



Egy század bordélyház arculatának megtervezése a korabeli stílusokat követve

Írta: Benedek Judit
Konzulens: Balvin Nándor
3D konzulens: Cserta Balázs

Egy múlt századi bordélyház arculatának megtervezése a korabeli stílusokat követve

Írta: Benedek Judit
Konzulens: Balvin Nándor
3D konzulens: Cserta Balázs

Párizs, III. Napóleon uralma alatt, a „császári vigasságok” idején teljesen átalakult. A város középkori ruháját teljese levetette és egy új korszak öltözkését igyekezett magára öltetni. A Nagy Párizs vonzotta a látogatókat, főleg a külföldieket, akár a mágnes, így feltartóztathatatlanul elindult azon az úton, hogy egy modern Bábellé váljon.

Rendkívül izgalmas kor lehetett, a feudális társadalom utolsó morzsái is átalakulóban voltak, és már mindenhol találkozhattunk a polgáriasodott társadalommal, valamint a minden megváltoztató kapitalizmussal. Ebben a pezsgő időszakban a „legősibb szakma” éppúgy megváltozott, mint bármi más.

Bár sok más módja is volt egy-egy gazdagabb úr kívánságainak kielégítésének, ebben az időben elterjedtek a bordélyok is, mint a prostitúció egyik legmegszervezettebb területe. Természetesen anyagi tagozódás itt is volt.

A bordélyok azonban nem csupán a pénzért vásárolt testi szerelem otthonai voltak. A szakirodalomban olvasható következtetés kézenfekvő: a bordély egyben a menekülés, a kikapcsolódás helyszíne is volt, egy megunt házasság nyűgjeitől való (átmeneti) megszabadulás lehetősége, ahol merőben újfajta társas kapcsolatok kovácsolódtak. Az 1878-as, 1889-es és legfőképpen az 1900-as világkiállítás alkalmából a tulajdonosok jelentős része felújította műintézményét. Az árakat ennek megfelelően valóban csakis a jórészt külföldiekből álló arisztokrata és burzsoá közönség tagjai tudták megfizetni, akik túlfinomult erotikára és perverz vágyaik kielégítésére vágytak.

Szerettem volna a kipróbálni magam a múlt századi stílus eszközöket alkalmazva, vajon képes lennék-e egy 19. századi arculatot létrehozni és eladhatóvá tenni. Ma, a legújabb trendek ismét visszanyúlnak ezekbe az időkbe, hogy az ottani formákat újradolgozva frissítsék fel a legújabb irányokat. Az arculat hozzátétőlegesen 2 hónap alatt készült el. A gyűjtés ebből felet vihetett el, a logó megtervezése még egy felet. A fennmaradó egy hónapban csak az arculatra koncentráltam, így az összes többi elem elkészült időben. A források alapján egy korabeli bordélyház ennél kevésbé nyíltan, ám annál obszcénebb módon reklámozta magát, az én megoldásom igen visszafogottnak számít, bár ez is volt a célom. Egy olyan megjelenést szerettem volna alkotni, ami bármilyen kommunikációs csatornán megállja a helyét, ám elég elegáns és figyelemfelhívó.

Igyekeztem realistán gondolkodni, ezért esett a választásom egy luxusbordélyházra, ami a pikáns téma mellett valóban hihető alapot képes biztosítani egy arculatnak, hiszen az anyagi keret és igény meg lehetett rá. Mindemellett gondoltam arra is, hogy a mai kor igényei a múlt század jelentős részében még nem létezhetett, így igyekeztem a korhoz igazítani a megrendelést. Csupán olyan dolgokat terveztem, amikkel abban az időben találkozhattak és ismerhettek az emberek.

Az arculati elemekhez a kereskedelemben élő, városias stílust választottam, amiben még fellelhető az 1800-as évek aprólékos kidolgozottsága és a városias modernség.

