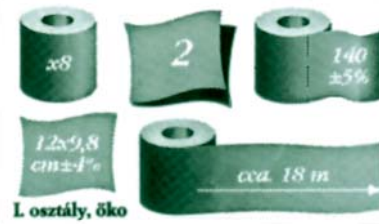


# Csomagolás – hátulról

## ELMAGYARÁZOM A PIKTOGRAMOT

Maczó Péter



**Kevés időnk van, mindent nagyon egyszerűen és gyorsan szeretnénk elkészíteni:**

Nyissuk fel a tasakot, öntsük a port a tányérba, adjunk hozzá forró vizet, keverjük meg és máris fogyasztható. Kész a puderleves! Ez mindennapi rutin azoknál, akik nincsenek az üzemi életkezdés hálójában, esetleg egy stúdióban vagy otthon, magányosan, sebtiben készítik el az ebédjüket.

De ezernyi szituációt ismerünk az életben, amikor az áru hasz-

nátba vételéhez legalábbis a doboz/tasak/flakon olykor elképesztően bonyolult rajzainak áttanulmányozásával juthatunk el. Persze ezekben az esetekben se gondoljunk arra, hogy a csomagolás tervezője csökkent értelmi képességűnek tartott volna bennünket. Ez inkább amolyan termékfilozófiai kiegészítő: lám ez ennyire egyszerű, vagy ellenkezőleg ez a dolog ennyire profi és ennyire felhasználóbarát. Elmagyarázza teszem azt, hogyan kell cipőt pucolni, vagy hogy működik egy aeroszol spray. Jó tudni!

Engem persze a dolognak az esztétikai oldala érdekel. Hogy képesek márkás termékeknél az előoldal igényesen (divatosan) komponált, láthatóan nagy erőfőrdítással (kreatív grafikusai és kiviteli, technikai), tudással létrehozott látványához azt az igénytelen, sőt már-már underground színvonalú használati utasítást plusz pictogramsort biggyeszteni? Mert a történet képecskében való elmesélése (nevezhetnénk szakmai szóval pictogramnak is, bár néhol épp nem az) igen népszerű, de vagy nem bízik a vásárló asszociációs képességében, ezért a rajz mellé (gyakran minősíthetetlen kivitelben) szöveg is társul. Így komplett!

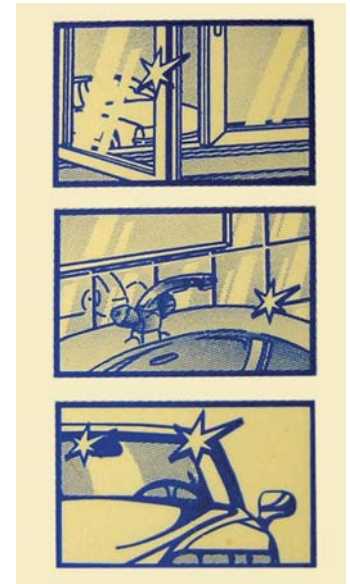
A termékek összetételének feltüntetése szigorú előírások alapján az európai országokban kötelező. Ezek közül a legismertebb a 100% gyapjú, amelyet



*Fast food mind a kettő: az egyiket magunk kotyvasztjuk, a másikat készen kapjuk egy gyorsétkezdében. De itt is számos információval kiegészítve. Ezek közül a dátum a legfontosabb.*



*Kicsit segítsek: a bal oldali ábrán a jel (egy, a termék három fontos tulajdonságát jelző ábra közül) azt mutatja, hogyan nyeli el az intimbetét a kellemetlen szagokat. Alatta – hasonló árucsomagoláson (ismerjük el, diszkrét és kulturált kivitelben) a termék tulajdonságairól tájékoztatnak angol szöveg és elvont ábrák alkalmazásával. Jobbra egy általános üvegpucoló a felhasználási területeit veszi sorra: ablak, csempe, szélvédőüveg. A kis csillagok a szer kiváló hatását igazolják... A dominánsan fekete/vörös rovarirtón horrorisztikus képekben mutatják meg hányféle ellenséggel szemben vethető be sikerrel ez a gyilkos kemikália. (bal alsó kép)*



a nagy sikert aratott reklámfilmekben a legelésző (valójában egyenként kikötött) bárányok alkotják. De maradjunk a textilnél: a ruhák kezelési útmutatóiból jól ismert, vasalást nem igényel, és hány fokon mosható (lavór az aktuális hőfokkal) egyezményes jelzései az egész világon ismertek. Ezeknek újrarájzolása esetenként grafikai frissítést jelent. A tipográfiai igénytelenségre sokkal több példát találunk, ez a bugyuta képekkel szemben

mégcsak nem is szórakoztató, éppenhogy funkcióját nem teljesíti: nem informál. A rengeteg szöveget olvashatatlanul kis és gyakran tovább keskenyített karakterekkel zsúfolják be az adott felületbe. A kizárt hasábok nagy szóközökkel, rossz elválasztással tovább rontják a látványt. Van rá példa, hogy egy csomagoláson ugyanaz az információ 15 nyelven szerepel. Valljuk be, uniós tagként nem gondoltunk arra, megtanuljuk, mi a csótány szlovákul...

