



---

# Załącznik 1 A do Regulaminu Konkursu na identyfikację wizualną Muzeum Historii Fotografii

Wymagania stawiane pracom konkursowym w etapie II konkursu.

Brief strategiczny.

Wprowadzenie	2
Tło dla przeprowadzenia procesu	2
Cel konkursu	3
O Muzeum Fotografii w Krakowie	5



## Wprowadzenie

Konkurs na nową identyfikację Muzeum Fotografii w Krakowie przeprowadzony jest we współpracy ze Stowarzyszeniem Twórców Grafiki Użytkowej.

W ramach współpracy, STGU wspiera MHF przy organizacji konkursu oraz będzie wsparciem merytorycznym przy wyborze wykonawcy.

Załączone materiały pokazują zakres działań oraz wprowadzają projektanta w temat konkursu.

Konkurs jest dwuetapowy:

ETAP 1 – projektanci składają portfolio

ETAP 2 – wybrani 3 projektanci przygotowują odpłatnie zadanie konkursowe

Po pierwszym etapie przewidziany jest czas na dodatkowe pytania (debriefing) i videochat, w którym odpowiemy na wszystkie wątpliwości.

Pytania kierować należy pod adres: [board@stgu.pl](mailto:board@stgu.pl)

## Tło dla przeprowadzenia procesu

Muzeum Fotografii w Krakowie ogłasza konkurs na projekt identyfikacji wizualnej i informacyjnej wraz z logotypem Muzeum, które staną się oficjalnym elementem identyfikacji graficznej tej instytucji.

Celem Konkursu jest zaprojektowanie nowego znaku graficznego (logo) oraz materiałów graficznych, które nawiązywać będą do działalności Muzeum oraz spójnie identyfikować wszystkie oddziały Muzeum, biorąc



pod uwagę ich specyfikę. Konkurs na projekt identyfikacji wizualnej i informacyjnej Muzeum Fotografii w Krakowie ma wyłonić identyfikację wizualną najlepiej komunikującą markę i wartości jakimi kieruje się Muzeum w swojej działalności. Na podstawie wybranego projektu logotypu, laureat zostanie poproszony o stworzenie pozostałych elementów identyfikacji wizualnej.

## Cel konkursu

Decyzja o zmianie logotypu i systemu identyfikacji wizualnej Muzeum podyktowana jest chęcią zachowania **spójności między wizerunkiem a charakterem** naszej instytucji. Spektakularna ewolucja instytucji oraz dynamika zmian, jakim w ostatnich dwóch latach poddawane jest Muzeum, stwarzają konieczność uaktualnienia bieżącego wizerunku, swoistego przedstawienia się swoim odbiorcom na nowo, tak aby zyskali oni pełen obraz korzystnych **zmian**, jakie zaszły i nadal będą prowadzone w obrębie naszej instytucji. Obecnie funkcjonujący logotyp powstał kilka lat przed wypracowaniem nowej wizji i strategii Muzeum, nie mógł więc uwzględniać ważnych obszarów jego działalności, takich jak: **koncentracja na rozwoju nowoczesnego, spójnego programu dla publiczności, rozwój naszej kolekcji, budowanie nowej sieci kontaktów czy szeroko rozumianej edukacji**. Na obecnym etapie naszej działalności aktualny logotyp oraz system identyfikacji wizualnej Muzeum stał się więc nieadekwatny względem potrzeb oraz konieczności rozwijania koncepcji muzeum przez najbliższe lata.

Ponadto zależy nam na zwiększeniu potencjału istniejącej marki Muzeum Fotografii w Krakowie, przy pełnym zachowaniu jej tradycyjnych zalet. Chcemy położyć nacisk na pogłębianie relacji z obecnymi odbiorcami i przyciągnięcie nowych odbiorców, dzięki stale rozszerzanej i uatrakcyjnianej ofercie edukacyjno-kulturalnej. Niemniej istotnym elementem jest tu położenie akcentu i podkreślenie zachodzących w obrębie instytucji zmian, które logotyp powinien jasno i wyraźnie sygnalizować.

