

BÚÉK...

HOVA IS? AVAGY BETŰK ÉS JELENTÉSÜK

Maczó Péter

A betűket szavakká és mondatokká formáljuk, ügyelve a helyes sorrend betartására.

EMIL RUDER

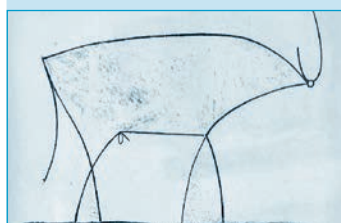
Mindnyájan tudjuk, hogy elődeink (nem is akárhogyan) rajzban örökítették ránk képeiket/vágyaikat, ahogyan az is igaz, hogy egy kisgyermek néhány éves korában már a színes ceruzáért nyúl...

A gondolatok sommás kifejezése, egy üzenet megfogalmazása (képekben) az első lépés, amint azt az írástörténeti ismereteink is mutatják.

Az alábbi – szándékosan eltérő stílusú – rajzok és fotók esetén az alájuk írt definíció az, amely sokaknak segíthet, hogy rátaláljanak rejtett jelentésükre: *alef*, azaz ökör, *bét* vagyis ház és *gimel* (ami nem camel, de mégis) teve – máris a föníciai ábécénél tartunk. Érdekes, hogy az absztrakció és persze

Picasso 1945-ben készített híres litográfiai sorozatában tizenegy lépésben jutott el idáig: lényeglátása egyvonalas grafikává tette a rajzot... de ez még nem betű!

a névadás – itt *akrofónia* elve – adja a megfejtés kulcsát, ahol a szó első betűje vonalas ábraként vált írásjellé... miként ovisoknak az *A* alma, a *B* a baba és a *C* a cica közismert kódjai. A tulajdon megjelölésének módja vagy azonosítása – régtől fogva – változatos módon történt: a satrafák pecsételő hengerei ugyan nincsenek rokonságban a még ma is fel-lelhető *ex librisek* világával, de az állatok billoga, bár nem betűként, de a marhák farára égetve közelít ahhoz, amit nagy általánossággal emblémának, logónak, vagyis egy cégarculat releváns azonosító jelének ismerünk. Korábban a »mesterségem címere« elv alapján ez gyakran



ökör



ház



teve



ajtó



kapu



horog



fegyver



kéz



tenyér



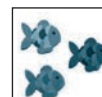
ösztoke



víz



kígyó



hal(ak)



szem



száj



fej



fog



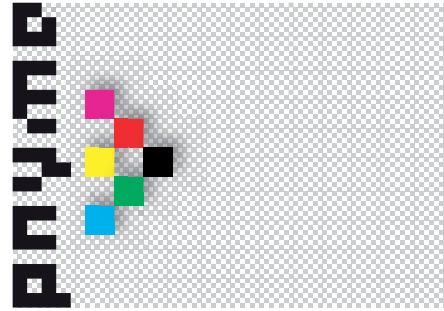
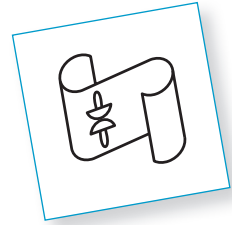
kereszt



A FÖNÍCIAI ALFABÉTUM 22 BETÚJE, SÉMITA ELNEVEZÉSÜK ÉS – AHOL TISZTÁZOTT – A BETŰNEVEK EREDETI JELENTÉSE

szerszám vagy technológia ábrázolása volt, majd elterjedt a családi vállalkozások szerint logikusnak tartott személynév használata: lehetett Pick vagy Goldberger, Meinel és Porsche. Fentiek kivételével. Végül is érvényesült az a tradicionális családi szokás, amely a név első karakterét – monogram – definiálja emblémaként. A megoldások a szóhoz, sokszor a jelentéstől függetlenül, egy grafikai stílushoz, esetleg a tevékenységi kör ideáihoz próbálnak igazodni. Tervezői feladatnak legalább olyan komoly kihívás, mint egy ábra/

Papírusz + festékező labdacskok, ha valaki nem ismerné fel, mint hieroglif jelek a papír- és nyomdaipart szimbolizálják Lengyel Lajos több mint félévszázados emblémájában. Az új PNYME logóban a szavak első betűi korunk pixeles világára reflektálnak a kezdő karakterekkel. A háttér léptékéhez igazodó r-g-b és c-m-y-k négyzetek közül a fekete az irányjelző nyíl hegye radikálisan változó digitális világunkban.





