

Saját lábán áll a plakát?

Több mint ezer terv
a készülő plakátkiállítás zsürije előtt



Mezítlábas talpon áll egy P betű és kiabál. Ez az embléma hirdeti majd a VI. országos plakátkiállítást, amelyet a Magyar Képzőművészek Szövetsége rendez a közeljövőben a Múcsarnokban. Ilyen nagyszabású plakátkiállítást öt éve nem láthattunk, s jó alkalmat ad arra, hogy lemérjük, merre tart, mennyit fejlődött a magyar plakátművészet?

A plakát — ma is ott áll az utcán. Pedig a harmincas években már a halotti beszédet is elmondták felette: „*Látjátok feleim, szemetekkel: mennyi egyforma, unalmas plakát ragad a plakátoszlopon...*” — írta a modern plakátról az egyik korabeli újság. Jó, széles talpakon áll a plakát — ezt mutatja az embléma, és azt is, hogy a saját lábán megáll. Átvészelt néhány korszakot, átvészelt különböző stílusok, divatok változásait, s — újra meg újra felfrissült tőle.

A plakát — kiabál. Néha szokatlanságával is. Az a dolga, hogy művészi eszközökkel felkelte, irányítsa a figyelmet. Eszköztárában szép számmal szerepelnek olyan kellékek, amelyek felrúzzák gondolataiból az utca emberét. A szokatlanság is köztük van. Igaz, nem attól jó egy plakát, hogy mindenáron — akár hazugságokkal is — reagálást váltson ki. Ám a legizgalmasabb gondolat is hatástalan marad, ha erőtlenség, unalmasan közlik. Furcsa módon a megrendelők, a vállalatok nálunk épp a kiabáló plakátot nem szeretik. Olyannyira, hogy arra is volt már példa: prémiumelvonással büntették a vállalat propagandistáját, mert az általa kiválasztott plakátról „sokat beszéltek”. Az utcán megjelenő plakáttermésből nehéz lenne visszakövetkeztetni az eredeti elképzelésekre: hol a zsüri, hol a megrendelő kívánságára változtat a művész az eredeti terven. A VI. országos plakátkiállítás beküldött anyagát épp ezért most zsürizés közben néztük meg.

Két délelőtt végignéztük, hogyan történik a zsürizés, milyen ötletek nyerik meg a grafikusokból, lektorokból álló zsüri tetszését. A kiállítás érdekében a zsüri elvett 160 grafikus munkája. A két délelőtt ennek a 90 százalékát bírálták el.

A kiállítás meghirdetésének nem voltak meghatározott kikötései. A zsürizés során többször is elhangzott: „*minden stílust elfogadunk, csak jó legyen*”. Plakátokat kértek elsősorban és kis grafikát, de ezen belül sem vonták szűkre a műfajok határait. Ezzel akarták biztosítani a kiállítás célját: mutassa meg, milyen utakon jár ma az alkalmazott grafika, milyen szerteágazó lehetőségei, stílusbeli eltérései vannak. Küldhettek plasztikus terveket, nem határozták meg, milyen anyagból készüljön a terv, milyen technikával.

Mit jelent a plakát 1972-ben? — erre voltak kíváncsiak, s arra, hogyan vélekednek ma grafikusaink a modern plakátról.

Mit is jelent? Az Akadémia kiadásában megjelent lexikon 1968-as megfogalmazása szerint „képből vagy írásból álló, közhelyen kifüggesztett, nyomtatott, nagyméretű propagandaeszköz”. A kiállításra beküldött anyag hozzávetőleg ugyanezt vallotta. Vagy a kiállítás célját nem fogalmazták meg egyértelműen, vagy pedig nem hangsúlyozták eléggé: újszerű elképzelés — alig akadt a tervek között. Pedig kísérletnek sem lett volna rossz megtudni, hogy a nagyon eltérő ízlésű grafikusok és a szakmai lektorátus

hogyan érvel, hogyan vélekedik a maga igaza tudatában.

Nagy vitákra azonban nem került sor. Nem is volt miért hadba szállni. Ami jó volt, ötletes, szellemes és szépen megoldott, az első kategóriába került. Ezeknek az elbírálásában a zsüri többsége egyetértett.

Elgondolkasztó volt viszont az arány a jó és a gyenge között. A legjobb ötletekért, a legszebb, legszellemesebb plakátokért talán húsz művész versengett. Meglepően sokan küldtek be félig kidolgozott ötleteket, félig kielélt gondolatot, ami azt az érzést kelti, hogy sok a felkészületlen, gyenge grafikus ezen a pályán. Nem egy esetben a zsüri egyhangúan gyengének ítélte egy tervet, ugyanannak a tervnek voltak színvonalasabb, jobb változatai is. A megrendelő azonban a gyengébbet fogadta el, ez került az utcára. Ha igényesebb lenne néhány megrendelő, ha erősebb lenne a verseny, az utcán sem látnánk ennyi hatástalan grafikát.

