

## Választási plakátok tipográfiája 2009-es európai parlamenti választások

Turcsányi Lilla

*Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, 1088 Budapest Múzeum krt. 4/A  
(turcsanyililla@citromail.hu)*

---

### Összefoglaló

Dolgozatom a választási plakátok tipográfiájáról szól, ezen belül pedig a 2009-es európai parlamenti választásokhoz készültet vizsgálok. Leginkább a magyar pártok kampányfelirataira kerül a hangsúly, de néhány külföldi (olasz) példával is szeretnék élni. Politikai pártokra lebontva elemzem őket, pusztán analitikus jelleggel, elfogultság nélkül.

**Kulcsszavak:** hermeneutikai, pszichoanalitikus és recepcióelméleti megközelítés, tipográfiai sokszínűség vagy zavar, tipográfiai arculat

### Abstract

In my essay I am going to analyze the typography of the posters made for the european parliamentary elections held in 2009. Mostly I will emphasize the hungarian political campaign, but a few foreign (Italian) examples will be used as well. This project considers political parties in a neutral way.

**Keywords:** hermeneutical, psychoanalytical and reception-theoretical analysis, typographical abundance or obscurity, typographical image

---

### Bevezetés

Dolgozatomban a választási plakátok tipográfiáját, illetve a nézőre való hatásukat fogom megvizsgálni. Érdekes megfigyelni, hogy ideológia és megjelenés mennyiben kapcsolódnak egymáshoz, illetve hasonló ideológiát hogyan jelenítenek meg Magyarországon és külföldön.

### A plakát, mint műfaj

A választási plakátok egyik fő és legfontosabb feladata a már meglévő pártszimpatizánsok emlékeztetése a közelgő választásokra, illetve a még pártatlanok meggyőzése. Maga a plakát a választási kampánynak csak a vizuális megjelenése, mégis ez gyakorolja a legnagyobb hatást a nézőre, legtöbbször tudat alatt. Senki sem meri bevallani, hogy néhány négyzetméter színes felület, betűk és képek összessége, megdöntötte volna politikai nézeteit, ám el kell fogadnunk, hogy valahol mélyen mégis hatnak a véleményünkre.

Ezért is van óriási szerepük a grafikusoknak, illetve a tipográfusoknak egy-egy választási kampány alkalmával, mert pontosan tudniuk kell, hogy

bizonyos grafikai elemek, betűtípusok és elrendezési megoldások miképpen hatnak a nézőkre. Nagy felelősség ez, mivel teljes biztonsággal soha nem lehet kiszámítani a plakát fogadtatását.

A hirdetéseknek sokféle kritériumnak meg kell felelniük. A pártok meghatározzák a vezérelvet, ami alapján a tipográfus vizuális formába önti a mondanivalót. Előfordulhat, hogy egy választás alkalmával agresszívebb, máskor visszafogottabb köntösben kívánnak szerepelni, amihez külön vizuális eszköztár szükséges. Ahhoz, hogy néhány betű és kép hatásosan közvetítsen egy ideológiát egyszerűnek és közérthetőnek kell lennie, persze a túldíszítettség is rengeteg asszociációt ébreszthet az emberekben. Néhány etikai elvárás tiszteletben tartása kulcsfontosságú lehet a kampány alkalmával, jó, ha a tervezők figyelnek a rejtett tartalmakra is. Mint például az önnépszerűsítés helyett a másik fél lejáratása, amely igen visszás érzelmeket kelthet az emberekben. Másik hasonló etikai szabály lehetne – ideális esetben – a közlendő valóságértéke is. Persze ezek a kimondatlan szabályok csak a képzeletünkben léteznek, így a kampány alatt nem is szokás betartani

öket. Talán ez a szabályszegés az, ami még érdekesebbé teszi a plakátok vizsgálatát.

### Lehetséges elemzési módszerek

Sokféleképpen lehet elemezni a plakátokat, akár csak egy irodalmi művet, vagy egy műalkotást. Eme módszerek közül a pszichoanalitikus, a hermeneutikus és a recepcióelméleti megközelítést szeretném alkalmazni.