18. századi metszet az írás szimbólumaként, A az Anacours cég betűtípusa és a kettő kombinációja emblémaként (2018)



abc news – 1943-ban indult és egy szárnyaló fejlődés után ennél a változatnál kötött ki. Azonos céllal kelt ki a tojásból a mai NBC, amelynek színes pávatollait sokszor látjuk – de talán az alábbi puritán megoldás (némi filozofikus áthallással) egyértelműbb...

M – Monster (Energy)! Green, zero sugar... csontvázujjak, horror logó: a McLean Design, Kalifornia stratégiai márképítő cég tervei szerint.

M – lágy dombok ívéen elszórt magvak: a lírai kép a Magvető jele, Farkas Anna tipografikai terve.



rajzolat absztrakciója, mert itt a nyelv jeleivel való komponálás sokszor grafikai formát is ölt – vagy épp – filozófiai jelentést is hordoz.

A tipográfia a beszéd tükörképe, a nyelv képi megfelelője. Ám a beszélt nyelv mulandó: amint a hangjaink elhalnak, a nyelv is elhalkul.

Az írás révén a nyelv időbeli és térbeli dimenzióra tesz szert. A karakterek – messze a beszélt nyelv határain túl – véletlenszerűen mozgathatók, formálhatók.

A nyelvet az érthetőség szempontjából ítéljük meg, míg a tipo az olvashatóság szempontjából mérhető. Illetve annak kellene megfelelnie...

Egy tárgyról – akár alma, akár akt – sokkal nehezebb meggyőző fényképet készíteni, mint egy tárgyat a maga valóságában, reflektorfényben bemutatni. És ennél még nehezebb olvasható betűtípust alkotni, vagy a szó értelme és jelentése szerint egyetlen betűbe foglalva esztétikai örömet, műalkotást létrehozni, amely azonosító jel, embléma, tehát kommunikáció is egyben.

A monogramok a legrégebbi formái, amit az ókori görögök is használtak, főként érméken, a különböző városok jelölésére. De jól ismerjük a festők műalkotásairól, vagy arisztokrata családoknál címerképekben, evőeszközökön, keszkenőkön megkülönböztetésként... és még ma is divatos, például az esküvői meghívókon.



Herb Lubalin grafikai expresszionizmusa – ahogyan ő nevezte – a tervezőket a tipográfiához való viszonyuk megváltoztatására sarkallta: A tipográfia vagy a kalligráfia nem csupán betűk mechanikus összeállítása, hanem a gondolat kifejezésének kreatív eszköze, amely az olvasóból érzelmi reakciót vált ki.



I-B-M – a cég közel száz éve, 1924-ben vette fel az *International Business Machines* nevet, és elkezdődött a márka evolúciója. Paul Rand, (alias Peretz Rosenbaum) kiváló amerikai grafikus, art director jónéhány, világszerte ismert és emlékezetes logó, többek között az IBM, a UPS, a Westinghouse és az ABC alkotója volt.

abc news – 1943-ban indult és egy szárnyaló fejlődés után ennél a változatnál kötött ki. Azonos céllal kelt ki a tojásból a mai NBC, amelynek színes pávatollait sokszor látjuk – de talán az alábbi puritán megoldás (némi filozofikus áthallással) egyértelműbb...



Az eredeti, 8 sávos monogram...

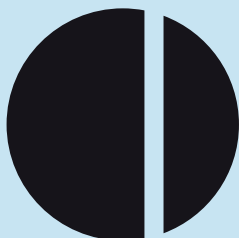


Design: Stalker Stúdió



A kör jó választás első lépésként, sajnos nem minden **O** betűs...

