

# A Nemzeti Művelődési Intézet arculati kézikönyvéről

## A tervező grafikusok: Boros Anikó és Zsoldos Csaba

Elkészült a Nemzeti Művelődési Intézet arculati kézikönyve (2013), mely tartalmazza grafikus védjegyek és logójának grafikai megjelenéseit, valamint azok kiterjedt alkalmazási mintáit egységes arculatban rögzítve – bemutatva az alkalmazás során használható színeket, arányokat, az alkalmazandó tipográfiát.

A Nemzeti Művelődési Intézet grafikus védjegye alapvető arculati elemként jelképezi az intézetet, annak beazonosítására szolgál vizuális kommunikációja során. Az NMI-védjegy a szilárd, értékközpontú elkötelezettség, a lendület, az innováció és a magyar nemzeti kultúra értékörző és -teremtő kreatív szellemiségének lenyomataként született. Alkalmazását is ezek az alapelvek határozzák meg.

Az arculati gyűjtemény segédanyag a felhasználók részére, melyen keresztül a védjegy és az arculat alapvető megjelenési formáit egészében érzékelik, és a védjegyet mint erőforrásukat ismerik meg.

A grafikai kialakítás kétszintű formai-tartalmi összefüggései a grafikus védjegyben:

1. szint: A horizontális földrajzi távlatokból összegyűjtött értékek mentése a vertikális magasságba, az ősi tudás szimbólumába, a Napba. Másrészt az emelő, támogató tudás lehozatala, majd annak önzetlen megosztása.

– táj / anyaföld

– madár

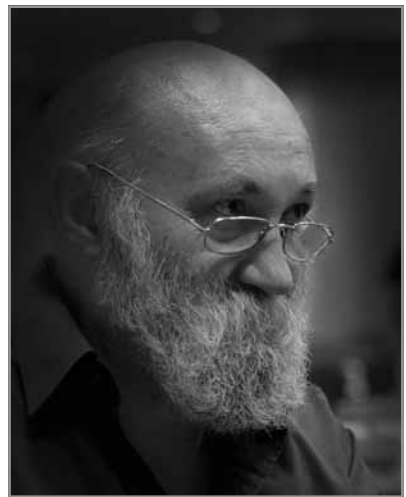
– Nap

2. szint: Az önmegvalósítás, a közösségépítés, az alkotás öröme.

– népviseletbe öltözött táncoló lány figurája

Az arculati kézikönyv olyan alkalmazásminták gyűjteménye, melyek lehetőséget biztosítanak a Nemzeti Művelődési Intézet részére, hogy kommunikációs munkáját az önkormányzatok, a civil szerveződések, a gazdaság és piac résztvevői felé egységes megjelenéssel, egyedi, szerethető, markáns megjelenéssel valósíthassa meg.

Copyright 2013, Kecskemétfilm Kft. Brand menedzser: Mikulás Ferenc, tervező grafikus: Boros Anikó, Zsoldos Csaba.



Máttyus Aliz: Závogyán Magdolna, intézetünk igazgatónője elképzelései alapján a Kecskeméti Animációs Filmstúdió elkészítette az arculati kézikönyvet, erről a munkáról szeretném kérdezni a tervező grafikusokat.

Boros Anikó: Idén tavasszal az intézet megkereste Mikulás Ferencet, a Kecskemétfilm igazgatóját – ismerve a rajzfilmstúdió munkásságát és szellemiségét – abból a célból, hogy szeretnék, ha a Nemzeti Művelődési Intézet új védjegyet és arculatát megteremtené a stúdió. Először egy írásos anyagot kaptunk, melyben elképzeléseikről írtak, kifejtve, hogy az intézeti átalakulás milyen irányokba mutat. Megismertük a tervezett változásokat, hogy mennyire fontos lesz pl. a



