

Kékplakátok

Kezdjük a távoli, délibábos múltban, ott, ahol a part (párt?) szakad. 1990 körül egy nagy presztízsű washingtoni galéria (innen nézve mind annak látszott) kiállítást rendezett a kelet-európai politikai változások újszerű plakátjaiból, s kérdezték, írnék-e előszót a katalógusba (előkerül, lefújom a port, *Smithsonian Institution* volt a fejlécükre írva). Írok, válaszoltam, de inkább utószóval bízzanak meg, egy epilógus jobban illene a témához, hiszen a plakátkorszak végén vagyunk, az 1989–1990-es forradalmak voltak az utolsó olyan események, amelyekben a plakátoknak még szerepük lehetett, igazi, klasszikus, plakáthoz illő funkciójuk. A plakát hattyúdala volt az a néhány hónap – bugyogott föl belőlem a költő (*the swan song of the poster* – úgy látszik éppen nyaralt a *Smithsonian* lektora). Mára – mondtam volt már akkor – új, frissebb, talán agresszívebb, de főleg sokkal olcsóbb médiumok vették át a plakát szerepét. Nem az utcán szerzik be a híreket az emberek, s alig hiszem, hogy plakátok alapján döntenének a jövőjükről.

Szóval úgy képzeltem sokáig, hogy nincs is már plakát, valami nosztalgikus szép agónia van helyette, plakátszerű képeket fest, rajzol és főleg photoshopol néhány múlt századból itt felejtett néni és bácsi, egymásnak mutogatják őket, és könnybe lábadt szemmel idézgetik, amit egykor a főiskolán tanítottak nekik: a plakát a XX. század művészete. Csókolom, mondják a gyerekek, ez itt már a huszonegyedik.

A magam módján még el is tettem a plakátot. Egy pesti tárlaton a padlóra, a kiállítóterem járóléületére kasíroztam a plakátjaimat (ha még nem mondtam volna, plakáttervező lennék), hogy a látogató kénytelen legyen taposni rajtuk. Meglehetősen siker – hencegtem akkoriban –, hisz a finisszázig minden munkám megsemmisült. Ha kiállításom agyafürt plakátnekrológ-konceptióját nem is értette mindenki, az nyilvánvaló volt, hogy a plakátok már nem elemi tartozékai a városképnek, a hirdetőoszlopok már nem nélkülözhetetlen utcabútorok és a falragaszok előtti ácsorgás sem teremt közösséget az emberek között, mint tette egykor, a műfaj hőskorában. A plakátragasztó szakma eltűnni látszott, akár a többi ódivatú tevékenység, ami az utcával volt kapcsolatos: a postás, a suszter és a sarki prostituált.

Aztán egyik napról a másikra mégis lettek plakátok. El sem tudom mondani, mennyire hálásan gondolok azokra, akik EU-kékséges falragaszaikkal teletapétázták hazámat: *Ha Magyarországra jössz, nem veheted el... Ha Magyarországra jössz, be kell tartanod... Ha Magyarországra jössz...* Abba most nem mennék bele, nevezhetők-e valóban plakátnak e bankett-abrosz méretűre nagyított parainézis mondacsok, Toulouse-Lautrec, Cassandre és Bortnyik Sándor sajnos túl magasra tették a lécet ahhoz, hogy a nemzeti konzultáció éceszgeberei, sztájlisztjai és dizájnerei helyből megugorják, az viszont elvitathatatlan érdemük, hogy nélkülük sosem indult volna be az a privát plakátáttervező mozzgalom, amitől újraéledni látszik a műfaj. Agyafürt válaszok, parafrázisok, re-dizájn paródiák születnek. Egy csapásra fontos lett a plakát, állítólag órák alatt gyűlt össze egy ellenplakát-kampány finanszírozásának költsége. Lehet-e álmodni gyönyörűbbet?

Ellenkampánynak nem tudom nevezhető-e a dolog, mármint a válaszplakát-gyűjtemény, melyek szellemesen egészítik ki az eredeti félbehagyott mondatát, mert ezek a *kétfarkú* szösszenetek a maguk kurucvircsaft módján mégiscsak az eredeti plakátkampányt reklámozzák; életet lehelnek az országos kék-tárlatba, amely nélkülük nyilván hamar unalomba fulladt volna. Aki nem ártotta bele magát a reklámszakmába, annak is