A pszichoanalitikus módszer lényege, hogy az arculatot olyan szempontból vizsgálja, ahogyan az a nézőre képes hatni. Ehhez szükséges mind a közlő, mind a befogadó mélyebb tudati rétegeinek a feltárása.

A hermeneutikai megközelítéssel a másodlagos jelentéseket vizsgáljuk. Akár csak a pszichoanalitikus módszer, ez is már olvasás előtt hat a befogadóra, erősen meghatározza az olvasás utáni véleményt is.

A recepcióelméleti megközelítés egy későbbi fázisra vonatkozik, a fogadtatást vizsgálja, és a kritikákat elemzi. A választási plakátok esetében ezt egyértelműen, számokkal ki lehet mutatni, hiszen a parlamenti mandátumok leképezik a kampány sikerességét. Persze nem szabad elfelejteni, hogy sok más tényező is hozzájárul a fogadtatáshoz: egy általános negatív hangulatot sokkal nehezebb pozitívvá varázsolni, mint egy egyértelmű szimpátiából sikereket aratni. A merészebb plakátok nyomán gyakran születnek paródiák, a kritika talán legösszintébb megnyilvánulásai, amelyekből sok tanulságot le lehet szűrni a következő választásokra.

### A választás típusa

A kampány arculata nagyban függ a választás típusától is. Dolgozatomban a 2009-es európai parlamenti választások plakátjait vizsgálom, így a szempontrendszert is ennek fényében kell felállítani. Mivel ebben az esetben a választók Magyarország delegáltjairól döntenek, a kampánynak elsődlegesen arra kell fektetnie a hangsúlyt, hogy jelöltjeik, mint európai képviselők fogják megállni a helyüket. Ideális esetben ilyenkor háttérbe szorulna a belpolitika és az ország nemzetközi megítélésére összpontosítanak. Érdekes, hogy ennek ellenére néhány plakát meg sem említi az európai képviseletet, az arculatból nem tudunk következtetni a választás típusára.

### FIDESZ-MSZP

Magyarországon a jelenlegi két fő politikai párt a FIDESZ és az MSZP. Kampányarculatuk jelentősen eltér egymástól, rendkívül jól kifejezik a jelenlegi politikai helyzetet.

Először a pszichoanalitikus módszer szerint kívánom elemezni a plakátokat: A kormánypárt és az ellenzék felhívását hasonlíthatjuk össze a két képen (1. kép, 2. kép). A kormánypárt nehéz helyzetéből

adódóan fő céljával a hatalmon maradást, az el nem bukást tűzte ki fő céljával, míg az ellenzék ezzel szemben az erősödére, változásra fekteti a hangsúlyt.

### Fidesz

A Fidesz igyekezett minél egyszerűbb, közérthetőbb plakátot tervezni (1. kép). Arculatát az egyszerű, letisztult formák jellemzik, amik a betűhasználatban is visszaköszönnek. Talpatlan lineáris antikvákat (groteszkeket) használ a tervező, melyeket következetesen csak színben és méretben variál, a betűtípus ugyanaz marad, sőt végig maiuscolákban vannak jelen. Ez alól kivétel a tábla, melyet a kép két főszereplője tart. A nemzeti színű táblán megjelenő felirat ugyancsak maiuscolákkal szedett, de kézírásra hasonlító betűtípus. Mivel stílusában beleilleszkedik az alapszövegbe, nem érezzük kívülállónak (wikipedia 2009).



1. kép. Fidesz választási plakát 2009. Fotó: INDEX - Nagy Attila

Figyelembe kell venni, hogy a jelenlegi ellenzéki pártról van szó, akinek elsődleges célja az, hogy újra elnyerje a szavazók bizalmát. Ehhez megfelelő módszer, ha letisztult, egyszerű formákkal bizalmat, nyugalmat sugall a nézők felé. A betűk mellett ezt az érzetet erősítik a figurák is, akik a magyar átlag fiatalokat kívánják megtestesíteni. Szelíd változást kínálnak, valami újat, ami szélesebb rétegeknek kínál majd nyugodt jövőt. Aki erre a plakátra tekint nem

érez gyűlöletet egy másik párt iránt, vagy elnyeri a tetszését, vagy hidegen hagyja, de indulatokat nem szít, ami a jelenlegi politikai helyzetben fontos tényezője lehetett a választási kampánynak.