Ezért készült el: a logó, a névjegykártyák, a levélpapír és boríték, a bélyegző és pecsét, a szórólap és az újsághirdetés, a cégtábla, a szalvéta és nem utolsósorban a lányok képeit tartalmazó album.

A munkák tervezése számítógépen történt, főleg Adobe Illustrator alkalmazásával. A látványtervek Autodesk 3ds Max nevű és a V-ray renderelő programmal készültek.

Logót már az 1800-as években is készítettek. Előszeretettel gondolkodtak az alkotók körökbe és négyzetekbe foglalható alkotásokon. A bordély neve Jarretiére Rouge lett, jelentése: Vörös harisnya-kötő. A szín megnevezésével természetesen a nyilvánosházak által nemzetközi szinten alkalmazott

módszerre kívántam utalni, a piros lámpára.

Logót már az 1800-as években is készítettek. Előszeretettel gondolkodtak az alkotók körökbe és négyzetekbe foglalható alkotásokon. A bordély neve Jarretiére Rouge lett, jelentése: Vörös harisnyakötő. A szín megnevezésével természetesen a nyilvánosházak által nemzetközi szinten alkalmazott módszerre kívántam utalni, a piros lámpára.

Logómat igyekeztem az eddig látottakhoz igazítani. Először egy kör alapot álmodtam meg, később természetesen megpróbálkoztam a négyzetes formákkal is. A kör alaphoz az ötletet a harisnyakötő adta, azt leegyszerűsítve igyekeztem kialakítani a kör alapot. Az embléma belsejébe három hölgy került, amiknek jelentését nem hiszem, hogy ecsetelnem kell. Korábban kísérletet tettem egy hölgy szerepeltetésére is. Akkoriban előszeretettel részletezték a cég egyéb adatait is, így az alapítási év, a város neve, a nyitva tartás és egy igen rövid szlogen is helyet kapott.



A logó esetében nem gondolkodtam színekben, megfigyeléseim szerint ez időtájt minden fekete és annak árnyalataiban készült. Ennek oka igen egyszerű. Bár a színes sokszorosítási technikák az 1800-as évek végén már a kereskedelem számára is rendelkezésére állt, ám még mindig igen költséges eljárásnak bizonyult, főleg, ha csupán egy emblémáról van szó. Egészen az 1930-as évekig csak elvétve találkozhatunk forgalomban és nagy példányszámban szereplő színes logóval.

A névjegykártyák színválasztásában ugyanez a helyzet. A kor tipográfiáját tanulmányozva, az ember arra a következtetésre juthat, hogy igen kedvelték a sokféle, de legalább kettő-három betűtípus alkalmazását egy elemnél. A nevet, bár nem minden esetben, ugyanakkor előszeretettel emelték ki kézírást imitáló stílussal. Ezért lett az egyik használt betűtípusom egy cikornyás, kézi font. A következő betű, amit alkalmaztam, az már mondhatni adott volt. A logóban is felfedezhető tipográfiát próbáltam átvinni, némi díszítő elemmel. Szerepeltettem rajta mind a nevet, mind a szlogent. Ezek után a címzés, a fennállás dátuma, illetve a bordély címszavakban összefoglalt üzenete ismételtlen más betűtípusokat kapott, némelyik kövérített formát is, ezzel növelve a változatosságot, megváltoztatva a ritmusát.

A névjegykártyából egy másik típus is készült. Ezen helyet kap az itt felsorolt elemek és azok módjain kívül maga a logó is, illetve a beállítás függőlegesen módosul. A hordozó terveim szerint egy vastag, puha, merített papír, amin dombornyomással kirajzolódik maga a szöveg.