van némi fogalma, mit kóstál egy óriásplakát, nem a tervezése, nem a nyomtatása, hanem az úgynevezett kihelyezés. Egy vagyon. Ráadásul korlátozott ideig van kint és korlátozott számú ember látja. Szerencsére azonban több ezer ingyen dolgozó reklámmember biztosítja, hogy ezek a korlátok ledőljenek, hogy mindenkit elérjen a plakát üzenete. Az önkéntes aktivisták összefoglaló neve: fészbuk. Mindegy, hogy rajongva vagy gyűlölködve osztják meg a plakátot, vagy a plakát saját gyártmányú pro és kontra variánsait, a lényeg az, hogy osszák. Mindegy, hogy milyen emotikont, szívecskét, szmájlit vagy dühtől vörös rémpofát klikkelnek a plakát alá, a lényeg, hogy klikkeljenek. Hogy az üzenetlánc meg ne szakadjon.

Itt az ideje, hogy a szerző legalább zárójelben beismerje, a kékplakátkor kezdetén szinte nem is látott valódi kékplakátot, ismeretei jórészt a közösségi oldalakon megosztott fotókra szorítkoznak. Ha lenn az Alföld tengersík vidékein, konkrétan egy hullámozó búzaföld közepén valahol Szentes és Csépa között nem jön szembe vele egy szépen kifejezett magányos *Üzenjük*, akár azt is képzelhette volna, virtuális kaland az egész, úri huncutság, amelyet az ellenkampány ravasz ügynökei generáltak. (Spontán képzeleterősítő gyakorlat, ha már a vetítés elmaradt: lássunk plakátokat a füzéri várrom, a badacsonyi bazaltorgonák és az alcsumi arborétum libanoni cédrusa előtt.)

Van ebben az *üzenjük* szóban valami egyirányúság. A diskurzus elvetésének manifestálása. *Üzenjük*, amire ők legfőljebb visszauzenhetnek, párbeszéd aligha lesz belőle. Marad az újabb üzenet, de legalább oda egyszerűsödik a képlet, ahol már kiismerjük magunkat, mondhatni, nyeregben vagyunk... voltunk: *ha még egyszer azt üzeni...*

Aztán jöttek a *Tudta?* kezdetű sorozat opusai. Mintha valamelyik ellenpárt beépített aktivistája eszelte volna ki őket, oly tökéletesen ágyaznak meg a válaszplakátoknak. Mint a *Mondolat* a *Felelet*nek. *Tudta...* – kezdődik az egyik fészbuk-variáns –, *hogy igazából mindegy, mit ír ide, tők sokan fogják lájkolni?* Amikor legutóbb arra jártam, 6 ezernél tartott a számláló.

Olyan plakátokat, amelyeken homogén színeken és egyforma betűkön kívül semmi sincs, nem könnyű szépezzetileg elemezni. A kékje nyilván az EU kékjére hajaz (plusz a mennyországéra), a sárga flekkről meg akár az a post-it sárga formáció is eszembe juthat, arról a bizonyos konyecses bye-bye-opusról, amelynek most inkább a válaszplakátját citálom ide: *Isten veletek, magyarok!* Az ideiglenesen itt állomásozó hadak kasírozták viharvert falainkra, mielőtt szép szelíden (ki hitte róluk?) hazamigráltak volna. Átjáróház – dohogja valaki – ugyan, mondom, inkább a világtörténelem önismétlő, melankóliás körpanorámája. Az illető hadak és a kék plakátokkal megidézett *déjà vu* átutazók (inkább hosszú vendégek) kapcsán feltoluló sötétebb képek kigöngyölésére momentán nem vállalkozom (*ti sötétség rajzati, félre!*), nota bene puhaságra serény késő unokaként sem veszem félvállról a veszélyt, ám vizsgálódásom szempontja e helyt szigorúan szakmai (értsd: grafikus).

A színek után jöjjenek a betűk. A tipográfus gyorsan rávágja: DIN, hivatalosan *Deutsches Institut für Normung*, amit úgy kell érteni, hogy a *Német Szabványügyi Intézet* kicsit unalmas szabványbetűje, amely kisebb-nagyobb változásokon át majd száz éve a világ, de főleg Európa egyik legismertebb fontja. A porosz királyi vasút által rendelt, majd német szabvánnyá avanszált betűtípusba valamiért Brüsszelben is beleszerettek, olyannyira, hogy az uniós pályázatokon pénzt nyert szervezetek, önkormányzatok és cégek számára előírták a DIN Pro fontok használatát. Ahhoz persze aligha ragaszkodtak volna odafönn, hogy az *Üzenjük Brüsszelnek* című plakátsorozathoz is ezt a típust válasszák a magyar dizájnerek. Hogy mégis DIN-eztek, az inkább a praktikum (nem kell beruházni, hiszen a kormányközeli stúdiókban eleve megvan) és a könnyű kezelhetőség

miatt volt (nem nagyon kell tologatni – *egalizálni*), illetve talán azért, hogy hátha az idegen nyelv (na, jó, tudom én, hogy hivatalos) dacára mégis megértik Brüsszelben azt, ami az ő bejáratott betűjükkal van mondva, írva.

