EuroBachoTEX 2002

Technika projektowania znaku firmowego

Andrzej Tomaszewski

Tekst jest próbą odtworzenia fragmentów mojego wykładu wygłoszonego w Bachotku na konferencji EuroBachoTEX '02. Powstał na podstawie serii slajdów towarzyszących wówczas wystąpieniu. Przedmiotem graficznych rozważań jest znak organizacji GUST. Jak zwykle bywa, gdy mamy do czynienia z problemami estetycznej natury, Czytelnik ma prawo, a może nawet obowiązek, wyrobić sobie własne zdanie na temat urody poszczególnych znaków. Może się w tym względzie z autorem zgodzić, albo mieć pogląd odmienny. Jednakże wskazówki czy uwagi dotyczące samej techniki projektowania mają instrukcyjny charakter i warto się z nimi zapoznać.

Znak firmowy, zwany logo (od gr. *logos* – słowo), występuje w zasadzie w dwojakiej czystej postaci. Albo jest znakiem tekstowym składającym się z liter (adekwatnie do swego źródłosłowia), albo jest rysunkiem – znakiem graficznym o charakterze piktogramu lub ideogramu. Bywa jednak, że jest jednym i drugim jednocześnie, albo także połączeniem liter z piktogramem.

Logo jest znakiem rozpoznawczym, symbolem instytucji, firmy czy też jej produktu. Zwięzła forma graficzna ma sprzyjać łatwości rozpoznawania (szybkości kojarzenia). Ma także ułatwiać praktyczne stosowanie znaku identyfikacyjnego w drukach manipulacyjnych i reklamowych, szyldach, pieczątkach, opakowaniach itd., itd.

Aby zatem logo było czytelne i powszechnie rozróżniane od innych, nie może mieć formy skomplikowanej graficznie. Musi składać się tylko z koniecznych elementów, niezbędnych z punktu widzenia semantyki lub kompozycji.

Nie od rzeczy jest zauważyć, że społeczny odbiór znaku wiąże się z jego zasięgiem i czasem występowania, częstością pojawiania się przed oczyma, a także popularnością lub jakością oznaczanej instytucji czy rzeczy. O błyskawicznym powszechnym odbiorze decyduje więc „siła desygnatu”. Jest zatem zrozumiałe, że logo GUST-u nie ma szans uzyskać siły oddziaływania znaku instytucji Czerwonego Krzyża czy choćby firmy Mercedes.

Mając na uwadze wyżej zanotowane spostrzeżenia popatrzmy krytycznie na dotychczas używane logo GUST-u. Jak widać na pierwszy rzut oka, składa się ono z bardzo dużej liczby elementów. W dobrych literowych znakach firmowych nie występuje skrót nazwy i jego pełne wyjaśnienie słowne. Zwykle jest albo jedno, albo drugie. Jeżeli jest skrót, to jego rozwinięcie następuje w składanych tekstach druków manipulacyjnych, pieczątek itp. Sam skrót funkcjonuje jako znak, jako reprezentant pojęcia, wreszcie jako zwięzła forma graficzna. Działanie znaku polega na tym, że daje się go objąć jednym spojrzeniem i nie trzeba go, broń Boże, czytać.

Autorom znaku chodziło o pokazanie, przy okazji, pudełkowej idei systemu Knutha. Logo otrzymało więc obok długiego tekstu drobne, acz liczne elementy graficzne komplikujące spontaniczne rozpoznanie. Sens występujących tu pudełek jest, niestety, znany wyłącznie TEX-owcom, a znak przecież ma funkcjonować w dużo szerszym kontekście.

Przy tak dużej liczbie elementów, wyłącznie ze względów kompozycyjnych (wyrównanie prostokąta) dołożono tu niestety osiem dodatkowych „słów pudełkowych”, zupełnie zbędnych dla wyjaśnienia idei „pudełkowatości”, a nawet zaciemniających jej sens.