Ha a hermeneutikai elemzés szempontjából közelítjük meg a plakátot, és azt vizsgáljuk miként hat ránk még a mondandója elolvasása előtt, azt vesszük észre, hogy a narancsszín egyértelműen tudatja a nézővel, hogy melyik pártól van szó, még akkor is világossá válik, ha a párt logójára egyáltalán nem pillantunk. Ezért is engedhették meg maguknak, hogy a pártnevet csak az alsó sarokba diszkrétan helyezték el, emiatt úgy tűnik, itt most nem a párton van a hangsúly, hanem rajtunk, befogadókon.

De ezzel egy időben az is feltűnik, hogy noha európai parlamenti választásokról van szó, ez nem kerül napirendre a kampányban. A figyelmes olvasó hiányolhatja ezt a pontot, és ezáltal a letisztult arculat inkább semmitmondóvá válik számára.

A recepcióelméleti megközelítés felfedi a befogadók valódi reakcióját, megmutatja, hogy a tervezőknek sikerült-e elérniük a céljukat. Ha a választási eredményeket vesszük alapul, akkor sikeres volt a kampány.

De a kritikák szerint (hirszerzo.hu 2009) kampányuk arculata éppen abba bukott bele, hogy túl sematikus, egyszerűvé és semmitmondóvá sikerült. Nem fogalmaz meg valódi programot, azáltal próbált meg szélesebb körökre hatni, hogy bárki magára ismerhetett a megadott sémákban.



2. kép. MSZP választási plakát 2009. Fotó: INDEX - Nagy Attila

### MSZP

A kormánypárt választási plakátja (2. kép) ellenben teljesen más kampányideológián nyugszik. Mivel most kormányzó pártól van szó, ezért fő céljuk a hatalom fenntartása.

A Fidesszel ellentétben ők a figyelem felkeltésre fektették a hangsúlyt. Ezt a legkülönbözőbb tipográfiai elemekkel érik el. Minden sor más-más betűtípussal van szedve, melyeket eltérő színű és vastagságú aláhúzások is nyomatékosítanak. Valószínű, hogy nem pusztán véletlenül kerültek egymás alá különböző karakterű sorok. Ha a legelső sort figyeljük meg, észrevehetjük, hogy írott betűtípust használt a tervező, ami a régi újságokban, folyóiratokban volt gyakori, az 1940-'50-es években (3. kép). A második sor széles, kövér lineáris

antikvákat alkalmaz, amelyek vonalvastagsága a harmadik sorra lecsökken. A következő egység már talpatlan, groteszk betűtípus, melyből az utolsó sor már teljesen egyszerű, letisztult és könnyen olvasható.

Ez a változás, ami sorról sorra figyelemmel követhető a betűtípusokkal, a színekben is megjelenik. Az élénkpirostól a mélyvörösön keresztül tart a sötétlila felé. A divatjamúlt zavaros felől letisztuló tendenciával ível a közérthetőség felé. A szöveg alatt fellelhetjük az Európai Unió jelképét a tizenkét csillagot. A plakát így annak a kritériumnak, hogy utalnia kell a választás típusára, megfelelt, nem csak vizuálisan, de tartalmilag is. Ezzel a letisztuló folyamattal, amit a plakát sugallni kíván az alatt a néhány másodperc alatt amíg olvassuk, a jövőbe mutat, és tudat alatt változást ígér.



3. kép. 1939-'40-es folyóiratok. Forrás: retronom.hu

Ez az új, változást sugalló plakát többnyire biztató kritikákat kapott tipográfiai és művészeti szempontból, és azt is pozitívként emelték ki, hogy saját jelöltekkel hirdettek, ami sokkal nehezebb feladat elé állítja a plakát készítőit (hirszerzo.hu 2009). Ám ha a választási eredményeket vesszük figyelembe, mégsem sikerült elérni a céljukat.

