

AUTÓEMBLÉMÁK AZ ÁLLATVILÁGBÓL

Dömötör Csaba

*egyetemi docens, Miskolci Egyetem, Gép- és Terméktervezési Intézet
3515 Miskolc, Miskolc-Egyetemváros, e-mail: machdcs@uni-miskolc.hu*

Absztrakt

A természetről másolni hatáseveket és hatáshordozókat vagy akár konkrét formát, konstrukciót, színezetet vagy éppen mintázatot legtöbbször kifizetődő vállalkozás. A régről ismert, így az emberek tudatalattijában gyökerező alakzatok használatával a vásárlók szemében tartósságot sugárzó, bizalmat ébresztő, vagy egyszerűen csak használatra alkalmas és tetszetős forma- illetve színvilágú termékeket tervezhetünk. Ez abban az esetben is igaz, ha a fellelt természeti analógia nem a termékben magában köszön vissza, hanem az azt forgalmazó cég emblémájának meghatározó grafikai eleme. Ez a cikk az autóiipari vállalatok emblémáiban fellelhető természeti motívumokat rendszerezi és bemutatja ezek márkaarculatban betöltött szerepét.

Kulcsszavak: *természeti analógiák, autóiipar, logó, embléma, márkaarculat*

Abstract

Copying principles and functions from nature, or even a particular shape, construction, colouration or pattern is most often a rewarding business. By using shapes that have long been known and thus rooted in human subconsciousness, users can design products that show durability, create confidence or simply be usable and appealing in shape or colour. This is true even if the natural analogy found is not due to the product itself, but to the graphic element of the logo of the company. This article systematizes the natural motifs found in the emblems of the automotive industry and illustrates their effects in branding.

Keywords: *natural analogies, automotive, logo, emblem, branding*

1. Bevezetés

Egy vállalat vagy márka piaci helyzetének szempontjából kiemelt jelentőségű, hogy azt a vásárlók vagy ügyfelek könnyen felismerjék, illetve meg tudják különböztetni a piaci versenytársaktól. Ennek egyik kiváló eszköze a brandet egyértelműen beazonosítani képes, jól felismerhető és megjegyezhető, *egyedi jel*, mely ily módon a márka arculati alapeleme lehet. Ezeknek a marketing szempontból frontvonalban lévő jelvényeknek a jó megválasztása gyakran döntő fontosságú a piaci helyzet megalapozásához. A továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy a természetből adaptált motívumokkal milyen üzeneteket igyekeznek átadni a gyártók.

1.1. Természetközeli design

Az emberiség fejlődéstörténetét vizsgálva megállapítható, hogy az ember jóval több időt töltött a természet közelében, mint attól eltávolodva. Az új impulzusok, társadalmi hatások vagy megváltozott viselkedésformák ellenére ezért ösztönszerűen a felszínre kerülnek az őseink által korábban megszerzett tapasztalatok. Ezzel indokolható az is, hogy például általános figyelemfelkeltésre az egyik

legalkalmasabb választás a sárga-fekete párosítás. Ennek legfőbb oka, hogy kiemelkedő színekontrasztja miatt az élővilág is gyakran felhasználja, mint vizuális jelzést, így lesz a mesterségesen létrehozott tárgyak vagy terek egyik leghatékonyabb figyelemfelkeltő eszköze [5].

Hasonlóan természeti alapelveket vagy jelenségeket követve akár formateranggal, akár egy jól megtervezett emblémán keresztül is lehet különböző tulajdonságokat sugallni. Mivel a jó tervező általánosan a tartalom és a forma összhangjára törekszik, gyakori tervezési szempont, hogy nem elég például áramvonalasnak/gyorsnak/megbízhatónak/strapabírónak lenni, annak is kell látszani. Az emblémák pedig jó eszközei az efféle indirekt közléseknek. Az általuk nonverbális úton átadott üzenet pedig úgy juthat el a vásárlóig, mintha ez az ő saját önálló felismerése lenne, így az benne jó eséllyel megkérdőjelezhetetlen információként fog lecsapódni.

1.2. Természetközeli autóemlékek csoportosítása

Az autógyártók többsége nagy múltra visszatekintő cégcsoport részeként működik, így sok esetben egy-egy márka emblémája a tulajdonviszonyokat, a piacot, a divatot vagy éppen a felhasználói igényeket követve több változáson is átesett már napjainkig. Ezek a változások legtöbb esetben megtartják a fő motívumokat, de néhány esetben radikálisan új dizájnt hoznak. Jelen cikk többségében napjaink aktuális autóemlékeit dolgozza fel, de néhány – főleg magyar vonatkozású esetben – visszatekint az elmúlt idők emlékeire is. Az természetből adaptált emblémák csoportosítására több lehetőség is kínálkozik, de esetünkben a fő formai elem, mint meghatározó motívum jelenti a besorolási szempontot.

