

Magyar Képzőművészeti Egyetem
Doktori Iskola

PAPÍRTÜKÖR

A plakát mint önkifejezési forma a 21. században

Doktori (DLA) értekezés

Tóth Tamás

2025

Témavezető:

Felsmann Tamás DLA

Magyar Képzőművészeti Egyetem

Doktori Iskola

PAPÍRTÜKÖR

A plakát mint önkifejezési forma a 21. században

Doktori (DLA) értekezés

Tóth Tamás

2025

Témavezető:

Felsmann Tamás DLA

PAPÍRTÜKÖR

A plakát mint önkifejezési forma a 21. században

TARTALOM

Tézisek 7

Theses 8

Absztrakt..... 9

Abstract.....10

Bevezetés11

 Plakátos gondolkodás11

 A múlt plakátja 12

 Módszer.....14

Papírtükör..... 15

 Egyetemi éveim..... 15

 Magyar Plakát Társaság 19

 PosterFest..... 26

 Nemzetközi viszonylat 38

 Tervtől a megvalósulásig, majd vissza a tervig..... 46

 Staféta..... 52

Összegzés..... 58

 Következtetéseim 58

Mestermunka 60

 Plakátkiállítás 60

Bibliográfia..... 104

Képjegyzék..... 104

Curriculum Vitae107

TÉZISEK

1. A plakát műfaja a 19. század második felében alakult ki. A polgári társadalmak kialakulásával és a gazdasági növekedéssel együtt megjelent az igény a termékek és az események plakáton történő hirdetésére. Nem sokkal később a kereskedelmi plakát mellett megjelenik a politikai és kulturális plakát is. A plakátok megrendelésre készültek hivatásos művészek által. A plakát kommunikációja egyirányú volt, fentről lefelé irányuló, zárt. Határvonal választja el a feladót a befogadótól. Ez a jellegzetessége a 21. század elejéig nem változott.
2. A plakát a kor papírtükre. Az adott kor szülötte. Születésének körülményei nem függetlenek attól a gazdasági, társadalmi, kulturális és szociális kortól, amelyben megszületik. Pontosán tükrözik ezeknek a változásait.
3. A plakát üzenettel bír, reflektál a körülöttünk lévő világra. Vizuális metafora és asszociatív gondolkodásmód jellemzi; sűrít, tömörít és jelképekben gondolkodik. Tartalmát egyetlen képben jeleníti meg. Rövid idő alatt képes átadni az üzenetét és egyértelműen fogalmaz.
4. A 21. század elején megváltozott a plakát keretrendszere. A világháló és a rohamos technológiai fejlődés elterjedésével a tervezőeszközök könnyen hozzáférhetővé váltak mindenki számára. A közösségi médiának köszönhetően bárki megalkothatja a saját személyes üzenetét, és közzé is teheti azt. A plakát kommunikációja megváltozott, a határvonal a feladó és a befogadó között elmosódik, olykor el is tűnik, oda-vissza hat.
5. Ami viszont nem változott, az a tükörszerepe, mely szerint aktívan és közvetlenül reagál a világra. Egyszerre közvetít globális és személyes, társadalmi, politikai és gazdasági problémákat. Lehet érzelmdús és időnként hangosan provokál.
6. Sokan temették a plakátot sokféleképpen, de köszöni szépen, jól van, a reneszánszát éli. Tömörsege és kommunikációs ereje tökéletesen megfelel a kor fogyasztási szokásainak, amelynek egyik jellemzője a gyors és szimbolikus kommunikáció iránti igény.

Akiknek hálával és köszönettel tartozom:

THESES

1. The genre of the poster was developed in the second half of the 19th century. With the emergence of civil societies and economic growth came the demand to advertise products and events on posters. Soon after, alongside commercial posters, political and cultural posters appeared. Posters were made to order by professional artists. Poster communication was one-way, top-down and closed. Boundaries separated the sender from the receiver. This characteristic remained unchanged until the early 21st century.
2. The poster is a paper mirror of its age. The circumstances in which a poster is born are not independent of the economic, social, cultural and societal age in which it is born. It reflects exactly the changes in them.
3. The poster has a message, a reflection on the world around us. It is characterised by visual metaphor and associative thinking; it condenses, compresses and thinks in symbols. It presents its content in a single image. It is able to deliver its message in a short space of time and is articulate.
4. At the beginning of the 21st century, the framework of the poster is changed. With the spread of the world wide web and rapid technological advances, design tools are become easily accessible to all. Thanks to social media, anyone can create their own personal message and publish it. The communication of the poster is changing, the line between sender and receiver is blurring, sometimes disappearing, going back and forth.
5. What has not changed is the role of the mirror, which is to respond actively and directly to the world. It mediates global and personal, social, political and economic issues. Can be emotional, sometimes loudly provocative.
6. The poster has been declared dead many times in many ways, yet it is doing just fine, living through its renaissance. Its conciseness and communicative power perfectly suit the consumption habits of our era, which are characterized by a demand for fast and symbolic communication.

ABSZTRAKT

A plakátot a polgárosodás és az ipari fejlődés hívta életre. Az új litográf nyomdatechnika megjelenésével nagyméretű, nagy példányszámú, olcsó plakátok váltak előállíthatóvá. Visszatekintve azt látjuk, hogy a plakátokra hatással voltak a társadalomban fellépő kereskedelmi, kulturális és politikai tendenciák, és ezeket a plakátok pontosan tükrözték. Az egykor kialakult zárt rendszer, amelyben az intézmények számára hivatásos művészek készítettek előre meghatározott helyre szánt, adott formátumú plakátokat, az ezredfordulóra felbomlott.