1. Obama Institute – 2008
2. WordPress – Matt Mullenweg logóterve: Adobe Dante typeface
3. General Electric – Arthur L. Rich alkalmazott kalligrafálta az első embléma rajzát
4. Richter Gedeonhoz méltó céges monogram, a tervezője ismeretlen.



[1]



[4]



[2]

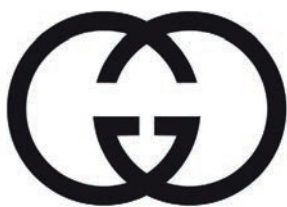


[3]



1961-ben Monsieur Saint Laurent megbízásából készült a három egymásba fonódó kezdőbetű. Az egyetlen javaslatot, amelyet Casandre tett Yves Saint Laurent-nak és Pierre Bergének találkozásuk során a Le Débarcadère étteremben, azonnal elfogadták.

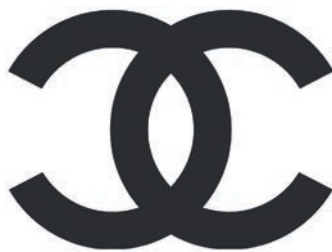
GUCCI



A Louis Vuitton logó – 1896-ban a fia, Georges Vuitton tervezte – a luxussal, a magas státusszal és a stílussal kapcsolatos. A divatház különleges története, a híres vásárlók köre és egyedülálló együttműködések tették a márkát elismertté. Nem véletlen, hogy termékeiken ez a két betű gyakran kitüntetett főszerepet kap.

A monogram mint logó olyan dekoratív minta, amely egy – három betű hagyományos kombinációjából áll, és egyetlen szimbólumot alkot.

A monogramos logókat általában egy személy, vagy épp a nevét viselő vállalkozás kezdőbetűinek ábrázolására készítik. Az ezekben a logókban stílus és szándék egyaránt felismerhető. A betűket képekkel is kombinálhatják, hogy tovább illusztrálják a márka koncepcióját, és a cég nevének kiírásával tovább pontosítják.



Gucci – az egymásba illesztett két G az alapító atya, Guccio Gucci nevét jelképezi. Firenzéből származik. Egy bőrműves fia volt, majd Párizsba utazott, később a londoni Savoy hotelben lett portás... Eddig a személyes történet.

Az 1950-es évek a cég és a divat-történet mérföldkövei. Alessandro Michele, a Gucci tervezője, együttműködött Dapper Dannel, ami a márkáik újjáéledését hozta.



Az embléma két tömörített H betű, egy vékony, átlós vonal szeli ketté. Merész és figyelemre méltó. 1877-ben Helly Juell Hansen kapitány úgy látta, hogy jobb védelemre van szükség a zord norvég időjárás ellen. Lenolajba áztatta a durva vásznat, ez vízállóvá tette a ruházatot... és –



C.C – Coco Chanel e név fogalom. A világhírű márka monogramját állítólag maga vetette papírra, de könyv és film is készült róla. Elmés mondatait idézik... „A divat nem csak a ruhákban él. A divat ott van az égen, az utcán, a divatnak köze van az eszmékhez, és ahhoz, ahogy élünk, és ami történik velünk.”



A jól ismert, baseball sapkákon díszelgő, egymásba kapcsolódó NY logót még a Yankees csapatának létezése előtt alkották meg. Az eredetét a Tiffany and Co. tervezte és a New York-i rendőrség 1877-ben, szolgálat közben lelőtt rendőrnek, John McDowellnek poszthumusz adományozott vítezési érmén volt először látható.



ABBA®

A·B·B·A a svéd supergroup, amely 1972-ben lépett pódiumra. Most nem azt kérdezzük, hány évesek. A zenéjük, koncertjeik és filmjeik egy korszakot jelölnek, akkor is, ha ma inkább szupermarketek zenei aláfestéseként lehet hallani őket...