Jelen cikk alaptémáját a természetben fellelhető motívumokat alkalmazó autóemlékek adják. Ezeket közelebbről megvizsgálva a 2. fejezetben részletesen ismertetett kategóriák alkothatók. Ezek között jellemzően az állatvilágból származó analógiákkal találkozhatunk, de az autógyártás történetében rendszeresen visszatérő motívum volt a jellegzetes, masszív, fényes leveleiről ismert növényből, vagyis a babérágakból font koszorú is. Az állatvilágból származó gyakori példák között említhetjük repüléshez kapcsolódó szárnyakat és madarakat, de kiemelt szerep jut a közlekedésben jól bevált lovaknak is. Gyakran alkalmaznak a gyártók ragadozókat, de a mitológiai lényekre is több példát találunk. A növényevő állatok közül a kérődzőkre utaló motívumok alkotnak még egy nagyobb halmazt, míg a sort a csúszómászók kategóriája zárja.

2. Természetes szimbólumok

Mielőtt részletesebben megvizsgálánk a felsorolt csoportokat érdemes számba venni a téma magyar vonatkozásait is. Hazánk a saját fejlesztésű és nagy szériás személyautógyártás terén sosem jutott világpiacon szerephez, viszont kiemelkedő gazdasági eredményeket értünk el a teherautó és buszgyártás szegmensében, ahol a hazai ipar legfontosabb szereplői a *Ganz*, a *Rába* és az *Ikarus* voltak.

A téma kapcsán meg lehet említeni a **Puli** kétülékes műanyag karosszériás városi kisautót (*1.a ábra*), amit 1986 és 1998 között gyártott a hódmezővásárhelyi *Hódgép* [6]. Ugyanígy magyar fejlesztésű és gyártású a 2012-ben bemutatott **Komondor** (*1.b ábra*), ami a *Gamma Műszaki Zrt.* könnyű-páncélvédelemmel rendelkező katonai vegyi-felderítő járműve [7]. Kapcsolópontot jelent, hogy mindkét jármű esetén ősi magyar kutyafajtát választottak névadóként, miközben a kutya más gyártók emblémáiban, márka vagy típusneveiben kifejezetten ritkán szerepel, holott ezek az állatok a hűség, odaadás, erő és kitartás szimbólumai.



1. ábra. A magyar Puli kisautó (a) és Komondor katonai terepjáró (b)

2.1. Növények

Az autóemlékek területén a növényvilág arányában jóval kevesebb példát szolgáltat, de van egy motívum, amit több gyártó is előszeretettel alkalmazott már jelvényeiben. Ez pedig a babér, ami azonban nem természetes állapotában hordoz számunkra üzenetet, hanem egy ember által alkotott, győzelmet és dicsőséget szimbolizáló tárgyban. Ez az örökzöld növényből fonott koszorú már az ókori görögök óta a hervadhatatlan érdemek jutalma. Érdekes, hogy az ilyen fejdiszket földrajzi adottságoktól függően helyenként készítették mandulafenyőből, zellerből vagy olajágból is.



2. ábra. A dicsőség koszorúval övezett márkajelzések

Az autóversenyeken elért győzelmek kiemelkedő reklámértéke miatt a győzelmi koszorú használata az autózás kezdetén jóval népszerűbb volt, aztán lassan kikopott a használatból. Ennek megfelelően a 2. ábrán bemutatott márkajelzések közül jelenleg egyik sem aktuális emblémája az adott gyártónak. Ezek közül az eltűnésük fordított sorrendjében elsőként szereplő **Cadillac** embléma a legfiatalabb, amiről egyébként 2014-ben tűnt el a babérkoszorú.

2.2. Szárnyak, madarak

Minden idők leggyakrabban használt szimbólumai a szárnyak, melyek a gyártó magasságok felé való törekvését mutatják. Sokszor csak keretbe foglalnak egy központi feliratot vagy alakzatot, máskor viszont ők maguk jelentik a fő motívumot. A 3. ábrán látható, hogy esetenként az embléma már-már anatómiai pontossággal követi a szárny alakját, de többségében csak stilizált módon jelenik meg.

A 3. ábrán balról jobbra és fentről lefelé haladva elsőként a brit **Bentley** szárnyas „B” betűjének részletgazdag kidolgozásában az is megfigyelhető, hogy egyedülálló módon itt a madarak faroktollai is megjelennek. A gyártó kommunikációja szerint egyébként a madárszárnyakkal a sebességet és a függetlenséget kívánják szimbolizálni. Sokkal inkább szimbolikus a **Mazda** logója (3.b ábra), amiben a márkanév "M" betűje fedezhető fel, de a belül látható "V" alak egy távolban repülő madár sziluettjét

idézi, ami a vállalat szárnyainak kitérését szimbolizálja a jövő irányába. Az embléma egyúttal a márkára jellemző kreativitást, küldetésudatot és vitalitást is hivatott megjeleníteni. A sorban következő **Mini** szárnyaló keréktárcsa-motívuma önmagában is beszédes autóipari utalás, ami eredetileg a **Morris** emblémákban tűnt fel, de a mai napig használják. A 3.d-e ábrák a **Hyundai** egy-egy típusának egyedi azonosító plakettjei. Az első egy lekerekített trapézban szárnypárt, illetve szárnyaló madarat ábrázoló embléma kizárólag a gyártó **Equus** típusnéven futó luxusautóin jelenik meg, ahogyan a **Genesis** névre keresztelt prémium márkájának típusait is egyedi jelzéssel látja el a koreai vállalat.

