

Reklámélet – felsőfokon

MÁR SZÁZHATVAN ÉVE IS...

Prukner Zoltán

Azt gondolnánk, hogy a reklámok szűken vett jelenkorunkban határozzák meg ennyire az életünket, ötlenek úton-útfélen a szemünkbe, gabalyodunk beléjük minduntalan. Ez talán igaz lehet a szórónyomtatványok esetében, az elektronikus média sem uralhatta el még a mindennapokat, ám maga



a reklám már a 19. század közepétől meghatározta köztereink arculatát. Meghatározta? A Király utca Budapest belvárosában például egyenesen zsvbársári kavalkádot idézett az 1900-as évek kezdetekor a rengeteg cégtábla, plakát, felhívás erdejében. Mindezzel bárki szembesülhet, aki fellapozza a karácsonyi vásárra üzletekbe került Reklámélet című kötetet. Kiderül, már akkor is tudták azt, amit az első amerikai Nobel-díjas író,

Sinclair Lewis így fogalmazott meg, némi szarkazmussal: „A luftballon elszállt, eltűnt nyomtalanul a fellegek között, s nem maradt belőle más, csak az áruháza neve, amely rá volt festve.” Meg az is, hogy a legnagyobb grafikusok, nyomdászok sem érezték méltóságukon alulnak a reklámparral való kapcsolatot, és – ne legyünk naivak – a benne rejülő anyagi lehetőségeket.

Lassan már hagyomány, hogy a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár (FSZEK) jelentősebb tárlatainak összegzéseként megjelenik egy-egy izléses album az aktuális témában. Így történt ez most is. Ezúttal a második világháború előtti és alatti Pest-Buda és Budapest hirdetési világa került célkeresztbe, és a kará-



csonyi könyvvásár egyik különleges köteteként került a vásárlók elé a Reklámélet, érdekes módon az azonos nevű, kora-



beli hirdetési folyóirat címlapjával csábítgatva az ajándékozni vágyókat. Csapó Katalin, a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátó-ipari Múzeum muzeológusa és Karner Katalin, a FSZEK Budapest Gyűjteményének munkatársa szerkesztette – immár nem az első – munkáját a Geomédia Kiadó és a Budapest Gyűjtemény gondozta a Multireklám Kft. támogatásával. Megérte a szövetkezés: olyan hiánypótló kötet született, amely kultúr- és ipartörténeti inyenceknek, egyszerű érdeklődőknek ugyanúgy élvezetes olvasni- és néznievaló, mint történészek vagy gazdasági szakemberek számára, de

ajánlható oktatási-szakmai ki-
egészítőként reklámtervezőknek,
megrendelőknek, nyomdászok-
nak, grafikusoknak.



Miként arról Csapó Katalin jó érzéssel emlékezett meg beszélgetésünk során, a szerkesztők számára is meglepetésként hatott a több mint egyéves gyűjtés során a régi igazság felismerése: nincs új a nap alatt! A technikai fejlődés tágíthatja a lehetőségeket, de a régi-régi ötletek ugyanúgy visszatérnek hol módosult, hol szinte változatlan formában, mint mondjuk a divat területén. Ha bárki arra gondol, hogy a villamosok, földalattik, taxik, futballpálya-palánkok, strandok, telefonfülkék, villanypóznák, házak homlokzata és fala reklámfelületként való felhasználása vagy éppen felcímkézése mai találmány, az súlyos tévedésben leledzik. Akkoriban talán még tiltó rendeletek is kevésbé szabályozták a reklámok elhelyezését. A kötet hűen idézi meg a feledésbe merült múltat. A rövid történeti áttekintés után már minden szó és kép a tárgyalat mintegy évszázadnyi időszakból való, kiegészítés nélkül

mutatja be a kor hangulatát, gondolkodásmódját, világszemléletét, művészeti ízlésvilágát, grafikai irányzatait. Közel százötven szövegrészlet korabeli lapokból, nyolcvan plakát, hetvenhét fővárosi utcakép, képeslapok, reklámkártyák, számoló-cédulák, számlák, étlapok, attrapok, reklámtárgyak láthatóak, a legkorábbi 1841-ből, a legkésőbbi pedig 1945-ből. Mára már legendás művészek, nyomdaipari zsenik neve tűnik elő a képaláírásokból. A grafikai munkák többek között Gönczy-Gebhardt Tibor, Bortnyik Sándor, Kaesz Gyula, Vértes Marcell, Kner Albert, Csabai Ékes Lajos, Macskássy Gyula, Tábori Kornél, Sátori Lipót munkásságát vetítik az olvasó elé, a szövegidezetek pedig Tolnai Világlapjából, Kner Imrétől, Gundel Imrétől, Nádai Páltól valók – többek között. S persze Kassák Lajostól, akinek reklámgrafikai műveiből is megtalálható néhány. Az utcai fotók egy részét Budapest „képi krónikása”, Klósz György készítette, azt pedig már kicsit büszkén fedeztem fel, hogy a talán leggyakrabban idézett lap a Magyar Grafika a húszas, harmincas évekből. Még vers is íródott a reklámról: Lovászi Károly A hirdetőoszlop című költeménye is szerepel a könyv oldalain.

A Reklámélet három tematikai részre osztható a bevezető után. Az első a reklámnak a városképre gyakorolt hatását és „uccai” variációit tárgyalja, a második a különböző színes és fekete-fehér reklámnymtatványok hihetetlenül széles skáláját tárja elénk (kész grafika- és nyomdatörténet bontakozik ki előttünk). A harmadik a legrövidebb, és a reklám reklámjáról szól, vagyis azt mutatja be,



**GOLDBERGER AU
HIRDETESI IRODA
BUDAPEST, IV. Váci u. 20**

milyen az, amikor a reklám önmagát hirdeti.

Mindezek után nem csodálható, hogy az üzletekbe került kötetek mind egy szálig elfogytak a karácsonyi kellemes örületben, de nem dobták piacra mindet, mert a vártnál valamivel később készült el a tervezett novemberi megjelenés helyett. Erről Láhner Mária, a Geomédia divízióvezetője számolt be. Jó munkához idő kell, és aligha kell attól tartaniuk, hogy nyakukon marad a mives portéka. Így aztán felkészültek a várható utányomásra is.

Végezetül álljon itt két rövid idézet Blockner Izidor hirdetési irodájának egy 1907-es reklámfüzetéből. Az elsőt fogjuk feljátékosan, ha a második megvalósul: (a reklám) „hódoljon az igazságnak legalább annyiban, hogy mindig igaz legyen az, amit a hirdetésekben elmond, és legfeljebb az ne legyen igaz, amit elhallgat.” „Hirdessünk jól, sokat és tisztességesen. A siker nem fog elmaradni.” Ha ez így történik, a grafikusnak, a nyomdásznak sem kell „mel-lekhatásként” kezelni a reklámozásban való részvételt. S ahogy a Reklámélet című albumból kiderül, ezt is lehet művészi fokon – alkotni.