Manapság már veszítettek jelentőségükből a levélpapírok és borítékok arculatához való igazításának jelentősége, de a múlt század Párizsában ez volt az egyetlen személyes kommunikációs forma, amivel

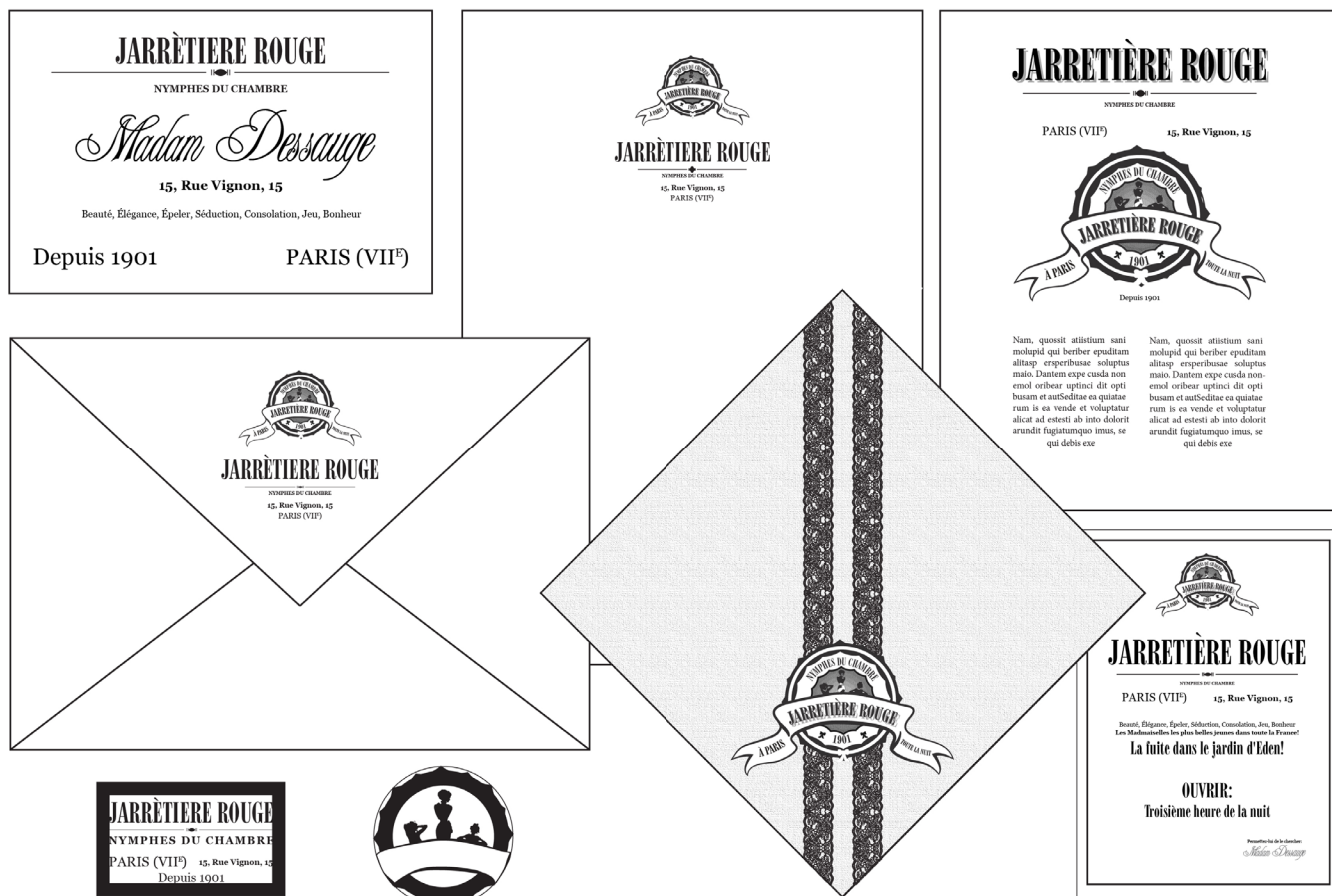
bárkit el lehetett érni. A levélpapír maga egy középre rendezett logót kapott, alá a bordély teljes neve, szlogenje, majd a cím következett. A betűtípusok azonosak maradtak. A borítéknál is hasonló a helyzet, de ott gondot okozott, hogy a címzésnek is megfelelő helyet kell hagyni. Így ahelyett, hogy a bordély adatait bezsúfoltam volna a címzés mellé, hátra került a hajtókára. Elhelyezése azért is szerencsés, mert a címzettnek mindenképp meg kell néznie és ki is kell bontania a borítékot. Az üzenet célba ér.