patrónusi szerepvállalás. Kirajzoló-dott, hogy a közösségi életet országos szinten kívánják átalakítani és segíteni, annak létét intenzívvé, aktívvá formálni. Egzakt módon meghatározták a szempontrendszer is, hogy a kialakítandó arculat, illetve védjegy tekintetében minek kellene megfelelni. Egy szilárd intézmény képe rajzolódott ki, ahol fontos az értékek megőrzése és örökítése, de mindemellett lendületes és innovatív is, hiszen az új célok a komoly építkező munka mellett az állandó mobilitást is megkövetelik. Mindezeket átbeszéltük, elemeztük és elkezdődött a tényleges tervezői kreatív munka, a megfogalmazottak átültetése a megfelelő vizuális formanyelvre. Természetesen ilyenkor nem egy tervek készül. Általában 3-5 verzióban gondolkozunk. Ez a mi munkánkat és a megrendelőt is segíti, hiszen közelíteni kell a fókuszunkat. Az alapelvek megvoltak, és már éreztük, hogy miként képzeljük megvalósítani tervezőgrafikai oldalról. Mindig lényeges kérdés azonban az, hogy hogyan tud majd azonosulni vele a megrendelő, jelen esetben az intézmény, mi lesz az a vezérfonal, amelyet üzenetében is sajátjának tud tekinteni. Ezért eleve úgy kellett gondolkoznunk a tervezés során, hogy olyan módon mutassuk be a különböző irányokat, hogy azok védjegy-technikailag is jól alkalmazhatóak legyenek, megfeleljenek az elvárásnak, s mégis, formailag más-más képviseljenek. A vázlatok bemutatása során személyesen átbeszéltük a részleteket is, és elkezdett kikristályosodni és közeledni a két elképzelés.

Zsoldos Csaba: Gyakorlatilag úgy történt, ahogy a forprofit cégeknek végzett tervezéseknél is dolgozunk. Mindent megteremtünk virtuálisan. Amit megtervezünk, azonnal beépítjük egy úgynevezett valóságképbe, ahol jól megítélhető a védjegy működés közben is. Tehát nem csak statikusan egy grafikus védjegyet mutatunk be, ami végül is nagyon absztrakt dolog önmagában, hanem rálátást biztosítunk a védjegy-alkalmazásra is. Jelen esetben 5 vázlat készült, és mindegyiket beillesztettük ugyanabba a környezetbe, így váltak megítélhetővé különböző helyzetekben, mintha már valóban működne: falon, installá-

cióban, poszteren stb. Mindig így dolgozunk, mert segíti a döntéshozatalt. Most éppen parallel hasonló módon mutattuk be a kecskeméti Sheraton Hotel és Konferencia Központ részére a magyar népmesék anyagából tervezett egyedi kollázsokat.

B. A.: A hotel minden szobájában egyedi magyar népmese-kép van kiállítva.

Zs. Cs.: Ilyen még nem volt a Sheraton szállodaláncnál, világviszonylatban sem tudunk róla, hogy népmese motívumokat alkalmaznának a belsőépítészetben.

B. A.: Úgy gondolkozunk a védjegyről, hogy az nem önmagáért van. Ezért is tartottuk fontosnak, hogy a felhasználás lehetőségeire megfelelően rá tudjunk világítani. Illetve a védjegytervezésnél nekünk szívügyünk, hogy az embléma szerethető legyen.

Zs. Cs.: Egyfajta „love marketing” valósítunk meg.

B. A.: Ez egy nemzeti intézmény, de marketingre szüksége van. Meg lehet könnyíteni a munkát, és a logó bevezetési idejét lerövidíteni, ha a védjegy valamilyen lelki szálon eltalál a másikkal, a befogadóhoz vagy ahhoz, aki ezt használni szeretné. Különbözően meglehetősen hosszú PR munkába kerülhet.