- 1) Projekt znaku słowno-graficznego (logotypu) Muzeum Fotografii w Krakowie powinien **jednoznacznie** kojarzyć się z tą **instytucją** i oddawać jej unikatowy charakter. Powinien nawiązywać zarówno do 30-letniej tradycji instytucji, ale jednocześnie oddawać jej nowoczesny i profesjonalny charakter. Powinien być znakiem oryginalnym, łatwym do zapamiętania, czytelnym i funkcjonalnym, usprawniającym komunikację, estetycznym,



występować samodzielnie oraz w połączeniu z nazwą – Muzeum Fotografii w Krakowie.

- 2) Ważne jest uwzględnienie zmiany w obrębie nazwy instytucji: z Muzeum Historii Fotografii im. Walerego Rzewuskiego w Krakowie (skrót: MHF) na **Muzeum Fotografii w Krakowie** (która nie kładzie akcentu na aspekt historyczny). „MHF” funkcjonujący dotychczas jako skrót m.in. w adresie strony internetowej oraz nazwa w przekazie potocznym musi zostać zastąpiony nowym atrakcyjnym i czytelnym skrótem, pochodzącym bezpośrednio od nazwy polskiej, lub też funkcjonującym samodzielnie (np. skrót "MOCAK" pochodzi od angielskiego tłumaczenia nazwy Museum of Contemporary Art Kraków).
- 3) Logotyp i identyfikacja wizualna Muzeum powinny umożliwiać jego łatwą reprodukcję na różnych nośnikach i za pomocą różnych technik (druk, grawerowanie itp.), by pozostało ono czytelne niezależnie od wielkości formatu.
- 4) Istotnym celem jest podkreślenie wyjątkowości instytucji (pierwsze i jedyne muzeum fotografii w Polsce), jej przewagi konkurencyjnej (obejmuje zasięgiem nie tylko fotografię, ale też inne dziedziny sztuki; skupia się nie tylko na tradycji historycznej, ale również wskazuje kierunki współczesnej sztuki)

Należy uwzględnić, że logotyp i identyfikacja wizualna będą funkcjonować **w trzech obiektach**, którymi dysponuje Muzeum Fotografii w Krakowie. Logotyp musi być spójny stylistycznie i estetycznie z architekturą i charakterem poszczególnych obiektów.

Celem konkursu jest wyłonienie najlepszego projektu Identyfikacji Wizualnej – Logotypu, pozwalającego na kreowanie wizerunku MUZEUM FOTOGRAFII W KRAKOWIE. Muzeum oczekuje uzyskania **oryginalnego projektu znaku graficznego, który stanie się oficjalnym logotypem**, identyfikującym wszelkie działania, wydarzenia, publikacje i innego rodzaju przedsięwzięcia realizowane w ramach realizacji zadań statutowych Muzeum Fotografii w Krakowie.

Wybrany logotyp będzie przeznaczony w szczególności do celów:

- 1) promocyjnych
- 2) identyfikacyjnych
- 3) reprezentacyjnych



#### 4) korespondencyjnych

Logotyp będzie wykorzystywany w związku z działalnością statutową Muzeum, a w szczególności umieszczony będzie na:

- 1) plakatach
- 2) ulotkach i innych drukach promocyjnych
- 3) nośnikach elektronicznych i w Internecie
- 4) nośnikach reklamy zewnętrznej
- 5) gadżetach promocyjno-reklamowych i okolicznościowych
- 6) wyremontowanych obiektach (siedzibach) Muzeum Fotografii w Krakowie
- 7) papierze firmowym i innych akcydensach poligraficznych
- 8) ogłoszeniach prasowych i spotach telewizyjnych

Projekt powinien zawierać wersję podstawową oraz uproszczoną Logotypu Muzeum Fotografii w Krakowie.

