



Megnyitó (balról): Sára Ernő,
Hoppál Péter, Pinczehelyi
Sándor, Árendás József, Ducki
Krisztof, Tóth Tamás
Fotók: Miglinczi Éva



A díjazottak: Tótok Bálint,
Dancs Réka, Lizom Dávid,
Herbszt László, Faniszló Ádám
(takarva), Rozmann Ágnes

Szónyeg-Szegvári Eszter

PLAKÁTÉLESZTŐ

(RÉSZLET A POSTERFEST-KIÁLLÍTÁS KATALÓGUSÁBÓL)

I love Poster

Az autonóm plakát külön csoportként szerepel a Posterfest *Kulturális, kereskedelmi, közérdekű, print (autonóm) plakátok* kiállítási kategóriájában is, bár valójában domináns főlénygel uralja az összes szekció anyagát. Az említett kategóriában való kiemelésére azért volt mégis szükség, mert így jól látszik, hogy milyen arányban vannak jelen a valós megrendelésre készült munkák. A különböző típusokat együtt szemlélve az is kidomborodik, hogy hol prosperál a műfaj, és melyek azok a területek, ahol a korábbiakhoz képest sokkal kevésbé tartanak igényt jelenlétére.

Különösen érdekes lett volna látni – amire a pályázat fel is hívta a figyelmet –, hogy kereskedelmi hirdetések ismert sablonos, gyakran manipulatív és igényességet, művészi értékeket alig-alig képviselő példáival szemben milyen korszerű megfogalmazások léteznek. A felhívásra gyakorlatilag nem érkezett válasz, ami új kérdéseket és új kihívásokat kíván, ha a plakát továbbra is szót kér magának az utcán. Ezzel párhuzamosan, az embléma- és arcuattervezésben, ill. termék kampányok esetében vagy akár csomagolástervezésben, tehát a kereskedelmi szektorhoz szorosan kapcsolódó tervezőgrafikai megbízások berkeiben, számos előremutató példát találunk.

Kiemelkedő színvonalúak a közérdekű témákkal foglalkozó és a kulturális szféra eseményei ösztönzésére – megrendeléssel vagy anélkül – készült plakátok. Egy színház, opera vagy múzeum kommunikációjának ma is része az előadásokhoz, kiállításokhoz megrendelt plakát. Látunk példát olyan hosszútávú együttműködésre is, amikor a grafikusnak lehetősége nyílik egy jól azonosítható formanyelv kialakítására, ami az adott intézménynek individuális imázst kölcsönöz. A filmplakátok esetében a rendszerváltás jelentős változásokat hozott: korábban a filmekhez állami megrendelésre készültek

posztterek, azaz a mozi propagandájáért itthon voltak a felelősek, manapság a külföldi filmek vetítési jogával együtt a hivatalos promóciós reklámanyagokat is megvásárolja a forgalmazó. Bár korábban is gyakran élt a fotográfia reprezentációjával, ma már sablonszerű és egyeduralgó a film emblemikus jelenetét tömörítő, vagy a főszereplőket ábrázoló fotómontázsra épülő moziplakát. Ezért érdekes lett volna olyan alternatív megoldásokat is találni, ami kihívója lehet a gyakran csak „hollywoodinak” titulált filmtranszparens többnyire fantáziátlan és érthetetlen sztenderdizálásának.

A közérdekű, társadalmi, szociális témákkal foglalkozó munkák – ahogy arra helyesen a biennálé is felhívja a figyelmet – talán a legszebb példái a plakát jellemzőiként leggyakrabban kiemelt vizuális találékonyságnak, szimbólumteremtő készségnek és szociális érzékenységnek. Fontos látnunk, hogy ezen a területen is jelentősen visszaestek a valós megrendelések, a plakátok jó része kiállítási lehetőség ösztönzésére születik, vagy az alkotók egyéni felelősségvállalásának és a téma iránti elkötelezettségének eredménye.