Zs. Cs.: Jó példa erre munkáink közül az Erős Pista. Jóformán nem költött éveken át a gyártó reklámra, mégis óriási eladást generált neki. A tudatalattit sikerült megszólítani,

egy hiányt vagy egy kiegészítés-szándékot sikerült megmozdítani az emberekben, így teremtjük meg a védjegyet. Ezért nincs stílusunk a védjegyeinkben. Az adott feladatot dolgozzuk fel, a lehető legjobban. A grafikai megvalósítás már a végső fázis, akkor már tudjuk, mit kell megvalósítani.

B. A.: Valahogy így épül fel, először lélekben, szellemben. Amikor megtaláljuk a vezérlő elvet, kidolgozzuk a különböző grafikai terveket. A megrendelő ezután – időnként igen jó érzékkel – kiválasztja, mely verzióval azonosul leginkább. Innentől ez a kikövezt út, már ennek szellemében álmodjuk újra a koncepciót, és letisztazzuk a tervet.

Zs. Cs.: A Nemzeti Művelődési Intézet esetében szinte intuitív módon, a grafikai-stratégiai gondolkodásmód viszonylatában is az egyik legkülönlegesebb megoldást választották.

B. A.: A kiválasztott tervek egyediségével úgy mondhatnánk talált. A többi kínálati anyagból a Malonyai-féle megközelítés markánsan népművészeti irányba indult, volt jóval statikusabb grafikai tervek is, ami inkább az intézményi rendszerelvűséget célozta meg. És ez volt az, ami nem sarkosan, nem direkt és nem stilizálva utalt a tartalomra – valamint a magyar jelleget sem a megszokott grafikai elemekkel vagy sztereotip módokon közelítette meg –, hanem a minden emberben élő, ősi, ki nem mondott minták, szimbólumok emlékeztetésére



készítet, mindössze megpendíti a benünk élő ősemlekezetet.

Mondok egy példát, hogy érzékeltebb legyen: Mikulás Ferencnek volt egy elképzelése vagy inkább álma a kecskeméti híros kajszibarack mítoszának újraélesztéséről, ami már igen régóta nincs méltó módon kezelve Kecskeméten. Így fölkarolta, és az említett nemzetközi hotel-láncon belül elértük, hogy beengedjenek az arculathoz illeszkedve egy ilyen lokális jelképet, mint a kajszibarack. Fémszobor formájában is meg kellett terveznünk, ami egyben védjeggyé is vált. Elkészült a szoborterv, ami persze nem realiztikus – messze nem –, de azt szeretnénk volna elérni, hogy stilizáltsága ellenére formailag is mindenképp emlékeztesse az embereket arra, amit a fa jelképez számunkra az életben. Égigérő lett a címe.

Zs. Cs.: Ez egy 4 méteres, nagy acélszobor, 6 cm vastag acélból, 4 darab nagy gömbbel, és lám, már fényképezkednek előtte az emberek. Itt egy fémszobor, amit értenek, éreznek, és úgy tűnik, hogy szeretnek is.

Visszatérve az intézet védjegyére. Závogyán Magdolnával két-három

beszélgetés elegendő volt a döntés meghozatalához – ez főként azon is múlik, hogy valaki tudja-e, hogy mit szeretne, mit keres – mert akkor biztonsággal felismeri azt, ha láthatóvá tétetett.

B. A.: Megbeszéltük, hogy azt szeretnénk, ha nem kellene túl elvonttá tenni a logót, nem akartuk túl absztrahálni. Ő azonnal érezte, hogy sokkal könnyebb valamiről úgy beszélni, ha mindenki érzi – még ha tudat alatt is –, egy ábrázolás megpillantásakor annak az élményét, hogy ez a tudás benne is él.

B. A.: A tartalom több szálú: egyrészt népmesei vonulat. A népmesékben lévő ismeretek ősi tudást rejtenek. Hogyha az ember nem is foglalkozik vele, a lélekben ez mind működésbe hozható. Ezt a táplálékot kaptuk gyermekként a mesékkel.

Zs. Cs.: Mi az emberrel vagyunk kapcsolatban, őket kell megszólítanunk, megtalálnunk.