**Do projektu Logotypu załączony powinien być opis idei i pomysłu stojącego za daną propozycją znaku graficznego.**

## O Muzeum Fotografii w Krakowie

Muzeum Fotografii w Krakowie zajmuje wśród polskich instytucji muzealnych wyjątkowe miejsce – to **jedyne muzeum w Polsce poświęcone w całości zagadnieniom fotografii**, które w roku ubiegłym obchodziło jubileusz 30-lecia istnienia. Nasze Muzeum zajmuje się fotografią ujętą jako fenomen kulturowy, który w istotny sposób określa – już od prawie dwustu lat – ikonosferę nowoczesnego człowieka, przejawiając się w najróżniejszych sferach jego życia: w nauce, mediach, praktykach wiązanych z upamiętnianiem i dokumentowaniem przeszłości, propagandzie, reklamie i wreszcie – w



sztuce. Bez znajomości fotografii, jej historii, specyficznych języków i form eksploatacji, nie sposób zrozumieć rzeczywistości, która nas otacza. Dlatego rola Muzeum polegająca na **upowszechnianiu wiedzy o fotografii i podnoszeniu kompetencji kulturowych** w zakresie jej odbioru ma tak istotną wagę społeczną.

Celem Muzeum Fotografii w Krakowie jest **stworzenie przestrzeni otwartej dla specjalistów** zajmujących się różnymi aspektami medium fotograficznego oraz dla szerszego grona odbiorców. Ambicją Muzeum jest stanie się żywym, wyraźnie zaznaczonym na mapie Polski i Europy ośrodkiem zajmującym się w pierwszej kolejności obrazem fotograficznym. Szeroka **perspektywa badawcza** oraz **edukacyjna** będą podstawowymi kontekstami określającymi kierunek rozwoju MHF.

Nasze stale pomnażane kolekcje powstały w oparciu o przekazane nam częściowo zbiory i księgozbiór słynnego Krakowskiego Towarzystwa Fotograficznego, reaktywowanego w latach 60. XX wieku w oparciu o tradycję ruchu fotoamatorskiego, począwszy od przełomu XIX i XX wieku. Zbiór ten ma przede wszystkim **walor historyczny** i zawiera muzealia odnoszące się do najważniejszych wydarzeń historii Polski, począwszy od 2. połowy XIX wieku po czasy współczesne. Posiadamy też cenne zbiory fotografii artystycznej oraz sprzętu fotograficznego.

Muzeum aktywnie uczestniczy w **kreowaniu i propagowaniu fotografii** jako jednego z najważniejszych mediów sztuki nowoczesnej, gromadząc kolekcję sztuki współczesnej. Obecnie

Muzeum posiada w zbiorach następujące **kolekcje**:

- sztuki,
- fotografii historyczno-społecznej,
- sprzętu fotograficznego i kinematograficznego oraz ewidencjonowane poza inwentarzem muzealnym materiały biblioteczne i badawcze.

Każda z kolekcji obejmuje prace o innym charakterze, podporządkowane różnym kryteriom oceny, co wymusza na instytucji stosowanie nie jednej, lecz kilku strategii kolekcjonowania. Najczęściej zbiory fotograficzne w innych instytucjach publicznych w Polsce powstają na drodze selekcji dostosowanej do profilu danej instytucji, stają się więc albo kolekcjami prac poszczególnych autorów, albo kolekcjami tematycznymi. Muzeum poprzez swoje zbiory stara się **dokumentować historię** rozwoju medium fotograficznego, a jednocześnie **uzupełniać zasoby** ikonograficzne. Jednak tym, na czym opiera się oryginalność i wyjątkowość kolekcji naszej instytucji, tym, co ją strukturyzuje, jest rola, jaką pełni dany obiekt w stawianiu pytań problematyzujących zagadnienia fotografii i, szerzej, obrazu.



