

SZEGEDI PLAKÁTKIÁLLÍTÁS.

A művészet kikerül az utcára, vagyis tulajdonképpen hazaérkezik. Hosszú és nyomasztó szobafoogság után újra mindenkié lehet. Leveti cicomáit s egyszerű formákat ölt, mert ezentúl nem egyesek raffinált, elpuhult ízlését, hanem magát a tömeget kívánja szolgálni, S a tömeg idegenkedik a finomkodástól, a tiszta és világos beszédet szereti. Színei néha még sápadtak, érzik rajta a szobalevegő s modora is elárulja, hogy száműzetésében meg kellett elégednie az unalmas, fásult vendégekkel, akik a fekete-kávés és a szivar közt föl-fölpillantgattak a falakra s versenyt ástítottak a képek kereteivel. Az utcán azonban magához tér bodultságából, tudja, hogy mit akar. Van rendeltetése!

Mert művészetnek éppen nem volt elegendő természetet mimelni párnás szobákban, kiválasztottak számára, elvonultan a tömegek kíváncsi s talán érdeklődő tekintete elől. Most harsogó színekkel rikolt bele az utca mozgalmába. Él. Föltámadt. A művészet visszatért gyökereihez, első közönységéhez, a nagytömeghez.

A képből tehát, mihelyt visszanyeri eredeti, missziós méltóságát, egyszerűen plakát lesz. Szószóló, hitvalló, vagy modernebbül: reklám. A művészetnek persze egyik miatt sem kell szégyenkeznie. Sőt! Mert a plakát a kép ősfarmája. Az anyagszerű, a „sachlich“ piktura. S mert anyagszerű, célszerű is. Nem öncélú. Azért van, hogy valami szerepet vállaljon a létezők világában. Nem parazita mint az álmos csendélet, vagy a kékes téli táj, özikékkel. Annyira teljes önmagában, hogy tisztaságának kockázata nélkül lehet az üzleti tülekedés harcosa s ugyanakkor emelkedettebb világszemlélet apostola is. Egyszerű villanás a plakát s az ember mélysegeinek őselemei robbannak ki rajta.

A *naturalizmus* utolsó kísérletei még föl-fölrémlenek egyik-másik plakáton. Itt-ott fölnagyított fényképek próbálják megtéveszteni természeti vadregényességükkkel a plakátízlést. Alig sikerül. A falakon, káprázatos színekben, egyik a másikon akar túltenni. Egy ilyen plakátkiállítás a plakát igazi próbája. Száz és száz közül alig négy-öt ragadja meg a néző figyelmét. De az aztán plakát. Van olyan is, amelyik ragyogó kép, talán tökéletes impresszionista festmény. Bizonyára kiváló művész a mestere és mégsem plakát. Van olyan, amelyik pompás karikatúra fürge vonalakkal s rejtett ötletekkel. Talán meg is mosolyogtatja a nézőt s mégsem plakát.

Mert a plakát nem festmény és nem rajz. Nem finomkodó s főként nem intellektuális. A titkos vonatkozások a plakáton halott értékek. A plakát egyetlen pillanat szintézise. Nem a felület impresszionisztikus színkompozíciója, mert mindig közöl is valamit s a tárgyak, színek bizonyos elv, szándék szerint rendeződnek rajta. Meggyőz valamiről s akkor igazi plakát, ha végkép legyűri, ellenállhatatlanul leigázza a szemlélt. Szépsége dinamikus.

Mivoltából következik, hogy seholsem olyan idegen a naturalizmus, mint éppen a plakáton. A német városok fényképóriásai eltörpülnek az olaszok káprázatos színei mellett, pedig ezek sem plakátok minden eset-

ben. A nagy fényképeket az ember meg se nézi, pedig csábító középkori várakat s romantikus erdőrészeteket ábrázolnak. A természetet nem lehet természettel propagálni. Még valami kell hozzá, hogy hihető legyen. Nem valóság és nem hűség. Csak költészet. Egyik bázeli plakát annyira megragadott természetellenes egyszerűségével, hogy azóta állandóan Bazel természeti szépségei motoszkálnak bennem.

Nemrégiben még általában csak ipari plakátokról beszéltünk. Egy Molnár C. Pál-arcél, mely a Modiano gyártmányainak tökéletességére hívja föl a járókelők figyelmét, valóban alkalmas arra, hogy befolyásolja a vevők szándékát. Az ipari készítmények mellett azonban újabban mintha a városok, országok s a természet szépségei is rászorulnának a reklámra. A szegedi kiállításon a plakátok zöme a tengert, a gyógyító fürdőket, a történelmi nevezetességű városokat kürtöli világgá. Jól tudjuk, hogy ennek az újabban nagyon elszaporodott reklámnak elsősorban is az idegenforgalom a háttere. E szürke, reális háttér azonban nagyon alkalmas arra, hogy kevésbé anyagi jelentőségű szándékok domborodjanak ki rajta. Már a versenyszellem miatt is. Nemcsak a városok, hanem végső fokon maguk a nemzetek is természetszerűleg kívánják a maguk értékeit propagálni. S a művészi plakátok e látványos párviadalában hajlandók vagyunk elhinni, hogy itt nem is annyira a nagyon áhított idegenforgalomról, mint inkább valami nemzeti becsvágyról van szó. A finn művész bizonyára nemcsak megfizetett mester, amikor az Ezertó országának szépségeit hirdeti, hanem hívó hazafi is, ahogy az olasz sém üzletember, ha a milánói dóm nagy-szerű gótikájával bizonykodik az olasz géniusz kiválósága mellett. Az idegenforgalomból tehát a nemzeti öntudat művészi kifejezése lesz s ha hozzáadjuk, hogy a nemzetek ma világnézetiileg is elkülönülnek egymástól, tehát egy német plakátnak például nemcsak azt kell kifejeznie, hogy a német természet a legegészségesebb, hanem hogy maga a német szellem is az egyedül követendő szellem, akkor talán nem kell nagyon elszakadnunk a realitások talajától, hogy a jövő plakátjaiban tülekedő világnézetek harcosságait lássuk.

S talán ez is a kép legősibb hivatása. Világnézett közölni a kép legegységesebb eszközeivel. Nem szövegekkel terhelten. A szöveg zavar. A betű az intellektus játéka. A tömegnek vízió kell. Olyan vízió, mely egyetlen pillantásra válságokat old meg és fanatizál.

Gondoljunk a középkorra. Freskók tarkították a falakat s faragványok díszítették az ajtókat, kapukat. Minden a keresztény világszemlélet szolgálatába állt. Az ingadozó hívó új és új erősödést nyert, bárhova nézett. A kép primer eszközei meggyőzőbbek, mint az okos szavak. Az „érvek“. A kép a tömeg nyelve s aki tömeghez akar szólni, szavait is képekké alakítja. Képek sorozata a biblia is és megelevenedett freskók a misztériumok.

A mi bontakozó, új korunkban a plakátnak, akárcsak a könyvművészetnek, mint éledő vizuális kultúránk dokumentumának, döntő szerepe lesz.

(Szeged.)

Berczeli A. Károly.