M. A.: *Beszéljünk az Intézet arculati kézikönyvében leírodott filozófiáról!*

Zs. Cs.: Kialakítottunk egy hátér-filozófiát. Ezt általában szóban,

ritkábban írásban is átadjuk a megrendelőnek, a vezetőnek. Ez nekünk szól, ez a feladat vonalvezetése. Ami kifejtődik az arculati kézikönyvben, azt mi csináljuk végig. Ez egy viszonylag szűk arculati kézikönyv, ennél jóval több utasítás, sokkal több korlát is beépíthető egy arculatba. Általában kéri is tőlünk, részben, mert annál jobban működik, minél több korlátot beépítünk a felhasználásokhoz.

B. A.: Ami a kézikönyvbe az üzenet tartalmát tekintve szűkítve bekeült, az azért fontos, hogy a felhasználók tisztában lehessenek vele, mi van a kezükben. Ez egy potenciál a kommunikációhoz. Mivel igen szerteágazó az intézmény munkája, komoly segítség lehet pl. abban, hogy mikor, mely területen éppen mire érdemes fókuszálni. Jelen esetben a meghatározott elemek a teljesség igénye nélkül: a védjegy alapja: a föld, az Anyaföld motívuma – amit úgy is el lehet képzelni, mint egy díszszekendőt, szépen a térben, vagy a földgömbre hajlítva; abban benne van a négy égtáj, a négy elem. Benne van az ötödik elem is, amit ritkán említenek, a fa elem. A fa a magyarság történetében





rendkívül fontos, a csillagos égen is megtalálható. Népmesei vonulata: az égig érő paszuly, az égig érő fa, az élet fája, a Tejút. De ezt nem egy fával kívántuk kifejezni, hanem egy fényőrző állattal, egy madárral, ami jelen esetben nem galamb, nem holló, nem sólyom. Csak egy madár szimbólum, mely több mondanivalóba és a saját mítoszvilágunkban is tápláló vagy őrző feladatot lát el. A fény lehozatala vagy visszavitele a feladata.

Zs. Cs.: A megvalósulás módjában látszik, hogy Anikó volt ennek a projektnek az irányítója. A csillagbölcséleti kérdések szívéhez igen közel állnak.

B. A.: A jelképek, a mítoszok, a csillagos égbolt lenyűgöző világ. A fát helyettesítő madár, a föld felől az égbe tart, és az ég felől a földre száll. Hozza-viszi a tudást. Jelképesen a csőrében viszi az esszenciális értéket a Napba. Hasonló fontos kérdés az alkalmazandó szín kérdése, az arculati színek meghatározása. Itt meglepő módon maga az alap logó fehér lett, ami elég szokatlan, különösen tőlünk.

Zs. Cs.: Volt egy szerencsés előélet a színválasztásnak. Egy másik feladat arculatánál a kékfestőt választottuk alkalmazandó színvilágnak – végül nem az valósult meg. Így már komoly elemzéseken és tapasztalaton voltunk túl a kék színvilággal kapcsolatban. Eből átmentettünk ide is. Eredetileg az arculat vázlattervében az ajánlat része volt egy újfajta kékfestő alkalmazás, de ez végül el lett vetve.

M. A.: *Merthogy szűkít bizonyos értelemben, nem?*

B. A.: Igen. Ekkorra már nem akartuk bezárni a forma mellett a színstratégiát sem egyetlen követendő alkalmazási mintára. A fehér és a kék persze megmaradt, de a kékfestő motívumot direkt módon elvetettük. A fehér így megmaradt a bölcsélet, a tisztelet, a lelkeség és a fény jelképeként.