W ramach prowadzonej od 2000 roku systematycznej **digitalizacji** wszystkie zbiory wprowadzone do inwentarza muzealnego posiadają cyfrowe wizerunki, a te obiekty, które mają uregulowany stan prawny, są udostępniane w katalogu **zbiorów on-line** oraz na kilku specjalistycznych platformach internetowych. Stało się to możliwe dzięki aktywnemu zaangażowaniu Muzeum w projekty grantowe i skutecznemu pozyskiwaniu funduszy z ogólnopolskich programów digitalizacyjnych, w tym między innymi „Kultura+”.

Od początków swego istnienia podejmowało też Muzeum różnorodne inicjatywy w zakresie edukacji muzealnej, a na szczególną uwagę zasługują z całą pewnością projekty realizowane w ostatnich latach w ramach programu „Szkoła widzenia” (wyróżnienie Muzealne Wydarzenie Roku Sybilla 2015).

Jako jedyne w Polsce publiczne Muzeum poświęcone fotografii od początków swego istnienia zaczęło tworzyć pierwsze sieci krajowych kontaktów między instytucjami i środowiskami, a na początku XXI w. również międzynarodowych związanych z projektem EUROPEANA. Po roku 2015 ze strony Muzeum nastąpiło wzmoczenie starań o rozszerzenie bazy kontaktów i jest to wciąż jedno z najważniejszych wyzwań, jakie stawia sobie instytucja w perspektywie najbliższych lat. Muzeum Fotografii może poszczycić się w ostatnich latach licznymi sukcesami, potwierdzonymi cennymi wyróżnieniami i nagrodami, odnoszonymi na polu działalności wystawienniczej, wydawniczej, edukacyjnej oraz związanej z digitalizacją i upowszechnianiem zbiorów.

Po 25 latach działalności tej unikatowej placówki rozpoczął się proces wypracowywania nowej wizji jej funkcjonowania. Zainicjowane wówczas elementy zmiany pozwoliły nowej dyrekcji Muzeum w ciągu niespełna dwóch lat, od roku 2016, przygotować i rozpocząć nowy etap w historii Muzeum Fotografii w Krakowie. Cele i zadania Muzeum przez ponad dwie dekady nie ulegały zasadniczym modyfikacjom – stało się tak dopiero w roku 2016, kiedy to w związku ze zmianą dyrektora Muzeum i na podstawie opracowanej kilka lat wcześniej misji Muzeum oraz nowej wizji funkcjonowania instytucji wprowadzone zostały zmiany w jej statucie polegające na **poszerzeniu zakresu działalności o gromadzenie i trwałą ochronę zbiorów** w zakresie dzieł **sztuki współczesnej**, w szczególności skupiających się na percepcji wzrokowej. Natomiast do zadań służących realizacji misji wprowadzono zapis mówiący o organizowaniu i prowadzeniu badań naukowych w zakresie historii i teorii obrazu. Ta pozornie niewielka korekta statutu otworzyła możliwość poszerzenia obszarów działalności instytucji, a także legitymizowała podejmowane już wcześniej inicjatywy otwarcia





Muzeum na nowe obszary badawcze i środowiska artystyczne oraz nowe sprofilowanie kolekcji.