Logo GUST-u ma też poważny błąd funkcjonalny. Skrót nazwy składa się z dużych i dość ciężkich liter, podczas gdy pozostałe litery i pudełka są, w stosunku do niego, bardzo drobne. Powoduje to konieczność używania znaku właściwie w jednej, średniej wielkości. Przy zmniejszeniu niewielkie litery i pudełka tracą czytelność, choć skrót nadal się wybija. Malutkie pudełka tracą swój jedyny – dydaktyczny sens, a te u dołu, przy słowie TEX, wręcz zamazują się we wszelkich odbitkach czy kopiach. Z drugiej strony, przy powiększeniu ciężar optyczny liter skrótu jest zbyt duży. Błąd funkcjonalny okazuje się błędem kompozycyjnym – nieprawidłową proporcją elementów składowych.

Nasze studium będzie próbą zaprojektowania nowego logo GUST-u. Potraktujmy je jako ćwiczenie graficzno-intelektualne. Jeżeli uda się, przy okazji, stworzyć lepsze logo od dotychczas używanego, to dobrze. Ubijemy dwie muchy jedną packą.

Myślę, że niezłym początkiem rozważań będzie zastanowienie się nad tym, co mamy. Otóż mamy skrót nazwy organizacji, a właściwie tzw. skrótowiec, bowiem GUST piszemy bez kropek właściwych skrótom. Dzięki szczęśliwej okoliczności (albo pomysłowi założycieli) skrótowiec ten jest równocześnie słowem znaczącym, które posiada bardzo pozytywną konotację, a dzięki łacińskiemu pochodzeniu jest zrozumiałe nawet przez obcokrajowców. Przykro byłoby zmarnować takie walory i dlatego od razu na wstępie warto podjąć decyzję: robimy logo ze skrótowca. Nie warto projektować jakiegoś piktogramu (nawet udanego graficznie), bo będzie on wymagał dłuższego „opatrzenia się”, a GUST już się przyjął i to nie tylko w TEX-owym środowisku.

Przygotowaniem do projektowania nowego literniczego logo powinien być przegląd krojów pism, którymi dysponujemy. Dobrze jest złożyć sobie słowo „GUST” majuskułą i minuskułą, aby można było porównać umieszczone obok siebie wyrazy. Czasem bywa tak, że litery kroju pisma niezbyt nam się podobającego, albo którego nie lubimy, akurat w tym słowie wyglądają ciekawie.