M. A.: *Ha az intézet logójáról esne még néhány szó, azzal zárni tudnánk a beszélgetést.*

B. A.: A védjegy életének egy következő stációja lesz, mikor animálódni fog, újabb dimenziót kap. Azt hiszem, hogy a megkoronázódása lesz azáltal, hogy Neuberger Gizella filmrendező megkapta Mikulás Ferencről a feladatot, hogy készítsen belőle egy rövid animációt. Mi azt képviseljük, hogy egy védjegynek nem kell statikusnak lenni. Szeretjük a mobil védjegyhasználatot a papír-alapú alkalmazásban is. Ám ezt a logót ennek az újabb dimenzióknak a belépése gyakorlatilag életre keltheti. Legalábbis ezt reméljük. Egy nagyon komoly, zárt szerkezetű térhálóba épülő védjegy, ami távolról egy könnyed táncoló lány képzetét kelti, aki most fog táncra perdülni. Mi is nagyon várjuk.

A védjegyek egyébként kialakításuk tekintetében is tematizálhatóak, vannak pixeles, vonalas, szekvenciális, mozaikos, szöveges stb. fajták, plusz évenként is változó logó trendek. Itt a védjegy kialakításának egy viszonylag ritka, ún. optikai kialakítása valósult

meg, amikor a látótávolság változása okán agyunk távolról a logó folt képét táncoló figurának érzékeli, közelről pedig a már említett grafikai elemeket jóval elkülönültebben látja. Szóval itt a mikro és a makró világok között lehet közlekedni. Maga a táncoló lány, az ember, az individuum jelöli az egyéniség szerepének fontosságát. Hiszen az intézet vállalása ezek fölkuatása a településeken, az értékmentés. Szóval lehet egy ilyen olvasata is a védjegynek, ami egy szép jelkép. Vagy pl. a néptánc, melynek sokszínűsége, határon túl ívelése kiválóan illeszkedik a tevékenységi körhöz is.

Zs. Cs.: A védjegy az egy egyéni jel. Én-magam megjelölése. Én-magam értékének megmutatása és különválasztása a többitől. Csak így szabadna védjegyet csinálni.

B. A.: Először sokkal direktebb megoldásban gondolkoztunk, akár a népművészet valamely elemének vagy területi specifikumának megjelenítésében, de aztán a tánc kapcsán felmerült gondolatosság miatt nem akartuk, hogy bármelyik tájegység hangsúlyosabb legyen a másikkal, hiszen pont nem ez a lényeg. Végre azt láttuk, hogy itt egy intézmény, amelyik egy-egyben gondolkodik. Közösségekre fókuszál és újabb közösségek épülését szeretné segíteni. Nem akartuk szétválasztani az egységet a grafikában semmiképp.

M. A.: *Kívánok a további munkájukhoz is ugyanilyen jó hangulatot és teremtő kedvet. És köszönjük, amit intézetünknek elvégeztek.*

B. A.: Köszönjük szépen.

M. A.: *Köszönöm a beszélgetést.*

BOROS ANIKÓ alkalmazott grafikai munkái mellett tematikus képsorozatok, szekvenciális rajzokat és pasztell festményeket hoz létre. Egyaránt használja az oldottabb festésmódot és a precíz eszközkezelést a képi megvalósítás érdekében. Vizuális kommunikációkutatással foglalkozik, legkedvesebb területe az emblemasztikus képek és jelek világa, a figuratervezés, valamint „new media” kollázsok hagyományos és digitális technikával. A csillagbölcsélet, a zene, a természet és a kutyák szerelmese.

ZSOLDOS CSABA alapítója volt a 60-as években Kecskeméten megalakult „Edwinicó/4” művészcsoporthoz (ef Zámbo Istvánnal, fe Lugossy Lászlóval), és a Szentendrei Szabadtéri Tárlatnak. Online média és vizuális kommunikációkutatással foglalkozik. Művészi munkájába integrálva jelennek meg megszerzett kommunikációfilozófiai és meditatív tapasztalatai. Alapvetően a zen és a valóság leírásának, megjelenítésének útjait keresi és éli. Kedvenc területe a tipográfia, a betűtervezés. Az írás és a fotográfia szívügye.