De mint általában minden merészebb ötlet, így egy kirívó plakát is gyakran kerül élcelődések középpontjába. Akadtak, akik erőltetettnek vélték a túl sok különböző betűtípust, és a grafikus munkát kritizálták. Több hasonló paródia plakát is született ennek kifejezésére (4. kép).



4. kép. Az MSZP választási plakátja nyomán készült paródia. Fotó: INDEX - Nagy Attila

### MDF-SZDSZ

A két másik parlamenti párt jobb-, illetve baloldaltól ugyancsak eltérő módon alakították az arculatukat az európai választások alkalmával. Hasonlóan különbözik a két párt kampányideológiája, mint a Fidesz illetve az MSZP arculata.

#### MDF

A Magyar Demokrata Fórum arculata az évek során igen egységesen alakult, amivel a párt rendíthetetlen értékeit kívánják alátámasztani. A kellemes halványzöld háttérrel, a visszafogott, fehér betűkkel egységet és értéket sugallnak. (5. kép).

A lehető legletisztultabb és egyszerűbb betűtípust használják, a talpatlan lineáris antikvákat. A lineáris antikva jellemzője, hogy optikailag nincs észlelhető különbség a vonalvastagságban. Ahhoz persze, hogy optikailag egyenletesnek érezzük, az arányosság érdekében szükséges bizonyos betűk korrigálása.

A plakát tipográfiai arculatában a Fidesz plakáttal hozható összefüggésbe, de míg a Fidesz ismeretlen modellekkel hirdet, addig az MDF az MSZP plakátjához hasonlóan a jelölteket ismerteti meg a nézővel.

Ami a kampány fogadtatását illeti, ambivalens véleményeket vívott ki. Pozitívként emelték ki, hogy a párt szokásaihoz híven a letisztult, egyszerű layout mellett döntött, ám ez magában hordozza a lehetőséget, hogy elkövetik azt a hibát, amit a Fidesznek is felrótak: túl egyszerű, könnyen semmitmondóvá váló arculat.



5. kép. Az MDF választási plakátja. Fotó: INDEX - Nagy Attila

### SZDSZ

Talán az SZDSZ kampánya sikerült a legellentmondásosabban (6. kép). Ezt abból is lezűrhetjük, hogy rengeteg paródiát és kritikát vonzott maga után, amely jelenség egy-egy merészebb plakát nyomán igen gyakori. Azt jelenti, hogy nem hagyja hidegen az embereket, mindenképpen megérint, erős negatív vagy pozitív érzelmeket vált ki, mindenképpen gondolkodásra késztet.

A betűtípus itt is egyszerű talpatlan lineáris antikva, de ezen a plakáton már alkalmaznak minuscolákat és maiuscolákat is egyaránt. Így jól elkülöníthetővé válik egymástól a hirdetés fő mondanivalója, így történik a kiemelés is. A kérdés, amin a nézőnek el kell gondolkoznia a pártra jellemző kék szín árnyalataiban játszik, még feltűnőbbé téve azt.

Rengeteg negatív és pozitív kritikát kapott az SZDSZ kampánya. Felróták a plakát tervezőinek, hogy a lejárató kampány nemhogy nem eredményes, sőt ellenszenvet ébreszt a még neutrális nézőben is akár. Élcelődtek a költségvetésen is, hiszen így egy felületen egyszerre két politikai párt is népszerűsítheti magát. Kissé az is ellentmondásos, hogy a párt ideológiáját ilyen módon nem lehet kifejezni: hiába szabad és liberális, ha ezt csak az ellenfél rovására tudják elérni.

Mivel a legprovokatívabb kampányról van szó számtalan paródia született az arculat kifigurázására, megfordítva az értékrendeket: az eddigi ellenségből lett a hagyományos értékeket képviselő közösség, míg az eredeti népszerűsítendő párt negatív színekben tűnik fel. Sajnos a dolgozatomban ezeket a paródiákat

nem bírja el, de említésre méltóak, mert további gondolkozásra készítetnek bennünket. Azt mutatják meg, hogy minden relatív, soha nem elég valaminek csak az egyik oldalát nézni, és elfogadni. Ha valamit egészében szeretnénk látni, muszáj körbejárni a témát.



