

## СЕМАНТИКА МОДУЛЬНО-КОМБІНАТОРНИХ ФОРМ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ

**Крашенинников В.М.**, доцент; **Криворучкін В.І.**, асистент, кафедра дизайну  
Луганський національний університет ім. Тараса Шевченка

**Анотація.** Стаття присвячена використанню модульно-комбінаторних форм при проектуванні товарних знаків з семантичними властивостями.

**Ключові слова:** товарні знаки, модульно-комбінаторні форми, семантика.

**Аннотация.** Крашенинников В.М., Криворучкин В.И. Семантика модульно-комбинаторных форм товарных знаков. Статья посвящена использованию модульно-комбинаторных форм при проектировании товарных знаков с семантическими свойствами.

**Ключевые слова:** товарные знаки, модульно-комбинаторные формы, семантика.

**Annotation.** Krasheninnikov V.M., Krivoruchkin V.I. In that article describes the application of combinative forms projects of semantic trade marks.

**Keywords:** trade marks, modul-combination forms, semantic.

**Постановка проблеми.** В умовах ринкових відносин для кожного підприємства і фірми однієї з найважливіших завдань є позиціонування, тобто виділення на ринку серед інших фірм і виробників аналогічних товарів і послуг. Візитною карткою фірми і основним елементом фірмового стилю є товарний знак. Таке значення товарні знаки придбали завдяки важливості виконуваних ними функцій по привертанню уваги до фірми і її продукції. Найбільш важливими функціями товарних знаків слід вважати виділення фірми, її товару і послуг, полегшення запам'ятовування фірми і пізнання її товару споживачем, інформування про властивості товару і напрям діяльності фірми, гарантування якості і стимулювання бажання купити товар. [1, с.43]. Ці функції повинні відображатися через логотип і зображення товарного знаку, тобто інформативність знаку є його важливою властивістю. Інформація, що передається товарним знаком, підвищує рівень його споживчих властивостей. Семантика знаку, тобто сенс який передається зображенням інформації, зазвичай пов'язана з відображенням властивостей товару і характеристики діяльності фірми.

На жаль, слід зазначити, що комбінаторні формоутворення при проектуванні образотворчих товарних знаків використовуються досить рідко. Це можна пояснити відсутністю розроблених методик і недостатньою освітленістю цієї проблеми в літературі по графічному дизайну, що робить розгляд проблеми актуальним і таким, що володіє новизною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проектуванню товарних знаків присвячена велика кількість книжкових видань і журнальних статей. Розглядається історія появи і розвиток товарних знаків, їх види і приведені приклади їх проектування [3,4]. Вказується на необхідність семантичних властивостей товарними знаками, розкриття глузду якого потребує застосування комбінаторних форм в зображеннях.

Таким чином, **метою** публікації є розгляд прийомів комбінаторного формоутворення зображень товарних знаків і можливості використання їх в практиці проектування.

Стаття виконана за планом НДР ЛНУ ім. Тараса Шевченка.

**Виклад основного матеріалу.** Важливими вимогами, що пред'являються до товарних знаків, є їх оригінальність, запам'ятованість і естетичність. При цьому товарні знаки повинні бути прості і лаконічні. У світовій практиці використовуються різні види знаків: словесні, образотворчі і комбіновані.

Гідністю словесних знаків є однозначність і точність передачі сенсу. Здатність образотворчого товарного знаку передавати сенс залежить головним чином від міри достовірності зображення. За цією ознакою зображення діляться: натуральної подібності, іконічні і символічні. Для зображень натуральної подібності характерні зайва деталізація і наявність другорядних деталей, що не беруть участь в передачі сенсу. З цієї причини товарні знаки, побудовані з використанням зображень натуральної подібності, рідко застосовуються в практиці проектування.

Відбір найбільш характерних рис об'єкту робить зображення знаку іконічним і здійснюється стилізацією і лаконізацією елементів форми. У іконічних знаках зберігається схожість зображення з об'єктом і чітко виділяються властивості, необхідні для відображення семантики знаку. Подальша стилізація іконічного знаку може привести до втрати схожості його зображення з об'єктом, що відображається, і знак стає символічним. У деяких символах асоціативно можна уловити переданий сенс. Такі символи є семантичними. Якщо схожість з об'єктом, що відображається, повністю відсутня, то символ стає абстрактним.

Кожний з перерахованих видів знаків має свої можливості і засоби для передачі закладеного в нього сенсу.

