

Szak Andrea:

A PLAKÁTMŰVÉSZET VIZUÁLIS RETORIKÁJA AZ ELSŐ VILÁGHÁBORÚBAN

ÖSSZEFOGLALÓ: A szerző az első világháború plakátművészetének vizuális retorikáját és kulturális jelentőségét vizsgálja, különös tekintettel a magyar, a közép- és a nyugat-európai példákra. A plakátok kulcsszerepet töltöttek be a propaganda, a mozgósítás és az identitásformálás területén is. Tipológiai és ikonográfiai elemzés révén feltárul, miként alakították ezek a képi eszközök a hazafiságról, az ellenségről és a nemzeti egységről alkotott közvélekedést. Az *Imádkozik a király* című magyar plakát esettanulmánya megmutatja, miként szolgálta a vallásos szimbolika és az érzelmi ráhatás a háború morális igazolását. A háborús plakátok nem pusztán művészeti termékek, hanem a nemzeti ideológia és a társadalmi tudat alakításának aktív eszközei voltak.

KULCSSZAVAK: első világháború, háborús plakát, vizuális propagandaeszköz, ikonográfiai elemek, „Imádkozik a király”

A SZERZŐRŐL:

Dr. Szak Andrea (PhD) egyetemi adjunktus (NKE HHK Hadtörténelem Tanszék) (ORCID: 0000-0003-2068-5775)

BEVEZETÉS

A vizuális kultúra az első világháború idején kiemelt szerepet játszott a közvélemény formálásában. A háború előrehaladtával a plakátok váltak a legfontosabb vizuális médiumokká, amelyek gyorsan és hatékonyan tudták közvetíteni az állam és a hadigazdaság által kívánatosnak tartott üzeneteket. A vizuális propaganda e formája nem csupán eszköz volt, hanem létrehozott önálló diskurzust is: a hősiességet, az önfeláldozást, az ellenség démonizálását, valamint a nemzeti egység képi világát. Különösen fontos volt a plakátművészet szerepe a háterszág mozgósításában, a közvélemény befolyásolásában, mivel ezen a területen kellett biztosítani az anyagi és morális támogatást. A háború alatt készült plakátok vizsgálata ezért nemcsak művészeti, hanem történeti, szociológiai és kultúrtörténeti szempontból is releváns.

Az első világháború nemcsak a frontvonalakon, hanem a háterszágban is újfajta kommunikációs kihívásokat teremtett. A társadalom mozgósítása, a nemzeti összetartozás érzésének erősítése, valamint az ellenségkép kialakítása mind olyan feladatok voltak, amelyekhez a politikai és katonai vezetés egyre tudatosabban használta fel a vizuális kultúra eszközeit. A plakát mint gyorsan sokszorozható és az utcákon, köztereken bárki számára hozzáférhető médium kivételes jelentőséget kapott ebben a folyamatban. A tanulmány célja annak feltárása, hogy miként épült fel a háborús plakátművészet vizuális nyelve, milyen tipológiai mentén csoportosíthatók az egyes művek, és hogyan járultak hozzá a nemzeti identitás, az ellenségkép és a háborús morál alakításához. Az elemzés ikonográfiai, vizuális-retorikai



és kultúratörténeti szempontokat követ, miközben kitér a magyar és nemzetközi példák közötti sajátosságokra is.¹

A magyar plakátművészet viszonylag jól korszakolható, ugyanis a politikai váltások látványosan hozták magukkal az utcai plakátok és a faliújságok stílusbeli és tartalmi változásait. Ezen belül részben művészettörténeti-politikatörténeti lencsén keresztül külön is vizsgálhatók a propagandisztikus céllal készült plakátok. Mióta a figyelemfelkeltő képek gyors és olcsó sokszorosíthatóságát feltalálták, az államhatalom mindenkor hasznát vette e módszernek, hogy a társadalom különböző szegmenseit informálja és meggyőzze üzenetei érvényességéről. A huszadik század tömegtársadalmainak megjelenésével pedig minden korábbinál intenzívebben

jelentkeztek a plakátkampányok, különösen háborús, válságos időszakokban.

A következőkben a plakátok elemző tipológiáját, szimbólumrendszerét és retorikai sajátosságait, valamint egy konkrét példán keresztül a háborús vizualitás hatásmechanizmusait mutatom be.