6. kép. Az SZDSZ választási plakátja. Fotó: INDEX - Nagy Attila

#### JOBBIK-LMP

A két feltörekvő új párt, ami a jelenlegi társadalmi változásokra és problémákra kínál két különböző megoldást.

#### JOBBIK

Számukra a 2009-es választások hozták meg a betörést, amit már a voksok leadása előtt is érezni lehetett. Éppen ezért lett volna fontos a kampány szempontjából, egy új, meghatározó, csak rájuk jellemző arculat kialakítása.

A Jobbik is a többi párthoz hasonlóan talpatlan lineáris antikvákat használ, minuscolákat és maiuscolákat, a mondanivaló fontosságától függően. A betűtípus változik, más-más betűtípust használnak a szlogen, a jelöltek neve és a pártnév feliratához. Abban egyeznek, hogy mindhárom típus kövér, erőt és tettekkészséget sugározván (7. kép). A mondanivaló és a tipográfia összhangját, a kritikusok is mindenképpen pozitívumként szokták kiemelni.

A plakát tipográfiája és grafikája ennek ellenére nem sikerült egyedire. A hirdetőtáblára pillantva nem alakul ki bennünk egy egységes kép a párt arculatáról. Pedig elengedhetetlen ennek a korai kialakítása, amiről rögtön asszociálhatunk a hirdető személyére.

A színhasználat és az elrendezés sem modern, inkább hasonlít a '90-es évek képi világához. Ha nem tudnánk, hogy 2009-es választásról van szó a rendszerváltás utáni időszak hirdetőtáblájára is gondolhatnánk.



7. kép. A Jobbik választási plakátja. Fotó: INDEX - Nagy Attila

#### LMP

Feltörekvő új párt, ami az Európában már nagy népszerűségnek örvendő zöld pártok ideológiáját ötvözi a Magyarországon kialakult sajátos politikai helyzetre kínált megoldásaikkal.

Arculatuk jól kifejezi az általuk képviselt értékeket. Nyugodt, letisztult újjító szándék tükröződik valamennyi plakátjukról (8. kép). De egyszerre jelenik meg a jelenlegi rendszer kritizálása is, igaz ez sokkal visszafogottabban, mint más politikai csoportosulásoknál.

Ami a plakát tipográfiáját illeti, itt is összhangban van a képi megjelenés a mondanivalóval. A hirdetmény mezőkre való osztása könnyen áttekinthetővé teszi azt. Mezőnként változik a betűtípus: a felső egyharmad talpas antikvákat, Times New Roman betűket alkalmaz, egy betűtípus, ami még a barokk korban terjedt el, XIV. Lajos király parancsára készült, szigorú geometriai eszközökkel tervezték. Az egyik legszélesebb körben használt betűtípus még ma is, talán éppen ezért egyike a legneutrálisabbaknak is egyben. A képi mező egy-egy jelenlegi problémát szimbolizál, amit a plakát felső részén meg is fogalmaznak. A halványzöld szín egyértelműen a párt zöld-kitűzéseit szimbolizálja, emellett kellemes, megnyugtató érzést kelt az emberekben. Az alsó mezőben találhatjuk a pártnévet és a logót. Ezek már talpatlan lineáris antikvák, zölddel szedve.

Összességében azt mondhatjuk, hogy az LMP-nek sikerült megteremtenie a 2009-es választások alkalmával egy egységes, csak rájuk jellemző arculatot. Mivel egyre több ember fordul el a politikától, ők pont erre a problémára válaszoltak, megnyervén maguknak ezt a csoportot, és ebben úgy vélem, nagy szerepe volt a kampányuknak is.



8. kép. Az LMP választási plakátjai. Fotó: INDEX - Nagy Attila

### Magyarország-Olaszország

Érdekes összehasonlítani a magyar és külföldi hasonló ideológiákat valló pártok kampányarculatát is. Persze ahhoz, hogy teljesen megérthessük az eltérések mértékeit alaposabban kellene vizsgálni az egyes országok politikai és történelmi hátterét. Inkább csak rávilágítani szeretnék ezen eltérésekre, és további érdekes, megoldandó kérdéseket ébreszteni az olvasóban.



