

Plakátok a múlt századból

Eiler Olga

A Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum (MKVM) gazdag plakátgyűjteménnyel rendelkezik. Közülük is figyelemre méltóan érdekesek a kereskedelmi plakátok, amelyek a magyar ipar fejlődésének értékes dokumentumai. Különösen a századforduló után megindult ipari fejlődés révén egyre fontosabbá váló cég- és termékreklámplakátok érzékeltetik a magyar márkák és a kereskedelem fejlődését. A múzeumban külön részleg foglalkozik a plakátokkal, Rédey Judit muzeológus a gazdája és szakértője ennek a területnek.

A plakát megszületése és fejlődése

A divatok rendszerint Párizsból érkeznek, a plakátot is francia művészek alkották meg először. A párizsi mulatók műsoraira plakátok csalogatták be a nagyrédmű közönséget. A színes litografált plakát megteremtője Jules Cheret francia művész volt. Az ő nyomdokain indult Toulouse-Lautrec, aki a festészet mellett grafikusként is kiemelkedő művész volt, és a Moulin Rouge plakátjaival indította el ezt a műfajt. A plakát műfaját napjainkig is mindenhol a világon híres művészek is művelik. A plakátok eleinte csak különböző szórakoztató rendezvények hirdetéseként jelentek meg egyszerű kivitelben, egyszínnyomással és kis példányszámban. A technika a könyvnyomtatásból és a fából készült nyomóforma volt. Az igények növekedésével a nyomdaipar később meghonosította a színes, nagyobb példányszámú plakátgyártásra alkalmas technológiákat.

Termék- és cégreklámplakátok

A századfordulón és a múlt század elején Magyarországon jelentős iparosodás kezdődött. A nehézipar mellett sorra alakultak textilgyárak, gyógyszergyárak, valamint az egészséget, a szépséget és tisztaságot szolgáló drogériai termékeket és kozmetikumokat gyártó vállalko-



zások. A polgári életmódhoz hozzátartozott a jóléti állapot, ezért a reklámok elsősorban ezt a réteget célozták meg. Az iparág reklámigényes volt, és újságokban, folyóiratokban, patikákban, drogériákban, a fodrászatokban egyre több hirdetés jelent meg. A 19. században alapított Brázay cég népszerű terméke volt a sósorszesz. A díjnyertes plakát, amely a század elején készült, tömören és mindenkihez szólóan hirdeti a terméket. A plakát a Szövetség utca 6. szám alatti Kellner és Mohrlüder nyomdában készült. Ma már az épület sem létezik, sokáig üres telek volt, most társasház épül rajta.

(Fotó: MKVM)

Reklámplakátok a villamoskocsikban

A Németországban – elsősorban Berlinben – megjelent, villamosokon elhelyezett plakátok nagyon gyorsan Budapestet is elérték. A húszas évek elején kezdődött térhódításuk. A kisméretű, 16×24 cm-es plakátok kis példányszámban készültek. Először szakszerűtlenül és rendezetlenül kerültek a villamoskocsikba. A Magyar Grafika 1922. 2. számában bíráló írás jelent meg erről, hivatkozva a jó külföldi példákra, a szerző felteszi a kérdést: „Nem lehetne-e nálunk is így csinálni?” A villamoskocsikban azután – követve a külföldi példákat – külön helyet készítettek a plakátoknak, de ez ma már a múlté.

Bemutatunk két villamoskocsi-plakátot, a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum gyűjteményéből, amelyek a múlt századból származnak.

Odol szájápolás

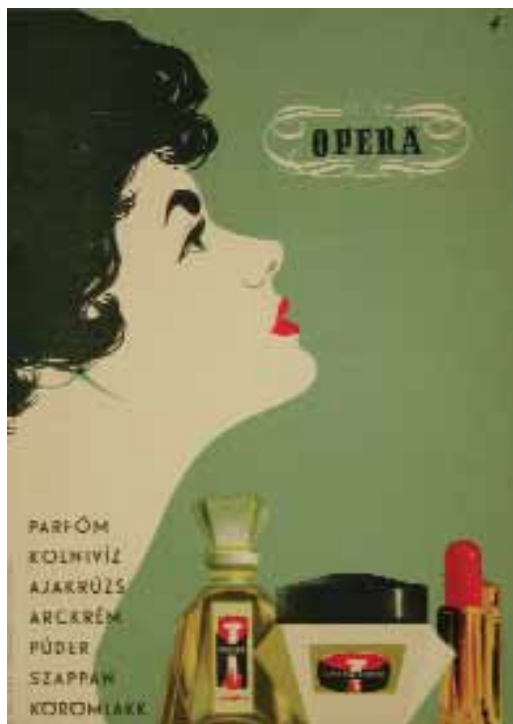
A híres szájvizet 1893-ban találták fel Drezdában, napjainkban, egymás utáni években hétszer nyerte el a márkahűségért az első helyezést. Az Odol-sikert a kiváló receptúrán, a kellemes

