Ozhegov; under the editorship of prof. L.I. Skvortsov. – 24th edition. – M.: LLC «Publishing house «ONIKS 21century»; LLC «Publisher «Mir I obrazovaniye», 2004. – 1200p.
4. Ribakov, B.A. Possession signs in princely property of Kievan Russia XX-XII c. / B.A.Ribakov // Soviet archeology. – M.-L. – 1940. – №6. – P. 277-257.
5. Uchenova, V.V. History of advertisement / V.V. Uchenova, N.V. Starih. – second edition. – Snt. Petersburg, 2002. – 304p.: il – (coursebooks for IHEs).