Az idén 16. alkalommal megrendezett ARC pályázat évek óta azért tevékenykedik, hogy a kommersz reklámcélokra használt óriásplakát-felületeket a kiállítás alkalmával társadalmi üzenetekkel töltsék meg – ami rendszerint beszámol a pályázók aktuálpolitikai közérzetéről is. Talán ezért is szembetűnő, hogy felsorolásból hiányoznak azok a politikai plakátok, amelyekkel nap mint nap találkozhat az utca embere. Ugyan az igényes politikai plakát utolsó jelentős korszaka a rendszerváltás időszakára tehető, de az óriási hirdetőfelületeken megjelenő megalomán plakátinvázióval nap mint nap szembesülve nem hunyhatunk szemet létezése fölött.

A kulturális, kereskedelmi, közérdekű és a megrendelésre készült vagy autonóm plakátok mind nagyon különböző kategóriák, melyeket a jövőben –



Rádi Annamária



Stumpf Diána



Dancs Réka



Gyömrei Ágnes

reprezentatív mennyiségű pályamű beérkezése esetén – érdemes lenne szétválasztani. Az első PosterFest egyúttal arra is alkalmas, hogy a hagyományos plakáttípusok jellemzőinek változásáról, folyamatos alakulásáról szakmai párbeszéd alakulhasson ki, ami rámutathat azokra az egyes típusokhoz köthető attribútumokra, melyek manapság markánsan érvényesülnek.

Jel-kép-nyelv

A művészhallgatók számára az '56-os forradalom hatvanadik évfordulójára meghirdetett pályázat magas mércét állított. A szervezők olyan munkákat vártak, melyek „a mának és a jövőnek szóló üzenetét hangsúlyozzák és azt, hogyan tud ikonikus ünnepünké válni 1956, ugyanúgy, mint 1848”.¹ A téma hatvan év elteltével is szociológiai és politikatörténeti diskurzusok tárgyát képezi és számos művészeti alkotás alapjául szolgál. Egy könnyen értelmezhető, kollektív nemzeti érzelmeket megszólaltató, megfelelő vizuális szimbólum megalkotása még akkor is nagyon nehéz feladat, ha egy jóval általánosabb, kevésbé terhelt és változatosabb megközelítési szempontokat kínáló jelkép kialakításáról lenne szó. A beérkezett munkákon feltűnnek a forradalomhoz kapcsolódó jól ismert jelképek, tárgyak, személyek – mint Bíró Mihály kalapácsos figurája, a vörös csillag szög és szögcsúcs, utcaő vagy a Molotov-koktél – a fekete, fehér, vörös színek hangsúlyos használata és a hiány, az elvesztés, a csend, a nincs fogalmi, míg technikájukban kidomborodik a mondanivalóhoz illeszkedő puritán rajzosság, a kézirás, vagy kordokumentumok, emblematisztikus fotográfiák használata. Bár a plakát műfaja és eszköztára alkalmasnak mutatkozik komplex szimbólumok megfogalmazására, a témára olyan motívumstenderdek nehezednek, aminek terhével – a kírásban megfogalmazott célokat és szempontokat szem előtt tartva – nehéz volt megküzdeniük

az alkotóknak, így látványosan kevesebb az olyan végeredmény, ami valós kísérletet tett egy nagyon tömör és összegző, a téma hangulatához igazodó frappáns vizuális jelkép megalkotására. Mindezek ellenére számos olyan reprezentatív munka született, melyek nem a motívumhalmozásra törekedtek, hanem egyet-egyet kiválasztva megpróbálták azokat egy jól kiolvasható gondolat, jelszó vagy érzelem mentén kiemelni.

A reprezentatív kiállítási szekciókat szemlélve és az esemény célkitűzéseinek tudatában kijelenthetjük, hogy a PosterFest a plakátjelen „itt és most”-jének meghatározására tesz kísérletet.

Mert mi a Posterfest? Fesztivál, a plakát ünnepe, ami a régi-új magyar plakátról, a plakát ügyét sajátjának érző hazai eseményekről, kiállítás-sorozatokról, a műfajt ápoló intézményekkel, szervezetekkel való hatékony együttműködésről, a szakmát művelő művészgenerációk közösségéről, egy nemzetközileg elismert és népszerű műfajról és annak feladatairól szól.