**TRA DESTRA  
E SINISTRA  
SCEGLI L'ITALIA.  
VOTA UDC.**



L'estremo centro.

9. kép. Az UDC választási plakátja. Fotó: Giacomo Rossi

Az Unione di Centro Olaszországban egy olyan politikai csoportosulás, amely rengeteg pártot gyűjt össze, főként baloldali eszméket vallókat (udc-italia.it). Ha a plakát tipográfiáját vizsgáljuk (9. kép), azt vehetjük észre, hogy a lehető legegyszerűbb talpatlan lineáris antikvákat használják, tisztaságra és közérthetőségre törekedvén. A kék szín a liberalizmus és a szabadság jelképe általában. Ezt támasztja alá a felirat is: Jobb és bal között válaszd Olaszországot. Nem kívánnak egyik oldalhoz sem tartozni, ők az ország érdekeit tartják a legfontosabbnak. A plakát arculata összességében modern és előremutató, valószínűleg ezt akarták kifejezni a politikus gesztusai is. Ám az előremutató jobb kéz Magyarországon valószínűleg negatív asszociációkat vont volna maga után, nem hiszem, hogy bármely párt is merete volna alkalmazni.



10. kép. A PD választási plakátja. Fotó: Claudio Cordova

A Partito Democratico (Demokrata Párt) arculata (10. kép) meglehetősen hasonlít a Magyar Demokrata Párt megjelenésére. A zöld háttéren fehér, egyszerű talpatlan antikvák hasonló ideológiát támasztanak alá. Az olasz kampányok többnyire az egyszerűsége törekednek, a kevesebb több felfogását vallják (partito democratico.it).

Olaszországban is működik a zöld ideológiákat közvetítő Partito Verde. Logójukat összehasonlítva azt vesszük észre, hogy az üzenet amelyet közvetítenek nagyon közel áll egymáshoz. Ugyanazokat az eszközöket használják: igyekeznek az érzelmekre hatni, a szeretet, a törődés és a béke jegyében. Az olasz logó egyszerűbb betűtípussal szedett, de a V betű szárai enyhén csapottak, ami vidámabbá, játékosá teszi a feliratot, amit persze erősít a mosolygó napocska. Az LMP logója formájában közvetíti a zöld szeretetet, a játékoság pedig a díszbetűkön jelenik meg, az ide-oda dőlő, kézírásra hasonlító feliraton.



11. kép. Zöld pártok logói Olaszországban és Magyarországon.  
Fotó: Gaetano Argento, és index.hu

### Következtetések

Amint azt a fentiek is mutatják, sok politikai párt törekszik a vizuális kommunikációra is, nagy hangsúlyt fektetve a tömegre gyakorolt hatásra. A tudományok legszerteágazóbb részei kapcsolódnak az arculatkialakításhoz, mint például a pszichológia, társadalomtudomány, tipográfia, művészettörténet, és még sorolhatnánk.

Egy megfelelő, a párt ideológiáját jól kifejező arculat kialakítása elengedhetetlen a politikai

versenyben, hiszen az tudat alatt mindenképpen hat vagy akár befolyásolja is a nézőket. Persze a kampány többi vonása is nagyban hozzájárul a választás sikerességéhez, ahogyan ezt a 2009-es európai parlamenti választások alkalmával is láthattuk.

### Hivatkozások

Hírszerző, internetes hírportál: (2009) Választási plakátok (EP választások), utolsó frissítés: 2010. január, <http://www.hirszerzo.hu/>

Wikipedia: *Tipográfia*, utolsó frissítés: 2009. október, <http://hu.wikipedia.org/tipografia>

Az UDC hivatalos honlapja: utolsó frissítés: 2010. január, <http://www.udc-italia.it/>

A Partito Democratico hivatalos honlapja: utolsó frissítés: 2010. január, <http://www.partitodemocratico.it>

INDEX, internetes napilap, utolsó frissítés: 2010. január, <http://index.hu/>