A bélyegzők és pecsétek szintén remek és akkoriban is igen kihasznált üzenethordozók voltak. A két elem azonban, azon túl, hogy mindkettő lenyomatára van szükségünk, meglehetősen különböző. A bélyegzőn mindenképp helyet kap a vállalkozás neve, elérhetősége, szlogenje. Egy erőteljes keret kapott mindez. A logó hiába kör alapú, úgy gondoltam, hogy magához a bélyegzőhöz túlságosan is bonyolult. A pecsét esetében mindezt még jobban le kellett egyszerűsíteni. Arra semmilyen információ nem kerülhetett méretei miatt, így egy minimalizált nyomóformát készítettem. A vörös viaszba nyomva a lezárandó borítékra kerülhetett, ezzel egészítve ki az azon lévő üzenetet.

Ezek után a bordély nagyobb tömegekben való népszerűsítésére is gondolnunk kell. Már abban az időben is ellepték az utcákat a szórólapok és az azokat osztogatók. Ha elég ismertségre teszünk szert a városban, könnyebben jut el a megfelelő személyekhez a hírünk.

A szórólap esetében törekedni kell az olcsóbb megoldásokra példányszámból kifolyólag. A szokásos információkon túl, erre az információ hordozóra már felkerülhetnek hosszabb informális szövegek is. Az újsághirdetés talán a legkülönösebb elem egy bordélyház esetében. Abban az időben szinte mindenki járatta az újságokat, reklámcélokra ezt használták fel a legjobban. Egy olyan hirdetés, ami tökéletesen visszafogott, minden probléma nélkül bekerülhetett a lapokba.

A következő, szintén széles rétegekhez eljutó anyag a cégtábla lehet. Ezen alkalmatosságokat bérelt munkások, magukra akasztva járták körbe a várost. A szórólapok osztogatását is gyakran ők vállalták. A cégtáblánál érdemes kiemelni a szokásos elemeken túl a nyitva tartást, a madam nevét és elérhetőségeket. Az egységes arculat érdekében, ezt is fekete-fehérben terveztem.



A bordélyházaknak volt még egy, igencsak kedvelt reklámfogása, a vállalkozás által kiadott és természetesen az ott munkálkodó hölgyek főszereplésével készült pornográf tartalmú képeslapok. Ezeket az elemeket természetesen nyilvánosan terjeszteni nem lehetett, csupán kézről kézre juthatott tovább. A berendezési tárgyakon is úgy gondoltam, felbukkanhat a bordély logója, hol textilszalvétákon, hol poharakon.

És végül, de nem utolsó sorban, a hölgyeket és azok képességeit, érdeklődési köreit tartalmazó album is elkészült. A textilborításra felkerült a logó, valamint magánát a könyvnek a címe és a madam neve. A belső borító vörös, akár a használandó vörös viasz a borítékokon. Egy oldalon egy hölgy szerepel, képpel, névvel, érdeklődéssel, trükkjeivel, képességeivel. A papír ez esetben is kellemesen vastag és puha, süppedős merített papír.

Hivatkozások:

http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/parizs_oromlanyai/ (2012. 09. 12. – Vadász Sándor)

<http://businesscarddesignideas.com/business-cards-have-come-a-long-way-since/> (2012. 07. 13.)

<http://www.origo.hu/tudomany/20120706-szazeves-pornokep-kerultek-elo-kolozsvarrol.html>(2012.07.06)

David Bann – Nyomdai megrendelők kézikönyve, Scolar kiadó, 2008