

В. К. Шостя

Логотип



ЛОГОТИП (від [лого...](#) і *τύπος* – знак, відбиток) – графічний текстовий символ у визначеній послідовності слів, літер та інших елементів [композиції](#), що представляє конкретний суб'єкт чи об'єкт (територіальне утворення, підприємство, компанію, організацію, заклад, подію, акцію, приватну особу, продукт) і використовується ними для впізнаваності у соціумі. Найдавнішими формами Л. є знаки-клейма для ідентифікації товару й належності його до виробника. В умовах актив. розвитку *ремесел* і *торгівлі* такі знаки використовували для захисту якості товару, розпізнавання, створення репутації виробника. Знаки-клейма разом з об'єктами матеріал. культури відомі від давніх часів у Єгипті, Греції, Київ. Русі (див. [Видавничий знак](#), [Геральдика](#)). Термін «Л.» виник на поч. 19 ст. як синонім до поняття «лігатура» (об'єднання 2–3 знаків друкар. шрифту) і мав вигляд текст. [кліше](#), яке не потрібно щоразу набирати (напр., заголовок газети, рубрики); набув поширення після хвилі підйому [виробництва](#), що зумовило зростання обсягів продукції, [експорту](#) та [конкуренції](#). У 20 ст. Л. називали шрифт. стилізов. накреслення назви, саму назву на позначення власника Л. чи продукту його діяльності. Пізніше і дотепер Л. некоректно називають не лише шрифт. образ, але й [емблему](#). Л. як візитівку і важливий елемент [іміджу](#) компанії використовують власники для ідентифікації своєї діяльності, щоб відрізнитися в рамках однієї галузі, підтримувати усталену високу репутацію у споживача і гарантувати якість продукції. Л. є неодмін. і необхід. елементом реклам. кампаній у ринк. середовищі. Л. виконує функції: фактичну (канал, контакт між носієм і споживачем; напр., вивіски на будинках, таблички офісів), експресивну (візуал. повідомлення призначення компанії, зокрема її ідентичність та характеристики), референтну (інформація про продукт-підсумок характеристики компанії), імпресивну (враження від побаченого, вплив на споживача), поет. (емоц. відчуття, естет. сприйняття), металінгвістичну (інформ. код повідомлення, словесне і символ. сприйняття). Для ефектив. рекламспроможності Л. має бути оригін., лаконіч., асоціат., інформатив., вираз., функціонал., універсал., впізнаваним, а також легко запам'ятовуватися. Графіч. образ (характер шрифту, композиц. й кольор.

вирішення) має відповідати діяльності власника Л., певним культур. традиціям і менталітету споживачів. Типи Л.: 1) текстові (графічне скорочене чи повне накреслення назви) з використанням різноманіт. шрифт. гарнітур чи спеціально розроблених шрифт. знаків; 2) знакові (фірм. буквен. знак); 3) комбіновані (фірм. блок – поєднання Л. і знака-символу). Роботу над Л. розпочинають з дослідж. змісту діяльності замовника, існуючих дизайнер. розробок у галузі. Пошук і точне формування ідеї, вибір шрифту, кольору, роботу з ескіз. варіантами завершують заг. композицією та її частинами. Л. повинен легко прочитуватися на різних носіях і при масштабуванні не втрачати виразності сприйняття. Оригін. ідея у концентров. і вишукано графіч. формі з виправданою кількістю кольорів чи у чорно-білій гамі успішно виконає місію у перенасич. візуал. інформ.-комунікат. просторі. Зареєстров. Л. захищає власника від недобросовіс. конкуренції і дозволяє суд. захист. Для споживача наявність Л. виробника з усталеною репутацією є надій. гарантією якості продукту. Завдяки безупин. конкуренції вже не стільки товарів, а їхніх виробників загострюється справжня боротьба за визнання, авторитет і престиж, за особливу позицію на ринку, власне «обличчя», нематеріал. характеристику – бренд, який неможливо створити без Л. У повсякден. житті Л. допомагають орієнтуватися у сучас. змагал. стосунках та здійснювати свідомий вибір.

Фотоілюстрації



Рекомендована література

1. Лесняк В. И. Акцидентный шрифт: 75 оригинальных шрифтов. Х., 2004;
2. Мітченко В. С. Естетика українського рукописного шрифту. К., 2007;
3. Шостя В. К. Дизайн в інноваційній ідеології пакувальної індустрії // Мат. VII наук.-практ. конф. (21–24 травня 2013, м. Алушта). К., 2013.

Бібліографічний опис:

Логотип / В. К. Шостя // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2016. – Режим доступу:

<https://esu.com.ua/article-56160>

2001-2025 © Ця енциклопедична стаття захищена авторським правом згідно з чинним законодавством України ([докладніше](#)).