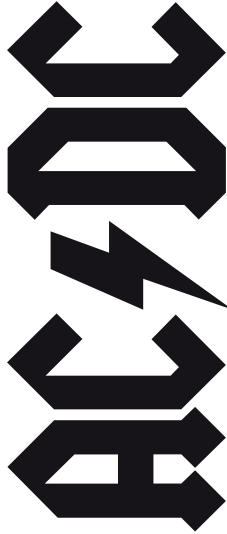
Agnetha Fältskog, Björn Ulvaeus, Benny Andersson és Anni-Frid Lyngstad alapította Stockholmban. Az együttes neve a keresztnevek első betűinek palindromba rendezett betűiből álló betűszó. Mint tipográfia nem lenyűgöző ugyan, de ezt a formációt a betűkkel különféle cégek követték.

Ugyanez **Paul, John, George és Ringo** változatban nem működik mozaikszóként, így az ő nevük inkább Beatles lett... néhányan még emlékeznek a logójukra is!

m&m's®



Hát ez kérem brutális! Valóban, az **AC/DC** kettős monogramja a tört vonalvezetésű vasos betűkkel, közte a villámmal nem egy lírai attitűd... Szóljon a rock! – ez híressé vált filmjük címe. Az ausztrál zenekar (már 50 éve) Sydneyből indult el szerte a világba.



C&A – az európai a városképek megszokott eleme. Milliónyi ember keresi fel naponta üzleteit.

A 17. században a vállalat alapítóinak holland ősei, **Clemens és August Brenninkmeijer** textilkereskedelemmel foglalkoztak... Leszármazottaik 1841-ben a frízöldi Sneekben megalapították a **C&A Brenninkmeijert**. Monogramjuk alkotja a cég logóját – bár ők sem a tipografikai extravagáns megjelenést kínálják, inkább a középosztály divatját szolgálják... Az elmúlt 175 év alatt mintegy tízszer változtatták meg a logót. Erre mondjuk: ráncfelvarrás.

Több mint 80 éves múltra tekint vissza az **M&M's**. Stratégiája a közösséggel való jó kapcsolatra, a befogadásra és a sokszínűsége összpontosít... mi lehetne jobb jele az egységnek, mint a márka saját & jele?

A »Hennes« svédiül az övé. Ahogy az már sejthető, az üzletet nőknek tervezték. Az első **H&M** logó csak egy kézzel írt feliratot tartalmazott. A skandináv dizájn általában minimalista, és ez alól a **H&M** első logója sem volt kivétel. A vállalat alapítója **Erling Persson** svéd, az USA-ban, szemtanúja volt a ruha-kereskedelem tengerentúli szemléletének... néhány évvel a háború után nyitotta meg Hennes nevű üzletét Svédországban. Hogy mi az **M**? Hát **Mauritz**, ez sem titok.





»Totál« érthető, hogy egy legendás cég a hosszú évek után – míg éppen az energiafogyasztás rohamosan a többszörösére nőtt, arculatot vált. TE monogramja lendületes áramlás a szivárvány színeiben.

Vacakból könnyű jót csinálni, sóhajthat a grafikus. Nos, a francia Klara Energy, a megújuló energiákra szakosodott cég, zöldenergiával működő erőműveket fejleszt... lám, van aki bízik a napsütésben.

KLARA
énergies



klara
energy



Electra – ez az izraeli energetikai cég monogramján a vörös kört (glóbusz?) három éles bemetszéssel jeleníti meg: E. Az embléma alá zárt logó geometrikusan kvadráló karaktereivel ad támaszt a lendületnek. Az arculat Dan Reisinger munkája.

Ki ez a héró? Hát Superman! Nem öregszik, pedig már 75 éves... Néhány botox műtét és a film után ez az aktuális változat. Többnyire stilsztikai jellegű módosításai nem érintették a fő vizuális metaforát. Az embléma alapvetően mindig is egy »S« betű volt egy pajzson. Jerry Siegel és Joe Shuster teremtették a képregényhőst – egyfajta Tarzan-paródiaként. Az élenkörös S felül geometrikus szeriffel, alul lekerekített farokkal, intenzív sárga háttérben, vörös keretben, ötszögletű gyémánt címert formáz.

