

# A hű feleség és az utcalány

Császtvay Tünde

ELSODORT VILÁG – PLAKÁT-ÁLMOK 1910–1920 a címe a Magyar Nemzeti Múzeum október 18-ig látogatható kiállításának. „Tíz évig tartó álomra hívjuk Önöket. Nézőpontunk az első világháború lövészárkában merengő-vizionáló közemberé, aki előtt leperreg életének addigi és várható történéseinek plakátkörnyezete” – olvasható a program ajánlójában. Szerzőnk, a múzeum főigazgató-helyettese, aki részt vett a kiállítás létrehozásában, ezt a gondolatkört járja körül írásában. A kurátor Ihász István, a látványtervező Pintér Réka volt.



képek forrása: MNM

A Times square-t, a szemérmetlen utcanőt több tízezer ember birtokolta éppen. Sok százan helyért harcoltak elkeseredetten a tér egyik végén felállított falanx-üveglelátón, hogy onnan gusztálják kéjjel vibráló hangjait, ordító színeit, agresszív szuggesztivitását, megafényeinek leplezetlen kitarukozását.

Jó lesz vigyázni ezzel a Gronwald Ernővel, jutott eszembe, mikor azon a füledt és forró augusztusi New York-i éjszakán életemben először vakított el a Times square villódzó reklámfényáradata, és én hunyorgva igyekeztem felidézni, hogyan is fogalmazott a 19. század fordulójának zsurnalisztája: „Az eredeti plakát olyan, mint a hű feleség; a tömegplakát, mely többek részére készül – s mindenki a saját cégé-

nek reklámját nyomtatja rá a plakát képére – olyan, mint az utcalány.”

Az ottani üzletek kötelezően elrendelt és törvényi előírásban is megkövetelt fényreklámja és fényportálja a tömegben sodródók és az azt bámulók „szemébe sütött”, égetően – ahogy *Oelmacher Anna* a jó plakát jellemzői közt a 20. század hatvanas éveiben azt meghatározta. De ezek a mozgó plakátok itt az emberi tekintetet már nem csak magukhoz ragadták, de durván rátámadva súlyos csapást mértek rá, vizuálisan ledőzerolták, és egymást is agyonnyomva tüntettek harsányságukkal és vizuális tömegerejükkel. Leplezetlenül, bármiféle finomság vagy jelszerű tömörítés nélkül és vigasztalanul lecsupaszítva mindenki- nek ugyanazt kínálta minden cég minden

üzleti reklámja: ezt vedd, ha számítani akarsz valakinek.

A Times square – az utcalány – minden folyamatosan lüktető és mozgó ízében kéjesen hullámozott, sodort magával mindenkit a felhevült tömeg, hogy a modern plakátok a modern világ mesterséges fénymágiájának infernójában egyesítsenek válogatás nélkül mindenkit.

*Eredeti* plakátot és hirdetést egyetlen egyet sem lehetett látni, sehol.

## Felszabadító tömegkultúra

Amikor a 19. század végének művészei megálmodták, majd megtapasztalták, hogy az új, a modern világ a tömeg százada lesz, az utcán mindenkit megszólító plakátra és a benne foglalt ízlés-, mentalitás- és véle-

ményformáló üzenetekre – üzleti és a manipulatív alapfunkciói mellett – mintegy a társadalmi kötöttségek demokratikus kereteinek tágítási felületként, valamint új művészi törekvéseik bemutatási lehetőségeként tekintettek.

Toulouse-Lautrec, a modern plakát megteremtőinek egyike egyenesen a látás felszabadulását ünnepelte, Kassák Lajos szerint a plakát „a modern kor freskója”, míg Bortnyik Sándor, a műfaj egyik legrangosabb mestere úgy vélte: „Nem azzal a céllal indult el a modern plakát, hogy uniformisba öltöztesse a plakátoszlopokat. Ellenkezőleg, az volt a célja, hogy kiugorjon a tömegből, legyőzze szomszédait, hogy más legyen, mint a mellette lévő.”

