

Vasvári Péter

A pozitív - negatív tér, azaz rejtett formák a logó tervezésében
The positive-negative space; hidden forms in logo design

The hidden information, pictorial material might carry extra messages in the logo, logotype, brand and emblem design. The viewer suddenly discovers a picture within the picture. This is the joy of discovery. This is a moment that enriches us with an experience, we feel connected with the hidden and slowly unfolding magical form that will probably touch us. If the viewer finds it, s/he will definitely remember. This premium visual bonus is a point of impact and viewer will hopefully remember it with a joyful heart later as well. Ergo the brand's message went across.

A rejtett információ, képanyag egy plusz üzenetet hordozhat a logó, logótípus, márka illetve az embléma tervezésben. Nagyszerű extravagáns varázs, izgalmas zsigeri vizuális retina jutalom. A néző hirtelen talál egy képet a képben. Ez a felfedezés öröme. Egy pillanat, ami megteremti bennünk azt az élményt, hogy így a magunkénak érezzük azt a rejtett, burkolt varázslatos formát ami vélhetően megérintett bennünket. Ha rábukkant a néző, akkor nagy valószínűséggel nem törli ki az elméjéből. Ez a prémium képi bónusz egy ütközési pont és remélhetőleg jó szívvel fog rá emlékezni a későbbiekben is. Ergo célba talált a márka üzenete!

A visszaigazolás azt mutatja, hogy ilyen tervezésű logók, márkajelzések példásan ön-azonosítják magukat a befogadónál, fogyasztónál. Majd remélhetőleg ennek hatására hitelesen tudja majd felépíteni arculatát, identitását a későbbiekben. Akár a többi márka, és versenytárs között is az adott cég. Egy védjegy elindítása mindig nagy kihívás és nagyszerű feladat egy tervező számára. Feltétlen fontos, hogy érezzük magunkénak, helyezük magunkat az adott márkába és így vélhetően egy nagyszerű eredmény fog megszületni. Ez az eltérően más kinézet - a pozitív-negatív térrel játszó gondolkodásmód - egyértelműen beazonosítja majd a piac szereplői között megtervezett márkajelzéseinket. Akceptált munkánk a legerősebb kapcsolatot adja az adott márka és fogyasztó között a jövőben. Így például határozottan kijelenthető, hogy egyes cégek beazonosítása merően el fog különülni a versenytársakétól és remélhetőleg egy hosszú életű védjegy válik belőle.

Pittsburgh Zoo & PPG Aquarium (A fatörzs két oldalán egy-egy állat, pontosabban baloldalon egy gorilla a jobb oldalon egy tigris látható.) <http://www.pittsburghzoo.org>



NBC (Egy páva alakja rajzolódik ki a név felett.) <http://en.wikipedia.org/wiki/NBC>



Fedex (A FedEx logótípiában egy jobbra mutató nyíl.) <http://hu.wikipedia.org/wiki/F%C3%A1jl:Fedex.a310-200.n420fe.arp.jpg>



Toblerone (A hegy bal oldalán egy medve formája domborodik ki.) http://chocologia.blog.hu/2010/04/03/bern_b_r



USA (A név közepén az s betű szép és okos megjelenése.) Network http://hu.wikipedia.org/wiki/USA_Network



A síkon, felületen létrehozni a rejtett formát a logó tervezésben, ez nagy kihívást, kreativitást igényel. Nem utolsó sorban cseppet sem könnyű feladat. A pozitív negatív tér együttes hatása létrehoz egy izgalmas vizuális élményt az emberi szem számára. Az egymást kiegészítő és egymást segítő formák életre kelnek, és ez azt jelenti, hogy a pozitív negatív térből „kimozdul” a képi egység, és „mesélni” kezd. Ez az a plusz elem, amely a logónak egyfajta „rejtett üzenetét” erősíti.

Három csoportot különítenék el. Első a betű, illetve monogram fogalomkörbe tartozók, második a név, logótípus és a harmadik csoportba tartozók a formai egységre épülő tervezések.

