

# Merészebb, mint a festészet

A modern magyar kereskedelmi plakát 1924–1942

– kiállítás az Iparművészeti Múzeumban

■ Felmerülhet a kérdés, miként kerül az esseni Német Plakátmúzeum (Deutsches Plakat Museum) vezetője a magyar plakátok közelébe? Erre két válaszom is lenne: az első, hogy a magyar plakát történetében voltak olyan időszakok, amelyek fontos impulzusokkal járultak hozzá a német plakát fejlődéséhez, természetesen kölcsönhatásról kell beszélnünk – de erről majd később. Másrészt személyes és több évtizedes kötődésem alakult ki a magyar plakátokhoz.

Amikor az 1980-as évek közepén a berlini Német Történelmi Múzeum (Deutsches Historisches Museum) Plakátgyűjteményét átvettem, az akkori anyag feldolgozása során számos magyar plakátra bukkantam. Elsőként Biró Mihály igen erőteljes politikai plakátjai voltak rám hatással. A feliratok fordításában a berlini Magyar Kulturális Intézet (később Haus Ungarn, ma Collegium Hungaricum, Berlin) munkatársai voltak segítségemre, s ebből olyan együttműködés jött létre, melynek eredményeként kiállítást rendeztünk az intézetben, ezt egy budapesti kiállítás is követte, amelyhez művek kölcsönzésével járultunk hozzá.

Amikor az említett plakátokkal foglalkoztam, világossá vált számomra, hogy ezek az első politikai plakátok a szó modern értelmében. 1910 és 1914 között Magyarországon a szociális feszültségek miatt a politikai plakátok köztéri elhelyezését nem tudták teljesen megakadályozni, így Budapest lett a politikai plakát bölcsője, s formanyelve az első világháború után számos ország – ekképpen Németország politikai

**Berény Róbert: Flora terpentinszappan /**

**Róbert Berény: Poster for 'Flora' laundry soap**

[1927] litográfia, Globus Rt. Budapest (OSZK Plakát- és Képgyűjtemény, Budapest) / lithography, Globus Co. Budapest (Manuscript Collection and Collection of Small Prints, National Széchényi Library, Budapest)

[126x92 cm]



Fotó: Ackermann Ádám / OSZK

**Berény Róbert:**  
**Palma kaucsuksarok /**  
**Róbert Berény:**  
**Poster for 'Palma'**  
**rubber heels**  
[1928] *litográfia,*  
*Athenaeum Budapest*  
*(OSZK Plakát- és*  
*Kisnyomtatványtár;*  
*Budapest) /*  
*lithography,*  
*Athenaeum Budapest*  
*(Manuscript*  
*Collection and*  
*Collection of Small*  
*Prints, National*  
*Széchenyi Library,*  
*Budapest)*  
[125x94,5 cm]



Fotó: Ackermann Ádám / OSZK

plakátművészetére is hatással volt. A magyarországi plakát fejlődéstörténetéről Németországban két folyóirat, a *Das Plakat* és 1924-től a *Gebrauchsgraphik* közölt képekkel bőven illusztrált tudósításokat. A berlini és müncheni nemzetközi kiállításokon való részvétel szintén jelentősen hozzájárult a magyar plakát nagyfokú németországi ismertségéhez.

Időzzünk még kicsit a személyes összefüggéseknél: 1986-ban láthattam Budapesten, a Múcsarnokban a *100+1 éves a magyar plakát* című kiállítást. Ez a tárlat a plakátbemutató egy teljesen új típusát honosította meg. A plakát behelyezése az adott kor történelmi, kulturális, művészettörténeti kontextusába tökéletes újdonság volt számomra, s a mai napig befolyással van arra, miként közelíték a plakáthoz mint a művelődés- és művészettörténet dokumentumához.

Ezen a kiállításon tűnt fel előttem először az is, milyen széles körben és variációs gazdagsággal van jelen Magyarországon 1920 és 1940 között a termékplakát (Sachplakat). A modern plakátstílusnak ez a sokrétűsége egyedülének mondható.

Az ív a Bauhaustól a tipográfiai plakáton – amely az úgynevezett új tipográfiához (Neue Typographie) áll közel – és az art decón át az új tárgyiassáig (Neue Sachlichkeit) feszül. Funkcionalitás és konstrukció szélesítik a palettát. Ezeknek a stílusirányzatoknak a speciális kombinációja révén azonosítható a magyar plakát abban az esetben is, amikor nincs rajta magyar nyelvű felirat.