íz és hatásosságán kívül a termék külső megjelenésének is köszönheti. Az Odol termékcsaládban a fogkrém kettő, a szájvíz pedig három változatban jelent meg. Az Odol felirat, a csomagolás alapszínei, az üveg formája nem változtak. A Németországban sikeres termék már a múlt század elején egész Európában kapható volt. Magyarországon is gyártották éveig. A magyarországi plakáton, amely a negyvenes évekből származik, a szájvíz és a fogkrém szerepel, a grafika a márkatermékek képének hangsúlyozásával és a szlogenrel buzdít vásárlásra. Az Odol-termékeket napjainkban a GlaxoSmithKline Consumer Healthcare multinacionális cég gyártja és forgalmazza, a piaci sikerekhez és a fogyasztók márkahűségéhez bizonyára a koncepciózus reklámozás is hozzájárult.

(Fotó: MKVM)

Opera luxus

A Caola jogelődje a Kozmetikai és Háztartás-vegyipari Gyar (KHV) a 1960-as években, amikor külföldi kozmetikumok nem voltak kaphatók, gyártotta az igényesebb vevők számára az Opera termékcsaládot. A kor emberábrázolásától eltérően a plakátokon a potenciális vevő, az elegáns



fogyasztó jelenik meg, aki jólöltözött, jólápol, divatkövető és igényli a márkás kozmetikumokat. A plakát grafikájával bemutatta a termékeket, és megcélozta a vevőkört.

A kisméretű villamoskocsi-plakáton a szép női profil és az Opera kozmetikai termékcsalád három tagja szerepel. A reklámplakát grafikája női szépséghez kapcsolja a kozmetikumok látványát, azt sugallva, hogy használatuk megszépít. A plakát a Terv Nyomdában készült.

(Fotó: MKVM)

Alkotó művészek és nyomdák

Magyarországon is neves festőművészeket találunk a plakátok alkotói között. Az első Benczúr Gyula volt, aki az 1885. évi Országos Általános Kiállítás plakátjával elindította ezt a műfajt. Eleinte jelentős eseményekhez készültek művészi plakátok, rangos festőművészek voltak az alkotók: Fényes Adolf, Vaszary János, Iványi Grünwald Béla, Ferenczy Károly, Rippl-Rónai József. A kor neves grafikusművészei folytatták a plakáttervezést: Márk Lajos, Bardócz Árpád és

Faragó Géza, aki Muchánál tanult, teremtette meg a magyar reklámgrafikában a „Blickfangot”. A festőművészek kiruccanása a reklámgrafikába folytatódott, és napjainkig is tart.

A plakátok – különösen a kis példányszámúak – gyakran az alkotók műtermében készültek, hiszen a könyvomat készítésére sokan berendezkedtek. A plakátokat gyártó –mára már eltűnt – múlt századi nyomdák közül is felsorolunk néhányat: Grafikai Intézet Rt., Kellner és Mohrlüder, Riegler József Ede Papírneműgyár Rt., Franklin Társulat, Athenaeum Nyomda Rt., Scheidner Chromolytographiai Intézet Rt., Légrády Testvérek, Brucksteiner és Fia, Földes-Sátori és Reményi Litográfia, Posner Grafikai Műintézet.

Felhasznált irodalom

100+1 éves a magyar plakát. Múcsarnok, 1986.

Povázai Livia: A magyar plakátművészet története, 1885–1919.

Molnár Gézáné: A múlt illatai.

Szakál Gyula: A reklám és polgári életmód, Győr, 1896–1938. MTA Politikai Tudományok Intézete Etnoregionális Kutatóközpont, Budapest, 2002.