Az 3.f és 3.h ábra két brit autógyár logóit mutatja. A legendás és sikeres **Aston Martin** ugyanúgy szárnyakkal övezi a logóját, mint az egyedi, régi stílusú, de modern műszaki megoldásokat használó autót építő **Morgan**. Középen a 3.g ábrán a magyar **Ikarus** autóbuszok régi logója látható, alsó részén szárny motívummal, ami a névadó Ikaroszt idézi, hiszen a görög mitológia szerint ő volt az első ember, aki repült. Megtestesítette az újdonság iránti nyitottságot, az emberi nagyratörés vágyát, a félelem leküzdését és azt a gondolatot, hogy az emberi találékonyság csodákra képes. De ugyanakkor Ikarosz a lázadás, a szófogadatlanság és a kíváncsiság szinonimája is lett, mely tulajdonságok egy innovatív gyártót sokszor visznek előre.



3. ábra. Szárny motívum használata autóemblémákon

Az 3. ábra harmadik sorában kínai gyártók emblémáit találjuk. Az öt vörös gyémántból formázott szárnyaló madár sziluett a főként egyterű autók gyártására szakosodott **SAIC Wuling** Automobile jelképe, mely mára a General Motors csoport tagja. Az aszimmetrikus szárnyas 1-es embléma Kína 1953-ban alapított legnagyobb teherautó gyártójának, a **Jiefang – FAW** csoportnak gyártmányait jelöli. Végül az egyik legsikeresebb kínai gyártó a **Geely** tulajdonában álló **LEVC** (London Electric Vehicle Company) lófejet körülvevő szárnyas emblémája következik, ami nem egyértelműen pegazus, inkább a szárnyalást és nemességet kívánja önmagába ötvözni. A vállalat a londoni elektromos taxik gyártásáról tárgyalt a brit kormányzattal, bár ezen járművek elterjedése még várat magára. Viszont az anyacég szerteágazó ambícióit ismerve – a WTCR-ben is eredményesen versenyeznek – nem zárható ki, hogy Londonban hamarosan egyre több ilyen autó segíti majd a levegőszennyezés visszaszorítását.

Formája miatt átmenetet képez a szárnymotívumok és a madáralakok között a **Jeep** márka 4.a ábrán bemutatott **Trailhawk** felszereltségű modelljein megjelenő sólyom emblémája. A kiváló

látásáról is ismert, égbolton köröző ragadozómadár sziluettje azt közli a felhasználóval, hogy nyugodtan elindulhat bármilyen terepen, mert meg fogja találni a megfelelő ösvényt, amin a márka jelenleg kapható legjobb terepképességekkel rendelkező modellje biztosan elboldogul majd.

Látható tehát, hogy kizárólag szárnyak ábrázolása helyett a teljes madár képe is megjelenhet az emblémákon. Az üzenet hasonló az előzőekhez, de az ilyen jelvények már a madarak által megtestesített aerodinamikus szépséget és funkcionalitást is közvetítik. Gyakori a sas, mint szimbólum. Ez a madarak, valamint a levegő és égbolt királyának tekintett ragadozó a bátorság, határozottság, erő és nagyság üzenetét hordozza. Ugyanígy a vándorsólyom is népszerű választás a szupersportautó gyártók körében, ami nem véletlen. Vadászat közbeni kontrolált zuhanásakor 400 km/h feletti csúcsebességet képes elérni, amivel a Föld leggyorsabb állatának számít.

Az új-zélandi **Saker Sports Cars** vállalat régi logója még zuhanórepülésben ábrázolta a vándorsólymot, amivel sokkal inkább kifejezte a sebességet, de a jelenlegi dinamikus vonalvezetésű sólyomfej is kifejezetten áramvonalas hatást kelt. A **Rossion** amerikai és az **Arash** brit szupersportautókon egy prédájára lecsapó vadászsólyom képe üzeni a járművek formatervében is közvetített agresszív megjelenést. Az **Isdera** (*Ingenieurbüro für Styling, Design und Racing*) német cég egyedi építésű sportautóinak logóján hasonlóan vadászat közben, viszont már egy sas látható világoskék mezőben.



4. ábra. Madárábrázolások autóemlékekön

Eagle márkanéven, sas fejét ábrázoló emblémával értékesített személyautókat a *Chrysler*, de ezen autók forgalmazása már megszűnt. Ugyanígy 2007-ben befejeződött a gyártása a **Toyota MR2** típusnevű, kétüléses közép motoros sportautójának, ami a 4. g ábrán szereplő egyedi emblémát viselte. A Toyota közleménye szerint ez egy „madár, ami az evolúción át létrejött aerodinamikus szépséget reprezentálja”, de a tulajdonosok ironikusan csak „visító csirkének” titulálják a motívumot. A régi jelvények sorában érdemes még megemlíteni a hazánkban régóta jól ismert **Dacia** 1978-ig viselt logóját, ami Románia hagyományos jelképét és címerállatát, vagyis egy kitért szárnyú sást ábrázol. A pajzs tetején olvasható UAP mozaikszó az „Uzina de Autoturisme Pitesti” vagyis *Pitesti Autógyár* rövidítése.