Ebben a megváltozott időszakban kezdtem a plakátos művészpályámat, és ismertem meg a DOPP csoportot. Lelkesedésem és a plakát iránti elkötelezettségem hamar táptalajra talált ebben a közegben. A Magyar Plakát Társaság tagjaként végzett közös munka eredményeként bekapcsolódtam abba a folyamatba, amely a plakátos gondolkodást volt hivatott megmenteni abban a világban, ahol az információ megállíthatatlanul ömlik az emberekre, ahol megjelentek sokkal gyorsabban kommunikáló médiumok is a plakátnál. A plakátok publikál

tevékenységem és okt

Orosz István fogalmazta meg találóan egy elképzelt beszélgetésben mit mondana Krzysztof a fiataloknak a plakátkészítésről, Krzysztof Ducki könyvének előszavában: „[...] Ha akarsz lenni plakáttervező, próbálj meg összefoglalni egyetlen mondatba, amit ki akarsz fejezni a plakáttal. [...] Le is írhatod egy papírosra. [...] Egyszerűsíteni kell a leírt szöveg. Elhagyni minden, ami nem feltétlenül szükséges. [...] Érezni fogsz, hogy mindig van egy szó vagy egy kifejezés, amelyik fölösleges. [...] Ha már egyetlen kib...ott betűre sincs szükséged, készen vagy a plakát!”⁷

Mindezek után megfogalmazódott bennem a gondolat, hogy ne csak Krzysztofot, hanem a DOPP csoport többi tagját is felkeressem, és szakmai beszélgetéseket kezdeményezzek velük. Ezzel egy időben az is tudatosult bennem, hogy ezeket a számomra hiteles szakmai útravalókat nemcsak én kaphatom meg, hanem az egyetemen tanuló, szárnyaikat bontogató fiatal pályakezdő társaim is. Így elkezdtem megszervezni egy előadássorozatot az egyetemen, ahol mindegyikük bemutathatta munkásságát, és elmondhatta, mit gondol a plakátról.⁸

Egyetemi éveim alatt három szaktársammal – Baráth Áronnal, Sárközi Románnal és Varga Gábor Farkassal – megalakítottuk a Posteri csoportot, ami a plakátot tűzte zászlájára. A megszokottól eltérő módon, alulról építkezve, underground helyeken állítottunk ki.⁹ Az általunk plakát formában feldolgozott témák mindig tematikusak és konszenzuson alapulóak voltak. Kiállításaink nagyszámú közönséget vonzottak, mind szakmai, mind laikus oldalról. A csoport a diploma után még egy évig maradt aktív. Később az élet másfelé sodort minket, így az aktivitás a mai napig szünetel, bár hivatalosan sosem oszlottunk fel, csoportunk 2007-óta nem állított ki.

Az egyetemen bejártam a képgrafika szak szitanyomó műhelyébe és megismerkedtem annak vezetőjével. A technikai sajátosság

Ezek a

Tervezőgraf

ÖSSZEGZÉS

Következtetésem

Mielőtt elkezdtem volna a doktori disszertációm, bizonyos szempontból rezignáltan vettem tudomásul, hogy a plakát a 20. századi formájában már nem létezik. Volt bennem némi ambivalens érzés azzal kapcsolatban is, hogy a Magyar Plakát Társaság által szervezett plakátos eseményeken, így a PosterFesten, illetve a hazai és a nemzetközi biennálékon és triennálékon megjelenő plakátok mennyire valódiak abban az értelemben, hogy megrendelésre készültek-e vagy sem hivatásos művészek által. Azonban, ahogy haladtam előre az írással, és ahogy egyre több minden került a helyére bennem a plakát jelenlegi helyzetével kapcsolatban, arra kellett rájönnöm, hogy ez közel sem a plakát vége. Korunk változásaira a plakát éppúgy reagál, mint ahogy tette azt mindig is, sőt, akár elő is idézheti azokat.

Ugyan az utcáról egyelőre kiszorulni látszik a plakát, de új közegében, a galériákban, harsányabb, mint valaha. Megszabadult megfelelési kényszerétől a megrendelővel szemben, és csak az üzenetére koncentrálva, akár tobzódva a formákban és a színekben, kiabálja, hogy itt vagyok és jól vagyok. A plakátkiállítások, biennálék, triennálék, quadriennálék, legyenek azok meghívásosak vagy sem, virtuálisak vagy valódiak, digitálisak vagy analógok, egymást érik a világon mindenhol, és szerepük felértékelődik. A kortárs plakátgrafikai tendenciák, az új utak éppen úgy megjelennek ezeken az eseményeken, mint a hagyománnyal bíró plakátok.

Egész életemben arra törekedtem, hogy érthetően és jól kommunikáljak. Hogy ezt éppen a plakáton keresztül tudom a leghatásosabban megtenni, az talán a véletlenek sorozatának is köszönhető. Ebben a műfajban találtam meg a hangomat, amin jól artikulálva ki tudom fejezni mit is gondolok a világról és azon belül magamról. Minden munkámban benne van a szívem, lelkem. Az alkotás öröme, hogy létrehozhatok egy olyan plakátot, aminek esélye van változtatni a világ folyásán, és ez az érzés semmihez sem fogható.