A HÁBORÚS PLAKÁTOK TIPOLÓGIÁJA

A háborús plakátok tematikusan több csoportba sorolhatók: toborzó plakátok, adománygyűjtők, ellenségképzők, a háttérország morálját fenntartók, nőket megcélzó plakátok, és nem utolsósorban a nemzetiségi csoportokat megszólítók. A toborzó plakátok elsődleges célja az önkéntesek jelentkezésének ösztönzése volt: ezek gyakran alkalmaztak nemzeti szimbólumokat, erőteljes szlogeneket és érzelmekre ható képeket (pl. a hazáért harcoló férfi figurájának megjelenítése vagy a védelmet kérő anya és gyermek ábrázolása). Az adománygyűjtő plakátok a lakosság anyagi hozzájárulását mozgósították – ezek gyakran vallásos vagy hősi ikonográfiát használtak, megszólítva az együttérzés és kötelességtudat érzését. Az ellenségképző plakátok – főként karikatúraszerű ábrázolásokkal – a háborús propaganda egyik legmarkánsabb eszközei voltak: a német, orosz vagy

¹ Aulich 2007, 16.

brit katonák démonizálása, a kegyetlenség és veszély vizuális megjelenítése segítette a saját oldal igazságának megerősítését. A hátország morálját fenntartó plakátok a munka fontosságát, a takarékoskosságot, a női szerepvállalást hangsúlyozták. Végül a nemzetiségeket célzó plakátok gyakran saját nyelven szólították meg a lakosságot, és hangsúlyozták az adott nemzeti közösség lojalitását a Monarchia felé.

E tipológiai szempontok lehetővé teszik, hogy a háborús plakátokat ne csak esztétikai, hanem társadalmi funkciójuk szerint is értelmezzük.²

A PLAKÁTMŰVÉSZET ELEMZŐ TIPOLOGIÁJA

A háborús plakátok több funkcionális és tematikus típusba sorolhatók. Az első világháború során leggyakrabban előforduló plakátkategóriák a következők:

- Toborzó plakátok. Ezek közvetlenül a katonai szolgálatra való jelentkezésre buzdítanak, döntően a férfiasságot, a bátorságot és a kötelességérzetet hangsúlyozzák. E plakátok gyakran alkalmaznak megszólító retorikát, közvetlen tekintetet, mutató gesztust, amely a néző aktív részvételére ösztönöz.
- Hazafias-morális plakátok. Ezek a nemzeti szimbólumok, zászlók, címerátlatok, valamint vallási ikonográfia segítségével építenek az érzelmi azonosulásra. Céljuk a háborús áldozatvállalás erkölcsi megalapozása.
- Ellenségképző plakátok. Az ellenséget karikatúraszerűen, sokszor embertelen, brutális módon ábrázolják. Az ilyen képek dehumanizáló hatásúak, és a gyűlölet mozgósító erejére építenek.
- Hátországi és jótékonyági plakátok. Céljuk a civil lakosság – különösen a nők és gyermekek – mozgósítása, valamint adománygyűjtés, a katonák támogatása. Gyakran érzelmes, nosztalgikus hangulatot keltenek, az otthon melegét állítva szembe a háború kegyetlenségével.

A PLAKÁT MINT VIZUÁLIS PROPAGANDAESZKÖZ A KÜLÖNBÖZŐ HATÁSMECHANIZMUSOK ÉS BEFOGADÓI MAGATARTÁS MŰKÖDÉSE SZERINT

Az első világháború idején a plakát a tömegtájékoztatás egyik legfontosabb és legelérhetőbb médiumává vált. Egyszerre volt jelen a városi utcákon, köztereken, vasútállomásokon és iskolákban, valamint a vidéki települések hirdetőoszlopain, templomok környékén. A képi kommunikáció e formája gyorsan és hatékonyan tudott emocionális reakciókat kiváltani, amelyek különösen fontosnak bizonyultak a háborús propaganda céljai szempontjából.

A plakátok hatásmechanizmusai alapvetően három fő csoportra oszthatók: érzelmi, morális és praktikus mozgósító funkciókra. Az érzelmi hatás az együttérzés, félelem vagy lelkesedés felkeltésére irányult – például a sebesült katonákat, síró gyermekeket vagy hazájukat védő hősöket ábrázoló képek révén. A morális üzenetek gyakran utaltak a kötelességtudatra, hazaszeretetre vagy isteni igazságszágra, míg a praktikus propaganda konkrét cselekvésre ösztönzött: önkéntes jelentkezésre, hadikölcsön jegyzésére vagy élelmiszer-takarékoszágra.

² Gombrich 1999, 221–237.

A befogadás kérdése nem választható el a célközönség társadalmi összetételétől. A plakátok képi nyelvezete gyakran leegyszerűsített, sztereotip ábrázolásokon alapult, hogy minél szélesebb rétegeket tudjon elérni. A funkcionális analfabetizmus és az alacsony iskolázottság miatt a vizuális retorika sokkal erőteljesebb eszköznek bizonyult a szöveges üzenetknél. A karakteres színek, erős kontrasztok és egyértelmű kompozíciók a gyors és ösztönös értelmezhetőséget szolgálták.