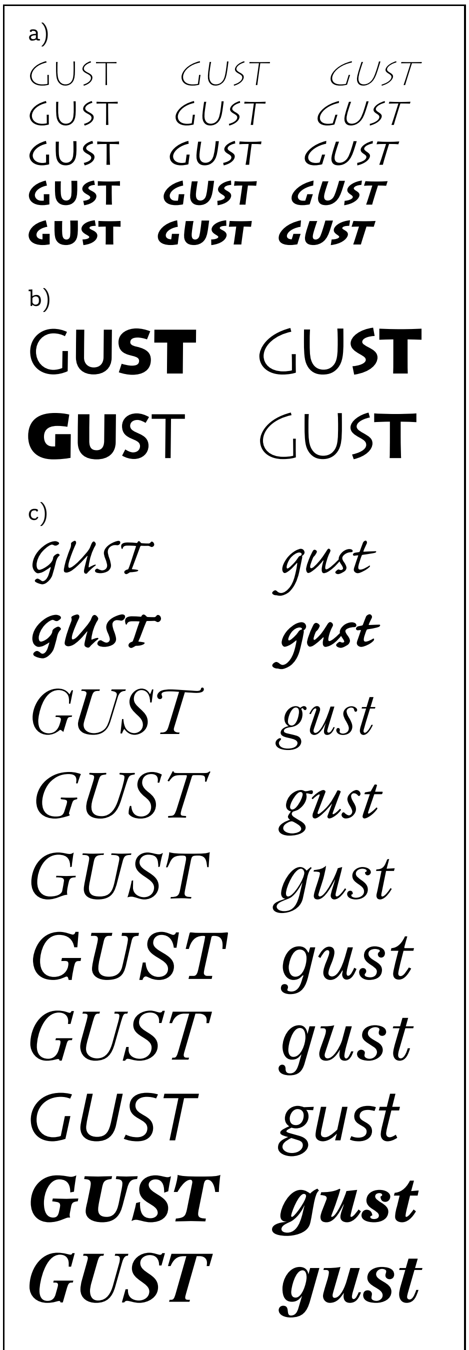
Wiem z praktyki, że dobrze jest zestawić sobie osobno pisma jednoelementowe i osobno dwuelementowe, a to z powodu ich różnego wizualnego oddziaływania. Już w tym momencie zacznie się proces myślowy przewijający się zwykle przez całą wstępną fazę projektowania, dotyczący decyzji o mniejszej lub większej „ozdobności” logo. Zacznie się więc zastanawianie, czy logo jako znak ma działać w sposób prosty, lapidarny, czy też jego zasadnicza treść ma być wspomagana jakimiś dodatkowymi elementami. Poszczególne litery większości krojów pism są dostosowane przez ich projektantów do składania dłuższych tekstów. My jednak mamy do czynienia tylko z czterema literami, które będą musiały harmonizować ze sobą, aby wspólnie utworzyć znak.

Popatrzmy na pierwszy zestaw linearnych pism (rys. 1). Na ich przykładzie można wyjaśnić niektóre kryteria właściwego wyboru pisma. W wierszu 1, 4, 5 oraz 8 mamy litery **G**, które są zbyt „ciemne” w stosunku do odpowiadających im pozostałych liter. Mają formy mocno redukujące światło wewnętrzne (np. 4, 5) albo mocno zarysowane szeryfy (1, 8). Z tego powodu będą się wybijały w napisie i nie pozwolą na uzyskanie optycznej harmonii. W wierszu 1 i 8 mamy litery **S**, które są zbyt zamknięte, tym bardziej, że obok stoi otwarte **U**. Wśród małych liter (minuskułowych) kluczową rolę odgrywa litera g. Przybiera formy z dwoma lub z jedną kluczką i ma kształty ciekawsze graficznie od pozostałych liter. Tu trzeba np. zwracać uwagę, aby nie było zbyt małego światła pomiędzy dolnym wydłużeniem a kluczką, jak w wierszu 8 i 9. Nie będę w tym miejscu analizował kształtów wszystkich liter, bo racjonalna objętość Biuletynu będzie zagrożona, a redaktorzy wyrażą niezadowolenie, i zresztą całkiem słusznie.

GUST	gust
GUST	gust
GUST	gust
GUST	gust
GUST	**gust**
GUST	*gust*
GUST	gust
GUST	**gust**
GUST	**gust**
GUST	**gust**

Rys. 1

Po wstępnym wybraniu kroju pisma, w tym przypadku jest to lithos lub Syntax (m.in. w fontach Adobe), trzeba się zorientować, jak wygląda słowo GUST we wszystkich odmianach kroju (od cienkich po grube), a także w wariantach pochyłych (rys. 2a). Poszczególne odmiany grubości warto mieć w pamięci komponując znak. Zdarza się, że odpowiednio dobrane mogą decydować o wariantach alternatywnych znaku, np. używanych do różnych celów (jeden na pieczątkę, drugi na wystawowy szyld itp.). Inne jeszcze znaczenie ma pochyłość liter. Kursywna forma zakłóca statyczny charakter napisu. Odpowiednio stopniując kąt pochylenia można uzyskać efekty dynamiki i szybkości. Takie „aktywne” logo z pewnością będzie stosowne np. dla firmy spedycyjnej czy producenta rowerów. Trzeba się zatem zastanowić, czy aby GUST jest organizacją dostojną i nobliwą, czy tego rodzaju dynamiczny napis pasuje do działalności i specyfiki stowarzyszenia.