Hogy értik-e, azt most ne firtassuk, elolvasni viszont talán mégis könnyebb lenne valami más betűtípussal. A DIN-hez hasonló, úgynevezett groteszk betűk inkább csak néhány szavas feliratokhoz valók, hosszabb szövegekhez, a *Ha Magyarországra jössz...* kezdetű intelmek már ilyenek, praktikusabb volna egy talpas antikvát keresni, mint például a *Garamond*, a *Bodoni*, vagy épp a Misztótfalusi Kis Miklós által tervezett *Janson*. Attól még, hogy a *Jansont* egy amszterdami nyomdában metszették, Misztótfalu meg valahol Erdélyben van, aligha fognak elérzékenyülni a brüsszeli fellegeket karcoló kafe-kastélyban – nocsak, hát mégis európaiak lennének? –, az üzenőplakátok kurucos stíchjéhez azonban valamit hozzátett volna a hungaricumként is meglobogtatható betű.

Folytassuk a kompozíciós elrendezéssel. Az rendben van, konstataáljuk, hiszen a Rend szándékának, megjelenítésének, sőt demonstrálásának legbiztosabb eszköze a szimmetria. A színhasználat és a betűválasztás mellett a makulátlan tükörszimmetria miatt érezzük, hogy azonos szellem vezette majd' mindegyik sorozat tervezőjének ceruzáját (tologatta egerét). *Mely örök kéz szabta rád...?* A szimmetria a rend, a törvény, a szabály fogalmával társítva könnyen összefüggésbe hozható az ideológiai és a politikai szférával. Hogy az önkényuralmi jelképek ab ovo szimmetrikusak, abba azért nem mennék bele, mert zömében azok a kisdédóvók piktogramjai is; amibe viszont mégis bele kell csapni, mert közös szinte minden szimmetriával operáló alkotásban, az az unalom. Szimmetria = unalom. Megnyugtató? Kiegyensúlyozott? Harmonikus? Ünnepeles? Tekintélyt parancsoló? Igen, igen és igen, de legfőképp unalmas a szimmetrikus mű. A tipográfusok *politically correct* fegyvere: zárjuk a sorokat középre, se jobb, se bal, mintha visszaütne. Egy ártatlan kattintás és meg is van a baj. Már amennyiben az unalom bajnak tekinthető. Egy plakát esetében talán megkockáztatható az igen. Apropó, említtem-e a színek kapcsán, hogy melyik a legunalmasabb szín? Hát persze, hogy a kék! Mert szimmetrikus. (!) (Magyar agyam!) Kékvérűek, kékcédulások, kékszakkallak: boc. Ja: boc a kékharisnyáktól is. És a kékmutatóktól. (Újabb *brainstorming* gyakorlat: szerkesszük át palindrómává a *Ha Magyarországra jössz...*, az *Üzenjük Brüsszelnek...*, az *Önök is joga van tudni...* kezdetű költeményeket. Könnyítés: nem kell érthetőnek lenniük, nem olvasásra lesz.) De ne higgyék, hogy nem veszem észre, ha változik a képlet: a sorban következő sorozat plakátjai (egyszerűsítve a sorosok) legalább a tükörszimmetriával felhagytak.

Valaha úgy képzeltük, olykor tanultuk, később tanítottuk, hogy a jól kieszt és meg-rajzolt kép egy pillanat alatt képes megvilágítani olyan tartalmat is, amit leírni, elolvasni csak hosszú idő alatt lehet. A szöveges plakát egyfajta beismerése – nyilvános bevallása – annak, hogy a tervező kifogyott az ötletekből. A kudarc felmutatása. Pedig a plakátművészet történetét, ha tetszik, fejlődését, éppen az jellemzi, hogyan lesz a műfaj egyre biztosabban ura a képi, a csakis képpel történő kommunikációnak. Valamikor a hetvenes–nyolcvanas években jut a csúcsra ez a folyamat, például a lengyeleknél. Később a franciáknál, a japánoknál. Aztán mintha megfordulnának a trendek. És talán éppen Amerikából kiindulva fordulnak meg. Az a látszólag professzionális munkamegosztás, ami az ottani dizájn stúdiók sajátossága, a plakát halála. Ha egy nyomtatványon együtt dolgozik egy art direktor, egy kreatív direktor, egy grafikus, egy fotós, egy szövegíró, egy tipográfus meg ki tudja még, ki mindenki, akkor a *brainstorming*nak csak rossz vége lehet. A feladat, hogy mindnyájan hozzátegyenek valamit a műhöz, pedig a plakát-nak éppen úgy kellene megszületnie, hogy folyton csak elveszünk belőle. Ha plakátot

