

GRYF, MELONIK I LASECZKA...

SZYMON JEŹ

SKĄD SIĘ
WZIĘŁO

LOGO?

Niektórzy wyolbrzymiają, większość bagatelizuje znaczenie loga. Jednak zwykle kryje się za nim dużo więcej znaczeń i wątków niż widać na pierwszy rzut oka. Nie inaczej jest z gryfem w logu „Szczecinera”. Gdy powstawało, co chwilę pojawiała się jakaś ciekawa historia, która dodawała mu życia.

Ewolucja
szczecinerowego
gryfa.



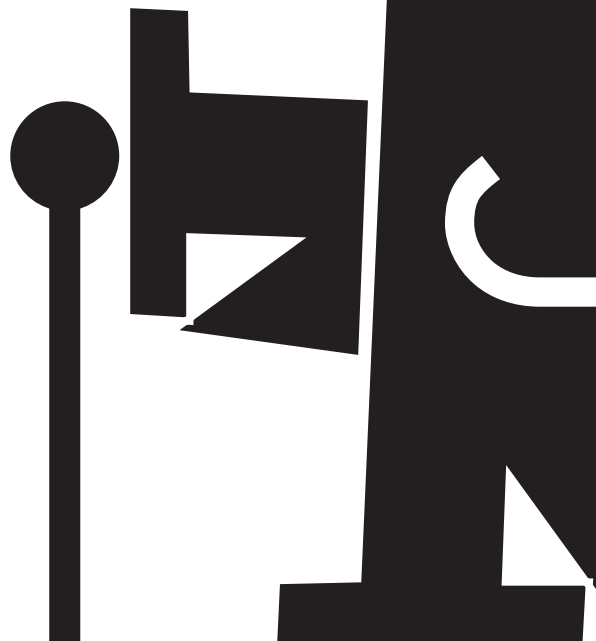


Logo firmy Rückforth przy ul. Kolumba.

Znaczenie tytułu zostało wyjaśnione przy okazji premiery pierwszego numeru czasopisma, teraz przyszedł czas na objaśnienie symbolu graficznego. Znaczenie tego znaku, a właściwie zbiór znaczeń, kryje się w procesie jego powstawania.

Decydując się na zmianę koncepcji i nazwy Rocznika Miłośników Dawnego Szczecina, od samego początku wiedzieliśmy, że nowe logo musi odwoływać się do herbu miasta. To historyczny symbol, który funkcjonuje i współcześnie – znak zakorzeniony i nowoczesny zarazem. Nowe logo miało być proste graficznie, łatwe do przedstawienia, wyraźne. Wybór nowej nazwy był bardzo szybki. Wybór loga trwał dłużej. W końcu trafiliśmy na coś, co było punktem wyjścia do dalszych opracowań.

Pierwszą inspiracją był gryf znajdujący się na elewacji budynku przy ul. Kolumba. Jego zdjęcie znalazłem przygotowując do druku przewodnik po Szczecinie. Nigdy wcześniej go nie dostrzegalem, mimo że przejeżdżałem w sąsiedztwie wiele razy. Ale gryf w koronie nie był do końca tym, o co nam chodziło. Zaczęliśmy znak modyfikować, chcieliśmy odjąć mu oficjalności i majestatu herbowego, a dodać odrobinę „ludzkiego charakteru”.



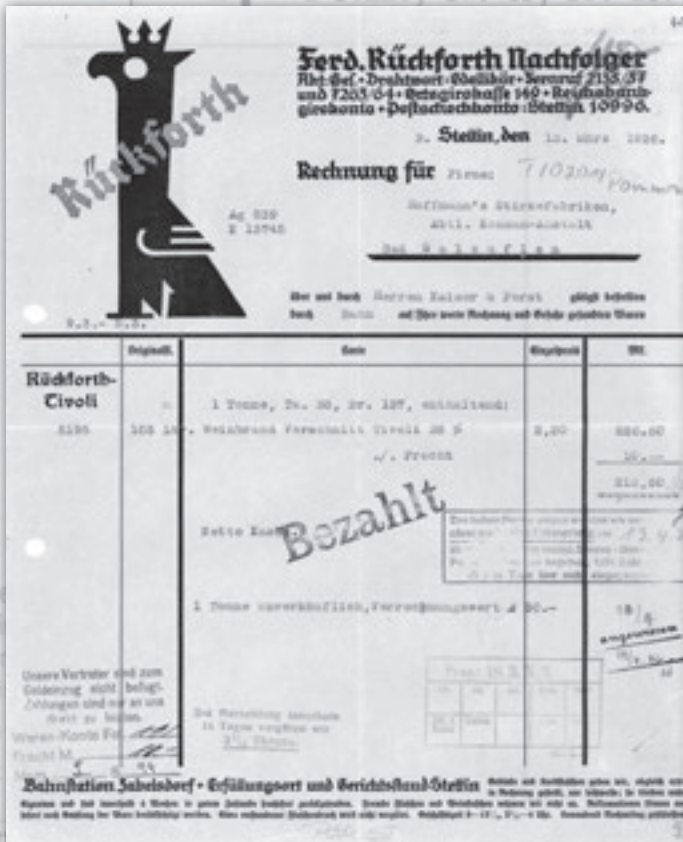
Wagonik z zestawu Piko.