Az ipari és technikai fejlődés, az urbanizáció, a szélesedő oktatás eredményeként létrejövő tömegkultúra és tömegkultúra-termelés első évtizedeiben számos író-művész ismerte fel annak bódító erejét, hogy gondolataik, írásaik, művészi termékeik nem csak a szűkkörű és kifinomult ízlésű kiválasztottakhoz jutnak el. Ennek egzisztenciális biztonságot nyújtó háttere, valamint a szélesebb körű közönség elérésének felismert fontossága háttérbe szorította azt a feltüremkedő rossz érzést is, hogy akár a legművészebb, legkimagaslóbb, legkiforrottabb munkájuk is vállaltan mindennapi, sőt, kereskedelmi-üzleti célú szövegek környezetben jelenjen meg. Erről egy 1869-es újsághír így tudósított: „A hirdetések világában élünk. Ez pedig nem rossz jel, mert arra mutat, hogy a közönségnek van kidobni való pénze, mert lehetetlen, hogy oly nadragulya evést eláruló hirdetések jelenjenek meg különben, mint a minők most ponyvát csinálnak a »Lloydok« teriméjéből [elváltozás]... Lehet ilyen dolgokat is olvasni, mint például: »nincs több törött láb, sőt az egészséges lábat is el kell törni, mert Gwanperle... művész az külön lábat csinál a természetnél.«”

Mikszáth Kálmán az 1870-es évek második felétől ma már csak szakirodalmi összefoglalásból ismert, Amit a ponyván árulnak című hírlapi cikkfüzére óta



háborgott a silány ponyvafordítások és magyar testvéreik ellen, de – bár teoretikusan ezt nem fogalmazta meg – valószínűleg az izgatta elsősorban, hogy hol húzható meg a tömegigényeket szolgáló alkotások esztétikai minimumának és maximumának a határa, a szórakoztató- és tömegtermék-iparban tevékenykedő író-művész milyen engedményeket tehet és milyeneket nem tehet meg a siker és az ismertség érdekében.

A múlt század utolsó harmadában a szórakoztató és a tömegirodalom, tömegművészet ügye tehát szinte központi kérdéssé lett, és sok szállal kapcsolódott általános irodalmi-művészeti problémákhoz, beleértve az írók-művészek egzisztenciális bizonytalanságát vagy az irodalom etikai és esztétikai normáinak a természetét.

A hírlapírásból vagy a szerkesztői robotmunkából származó, illetve a még csak éppen alakulni kezdő művészeti szakág-ból befolyó jövedelmek azonban ritkán és akkor is csak keveseknek nyújtottak tisztességes megélhetést, ami főként az 1860-as, 1870-es években, tehát akkor okozott igazán gondot, amikor az irodalmi közélet és intézményrendszer újjászervezése, a művészeti intézményrendszer megalapozása zajlott.

Nincs tehát semmi meglepő abban, hogy a korszak legjelentősebb, ma már klasszikusnak számító írói közül szinte mindenki (Vajda János, Mikszáth Kálmán, Reviczky Gyula, Kiss József, Jókai Mór, Petelei István, Ábrányi Emil stb.), akár más-más okból is, de megpróbálkozott a ponyvaírással, a legnevesebb képzőművészek pedig – köztük például Feszty Árpád, Mednyánszky László – illusztrálták a ponyva- és lektúrtermékeket. A magyar írók egyre szélesebb csoportja tett – nemegyszer kizszorítva, kizsorulva a magas irodalomnak fenntartott felületekről – kirándulásokat az irodalom alsóbb rétegeibe, s ott egyre bátrabban és szókimondóbban beszélt a korábban tilos témákról. Az alkalmi ponyvaszerzők beletáplálták írásaikba a kor tematikai újdonságainak elemeit és reflexióit: orvostudomá-



nyi, később lélektani, szexuálpszichológiai, szociológiai ismereteik vulgarizált gyümölcseit is, így ezek nemegyszer váratlan tartalmakkal dúsultak fel, és a műfaj jellegétől szokatlan rétegek: a legmodernebb nézetek csírái is megjelentek bennük.