Mi is lehetett az oka annak, hogy az avantgárd forma és annak szisztematikus alkalmazása ilyen hosszú időszakon át érvényesülhetett? Egyrészt természetesen az alkotók tehetsége, másrészt a megrendelők készsége arra, hogy ismeretlen területre lépjenek. Hiszen nem lehettek biztosak abban, hogy valóban előnyös lesz-e, ha a cég termékeit ilyen módon hirdetik,

**Berény Róbert: Modiano /**

**Róbert Berény: Poster for 'Modiano' rolling papers**

[1929] *litográfia, Athenaeum Budapest (OSZK Plakát- és Késműgyűjtemény, Budapest) / lithography, Athenaeum Budapest (Manuscript Collection and Collection of Small Prints, National Széchényi Library, Budapest)* [126x95 cm]

hoz-e hasznát, nagyobb forgalmat a radikálisan modern imázs? Másrészt ehhez olyan társadalomra volt szükség, amely nyitottan fogadja a külső hatásokat és készek mutatkozik a kísérletezés tolerálására, sőt támogatására. Ha azonban megvizsgáljuk az 1920 és 1940 közötti magyar társadalmat, éppen az ellenkezőjét állapíthatjuk meg. A konzervatív irányultságú



Fotó: Ackermann Ádám / OSZK



Fotó: Aclermann Ádám / OSZK

**Irsai István: Bagarol cipőpaszta / István Irsai: Poster for 'Bagarol' shoeblack**

[1935] *litográfia, Globus Rt. Budapest (OSZK Plakát- és Kisnyomtatványtár, Budapest) / lithography, Globus Co. Budapest (Manuscript Collection and Collection of Small Prints, National Széchényi Library, Budapest)*  
[126x93 cm]

avangárd formavariációk. Mi lehetett ennek az oka?

Érveim nagy része talán spekulatív, mégis remélem, sikerül némiképp hozzájárulnom a jelenség magyarázatához.

Az 1920-as évek közepétől gazdasági stabilizációt figyelhetünk meg, amely szükségessé tette a hazai termékek exportképessé tételét. A régi, otthonos piacok, Ausztria és a balkáni országok 1919-től kezdődően válságok megrázkódtatásaival kísérve teljesen új szervezeti struktúrát vettek fel. Hasonló jelenséget látunk Németországban és Svájcban is. Különösen Ausztriában és Németországban volt erős társadalmi igény a változásra, amely heves politikai harcokban és egy megváltozott fogyasztói magatartásban mutatkozott meg: a „modern” jelszó lett, s egyszerűen nem jelentett többet, mint „ne úgy, mint eddig!”. Várták és örömmel fogadták az újításokat. A reklámban időbeli párhuzamban futottak olyan stratégiák, amelyek tartalmilag kölcsönösen kizárták egymást. A háború előtti Berlin termékplakátjától a Bauhaus felfogásán át egészen az új tárgyiasságig terjedt a skála. Ott voltak közben a politikai plakátokon, a film, a színház és a tánc területén felvillanó expresszionista irányzatok. A Jugendstil a dekorativitás újraértelmezésével torkollott az art decóba. Tehát mindent összevéve ez a kreatív robbanások időszaka volt. – S ekkor kellett a magyar árunak vásárlót találni. A kérdés úgy hangzott: hogyan kölcsönöznek modern imázst a termékeinknek?

társadalom nem mutatta az előbb említett jegyeket, ennek megfelelően a festészetben és az építészetben tradicionalizmus érvényesült, a modern törekvések háttérbe szorultak. De a kereskedelmi plakát éveken át a maga teljesen sajátos útját járta. Léteztek természetesen – mint mindenhol – a szokványos megoldások is, de szokatlanul nagy számban voltak jelen az

A strukturális beágyazottságtól függően különböző módon válaszolják meg a hogyan, mégis gyakran jutnak ugyanarra az eredményre. Akár pályázatot írt ki a megrendelő, akár hosszabb távon egy alkotót alkalmazott, a tárgyilagos szemlélet igénye, a kubizmus és futurizmus erős befolyása megmaradt.

Jól érzékelhető ez az összefüggés Bortnyik Sándor



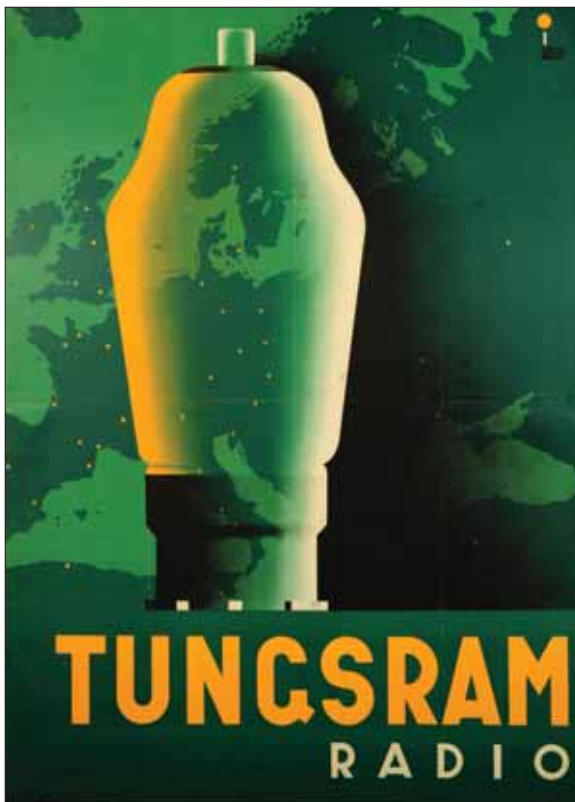
műveiben. Magyarországon, majd emigrációja után Bécsben és Weimarban festőként működött. 1925-ben visszatért Magyarországra, és 1928-ban megalapította tervezőgrafikai magániskoláját, a *Műhelyt*. Bortnyik munkásságának alapelve a funkció szolgálata, ami a *Műhelyt* hirdető plakáton szereplő, majd gyorsan elterjedő „magyar Bauhaus” megnevezésben is kifejeződött. Bortnyik hamarosan a grafikai tervezés vezéralakjává vált. 1929-ben keletkezett, a *Modiano*