Równocześnie zmiany, jakie wynikały z nowej wizji funkcjonowania instytucji, znalazły odzwierciedlenie w możliwości posługiwania się w codziennej komunikacji z otoczeniem skróconą nazwą: z „Muzeum Historii Fotografii im. Walerego Rzewuskiego w Krakowie”: na „**Muzeum Fotografii w Krakowie**”. Zmiana miała na celu podkreślenie kierunku rozwoju, skoncentrowanego na fotografii nie tylko w kontekście historycznym, ale również z perspektywy sztuki współczesnej. Dynamiczny rozwój muzeum pociąga za sobą konieczność pozyskiwania nowych przestrzeni na prowadzenie szerokiej działalności wystawienniczej i oświatowej, które spełniałyby najwyższe standardy muzealnictwa XXI wieku. Oprócz prowadzonego **remontu i modernizacji** obecnej **siedziby** przy ul. Józefitów, która zostanie przekształcona w nowoczesne centrum magazynowo-konserwatorskie i digitalizacyjne oraz badawcze, równolegle Gmina Miejska Kraków pozyskała dla Muzeum Fotografii w Krakowie teren, położony w centrum Krakowa, zabudowany zabytkowym obiektem dawnej **Zbrojowni**, gdzie docelowo stworzymy naszą główną siedzibę i urządzimy w tym miejscu centrum wystawienniczo-edukacyjne.

Aby utrzymać kontakt z publicznością podczas trwających remontów, Muzeum Fotografii w Krakowie zostało dzierżawcą budynku zabytkowej **Strzelnicy na Woli Justowskiej**, gdzie od września b.r. prezentowana będzie wystawa stała „Portret” oraz wystawy czasowe. Oprócz przestrzeni wystawienniczej będzie tam działał lokal gastronomiczny, a także muzealna księgarnia i otaczający budynek ogród doświadczeń.

Kwestia rozwoju infrastruktury naszego Muzeum – mimo że to istotna podstawa dająca możliwość rozwoju na niespotykaną dotychczas skalę – nie mogła jednak przysłonić innych, równie ważnych obszarów działalności Muzeum na najbliższe lata, takich jak kwestie działań związanych z programami dla publiczności, wystawami i publikacjami, rozwojem naszej kolekcji, nową siecią kontaktów czy edukacją. Naszym celem jest zapewnienie odbiorcom łatwego dostępu do zbiorów, materiałów naukowych i przestrzeni dla badaczy, dzięki częściowo otwartym magazynom i pracowniom, a także bogatemu programowi edukacyjno-kulturalnemu, by Muzeum stało się żywym miejscem spotkań dla rodzin z dziećmi, turystów i społeczności lokalnej.

Strategiczne działania Muzeum zaplanowane na lata 2018–2023 odnoszą się do następujących obszarów:

– Infrastruktura.





- Zarządzanie.
- Kolekcja, wystawy i badania.
- Sieci współpracy.
- Publiczność i otoczenie.
- Edukacja.

Ramę całokształtu działań Muzeum tworzy sześć powiązanych ze sobą elementów. Pierwsze dwa odnoszą się do złożonej i warunkującej pozostałe elementy sfery pracy. Wytworzenie nowej infrastruktury opartej na wyremontowanych siedzibach Muzeum oraz reorganizacja wewnętrzna dotycząca przede wszystkim warstwy zarządzania stanowią bazę do kolejnych składowych.

Pozostałe cztery elementy powiązane z programową częścią działalności mogą być realizowane, wyłącznie opierając się na przeprowadzonych zmianach w kontekście infrastruktury i zarządzania.

W sferze kolekcji, wystaw i badań mieści się wizja działań powiązanych zarówno z opracowywaniem i interpretowaniem istniejącej kolekcji, jak również jej poszerzeniem, a także związana jest z kierunkami wyznaczonymi dla przedsięwzięć wystawienniczych, badawczych i konserwatorskich. Sieci współpracy oznaczają kontekst instytucjonalny oraz wszelkiego rodzaju istotne strukturalnie powiązania mające wpływ na pracę Muzeum. Publiczność i otoczenie są obszarami, gdzie pomieszczone zostaną konteksty mające wpływ na sposób i styl komunikowania się Muzeum ze swoimi gośćmi oraz elementy określające poziom otwartości instytucji na zmianę wynikającą z obserwacji zwiedzających. Edukacja ujęta jako odrębny zakres działań to wszelkie przedsięwzięcia, wydarzenia i projekty o charakterze dydaktycznym i rozwojowym skierowane do publiczności.