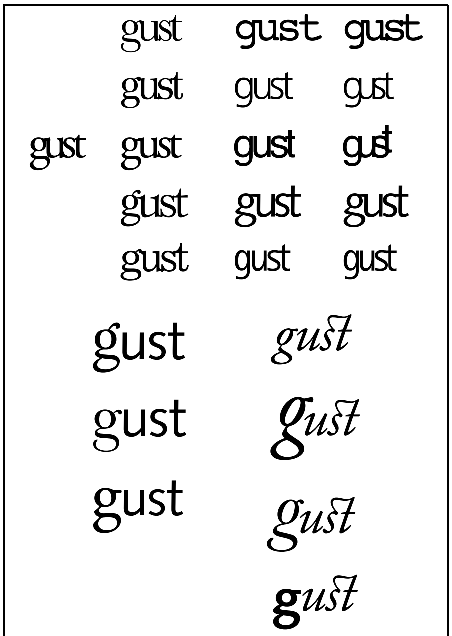


Rys. 2

Odmienny niż przy kursywie rodzaj dynamiki można uzyskać różnicując grubość liter w jednym słowie (rys. 2b). Jeżeli elementy są stopniowo coraz grubsze od lewej do prawej strony, to w naszym kręgu kulturowym kojarzą się z pewną tendencją wzrostową, progresem. I odwrotnie – od prawej do lewej z tendencją malejącą. Już od tego momentu, kiedy zaczynamy kombinować z grubością kresek, należy uważnie przyglądać się nowym znakom w pomniejszeniu. Później bowiem może nas spotkać przykra niespodzianka z optycznym zanikiem pewnych elementów, albo przerysowaniem innych.