**Irsai István: Tungstram rádió /**

**István Irsai: Poster for 'Tungstram' radio brand**

[1936] *litográfia, Révai Budapest*

(OSZK Plakát- és Képzőművészeti Intézet, Budapest) /  
*lithography, Révai Budapest (Manuscript Collection and Collection of Small Prints, National Széchényi Library, Budapest)* [126x93 cm]



Fotó: Ackermann Ádám / OSZK



Fotó: Ackermann Ádám / OSZK

**Irsai István:  
Nor-Coc fürdőtrikó,  
szavatolt szintartó /  
István Irsai: Poster for  
'Nor-Coc' swimsuits**

[1935] *litográfia,  
Hamburger és  
Birkholz Rt.*

(OSZK Plakát- és  
Képzőművészeti Intézet,  
Budapest) /  
*lithography,  
Hamburger and  
Birkholz Co.*

(Manuscript  
Collection and  
Collection of Small  
Prints, National  
Széchényi Library,  
Budapest)

[188x63 cm]

cigarettapapírt hirdető munkái több szempontból is úttörők voltak. Csak egy aspektust emelnék ki: Bortnyik a cigarettapapír új ábrázolási formáját fedezte fel a transzparencia hangsúlyozásával, azaz egy optikai sajátsággal ragadta meg az áttetsző papír légies könnyűségét. Ezt legfeljebb csak a mai Photoshop-használók tudják minden különösebb erőfeszítés nélkül elérni.



Fotó: Ackermann Ádám / OSZK

A termékplakát jellegéből fakad, hogy a lehető legnagyobb képi hűségre törekszik, azaz a grafikus egészen a fotorealizmus végletes precizitásáig eljut a cigaretta, illetve a csomagolás anyagának, felületének leképezésében – hiszen ekkor még nem tudtak technikailag tökéletesen színes fotót nyomtatásban visszaadni. Ezzel a trenddel szemben a magyar termékplakátban még gyakran inkább jelszerűen alkalmazott felületek jelennek meg a realiztikus ábrázolás helyett, ami a logó kialakításának fontos lépése, ahogy ezt például a logó úttörőjének, Wilhelm Deffkének az 1930-as években készült munkáiban megfigyelhetjük.

A magyar termékplakát fejlődése nyilvánvalóan a nemzetközi piacok felé orientálódik, ami ellentétben áll a társadalom nemzeti konzervatív alapirányultásával. Ez lehet sajátosságainak egyik lehetséges magyarázata.

A kiállítás rendezőit gratuláció illeti. A plakátokhoz hozzárendelt termékek kiválóan hangsúlyozzák termék és plakát összetartozását. A tárgyak kiválasztása és bemutatása bámulatos áttekintést ad a magyar plakáttörténet egy fontos szakaszáról és jelentősen túlmutat annak földrajzi és időbeli helyén. S nem utolsósorban a kreativitás erejéről tanúskodik – egy nem túl kreatív korszakban.

RENÉ GROHNERT  
a Deutsches Plakat Museum vezetője

Fordította Nóti Judit

*(Merészebb, mint a festészet – A modern magyar kereskedelmi plakát 1924–1942. Az Iparművészeti Múzeum és az Országos Széchényi Könyvtár [OSZK] közös szervezésében megvalósult kiállítás. Iparművészeti Múzeum, Budapest, 2014. április 25–július 27.)*

A kiállítás megnyitóján elhangzott beszéd szerkesztett változata.

**Bortnyik Sándor: Futó Gyula. Szén zsákokban még aznap / Bortnyik Sándor: Poster for coal supplier Gyula Futó**

[1926] litográfia, Hamburger és Birkholz Rt. Budapest (OSZK Plakát- és Kisnyomtatványtár, Budapest) / lithography, Hamburger and Birkholz Co. Budapest (Manuscript Collection and Collection of Small Prints, National Széchényi Library, Budapest) [63x48 cm]