Szépen szerepeltek a zsüri előtt a főiskolások. Terveik szakmai felkészültséget, művészi látásmódot bizonyítottak.

Mit kiabál ma a plakát? Érdekes módon legtöbbit az állami biztosításról, a CASCO-ról, az IBUSZ utazási lehetőségeiről. Filmeket hirdettek gyakrabban, színdarabokat kevesebbet. Örvedetes, hogy szót emel fontos népgazdasági témák érdekében is: a levegő szennyezettségéről, a zajártalomról, a gyorsajtásról. Vanak hatásos politikai plakátok, elsősorban külpolitikai témákról. A hazai, ünnepi plakátok között elkelne a több jó ötlet. Hiányoztak a kereskedelmi plakátok közül azok, amelyekre pedig szükség volna: még mindig kevés fogkrémeket fogyaszt az ország, kevés szappant is.

A társadalom legaktuálisabb kérdéseiről, gazdasági, politikai hétköznapjairól beszél a plakát. Elsősorban azzal, amit hirdeti, amit „kiabál”.

De azzal is: hogyan tölti be rendeltetését, hogyan illeszkedik környezetébe, a változó, fejlődő városképbe, hogyan találja meg helyét, tudja-e követni a városi élet, az építkezések, a közlekedési módok változásait. Ettől függ léte: mennyire alkalmazkodik.

Lába a földön áll, a realitások, a lehetőségek talaján. A kor technikai szintjének talaján is. Akkor tud csak igazán megállni a saját lábán, ha felhasználja korának technikai lehetőségeit, ha figyelembe veszi a fejlődést, ha merít a korszerű tudomány ismereteiből és új vizuális le-

hetőségekkel gazdagítja világnak.

Egy kiállítás — a plakátkiállítás is — sohasem Képviseleti csak a jelent. Sohasem csak lezárt eredményeket regisztrál, felvillant valamit a folytatásokból még akkor is, ha ezek ma még szokatlanok vagy érthetetlenül, idegenül hatnak. Ha ma még nagy tömegben technikailag kivitelezhetetlenek. „...Bármennyire sokjegyű és felaprózott a művészt — még Van Gogh és Picasso, Rimbaud és Lautreamont művészete is —, az emberiség viszonylatában egységet alkot: ahhoz, hogy ez az egység világosan és összefüggően megszólalhasson, elégendő néhány száz év, néhány nemzedék” — írja Andre Malraux.

Egy kőtábla hirdette Sarinus kocsmáját Pompeiben. Sokkal kézenfekvőbb, hétköznapibb anyag volt ugyanis a kő, kézenfekvőbb volt kőbe vésnia a hirdetését, mint tekercsekre írni. Mégis ezt tekintik, ezt a hirdetését a plakát ősenek.

Ma az utcák egyre szélesebbek, a forgalom egyre gyorsul — az utca művészete, a plakát megmaradt volna a rajzolt falragaszoknál? A vilamosok tetején, az árut szállító autókban úgy hirdetnek ma is, mintha földbe ásott oszlopok lennének és nem mozgó hirdetőtáblák. A sztrádák mellett úgy állnak a hirdetőtáblák, mintha sétálók és nem autók haladnának el előttük. Az Állami Biztosító Hamzsbégyi úti új épületét egy háromszögletű hasáb mutatja: állhatna ott szebb, okosabb plasztika is. A fejlődő város, az új lakótelepek, parkok számtalan új művészi hirdetői lehetőséget kínálnak.

Atlátszó plakátok díszíthetnek a csupa üveg városcsarnokok üvegfalát. A belső tereket megannyi világító „plakát” tehetné színesebbé. Már csak azért is keresni kell az új lehetőségeket, mert az utcáról lassan teljesen kiszorulnak a régi, hengeres hirdetőoszlopok. Ma éppen feleannyi plakátot lehet kiragasztani a főváros területén, mint húsz évvel ezelőtt. A metróróljárókból, városcsarnokokból máris kifejezték a plakátot. Az épületek faláról is egyre inkább leszorul.

A korszerű technika, s a korszerű anyag önmagában csak lehetőség. A ceruza, a fényképezőgép vagy a festékszóró pisztoly: eszköz. Hogy mi születik belőle: művészi tárgy, plakát vagy csak felhívást keltő attrakció, ezt felhasználója, művészeinek adottságai döntenek el.

Fekete Judit