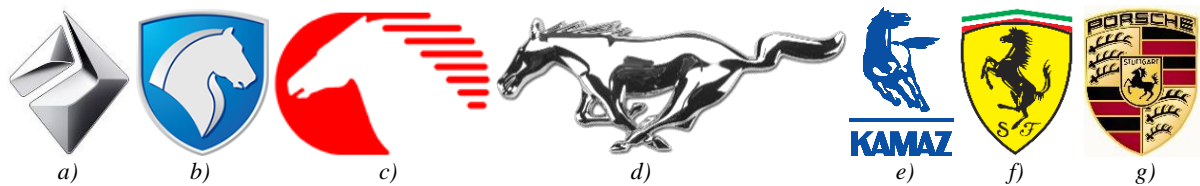
2.3. Lovak

Szintén gyakran használt autóiipari jelkép a ló. Az ezekben a nemes állatokban megtestesülő tulajdonságok legtöbbször pozitív érzéseket váltanak ki és mindemellett szorosán kötődnek az emberiség korai és jelenlegi mobilizációjához is. A vadlovakhoz kapcsolódik a szabadság érzése, valamint az erő,

sebesség és dinamizmus is eszünkbe juthat róluk. Az igavonó fajták leginkább a kitartásukról ismertek, de minden ló sajátja az erős jellem is. Mindezek olyan jellemzők, melyeket egy autótól is elvár a vásárló, tehát marketing szempontból jó választás már az emblémával is ezeket ígérni.

A 3.k ábrán már láthattuk a lovat, mint szimbólumot, de egy másik kínai gyártó, a GM csoportba tartozó **Baojun** szintén ennek az állatnak a stilizált képét használja autóián (5.a ábra). A 2019-ben bevezetett gyémántot formázó rombuszalakba integrált lófej eredetileg jóval realiztikusabb ábrázolással egy pajzson szerepelt, hasonlóan az **IKCO** nevű iráni gyártó jelenlegi emblémájához. A lovagok korszakából ismert pajzssal az állat nemessége még hangsúlyosabb.

A piros alapon fehér lófej az indiai **Eicher** motorkerékpár és teherautógyár emblémája (5.c ábra), mely grafikai elemeivel lobogó lósörényt idézve sugall lendületet. Nyomatékosabban utal a sebességre az egyik legismertebb lovas autóemlék, amit a **Ford Motor Company Mustang** névre keresztelt izomautóián találunk. Már a nevet is az Észak-Amerikába behozott spanyol lovak elvadult utódjának tekinthető kistestű, erős testfelépítésű lófajtától kölcsönözték, amit a jól megjegyezhető vágázó lóalak is szemléltet (5.d ábra). Hasonlóan futó lovat jelenít meg a világ egyik legjelentősebb nehéz-tehergépkocsi-gyártójának logója is. A **Kamaz** gyártmányain a mezőn futó lóval az autói erősségét és mozgékonyágát kívánják kiemelni. A nemzetközi piacon elismert és például a Dakar-rallye kihívásain is sikeres gyártó Oroszország legnagyobb járműipari vállalata.



5. ábra. Lovak megjelenítése az autók emblémáin

Még inkább az erő és dinamizmus dominál egy ágaskodó ló látványában. Nem véletlen tehát, hogy a **Ferrari** olasz nemzeti színekkel díszített és **Enzo Ferrari** szülővárosának, Modenának sárga színét viselő pajzsán is egy ilyen magabiztosságot sugárzó állat szerepel (5.f ábra). Mindez **Baracca** első világháborús olasz pilóta emlékét idézi, aki mindig egy fekete ágaskodó lovat festetett repülőgépe oldalára [1]. A „szerencsét hozó” jelkép meglehetősen hasonlít a **Porsche** sportkocsik emblémájának közepét díszítő és eredetileg a gyártó székhelyének, Stuttgart városának címerében szereplő ágaskodó lófigurára, mely testtartásával az előre rugaszkodást fejezik ki. A pajzson látható stilizált szarvasagancsok pedig a történelmi Baden-Württemberg tartomány címerállataira utalnak, ahogyan a vörös és a fekete sávok is ezen tartomány hagyományos színei [1]. Összességében megállapítható, hogy a lovak nemcsak az önmagukban hordozott üzenet lévén, de az ősi címerekben megnyilvánuló történelmi jelentőségük folytán is fontos jelképei lettek az autógyártóknak.