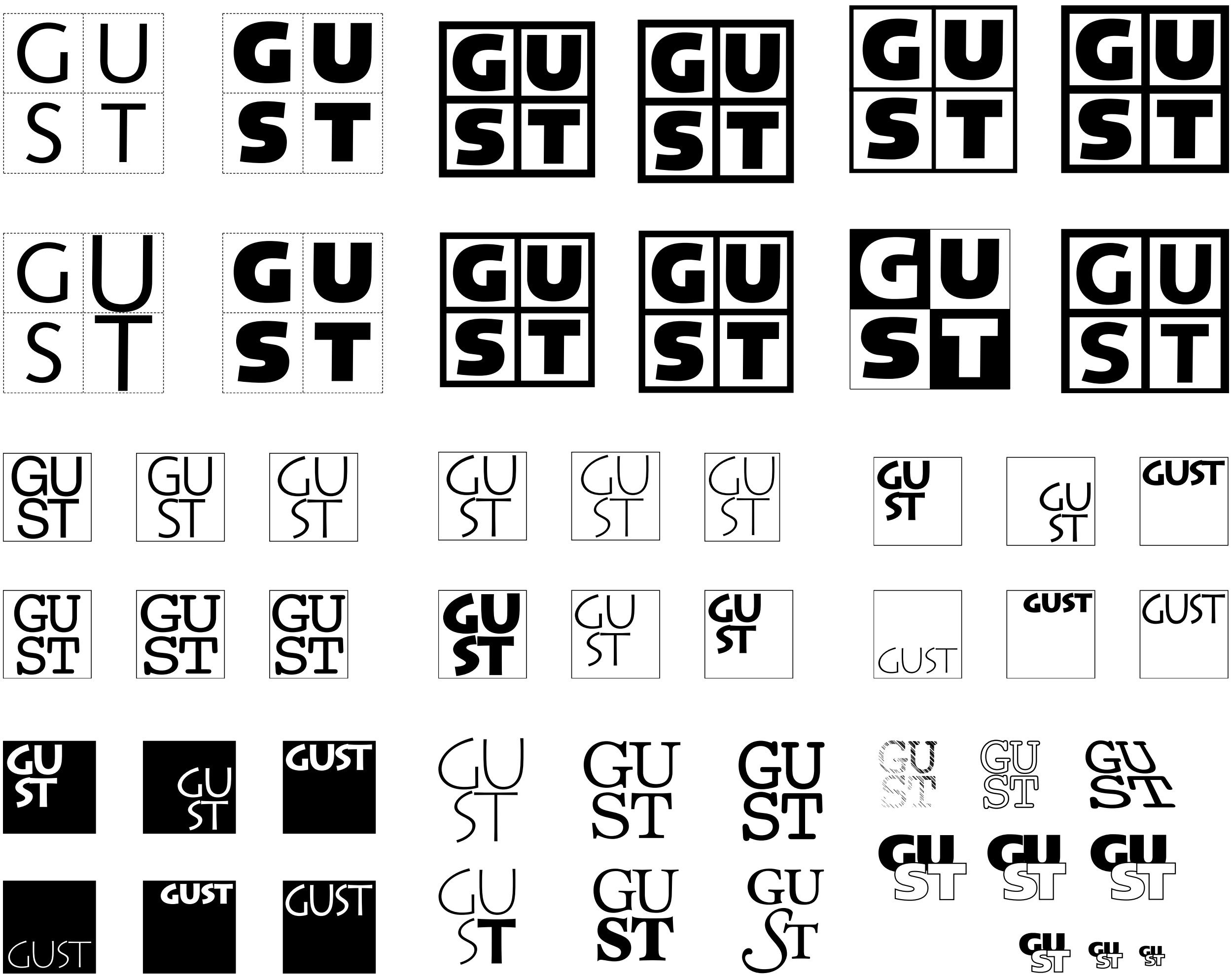
Warto też poprzyglądać się kształtom i zestawieniom liter minuskułowych różnych krojów, bo być może dojdziemy do wniosku, że małe litery lepiej ułożą się w spójny znak, albo że ich ciekawsze graficznie formy mogą się jeszcze później do czegoś przydać (rys. 2c). Poza tym, małe litery w powszechnym odczuciu nie kojarzą się ze skrótem wielowyrazowej nazwy i słowo „gust” złożone małymi literami podkreśla potoczne jego znaczenie. Spostrzeżenia tego typu często mają znaczenie przy projektowaniu.

Czasem, w przypadku małych liter, powstają ciekawe konstrukcje graficzne dzięki odpowiedniemu przysuwaniu do siebie liter i to zarówno dwu- jak i jednoelementowych. Dużych liter zresztą też. Do tego jednak musi się trafić wyjątkowo sprzyjający układ liter. Przy takim ćwiczeniu trzeba wyjątkowo uważnie gospodarować światłami, aby słowo nie straciło swego czytelnego kształtu. W naszym przykładzie takie starania chyba średnio się udały (rys. 3). Eksperymentować jednak warto.



Rys. 3

Można też spróbować do napisu wprowadzić jedną literę innego kroju, albo jakąś ligaturę, czy inny charakterystyczny znak literniczy, albo wreszcie powiększyć którąś z nich. Takie zabiegi udają się



Rys. 4

raczej rzadko i tylko przy zachowaniu zasady dużego kontrastu. Przy małym zróżnicowaniu elementów graficznych wyglądają przypadkowo, albo jak błąd.

Skorzystanie z idei Knuthowych pudełek (rys. 4) może być dla projektanta nęcące i ma ono co najmniej dwie zalety. Po pierwsze skłania do zastanowienia, czy jakaś forma pudełka lub pudełek nie przyda się jako konstrukcja logo. Po drugie wymusza sprawdzenie, czy litery składające się na logo dają się wpisać w jakąś regularną formę. Liczba liter logo narzuca niejako formę zbliżoną do kwadratu i tak powstaje zwarte, bardzo konkretne pole znaku, które w sposób naturalny dzieli się na cztery części.