G – vagyis Google, a monogram ugyan színeivel megidézi, de mégis a kiírt színes változata dominál, a számítógépek kereső programjai közül talán a legismertebb...

A WizzAir főleg pink, a Ryanair ultra fapados ír légitársaság, arany angyalkával, akinek a szárnyai alatt kobzos lant feszül... és ez a frappáns »F« a Finnair repülője!



ELTVALTX

1971

Dan Reisinger (pilóta és grafikus) bilingual szóképe – oda-vissza – az izraeli nemzeti légitársaságnak készült remek tipográfiai munka.



NASA – ez az amerikai Nemzeti Repülési és Űrhajózási Hivatal rövidítése. 1958 októberében az Egyesült Államok kormánya hozta létre. Felelős az amerikai tudományért és technológiáért és persze legismertebb profilja az űrrepülés. Az ügynökség hivatalos jelvénye a kerek, piros-fehér-kék »húsgombóc«, James Modarelli tervezte 1959-ben.

NASA

1970-es évekbeli modernizálása az amerikai szövetségi tervezési fejlesztési program része volt. A program keretében több mint 45 szövetségi ügynökség, köztük minisztériumok, sőt a Nemzeti Állatkert grafikáját bírálták felül és tervezték újra. A New York-i Danne & Blackburn tervezőstúdió készítette a NASA logójának modern »worm« logotípiáját, ami magyarul féreg... de még ebben a dimenzióban is jól mutat.

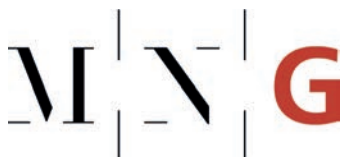
Az Emirates Airlines a világ egyik legfényűzőbb légitársaságának számít. Az Emirates Airlines logóját – piros és fehér színben – a Negus & Negus Associates tervezte 1985-ben. A dekoratív, bonyolult arab betűk egzotikus látványt kínálnak az európai szemlélőnek. A piros szín a vezetést, a szenvedélyt és az önbizalmat, míg a fehér a tisztaságot, az eleganciát és a nemességet szimbolizálja.



United Airlines – 1974-ben bevezetett logóját Saul Bass tervezte. A logó egy 68 fokban ferdén álló stilizált U betű, természetesen vörös és kék. A »tulipán« becenevet kapta. Mint annyi más cég, ennek a monogramja is többször változott az évtizedek során, de még ma is ismert és népszerű.



A Flightfox egy olyan weboldal, amely konzultatív repülőjegykeresést kínál, lehetővé téve a felhasználók számára, hogy olyan utakat indítsanak, amelyekben szerződött szakértők konzultálnak az ügyféllel a legalacsonyabb repülőjegyárak megtalálása és a legjobb útvonal összeállítása érdekében. Az ügyfél átalánydíjat fizet, amely hozzáférést biztosít a tanácsadóhoz



Ez a három hárombetűs monogram viszonylag friss »hazai termés«.

M·F·T – Csordás Zoltán egyetlen karakter elforgatásával teremtette meg a Magyar Formatervezési Tanács logóját. Alatta a Magyar Nemzeti Galéria – egymás mellé rendezett betűképekkel

M·N·G – Vargha Balázs műve, úgyszólván a klasszicistától a modernig terjed, míg az utóbbi (amit néhányan némi áthallással fűtőtestnek neveznek) a Petőfi Irodalmi Múzeum emblémája...

P·I·M – Illés Hajnalka, a Moholy-Nagy Egyetem tervezőgrafikus hallgatója készítette.

W·G·B·H – a híres és jól ismert logót a kétoldali dupla árnyékkal, Ivan Chermayeff (& Geismar) tervezte. 1974-ben, a Nova című sorozat premierjén szerepelt élő adásban először...