2.4. Ragadozók

A lovakkal ellentétben a ragadozó állatok legtöbb esetben nem kifejezetten együttműködő partnereink. Hatékony vadász-készségük és intelligenciájuk miatt viszont mindig is tisztelet övezte az emberre is veszélyes nagymacskákat vagy éppen farkasokat. A ragadozókra egységesen jellemző az irányítás-készsége, az uralom akár erőszakos megszerzése. Magabiztos kiállásuk példája ősi, vad ösztönöket hívhat elő az emberben is. Ha a történelem során bárki birtokolni és irányítani tudta őket, arról már-már földöntúli erőt feltételeztek szemlélőik. Emiatt is váltak a magabiztosság és hatalom jelképeivé. Az oroszlánoknak ezen felül is kiemelt szerep jut, hiszen már az alacsony frekvenciás infra

hangtartományokat tartalmazó morgásuk és üvöltésük is tekintélyt parancsol. Mindemellett a dús sörényű hímek sziluettje régi királyi jelkép is.

A talán legismertebb oroszlános autójelvényt a **Peugeot** gyártmányain találjuk (6.a ábra). A heraldikából visszaköszönő és a címertan normáit betartva balra néző két lábon álló állat ebben a testhelyzetben már szinte emberi alakot ölt. Bár ez az embléma is többször változott 1850-es megjelenése óta, jelentése ugyanaz maradt. A cég első székhelyének tartományi címeréből származó tradicionális megjelenésével minőséget, megbízhatóságot, hosszú élettartamot fejeznek ki általa. Ehhez hasonlít a **General Motors** ausztrál **Holden** márkájának emblémájában található kereket tartó üvöltő oroszlán (6.b ábra). Egy ősi fabula szerint a kerék, mint találmány ötlete az oroszlánok megfigyeléséből származik, midőn azok mancsaikkal sziklákat görgettek. Az **MAN** (M.A.N.: *Maschinenfabrik Augsburg-Nürnberg*) járművek hűtőrácsának díszé esetén az üzenet már jóval világosabb: „Erős, mint egy oroszlán” (6.c ábra). A stilizált braunschweigi oroszlánt, ami eredetileg Henrik szász herceg címerállata volt, a 70-es évek elején beolvasztott **Büssing** cég 1913-ban használta először teherautóin.



6. ábra. Ragadozók

A sportosan elegáns autóiról ismert **Jaguar** agresszívebb üzenettel inspirálja a vásárlót, ugyanis már a Dél- és Közép-Amerika őslakosaitól eredő szó jelentése is: „ami egy ugrással leterít”. A támadó jaguárt ábrázoló szimbólum ezt az érzést szavak nélkül is egyértelműen magában hordozza (6.d ábra). A nagymacskáknál maradván a 6.e-f-g ábrákon három egymáshoz nagyon hasonló embléma követi egymást. A malajziai **Proton** autóin egy üvöltő maláj tigris látható, a dél-koreai **Spirra** super-sportautók emblémájának fő motívumát egyszerűen csak háromszögben ordító nagymacskafejként azonosítják, míg a **9ff** nevű, Porsche sportautók átépítésére specializálódott német tuning cég fekete pajzson arany macskát alkalmaz átépített autóin. Az érintett cégek esetén nem kell egymás kölcsönös és tudatos másolására gondolni. Inkább a legtöbbünk által a házi macskáktól is jól ismert jellemző tulajdonságok miatt használ több vállalat is ilyen jelképeket. **Chrysler**, **Dodge** és **Jeep** autók gyári teljesítményfokozásával foglalkozik a **Fiat Chrysler Automobiles** csoport **Street & Racing Technology** részlege. Az **SRT** jelzéssel felül a 6.h ábrán látható egyedi logóval is jelzik, ha **Hellcat** motort építettek az adott járműbe.

A ragadozókon belül maradván, de a macskafélék családjáról áttérve a kutyafélékre már jóval szűkebb a lista. Ez már csak azért is meglepő, mert a kutyákhoz leggyakrabban társított tulajdonság a hűség, ami egy autó esetén is pozitív érték lehet. A legismertebb vad kutyaféle a farkas viszont a ragadozók által képviselt minden tulajdonságot magában hordozza, de emellett a csapatszellem, a fegyelem és rendezettség fogalmai is köthető hozzájuk. Az ókori mondavilágban is szerepet kaptak,

mivel a Rómát később alapító *Romulust* és *Remust* egy nőstényfarkas táplálta. Épp ezt a farkast választotta jelképének az egyedi autót készítő modenai székhelyű olasz *Cizeta* autóépítő műhely [8]. A brazil, *Audi* motoros, üvegszálás karosszériájú sportkocsikat gyártó *Lobini* logójában viszont sokkal jobban felismerhető a farkasfej, aminek éles vonalai az agressziót tükrözik, szűk szemnyílása pedig felidézi a farkasokat övező misztériumokat.