1.) Betű, monogram



Green One, HC Wong



Face to Face, MikkoNilsson



Foursum Golf, Rich Gould



Marketlift, Randy Heil



Rogers Hardware, Jarrett Washburn

2.) Név, logótípus



truce, Turner Duckworth (Az ambigram tervezés szép és okos példája.)



RIOT Outfitters, HOOK

The logo for 'OPEN' features the word in a bold, black, sans-serif font. The letter 'E' is replaced by a green graphic consisting of three vertical bars of varying heights, resembling a stylized 'E' or a signal icon.

Open Hospitality Patners, Tom Nynas

The logo for 'PERFECT CROWD' features the words in a bold, sans-serif font. Each letter is filled with a different color and contains a white silhouette of a person. The colors for 'PERFECT' are green, yellow, blue, red, and grey. The colors for 'CROWD' are grey, red, green, blue, and pink.

Perfect Crowd, Jan Sabach

The logo for 'BRAND UNION' features the words in a bold, sans-serif font. The letters are filled with a blue and grey color scheme, with some letters having a white outline. The 'B' and 'U' are blue, while the 'R', 'A', 'N', 'I', 'O', and 'N' are grey.

Brand union, The Brand Union

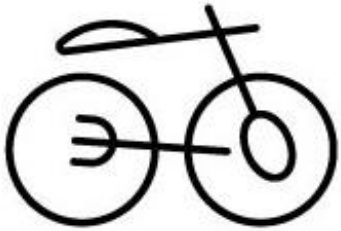
3.) Forma, a név, jel, szimbólum egysége

The logo for 'Circus of Magazines' features a stylized black and white graphic of a circus tent above the text 'Circus of Magazines' in a bold, sans-serif font.

