

Magyar Képzőművészeti Egyetem

Doktori Iskola

PAPÍRTÜKÖR

A plakát mint önkifejezési forma a 21. században

TÉZISEK

Doktori (DLA) értekezés

Tóth Tamás

2025

Témavezető:

Felsmann Tamás DLA

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 papírtükrre. Az adott kor szülte. Születésének körülményei nem függetlenek attól a gazdasági, társadalmi, kulturális és szociális kortól, amelyben megszületik. Pontosan 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 érzelemdús és időnként hangosan provokál.
6. Sokan temették a plakátot sokféleképpen, de köszöni szépen, jól van, a reneszánszát éli. Tömörsége és kommunikációs ereje tökéletesen megfelel a kor fogyasztási szokásainak, amelynek egyik jellemzője a gyors és szimbolikus kommunikáció iránti igény.

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.