A valódi, megszelídített kutya motívuma még ennél is ritkább. Próbálkozásként említhető meg az 1927-es *Lincoln* autókon rövid időre feltűnő ugró agár, ami a sebességet, kitartást és szépséget idézte, viszont semmilyen hatást nem gyakorolt a márka későbbi emblémáira. A legismertebb ma is létező kutyás autólógó az amerikai *Mack* teherautók jelképe a gazdája parancsát váró, cselekvésre kész testtartásban ábrázolt bulldoggal (6.k ábra). Csak érdekességként szerepel 6.1 ábrán a *Caterpillar* munkagépek rövidített logója, ami miatt az építőiparban „cat” azaz macska néven emlegetik. A névadó azonban egy egészen más állat, ugyanis a cég alapítója, Benjamin Holt volt a "hernyótalpas" traktor feltalálója így innen ered a "caterpillar" elnevezés, hiszen a szó angolul hernyót jelent. A *Bobcat* viszont a márkanév eredeti jelentését tekintve és a logó fő motívumát nézve is amerikai hiúzot ábrázol.

2.5. Mitológiai lények

A mondák, mítoszok és mesék lényei mindig egy vagy több állat testfelépítését ötvözik azzal a céllal, hogy valós élőlények valamely tulajdonságát felerősítsék vagy egyesítsék. Ilyen a griff is, amit minden teremtmény urának, az isteni hatalom jelképének tekintettek. Az állatok királyának oroszlán testével és a levegő urának mondott sas fejével és szárnyaival felvértezve lesz belőle a felemelkedett erőt megtestesítő szárnyaló oroszlán. Egyes vélekedések szerint a griff a mitológiai lények körében egyfajta sárkány hibrid, mert zoomorf vagyis állat alkatú.

Az uralmi hatást tovább fokozza a koronás griff-fej a svéd *Saab* és *Scania* logóin (7.a-b ábra). Előbbi a személygépkocsi utóbbi pedig a teherautó üzletág neve, de az embléma fő motívuma teljesen megegyezik. A 90-es évektől az *Opel* jobb kormányos változatai a tulajdonos *GM* egyedi üzletpolitikája miatt az általános autóiipari gyakorlattól eltérően azonos típusmegnevezésekkel, de eltérő márkanév alatt kerülnek forgalomba (7.c ábra). A korábban független gyártó a *Vauxhall* márkajelzésén egy „V” betűs zászlót tartó griff szerepel, ami arra utal, hogy a cég gyártmányai olyan kincsek, mint amiket ezek a misztikus lények mindig is őriztek. A német alapítású *Gumpert* szupersportkocsikat gyártó cég jelvénye még dinamikusabb formában, felszálláshoz való elrugaszkodás közben hátsó lábain álló griffmadarat ábrázol. Az ő olvasatukban az egyediség mellett autók ezen mitikus lény fékezhetetlenségét és erejét idézik. Márpedig a legendák szerint hatalomban és agilitásban kevesen tudnak versenyre kelni egy griffel.



7. ábra. Griffek és sárkányok

Hasonlóan viszonyul az emberiség a sárkányokhoz, amiknek a Távols-Keleten van igazán nagy kultusza. A sárkány legtöbbször hatalmas teremtő erővel bíró pozitív lény, ami képviseli a bölcsességet és a védelmet is. Magába foglalja az összes őselemet, sőt egyes megközelítések szerint a sárkány maga a természet. Nem meglepő tehát, hogy Dél-Korea legrégebbi autógyártója, a *Ssangyong* logójában is feltűnik. Már maga a márkanév is ikersárkányt jelent, az embléma pedig az égbe

emelkedő két összefonódó sárkány stilizált ábrázolása (7.e ábra). Ennél egyértelműbb sárkánymotívum található a *Toyota Celica* sportautóinak első két generációján. Bár egyes autótulajdonosok szerint egy sárkány-árbócos viking hajót mintáz a jelvény (7.f ábra). Ennek ellentmond, hogy nem tudunk viking kapcsolatokról a japán nép történelmében, viszont kultúrájukban a sárkányok kiemelt helyet foglalnak el. A 7.g ábrán egy úgyszintén többféle értelmezéssel bíró, de történetét tekintve mégis lekövethetőbb embléma látható. Az olasz *Alfa Romeo* jelvényének zöld lénye helyenként kígyó, máshol sárkány, de talán a koronás, sárkányfejű kígyó áll legközelebb a valósághoz. A félreértésre az alapul vett történelmi téma ad magyarázatot, mivel maga a sárkány a várost a 14. században irányító Visconti család címeréből származik, ami többszöri átértelmezésen esett át az idők folyamán. A kevésbé tájékozott fogyasztók talán ezért is többnyire lángnyelveket lövellő szörnyet látnak az emblémán, holott az egy sárkány szájából megtisztulva kiszabaduló új embert szimbolizál. A gyártó milánói kötődését mutatja székhelyének szimbóluma, a piros kereszt is.

2.6. Kérődzők

Ezen alkategória elnevezése furcsának tűnhet, de ez azért van, mert maga a csoport is az. Növényevőkkel már találkoztunk a lovak esetében, ahol a kötődés az emberhez, a szabadság és a sebesség volt az emblémák legfőbb szimbolikája. A kérődzők csoportjára ez már nem mondható el. Az ide sorolt állatok ebben a megközelítésben közelebb állnak a ragadozókhöz, hiszen ugyanúgy a vadtság és a zabolázatlan erő megtettesítői.