„Meghalt a plakát! Éljen a plakát!”²

Bár a műfaj önállósodása, ami jelentősen támaszkodott egy adott médium halandó tulajdonságaira, ma már valóban háttérbe szorult a dinamikus fejlődő média új, gyors és reflektív kommunikációs jelenségeivel szemben, azonban a frappáns tömörítés, a tekintet pillantásnyi rabul ejtéséért folytatott vizuális hadjárat jelenléte, sőt felerősödése, a plakátos gondolkodásmód átöröklődéséről és továbbéléséről tanúskodik.

Jean Carlu 1937-es kísérletében, két különböző korból származó plakátot – Henri de Toulouse-Lautrec 1890-es években készült litográfiáját és egy harmincas években készült kortárs art deco plakátot – hasonlított össze úgy, hogy a születésük pillanatában jellemző közlekedési eszköz (lovaskocsi és autó) sebességére „gyorsította” fel őket, így érzékeltetve, hogy

1 60 év | 1956 plakátokon. Idézet a PosterFest pályázati kiírásából.

2 Van egy középkori francia mondás *Le roi est mort, vive le roi!* (Meghalt a király, éljen a király!) amivel az uralkodó halálát és utódjának trónralépését hirdették ki. Ezzel játszik a londoni Kingston University és a Westerdals Oslo ACT hallgatóinak kísérlete. A konceptuális projekt a plakát jelenlegi helyzetére és jövőjére reflektál.



Kapitány Attila



Ducki Kysztov



Gál Krisztián



Tótok Bálint



Milton Glaser (USA)



Pekka Loiri (Finnország)



Luciano Alvarado Gomez (Mexico)



Peter Bankov (Oroszország/Franciaország)



Szabó Levente



Csordás Zoltán

az eltelt időszakban hogyan változott az észlelés sebessége és ez milyen hatással volt a plakát kifejezőeszközeire és megjelenésére.³ Ugyanez a kísérlet ma hasonló eredményeket hozna. A közösségi média hírfolyamát böngészve a másodperc töredéke alatt döntünk egy cím és egy kép alapján, hogy mi az, amit elolvassunk, amin elgondolkodunk. Míg egy ötletes mém, dinamikus kép, egy digitális formátumú plakát tartalma akkor válik érvényessé, ha megkapja ezt az elismerést, addig nyomtatott társa, ha csupán a kísérlet szempontjai szerint tennénk mérlegre, kétségtelen, hogy alulmaradna egy ilyen versenyben. Már a potenciális kísérleti alanyt is nehéz lenne az utcáról kiválasztanunk. Ha azonban mégis látunk egyet-egyét, akkor minden bizonnyal megállunk, szemügyre vesszük és hagyjuk érvényesülni. Mert a jó plakát ma már slow design. Időt kér magának. Ha úgy tetszik, szándékosan lassít le minket, rohanva kószáló flaneuröket. Ez a papírnégyszögbe zárt „kép

és szöveg” olyan asszociáció, ami ugyan már keveredik egy kis nosztalgiával, de talán örökre a klasszikus falragasz sajátja marad. A plakát, mint papírkép, anyagának sík dimenziói ellenére is olyan médiumnak számít, ami a testetlen elektronikus képpel ellentétben a néző tekintetét fizikailag képes aktivizálni. A szem, mint egy meghosszabbított kéz, letapogatja és értelmezi az elidegeníthetetlen hordozón megjelenő üzenetet.

El kell azonban fogadnunk, hogy a falragasz egyre kevésbé az utcai plakát színönimája. Ha azonban igazán csökönyösek akarunk lenni, azt mondhatjuk: ameddig van az utcán „papírreklám” – még akkor is, ha ez manapság nem túl kellemes látvány –, addig van esély a színvonalas plakátok visszatérésére is.

(PosterFest, 2016. november 5-25. ELTE, Lágymányosi Campus északi tömb, Gömb Aula)

3 GALINSKI, Tadeusz: The achievements of WAG. In: *Projekt*, 1965/50. 5–6. p.3.