### Az utcaművészet eredetisége

Volt tehát mire példaként tekinteni, és azt a kezdeti lökést adó terepet is kipróbálni, ami a széles körű és rétegzett polgárosodó magyar világnak szóló plakát kezdő lépéseihez kellett. A dualizmus, a hirtelen beinduló urbanizációs fejlődés, a mind kényelmesebbé váló polgári élet sajátos magyar fejlődésvonala az irodalmi szövegek többfunkciós és nemegyszer meglepően eredeti és sokszoros rétegzettségét hordozta, s mindez a magyar vizuális művészetek – benne leginkább a tömör, tudatosan formált, a szíkontrasztok mellett sajátos és találó nyelvi kontrasztokkal is operáló plakát – kifejező erejét is gazdagította, míg a szecesszió összművészeti törekvéseivel a magyar képzőművészek legjavát sarkallta arra, hogy a tömegeknek szóló, újonnan formálódó plakátművészetben is megmutassa tehetségét és erejét. Úgy vélem, mindez – természetesen a plakát elsődleges reklám- és üzleti agitatív alapfeladata mellett – évtizedeken át jóval sokrétűbb és igazi, eredeti művészetet teremtő iparművészeti szakággá tudta fejleszteni a magyar plakátművészetet.

Kovács Dániel a kérdéskör szakirodalmának megállapításait összefoglalva írja: „Az 1910-es évekre a magyar plakát végleg elveszti historizáló vonásait, és mozgalmas, színes, nemegyszer vérbő reklámfelületté alakul, egyben kiemelt fontosságú művészeti ággá. Egymást érik a plakáttervezési pályázatok, a Képzőművészeti Főiskolában vagy a Székesfővárosi Iparrajziskolában pedig neves plakátművészek ismertetik meg a tanulókat a műfaj csínjaival. Az utcákon egymást érik a különféle programlehetőségeket hirdető falragaszok, a színházi, a termékplakátok, de megjelenik a sajtóplakát is.”

A gyors diadalmenetet az első világháború törte és változtatta meg, s a háború után nehezen épülni kezdő, a korábitól merőben különböző, modern világ a 20. század második-harmadik évtizedére a plakátművészetet is gyökeresen átalakította. Ahogy Zsótér Ákos egy 1937-es Művészet-beli cikkében megfogalmazta: „A régi plakát egy anyagiakban biztos idők gyermeke, mindent megmondott, amit kellett; kétségeket kizáróan határozott volt. Az új plakát pedig befejezetlen és gondolatindító mint egy keresztretjvény,

színeiben ellentétesen rikoltozó, vonalaiban pedig hajlik a végső expresszionizmus felé.”

### Modern plakáttükör

A hétköznapiak, a mindennapok, sőt a szubkultúra művészetének kutatása több évtizede, a rendszerváltás környékén kezdődött meg Magyarországon. Kétségtelen azonban, hogy a dualizmus, majd a Nagy Háború és a két világháború közötti időszak mindennapjaihoz kapcsolódó, a modernizációval hirtelen óriási mennyiségűvé növekedett forrásanyagról, új és hatalmassá váló médiumok – így a sajtó mellett a plakátok – korábban elzárt, de mindinkább megnyíló anyagáról mind a mai napig csak hézagos képe van még a korszakot kutató történészeknek is. Lehet, hogy a műfajnak, melynek műveit Pócs Péter „az utca ruhájának” nevezi, nincs is egyértelműbben kínálkozó tudományos nézőpont-választása, mint éppen ez.