8. ábra. Kérődzők, az ösvények királyai

A 8.a ábra a korábban *Dodge* autókön látható emblémát mutatja. Napjainkban a *Chrysler* csoport 2010-es átszervezésével önálló márkává vált **RAM** gyártmányok kapják kizárólag ezt a kosfej szimbólumot. Maga a szójáték is találó ezeknél a robosztus pick-up-oknál. Hiszen mi jut az eszünkbe, ha szembe jön az ösvények királya, egy kos (angolul: ram)? Az, hogy „kitérni” (angolul: dodge). Szavak nélkül is ezt közvetíti a pajzson elhelyezett, tiszteletet követelő térbeli kos fej. Ugyanezt az erős dominanciát képviselik a bikák is. A legismertebb ilyen autós embléma a **Lamborghini** sportkocsikon öklelni készülő, feldühödött arany bika, ami szintén jó választásnak tűnik, hiszen éppen ezt az érzést várják a vásárlók is egy drága, nagy teljesítményű járműtől. Az olasz cég egyébként eredetileg traktorokat gyártott, így a mezőgazdaságban tevékenykedő vásárlóitól az alapító *Ferruccio Lamborghini* jól ismerte a bikák általános természetét. A márkajelzésen viszont egy konkrét állat, Murciélagó képe szerepel, hiszen ez a legendás bika 1879-ben egy viadalon 24 kardszúrást élt túl, és ezzel az erő meghatározó szimbóluma lett. A szintén olasz alapítású, de történetét tekintve több nemzethez is köthető **Intermeccanica** ágaskodó bika motívumát jelenleg az elektromos törpeautókat gyártó kanadai *Meccanica* utódvállalat birtokolja és használja. Marketing-kommunikációjukban ez a cég tradíciójából származó büszkeséget jelképezi. A bikaviadalokhoz legközelebb a spanyolok állnak, így nem meglepő, hogy a luxus sportkocsik építésével foglalkozó **Tauro** logóján is egy célpontját kiszemelő, támadni készülő bika sziluettje szerepel.

A vad és támadó kérődzőkkel szemben sokkal inkább a méltóságteljeséget, fenséget és érettséget szimbolizálja a szarvasbika. A számos kultúrában – köztük a magyar mondavilágban is – fontos jelentéstartalommal bíró állat egyszerre testesíti meg az idő periodicitását és a megújulást, a jóságot, a kiforrottságot vagy helyenként magát a férfiasságot is, míg a keleti népeknél egyet jelent a jóléttel és hosszú élettel. A 2.3 alfejezet 5.g ábráján már említettük a szarvasagancsokat a *Porsche* esetében, ahol az mindössze csak egy utalás a cég székhelyére. A **GAZ** (*Gorkovsky Avtomobilny Zavod*) orosz autógyár esetében azonban már egy büszkén álló szarvasbika sziluettje adja a logó főmotívumát. A vállalat ez esetben is az állat tartásából sugárzó erőt vonatkoztatja pl. *Ford* licenz alapú gyártmányaira. Érdekes, hogy a haszongépjárműveinek márkaneve **GAZelle**, ami szintén egy párosujjú patás faj megnevezése. De nem ez az egyetlen antilopfaj, ami meghihette a gyártókat. A *Chevrolet Impala* névválasztásával és a 8.f ábrán bemutatott egyedi emblémájával is az afrikai impalák mozgására jellemző kecsességet, dinamizmust és gyorsulást sugallja.

2.7. Csúszómászók

Az utolsó nagy csoportba sorolható minden olyan állat, ami nem fért bele az előzőek egyikébe sem. Legtöbbször ezek az élőlények nem tartoznak az emberek kedvencei közé, viszont egyes tulajdonságaik miatt a csodálat, félelem vagy kíváncsiság érzését keltik a szemlélőben. Itt is érdemes megemlíteni, hogy például egy teljes autókategória viseli az ízeltlábúak törzsébe sorolható pókok rendjének elnevezését. A gyártónként, de olykor még azon belül is eltérő fonetikával használt *Spider* vagy *Spyder* nevet használják a könnyű, kétüléses, nyitott sportautók típus-megnevezéseként. Vagyis a hagyományos zárt karosszériás sportkocsik nyitható tetős változatai gyakran kapják ezt a megkülönböztető jelzést. Az alap gondolat onnan eredhet, hogy ezen járművek rossz időjárás esetén felkerülő tetői ezeket a kisutókat egyesek szemében a pókhoz hasonlónak teszik.

A hivatalos gyári emblémáknál maradván a kígyó említhető, mint olyan visszatérő motívum, ami többször megjelenik, holott a kígyó legtöbbször negatív figura. A világ egészére kiható keresztény kultúrkörben például a csábítást szimbolizálja. Ehhez kötődően vált a végzet megtestesítőjévé, míg helyenként az örök igazság üzenethordozója. A kígyóméreg gyógyításban betöltött szerepe miatt viszont a kígyók egyben a bölcsesség és tudomány nemzetközileg ismert szimbólumai is.