akartok készíteni – magyaráztam egyszer egy amerikai workshopon – fogalmazták meg egyetlen mondatban az üzenetét, írták le, amit ki szeretnétek fejteni vele, aztán olvassátok el ezt a mondatot újra, és érezni fogjátok, hogy vannak fölösleges szavak, mondatrészek. Húzzátok ki bátran, olvassátok újra. Aztán újra húzzátok, újra egyszerűsítetek. Ha már egyetlen betűre sem lesz szükségetek, akkor vagytok készen a plakáttal. Elmondom újra: ha egyetlen betű sem kell, akkor van kész a plakát.

Szöveges plakátok, vagy grafikus plakátok. Mintha a szárnyaló szellem és a földhözragadt fizikum paragone-kontrasztjára egyszerűsödne a képlet. Vajon miért látom fennhéjázón felsőbbesnek (vagy leereszkedően arisztokratikusnak) a szövegeseket, s miért hiszem alkotóikról, hogy a képekben történő gondolkodást valami kezdetleges, zsigeri adottságnak vélik, és mint olyat sajnálkozva elvetik. Eszembe jut egy Merlin Donald nevű pszichológus: *Origins of the Modern Mind – A modern elme eredete* című könyvében nem kevesebbet állít, mint hogy az evolúciós átmenet, amelyben a *homo erectus homo sapiens*-szé változott, az leginkább a vizuális szimbólumok föltalálásával függött össze. Egy óralis-mitikus kultúrából a grafikai reprezentáció föltalálása révén egy analitikus, majd végül egy teoretikus kultúra formálódott. A gondolkodás leginkább úgy appercipálható, hogy a képek a beszélt nyelv hangjaira való közvetlen vonatkozás nélkül is képesek ideák kifejezésére. Vigyázat, nem csak a vizuális gondolkodás, a fogalmi gondolkodás dettó, annak is elsődleges közege a kép. Az általánosra, az elvontra irányuló gondolkodás képi struktúrákkal operál.

Plakátok. A plakátok esetében is érvényes – sőt fokozottan az – Marcel Duchamp tétele, hogy tudniillik kettőn áll a vásár. A teremtő aktus, mondja a francia, nem egyedül a művész dolga, a néző szerepe ugyanolyan fontos. Sőt – őt idézem – fontosabb. A néző hozza létre a mű kapcsolatát a külvilággal, azzal, ahogy a mű rejtett tulajdonságait megfejti és értelmezi, azonosul vele, vagy elveti. Ez a hozzájárulás még nyilvánvalóbb, amikor az utókor ítélkezik, elfelejtett műveket rehabilitálva, vagy az ismerteket felejtésre kárhoztatva.

Hic et nunc! A plakát az itt és a most művészete. Csak az adott helyszínen töltheti be funkcióját és hamar érvényét veszti, lejár a szavatossága, akár egy doboz kaszinótojásnak. Aki ismerős a plakáttörténelemben, tudja, hogy nem föltétlenül van így. Az igazi plakátok egy idő után függetlenítik magukat kortól és helytől, önállóvá, általános érvényűvé válnak. Már nem az a fontos milyen eseményt reklámoztak valaha, hanem a személyiség, aki mögöttük áll, a tehetség, amely hitelessé teszi őket. A jó plakátok odahagyva eredeti funkciójukat az alkalmazott művészet területéről átkerülnek az önálló képzőművészet világába. Kivételes, kegyelmi pillanat, úgy szoktam mondani, a plakát színváltozása.

A 100 éves Tanácsköztársaság plakátjai jutnak eszembe: a száz év elegendő volt, hogy kiolvadjon alóluk a Lenin-fiúk botránypolitikája, botor öncsonkítás lenne, ha grafikai teljesítményként lemondanánk róluk.