Najpierw zastąpiliśmy koronę cylindrem, potem dodaliśmy wysuniętą łapę z laseczką, wreszcie cylinder został zmieniony na melonik. I tak odmieniony gryfek (tak zacząłem nazywać logo „Szczeciner”) spełniał nasze (czyli redakcji) oczekiwania: miał w sobie coś z dawnej elegancji przełomu XIX/XX stulecia, odwoływał się przy tym do jeszcze wcześniejszej historii (Księstwa Pomorskiego), był też prosty graficznie i nowoczesny. I z całą pewnością szczeciński!

W tym momencie przyszedł czas na sprawdzenie, czy możemy po prostu zaadaptować znak graficzny znaleziony na elewacji budynku. Podczas poszukiwań zaczęły pojawiać się coraz to nowe dla mnie fakty i szczegóły związane ze znakiem, który na elewacji budynku przy ul. Kolumba nie znalazł się przecież przypadkowo. Budynek był siedzibą firmy Rückforth, a gryf w koronie był jej znakiem firmowym. O dawnym właścicielu mówią też kraty w oknach parteru – każda zawiera motyw z „R” wpisanym w okrąg. Rückforth był potężnym koncernem słynącym z likierów, jednym z największych producentów alkoholu w przedwojennych Niemczech. Z czasem wykupił inne firmy z branży spirytusowej i branż pokrewnych (przejął m.in. szczeciński browar Tivoli). Historia firmy z pewnością zasługuje na osobny artykuł.

Rachunek wystawiony przez firmę Rückforth.





przejmowały kolejne spółki i koncerny spożywcze. Pisałem do tych firm, ale z korespondencji nie wynikały żadne konkrety. Od niektórych uzyskałem odpowiedzi wskazujące kolejne podmioty, które prawdopodobnie przejęły prawa do marki.

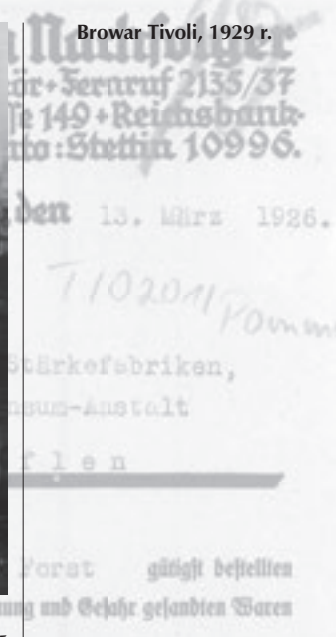
Przypadkowo dowiedziałem się, że nazwa Rückforth i gryf w koronie znajdują się na wagoniku-cysternie z zestawów kolejek elektrycznych Piko! Firma Rückforth musiała posiadać przed wojną znaczny tabor prawdziwych cystern, które były często widywane w towarowych składach transportowanych po całym Niemczech. Przy okazji natrafiłem na publikację wydaną z okazji jubileuszu firmy. Na jednym ze zdjęć znajduje się samochód dostawczy podczas załadunku piwa w browarze Tivoli. Identyfikacyjny gryf zdobi druki firmowych rachunków wystawianych odbiorcom – kilka takich rachunków kupiłem przez Internet w berlińskim antykwariacie podczas poszukiwań pamiątek po firmie.

We wspomnianej publikacji znajduje się także zdjęcie budynku przy obecnej ul. Kolumba. Budynek jest wyższy o jedną kondygnację niż obecnie (zniszczenia wojenne), ale – co ciekawe – na elewacji nie ma jeszcze gryfa! Musiał pojawić się później.

Tak czy owak, logo „Szczecinera” było w zasadzie gotowe.

Osoby, które jako pierwsze – poza redakcją – miały okazję je oglądać,

reagowały bardzo różnie. Jedna skojarzyła znak z... żyrafą i wyraziła zdumienie, że pismo o Szczecinie ma mieć takie logo! Więcej kontrowersji wzbudziła nazwa czasopisma...



Siedziba firmy Rückforth przed wojną.





Reklamy uliczne.

Skoro gryfek miał melonik, w takich nakryciach głowy wystąpiła też redakcja podczas premiery pierwszego numeru. Melonik miał stać się elementem wizerunkowym pisma. Z tego samego powodu na okładce znalazło się wówczas konkretne zdjęcie Tarasu Hakena, na którym na pierwszym planie widać dzentelmena spacerującego w meloniku.

Gdy logo było gotowe...

Ze zdziwieniem odkryliśmy, że ktoś już wcześniej wpadł na pomysł gryfa w meloniku. Czyżby to samo źródło inspiracji? Być może niezależnie odwołaliśmy się do tych samych atrybutów elegancji i szczecińskości? Zobaczyliśmy logo Piwnicy przy Krypcie – gryf wyjęty z herbu Pomorza, w butach i muszce, w meloniku (!) i z laseczką (!) trzymaną w obu szponach. Od początku logo „Szczecinera” nie było całkowicie oryginalnym opracowaniem. Korzystaliśmy przecież wprost ze znaku firmowego Rückfortha. Gryf Piwnicy przy Krypcie zawiera te same elementy, ale wiedzieliśmy, że to zbieżność przypadkowa.

Kto wie, może za jakiś czas nasz gryfek odłoży laseczkę i zmieni nakrycie głowy? 🎩



Pawilon na wystawie w Magdeburgu.

Firmowe cysterny ze spirytusem.