A 9.a ábra szolgáltatja az első konkrét példát. A *Dodge Viper* emblémáján ugyanis a sportautó névadója, egy vipera képe jelenik meg. A viperafélék családja egy meglehetősen sok fajt tömörítő csoport, számos emberre is veszélyes mérgű változattal. Emiatt a név világszerte ismert, így kiváló „reklámarca” lehet egy versenypályákon is bizonyítani képes, „felhúzott” sportkocsinak. A 9.b ábrán már a *Shelby American* vállalat által feltuningolt szériaautók nagy teljesítményű sportautóin megjelenő kobra embléma látható. A főként *Ford Motor Company* gyártmányok teljesítményfokozásával foglalkozó cég első munkája az *AC Cobra* volt. Ezen roadster sikereit viszi tovább a szétterpesztett nyaki lebenyével figyelmet követelő, sokak szerint az állatvilág legkülönlegesebb kígyóját mintázó embléma.



9. ábra. Hüllők és ízeltlábúak az autóemlékéken

A kígyók mellett az ízeltlábúak is képviseltetik magukat az autóemlékeken. Ismét egy méreggel rendelkező állat szolgáltatja az alapot a *Fiat* tuninggal foglalkozó **Abarth** cég pajzs alakú logóján. A sárga és vörös szín mellett a jól felismerhető részletességgel ábrázolt fekete skorpió is a még hangsúlyosabb figyelemfelkeltés szolgálja. A különleges testfelépítésű skorpió egyet jelent az egyediséggel és a veszéllyel. Azt üzeni, hogy minden porcikája harcra teremt. Az emléke *Karl* (később *Carlo*) *Abarth* születési csillagjegyéből származik, de az egyértelmű marketing értelmezés sem marad el. Az *Abarth* gépkocsik jól kezelhetőek, erőteljesek és nagyteljesítményűek kell legyenek, de mindenekelőtt kisméretűek és "rosszak", mint egy skorpió.

Végül egy gerinces állat is képviselteti magát ebben a kategóriában. Teljesen tudatosan választotta a **Wiesmann** német egyedi sportautógyártó jelképéül a gekkót. Ezen a gyíkok alrendjébe sorolható család tagjainak mozgásához közismerten kötődik az egyedülálló tapadás és jó manőverezés. A gyártó éppen ezt ígéri. Vállalásuk, hogy autóik képesek extrém gyorsan mozogni bármilyen felületen, hiszen „A *Wiesmann* autói tapadnak az úthoz”, ezért jól irányíthatók nagy sebességnél is.

3. Összefoglalás

A márkajelek legfontosabb feladata, hogy értéket közvetítsenek. Összességében elmondható, hogy a természetből átemelt figurákkal felidézhetjük az ahhoz társított kollektív tudást. Legtöbb esetben az ilyen motívumok ismerősnek hatnak és időtállóságot sugallnak és ezzel is a megbízhatóság érzetét keltik. Ezek a tulajdonságok a vásárlók szemében mindig fontos szempontok lesznek, tehát a természet felidézése marketing szempontból is célravezető, hiszen egyrészt segíti a kívánt üzenet átadását, másrészt pedig javítja az emléke megjegyezhetőségét is.

4. Köszönetnyilvánítás

A cikkben ismertetett kutatómunka az EFOP-3.6.1-16-2016-00011 jelű „Fiatalodó és Megújuló Egyetem – Innovatív Tudásváros – a Miskolci Egyetem intelligens szakosodást szolgáló intézményi fejlesztése” projekt részeként – a Széchenyi 2020 keretében – az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

Irodalomjegyzék

- [1] Heptinstall, S.: *Car Marques: A Graphic Guide to Automotive Logos and Emblems*, Motorbooks, 2018, ISBN: 0760362457
- [2] Wheeler, A.: *Designing Brand Identity*, John Wiley & Sons, Inc. 2009, ISBN 0470401422
- [3] Budelmann, K.: *Brand Identity Essentials*, Rockport Publishers, 2010, ISBN: 1592535781
- [4] Orgoványi, G.: *Design és tipográfiai alapok*, Tervezőgrafika II. tananyag, 2010
http://centroszet.hu/tananyag/tervgrafika2/212_a_renault_log_trtnete.html
- [5] Dömötör, Cs., Péter, J.: *Természeti elvek az analógia alapú tervezésben*, GÉP, Vol. 63, No. 12., ISSN 00168572, Miskolc, 2012. november, pp. 29-32.
- [6] Négyesi, P.: *Autóépítés Magyarországon 1945-1990*, 2011, ISBN: 978-9630977012, www.magyarjarmu.hu
- [7] MTI - Itt vannak a Komondorok, az új magyar harcjárművek, HVG Kiadó, 2015. október. 14., EPA-00332 https://hvg.hu/itthon/20151014_Itt_a_Komondor_az_uj_magyar_harcjarmu__f
- [8] <https://cizetaautomobile.com/supercar/>[8]
- [9] <https://listcarbrands.com>
- [10] <http://automarkak.theboard.hu/auto-emblemak>