Nem bírom megállni, hogy ne idézzem föl a magyar költészet legnagyobb plakátversét, 1848-ban röplapokon terjedt a hic et nunc: *Itt az idő, most vagy soha*. Ahogy a plakátokhoz illik, nem csak a mondandó rész, a forma is elhíresült. Zsarnokbosszantónak számít a tipográfia, amit azóta Magyarországon a *Talpra magyar* kövér Bodonijával szednek, akárcsak a lengyeleknél, amit a Jerzy Janiszewski által rajzolt Szolidaritás logó vörös betűtípusával.

Plakátgalériák weboldalát böngészem – Pachl Viktor 1909 körüli *Unicum* plakátja 15 ezer, Bíró Mihály 1913-as kalapácsos embere 7 ezer, Kemény György 1969-es *Bioponja* 2400 dollár – vajon mit ad majd száz év múlva egy gyűjtő egy 2016-os *Üzenjükrét*?

Növeli-e vagy csökkenti a plakát értékét, ha rá lesz fújva vagy festve valami zaftos melléküzenet? Mert az alkotó és a néző (aki ugyebár duchamp-i értelemben alkotótárs) közti kooperáció szép példája, amikor az illető fizikailag is beszáll a munkába, kapja magát meg a festékes spray-ét és kiegészíti a „közös” művet, vagy épp elvesz belőle. Az eseményt általában nem egyformán szokta értékelni a művészettörténet és a bűnüldöző hatóság. És vajon az alkotó? A plakát az a műfaj, amely a legközvetlenebb, mondhatni legéletszerűbb kapcsolatban van az utca emberével. A tervező és a néző viszonya jó esetben a cinkosság fogalmáig emelkedik. Előbbi lelki szemeivel előre látja utóbbi majdani beavatkozásait, sőt az előbbieket közül a bölcsőbbek eleve beletervezik, belekomponálják a műbe az utóbbiak későbbi kiegészítéseit.

Szívesen hinném, hogy a szóban forgó kültéri plakátokat ért atrocitásokat (hogy a hivatal szakszerű kifejezésével éljek) Duchamp és Donald elméletének tanult ismerői, sőt elkötelezett hívei hajtják végre, noha elismerem, ennek azért elég kicsi a valószínűsége. Mindazonáltal, aki vállalja, hogy részt vesz az „utca művészetében”, annak tisztában kell lenni a műfaj sajátosságaival. A plakát efemer voltával. A plakát curriculum vitae-jébe nemcsak az tartozik bele, hogy megrajzolják, kinyomtatják, fölragasztják, hanem az is épp olyan alapvető, hogy átragasztják, lefestik, vagy leszaggatják. Ha ilyesmi sosem történik velük, akkor egyszerűen unalmasak, ha meg folytonosan ilyesmi történik velük, akkor botránnyosak. Esetünkben a forma, a grafikai kivitelezés teljesíti, sőt kifogástalanul kimeríti az unalmasság minden kritériumát, a tartalom viszont...

Hiába bizonygatnám, hogy eszem ágában sincs kritikával illetni dolgozatom reménytelen kékellő tárgyainak tartalmát (na persze fényezni sem akarom őket ezzel a „felbotránnyozással”), úgysem hinnék el, pedig de. Legföljebb akkor merészelnék ilyesmire vetemedni, ha valahol, mondjuk a közepe táján ennek a már előzetesen sem rövidre tervezett és aztán javíthatatlanul hosszúra sikeredő mondatnak, szóval itt, kábé a felénél mód lenne előrekukkantanom egy évszázadnyit, meglesni, hogy miféle Európában, minő határok mentén, micsoda népek, milyen dolgokról, hogyan plakátolgatnak (plakátolgatnak-e még egyáltalán), aztán visszazökkenvén, ám fölvertezetten az új tapasztalattal, odavetni látszólag könnyedén (persze vigyázva, nehogy nyeglének, hányavetinek, pökhendinek, fennhéjázónak, kivagyinak, önelégültnek, lekezelőnek, kevélynek, hetvenkedőnek, vagy a dolgot félvállról vevőnek tűnjek), valójában azonban pátoszos szívvel és ünnepi lélekkel: ó mennyire előrelátó remekművek születtek az én édes hazámban. Hogy a jövőbekukkantás eredményeképpen másfelé is kanyarodhatna a mondat vége?

Ragozhatnám napestig, szakmai, úgy értem, a grafikusai szempontból megvan a lényeg, hogy újra virággzik a műfaj, s a kéklő plakátlepedőkön zajló üzenetváltások akár a nemzeti konzultáció spontán megnyilvánulásának is tekinthetők. Végül is ez volt a cél. Nemdebár?