Передача інформації образотворчими знаками здійснюється кольором і формою зображеного об'єкту, а також організацією елементів форми в композицію. Таким чином, семантика товарного знаку визначається характером формування його зображення. При проектуванні для передачі потрібного сенсу зображенням використовуються різні прийоми. Одним з таких прийомів є комбінаторне формування, застосування якого в деяких випадках може бути достатнє ефективним.

Проектування з використанням комбінаторики служить універсальним методичним принципом створення оптимального варіанту складної форми з сукупності початкових елементів.

Суть комбінаторного проектування полягає в створенні складних форм з однакових, що повторюються, або обмеженого числа різновидів елементів. Шляхом різного комбінунання і поєднання структурних елементів можуть бути отримані гармонійні композиції складних форм, що передають певний сенс. [2, с. 127]. Семантика зображення складної форми може бути забезпечена характерними особливостями форми і кольору структурних елементів зображення і вибором виду композиційної побудови.

Застосування комбінаторних форм для передачі сенсу товарними знаками вимагає наявності в зображенні декількох елементів, що є носіями яких-небудь понять, що відображають структуру передати знаками інформацію. Оскільки встановлено, що для побудови закономірності потрібно мінімум три елементи. Це означає, що в зображенні товарного знаку повинні бути використані не менш три модульні елементи.

Найпростіше передати інформацію про діяльність фірми, коли продукт виробництва утворюється з модульних елементів, які можна прийняти як зображення товарного знаку. На (рис.1) показаний товарний знак фірми, що проводить ажурні бетонні огорожі. Основу знаку складає зображення частини огорожі, виконаної з використанням одного модуля і дотриманням правил комбінаторики. Товарний знак на (рис.2) говорить про зв'язок фірми з фотографією, що досягається зображенням кадру фотоплівки, відмітною особливістю якої є метричний ряд прямокутних модулів перфорації по краях стрічки.



Рис.1



Рис.2.



Рис. 3



Рис.4.



Рис.5



Рис. 6

Використання трьох модулів складної форми в товарному знаку на (рис.3) дозволило передати характер діяльності авіаційної фірми.

Часто зустрічається використання в зображенні комбінаторне поєднання графічних елементів, форма яких асоціативно передає властивості якого-небудь об'єкту або явища. Наприклад, фірми, діяльність яких пов'язана з морем (морські перевезення, продаж рибопродуктів) вводять в зображення товарного знаку групу хвилеподібних ліній (рис.4). Для розшифровки модульно-комбінаторного зображення потрібне введення в зображення додаткових елементів. Діяльність по видобутку корисних копалин може бути виражена через трикутні модулі двох кольорів, розміщених в рівносторонньому трикутнику. Це викликає асоціацію з купою сипких матеріалів, але однозначність передаваючого сенсу досягається введенням в зображення ковша екскаватора (рис.5).

Візуалізацію логотипу фірми стільникового зв'язку здійснити можна, асоціюючи його з бджолиними сотами і використовуючи гексагональні модулі (рис.6).

Використовувані в зображенні товарного знаку модулі можуть бути шрифтовими знаками, вписаними у форму модуля (рис. 7)

Якщо розглядати комбінаторику як оптимальне поєднання декількох неоднакових формою елементів, то можливість передачі інформації зображенням товарного знаку значно зростає і діапазон комбінаторних знаків розшириться безмірно. Більшість товарних знаків по своїй формі є поєднання образотворчих елементів або шрифтових знаків в композицію оптимальну для сприйняття і передачі інформації. При цьому широко застосовуються



Рис.7



Рис.8.

різні види симетрії: дзеркальна, поворотна, переносна, осьова. Прикладом осьової симетрії служить зображення товарного знаку фірми MITSUBISHI, утвореного ромбічним модулем, повтореним три рази шляхом повороту навколо осі на  $120^\circ$  (рис.8).

**Висновки.** Приведені приклади демонструють можливості використання модульно-комбінаторних форм при проектуванні товарних знаків. Застосовуючи правішала комбінаторного формоутворення, дизайнер може вирішити проблему передачі інформації про фірму, її продукцію і характер діяльності через зображення товарних знаків. Поведені дослідження потребують узагальнення і розробки рекомендацій по використуванні комбінаторних форм в проектуванні товарних знаків с семантичними властивостями.

#### Литература:

1. Ромат Е.В. Реклама. – СПб: Питер, 2002
2. Божко Ю.Г. Основы архитектоники и комбинаторики формообразования. – Киев. Высшая школа 1991.
3. Победин В.А. Знаки в графическом дизайне. – Харьков: Ранок. Вест., 2001. 96с.
4. Павлинский А.П. Товарный знак. Альбом Л: Худ. РСФСР 1974, 182с.

*Надійшла до редакції 9.04.2009*