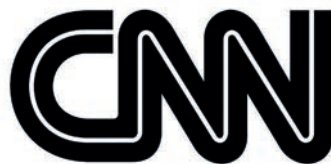


P·S – vagyis Pack System: a térbe forduló erőteljes, vörös hasábok alkotta betűképek szimmetrikus érzést keltő »dobozán« a néhai stencil feliratokat idéző bemetszések dinamikussá teszik a monogram kompakt kompozícióját.

Warner Bros. A négy testvér, Harry, Albert, Sam és Jack Warner által 1923-ban alapított cég az amerikai filmipar vezető vállalatává vált.



A **Cable News Network**, az egyik legnépszerűbb, széles körben ismert amerikai tv-csatorna, amelyet 1980-ban alapítottak, emblémáját Anthony Guy Bost grafikus tervezte – állítólag 2800 dollárért.

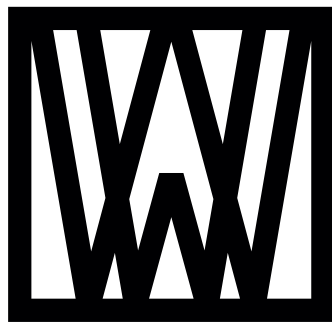
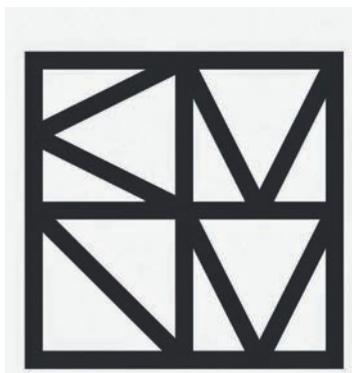


Suomen Jäätelö – vagyis Finn Fagyalt... de ezt a nyelv ismerete nélkül is látni. Különleges csemege, aromák nélkül készült.



Danish Design – »Szeretjük a szabadságot, becsüljük a tisztaságot és a természetet, értékeljük a harmóniát és a design-t.«
A hely, ahol mindezek összeérnek – Skandinávia. A Danish Design 1988 óta létezik: rangot, minőséget, márkákat jelöl.

K·M·N·M – azaz KansallisMuseum NationalMuseum, ami finnül (és svédül) annyit tesz: Nemzeti Múzeum. Mellette a jól ismert **W·W**, azaz Wiener Werkstätte áll. Példamutató konstrukciók ezek a betűs monogramok között.



A **P·B·S** második önazonosítóját 1971-től 1984-ig használták. Cell-animált trikolor betűi a képernyőn állnak össze logóvá, hasonlóan a korabeli produkciós logókhoz. Az azonosítót – némi humanista beütéssel – Ernie Smith és Herb Lubalin tervezte.

Az Unilever arculatának újratervezését 2004-ben a Wolff Olins végezte. Ami érintetlen maradt, az a nagy **U** a szövevény felett. Lekerekített karakterét a vállalat összes tevékenységi irányát szimbolizálандóan 25 kis kép alkotja. Színe kék...



Az egész világon kedvelt Milton Glaser »szeretem New Yorkot« betűképe – a kis szívvel. Sok-sok gagyri változata született: I love Székesfehérvártól, Balassagyarmatig – a városok szedett neveivel és irritáló tipo-architektúrával. Homage-ként itt az immár tíz éves újévi kártya, egyetlen betű cseréjével és Zapf aktualizált dingbatjével... **B·Ú·É·K** – az Olvasóknak!



A **C·B·S** meg a szem... Bill Golden kreatív igazgató, e logó tervezője, az ihletet a pennsylvaniai vidéken kapta: a shaker pajtákra hexa-szimbólumokat rajzoltak a rossz szellemek elűzésére. A szem a lélek kapuja, talán a legfontosabb érzékszerv, amely a tisztánlátást is jelképezi.

Kevesen gondolnák, hogy a kerek, kacsintó **LG** arc koreai. Főként háztartási gépek, elektronikai és vegyi anyagok kínálatával sikeres. Vizuális arca 2014 óta a »fukszia-piros« színt elegánsabb bordóra cserélte. Az embléma stilizált betűi a kerek ponttal mosolygós fejet idéznek...