Circus of Magazines, Olivier Courbet



Yoga Australia, Roy Smith Design



La bicyclette, Felix Sockwell



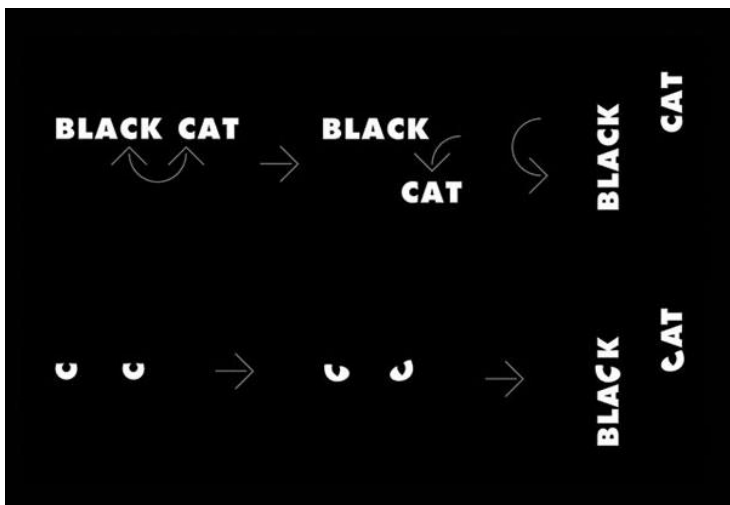
Safetemp, Chris Parks



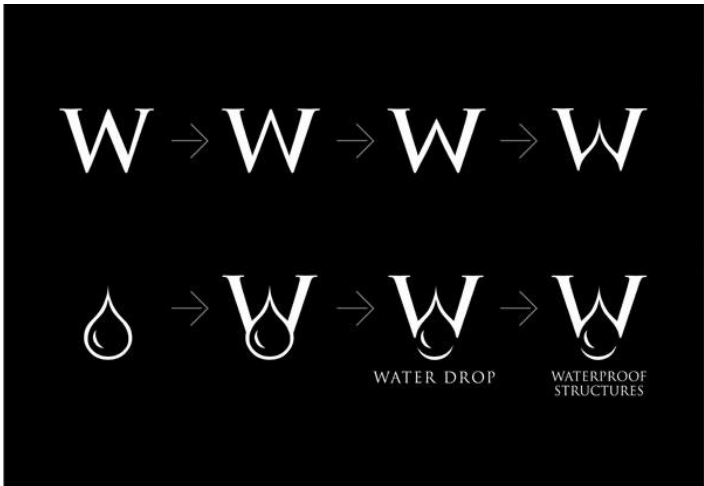
8 fish, Jerron Ames

Természetesen nagyon egyszerűnek tűnik egy ilyen képi ábrázolás a szemlélődőnek, hiszen minimális formákkal, csekély képi tartalmakkal kell és szükséges is dolgozni. Ehhez párosul és idomul a tökéletes arány rendszer megteremtése - ami nagyon fontos. Ezt az összképet közvetíti szemünk az agyunknak, majd ebből az egységből érezzük ki a harmóniát és a tökéletes vizuális ajándékot. A kevés sokszor több – ezt a szemléletet, hozzáállást alkalmazzuk! Miért? Mert gyorsan kell, hogy célba érjen az üzenetünk. Így egy-egy vonal, ív vagy egy forma helye adja meg a remek látványt és érthetőséget.

Az alábbi képek egy evolúciós folyamatot, fejlesztést - az alapoktól, (ötlettől) és a munkaterv végét - szemléltetnek és mutatnak be.



BLACK CAT, Vasvári Péter



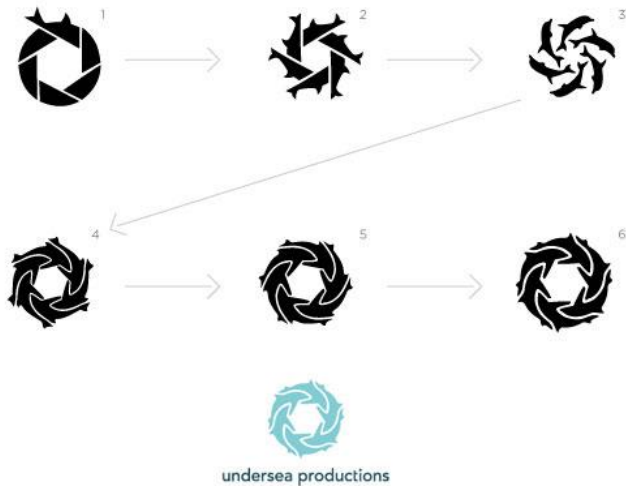
WATER DROP, Vasvári Péter



HD LIVE, Vasvári Péter



SEA SENTINEL, Vasvári Péter



Undersea Productions, Siah Design

Ez a trend, irányzat sok-sok esetben működik és működhet is. Bár hozzáteszem, hogy nem szükséges mindenáron alkalmazni. Sok lehetőség van más irányvonal, gondolatiság szerint megtervezni az egyes márká elzéseket és logótípiákat. Ezt tartjuk figyelembe, hogy az esetleges témához a legjobb beültetést, beágyazást alkalmazzuk!

A teljesség igénye nélkül csak egy-egy példát kiragadva, logó irányzatunk lehet és a mondani valónkat kifejezhetjük; ikon, kubista, mozaik, molekula, rezgő, színátmenetes, szövött, természeti jel, vonalas, zászló, hurkos vagy drótos, rostos, vagy akár átlátszó 3D-s megjelenítésekkel. Ezek által, nemhogy egy átgondoltabb, de kifejezőbb és teljes mértékben egy markáns személyazonosság szerinti jelzést kapunk. Lásd bővebben: <http://www.logolounge.com/logotrends>

Összegzésként elmondható, hogy az általunk készített expresszió, önazonosító ábrázolás és gondolkodásmód időtálló, minőség értékű, határozottan művészebb és egy elismertebb világot fog - remélhetőleg - erősíteni. Egy szó mint száz, a tervezőgrafika szakmának művészi rangját fogjuk növelni vele.

Megtiszteltetés számomra és köszönöm szépen Simon Péter Bencének a PTE Művészeti Kar, tervező grafika és csomagolás szak oktatójának a felkérését, hogy megírjam ezt a cikket. Az utánpótlásnak.