Podobną ścieżką myślową przeszło już wielu twórców znaków. Oparte kompozycyjnie na krzyżu i kwadracie konstrukcje znaków, zapisów ideograficznych czy piktogramów powstawały już w zamierzchłej historii. Najczęściej były trafne zarówno z informacyjnego, jak też z estetycznego punktu widzenia. Kwadratowa lub zbliżona do kwadratu forma przybiera cechy pewnego piętna, sygnetu, czy innego oznaczenia. Dość przypomnieć znane japońskie i chińskie pieczątki-podpisy.

Oczywiście pudełkowej konstrukcji nie można tutaj traktować zbyt dosłownie, bo litery nie mogą dotykać do krawędzi czterech małych kwadratów. Muszą być stosowne prześwity. W pewnym momencie okazuje się, że korzystniejszy od kwadratu jest nieco wyższy od niego prostokąt. Przy tej formie znaku ważną sprawą jest dobranie odpowiedniej grubości linii w stosunku do grubości kresek liter. Okazuje się również, że trzeba lekko zmodyfikować szerokości liter kroju Syntax, aby lepiej wypełniały przeznaczone im miejsca. Można też spróbować, jak się prezentuje i czy jest czytelny znak tworzący szachownicę negatywowych i pozytywowych liter.

Okazało się jednak, że przy zmniejszeniach znaki z zaznaczonymi liniami prostokąta i krzyża mają zbyt małe prześwity pomiędzy literami a liniami figur. Można by zmniejszać litery, ale wtedy zanika coraz bardziej idea pudełek. Poza tym zamiast napisu mocniej uwidacznia się krzyż w kwadracie. Słuszna więc wydaje się decyzja o usunięciu ze środka linii krzyża. Fizyczna lub wizualna styczność samych liter przestaje przeszkadzać w odbiorze, nawet przy mocnym zmniejszeniu. na naszym przykładzie próba z krojem Courier.

Od momentu usunięcia krzyża pozostaje nam już tylko cień pudełkowej ideologii uwidoczniony w obrysie znaku. Jednak teraz mamy już całkiem nową sytuację graficzną i może trzeba spróbować raz jeszcze z innymi krojami pism, szerokościami liter, z formą prostokąta oraz z górnymi i bocznymi światłami. Po kilku próbach wpada nam znowu w oko majuskułowy krój Lithos, gdzie ciekawy rysunek liter pozwala tworzyć mniej schematyczne sytuacje graficzne. Powstają pewne wizualne bodźce, które większość osób patrzących odbiera niemal emocjonalnie, właśnie dzięki zachwianiu schematu. Aby nie przeszkadzać działaniu zestawionych liter zdecydowanie redukujemy grubość linii, które teraz tylko wytyczają pole znaku i nie tworzą konkurencji dla napisu. Dzięki mniej formalnemu potraktowaniu prostokąta możemy ustawiać napis w różnych miejscach pola, za każdym razem uzyskując nowy efekt.

Stąd już tylko jeden krok do białego napisu na ciemnym tle. Pole znaku, które jeszcze przed chwilą było tylko lekko zaznaczone, jest teraz uderzające i agresywne. Znak to już właściwie nie napis, ale tło z wyciętym napisem. Takie znaki, gdzie mocno eksponuje się ich pole (szyld), mają silne działanie. Efekt ten wykorzystywany jest np. w znakach informacyjnych i ostrzegawczych. W przypadku naszego logo z pewnością dodaje mu „pieprzu”.