A Magyar Nemzeti Múzeum Elsodort világ – Plakát-álmok 1910–1920 című kiállításának koncepcióformálói – akárcsak a 19. század végi magyar irodalom ponyvairodalmának egy része és akárcsak a jó és eredeti plakát – többretegű kiállítást álmodtak meg. A klasszikus és művészileg is értékes plakátokhoz illően és azok alapelvárásaira rájátszva egy hiteles és tudományosan felépített plakáttörténeti kiállítást hoztak létre, de egy történeti érvényességű sztorit elmesélő és fikciós alapötletre építve, amelyben hangulati, érzelmi viszonyulást várnak a látogatóktól, korábrázoló kérdéseket fogalmaznak meg elementáris egyszerűséggel megjelenő üzenetekkel és meglepően látványos installációban.

A kiállítás így minimum duplafenekű, hiszen – a már felsoroltakkal együtt – a plakát koncepcionális feladatait és jellemzőit tekinti kompozíció- és koncepcióépítési alapjának: az 1910–1920 közötti kor legválságosabb nagypolitikai, illetve minden közembert is érintő „kispolitikai” mentalitás- és életmódtörténeti utalásait látjuk a plakátszövegeken; a kiállítás elemei – akárcsak a plakátok – erős hangulati és érzelmi hatást gerjesztenek, akaratlanul is bevonják a nézőt a saját világukba, színes, tömör jelszerűséggel és szimbólumokkal és megoldásokkal élnek, a jellegzetes tipográfiá-

val játszó, indító kurátori szövegek pedig – akárcsak a művek maguk – elementáris egyszerűséggel és rövidre húzva üzennek.

Mindeközben az MNM 45000 darabos plakátgyűjteményéből kiválasztott 147 eredeti alkotás végigvezet a klasszikus alkotások születésének első évtizedein. Egy berendezkedő polgári világ kereskedelmi plakátjainak helyét a Sajtóhadiszállás által cenzúrázott háborús front- és hátszói plakátok és felhívások, majd a politikai események ringlispil-szerűen forgó sora, s az új művészi irányok olykor még bátortalan próbálkozásai veszik át. És sodorják el mindazt, ami addig meghatározónak látszott: „Az első világháború éve fontos változást hoznak a magyar plakátművészetben. A szecesszió könnyed figurái, súlytalan jelenetei eltűnnek, helyüket átveszik a mind komorabb politikai motívumok. Az első világháború lezárásával érkező, emberöltő óta nem tapasztalt politikai káosz az őszirózsás forradalomhoz, a köztársaság, majd a népköztársaság kikiáltásához vezet. A 133 napig tartó Tanácsköztársaság politikai jelentősége ugyan máig vita tárgya, ám az kétségtelen, hogy a hazai művészvilág eleinte nagy számmal állt a radikális változások mellé – és ez a rövid periódus a hazai plakátművészet egyik csúcsa is.

Míg 1917–18-ban a magyar utcákon egymást érik a háborút támogató plakátok, a

háború lezárultát követően a hivatalos cenzúra megszűnésével, az őszirózsás forradalom idején mindez a gyökeres ellentétbe fordul.” (Kovács Dániel összefoglalása)

A Magyar Nemzeti Múzeum Elsodort világ – Plakát-álmok 1910–1920 című kiállítása mérföldkő lehet nemcsak a Nemzeti Múzeum megújuló szakmai törekvéseiben, de a modern rendezési elvárásokban is: a legkomolyabb, alaputatásokra épülő, a kiállított műtárgy-anyag jellegét számba vevő és a koncepcióalakításban elsődlegesen felhasznált és átíztított, ötletes és látványos kiállítási koncepció egységét élvezhetjük itt, ahol az interaktivitást nem feltétlenül az új média- és informatikai egységek ügyes kezelésében, hanem a saját kérdésfeltevésekben és eredeti értelmezésekben várják a látogatóktól. A kiállítás ugyanis fájoan mesél egy régi-régi, ha nem is mindenkinnek, de sokaknak élhető és mind kényelmesebbé váló, ám elsodort világról, az első világháború kijózanító és későn felismert rettenetéről, egy elvesztett országról, és egy nehezen alakulni kezdő, talán szomorúbb, ma is ismerős gondokkal küzdő, a Times square-ig vezető, modern civilizációról.

Amelynek tükrében napjainkat és saját magunkat látjuk. ●