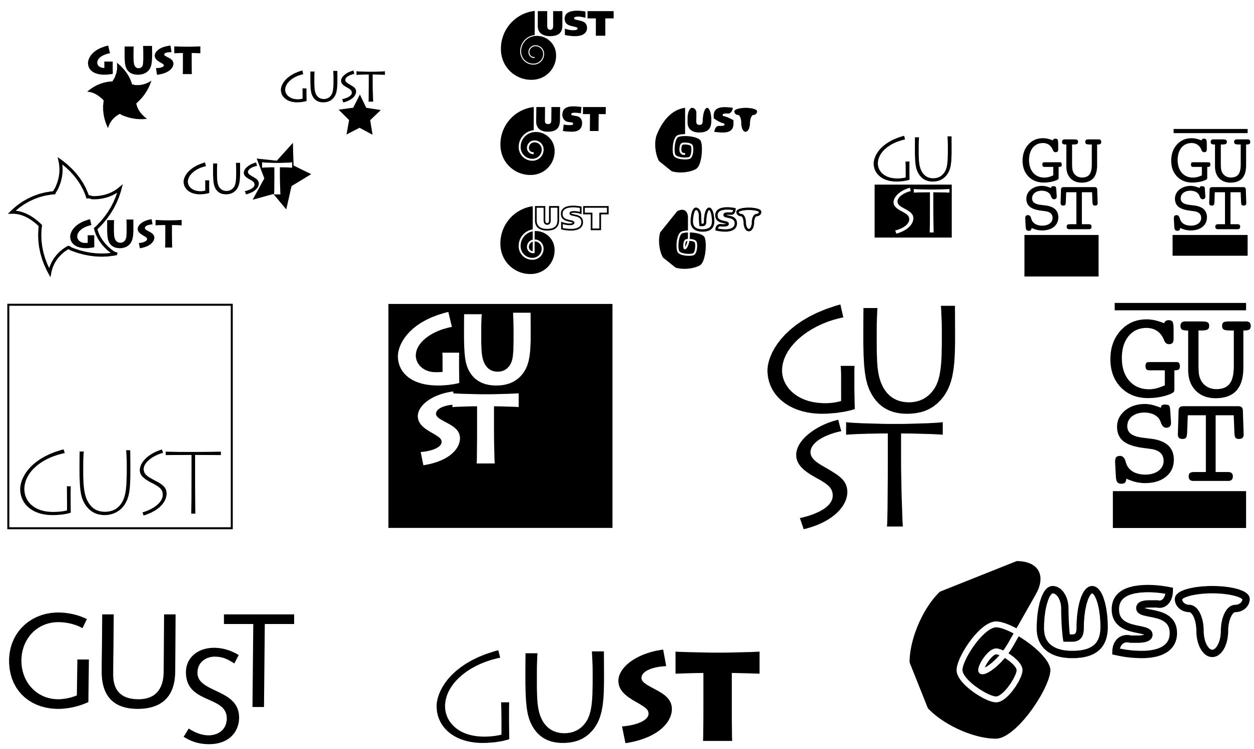
Kolejna próba, może na zasadzie przekory, polegać będzie na całkowitym usunięciu tła spod naszego napisu-sygnetu. Powstaje tzw. znak otwarty, a o jego wizualnej zwartości decyduje tylko bliskie zestawienie liter. Jest ważne, aby taka otwarta forma graficzna nie „rozlazła się” po papierze i nie straciła swego znakowego działania. Z chwilą pozbycia się innych niż napis elementów zwykle znowu nachodzi projektanta ochota uatrakcyjnienia surowego napisu.

Jeśli nie można się jej oprzeć, można popróbować połączeń liter różnych krojów, albo jakichś zabaw z konturami, perspektywą itp. W przypadku logo GUST-u tego typu zabiegi nie bardzo pasują (rys. 4, dolny wiersz). Sprawdzają się często w znakach instytucji, powiedzmy, mało poważnych, takich jak: dziecięcy dom towarowy, fabryka zabawek, lunapark czy winieta żartobliwego pisemka. Jest też kłopot przy zmniejszeniach, kiedy elementy ozdobne zamieniają się czasem w elementy szpecące lub obniżające czytelność. W naszym projekcie z takich prób szybko rezygnujemy.

Powróćmy raz jeszcze do czysto wyrazowej koncepcji logo. Może nie od rzeczy będzie nawiązać do opatrzonego już w naszym środowisku knuthowego pomysłu z opuszczoną literą w słowie TEX (rys. 5). Nie wszystkim podoba się ten układ liter, bowiem po opuszczeniu litery E powstają problemy kompozycyjnej natury. Jest bardzo trudno ustawić owo obniżone E z dwoma zupełnie innymi światłami po obu stronach: z pionowym przy T i z ukośnym przy X. Przy większości krojów pism wygląda to niepięknie. Ale spróbować nie zawadzi.

Rys. 5

Można przy okazji zaproponować rozwinięcie samego słowa GUST(EX) i wprowadzić pewne zróżnicowania, albo krojów, albo grubości, albo wreszcie liter majuskułowych i minuskułowych. Do czego prowadzą podobne pomysły, każdy obok zobaczy. Niektóre z tych napisów są bardzo atrakcyjne. Problem jednak w tym, że możemy narazić się



Rys. 6

na zarzut manipulacji nazwą uświęconą tradycją i zarejestrowaną w urzędach.

Atoli za obniżanie liter w słowie GUST nikt nas potępiać małodusznie nie powinien. Odpowiedź, czy takie skaczące litery jeszcze kojarzą się z logo TEX-a, czy wyglądają na przypadkowe, opiera się jednak na bardzo indywidualnym mniemaniu. Myślę, że najlepsze wrażenie robi logo z opuszczoną jedynie literą S. Z obniżonymi U i S sugerować może organizację ze Stanów Zjednoczonych, a te ze spuszczoną literą U zbytnio przypominają logo Głównego Urzędu Statystycznego.

Projektant nowego logo nie byłby do końca przekonany o trafności swoich poszukiwań, gdyby choć trochę nie poeksperymentował z jakimiś dodatkowymi elementami graficznymi nie wiążącymi się z TEX-owymi pojęciami. A może, jeśli maszerujemy do Europy to przyda się konfederacyjna gwiazdka? Albo, jeśli linuksowcy mają pingwina, to my moglibyśmy mieć ślimaka? Osobnikom zawsze serio poszukującym sensownych wyjaśnień można spokojnie wytłumaczyć, że to nie ślimak, a spirala po której da się składać w TEX-u. Podobne dodatki graficzne mogą inspirować do poszukiwania różnych form graficznego wyrazu: od starannie wypracowanych po celowo zgrzebne, „nie staranne”. Tym bardziej, że takie nie zobowiązujące formy mogą przydać się w bachotkowej gitarowo-ogniskowo-kiełbaskowo-piwnej atmosferze.

A mówiąc nieco poważniej, z pewnością warto trochę na boku popracować nad logiem, któremu przydamy pewne elementy graficzne nie mające konkretnego znaczenia – nie przedstawiające niczego przedmiotowego. Do takich prób nadają się najlepiej różnej grubości kreski albo płaszczyzny. Pamiętać jednak należy, aby tego rodzaju elementy w stosunku do napisu nie były dominujące wizualnie i aby zawsze słowo GUST jako pierwsze wpadało w oko.

Pod koniec wykładu uczestnicy konferencji wybierali logo spośród dziesięciu zaproponowanych przeze mnie. Nie mogę przytoczyć tutaj wyników głosowania bowiem wyników nie mam i nie wiem w czyich są rękach. Myślę jednak, że znajdą się osoby pamiętające loga, które zebrały najwięcej głosów.

Chciałbym jednak na koniec przedstawić te loga (wybrane spośród tutaj pokazanych prób), po zrobieniu których odczułem satysfakcję. Być może znajdą one również uznanie TEX-owych komilitonów (rys. 6).

◇ Andrzej Tomaszewski
Warszawa