A háborús plakátok befogadása tehát nemcsak vizuális élmény volt, hanem társadalmi és kulturális kódokhoz kötött értelmezési folyamat is. A városi közegben a plakát a modernitás részévé vált, míg a vidéki társadalomban inkább az állami akarat megnyilvánulásként jelent meg. Az üzenet hatása függött a helyi viszonyoktól, az adott közösség háborúhoz való viszonyulásától, valamint attól, hogy milyen egyéni vagy kollektív élmények társultak a látott képekhez.

A VIZUÁLIS SZIMBOLIKA ÉRTELMEZÉSE

A háborús plakátok jelentésrétegeinek megértéséhez kulcsfontosságú az ikonográfiai vizsgálat. Az alkalmazott szimbólumok – mint például a nemzeti zászló, a címer, az egyházi szimbólumok (kereszt, angyal, templom), valamint a történelmi vagy mitikus alakok (pl. turulmadár, Szent István) – nem pusztán dekoratív elemekként funkcionálnak, hanem mélyen beágyazott kulturális és történelmi jelentéseket hordoznak. A vizuális szimbolika segítségével a plakátok képesek voltak kollektív identitásokat mozgósítani, a nemzeti múltat aktualizálni, sőt szentként legitimálni a háborús erőfeszítéseket.³

A VIZUÁLIS RETORIKA SZEREPE

A háborús plakát nem csupán képi reprezentáció, hanem retorikai eszköz is, amely érzelmet, gondolatokat és gyakran viselkedést hivatott kiváltani. A vizuális retorika eszköztára olyan elemekből áll, mint a tekintet iránya, a gesztusok dinamizmusa, a színek pszichológiai hatása, valamint a képek és szövegek kombinációja. Az ismétlődő vizuális formulák – mint például az egyenesen néző alak, a vérvörös háttér, a nemzeti színek – megerősítették a központi üzeneteket: a kötelességet, az áldozatot, az összetartozást vagy éppen a gyűlöletet. Ezáltal a plakát a meggyőzés képi eszköze lett.⁴

TUDOMÁNYOS IKONOGRÁFIAI ESETTANULMÁNY, A KERESZT SZIMBÓLUMA

Az „Imádkozik a király” című plakáton megjelenő kereszt központi ikonográfiai elem, amely vizuálisan és szimbolikusan is dominálja a kompozíciót. A jelenet szakrális kontextusban jeleníti meg az uralkodót: a kereszt a háttérben az oltár fölött helyezkedik el, halvány fényben derengve. A kereszt itt nem csupán vallási tárgy, hanem többrétegű kulturális szimbólum, amely az ikonográfia klasszikus hármas értelmezési szintjén keresztül bontható ki.

³ Panofsky 1939.

⁴ Barthes 2010.

- Előikonográfiai szint: A kereszt egyszerű tárgyi jelenlétének észlelése. A néző egy templomi belső teret lát, középen térdelő alakkal, a háttérben egy nagy kereszt formájú objektummal.
- Ikonográfiai szint: A kereszt mint vallási szimbólum Krisztus kereszthalálára, az önfeláldozásra és megváltásra utal. A kép narratív értelmezése szerint az uralkodó – Ferenc József – az ország sorsáért imádkozik, így az áldozathozatal és a bűnbánat gesztusa is benne foglaltatik. A kereszt itt az isteni beavatkozás reményét, a spirituális támogatás keresését szimbolizálja.
- Ikonológiai szint: A kereszt nem csupán vallási vagy vizuális szimbólum, hanem tágabb értelemben kulturális és ideológiai jelentéstöbbséggel is rendelkezik, azok összefüggéseiben is értelmezendő. Ebben az értelmezési keretben a kereszt a háborús áldozatvállalás legitimációs eszköze lett. A nemzeti küzdelmet spirituális keretbe helyezi, s ezáltal a háborús részvétel megszentelődik. A kereszt az állami és vallási hatalom egységét is kifejezi, jelképezi. A kereszt pozíciója – a király mögött, megemelt síkban – auraszerűen keretezi őt, hagiografikus ábrázolási hagyományokat idézve.

A NEMZETI IDENTITÁS VIZUÁLIS KONSTRUKCIÓJA



A nemzeti identitás nem adott, hanem történeti és kulturális konstrukció eredménye, amelynek kialakításában a vizuális kultúra kulcsszerepet játszik. A háborús plakátok révén egy idealizált nemzetkép bontakozik ki: erős, áldozatkész férfiak, tiszta, hűséges nők, és fenyegető, embertelen ellenség. E vizuális dichotómiák a „mi” és az „ők” világos elválasztását célozzák, miközben egységesítik a nézők identitását és politikai hovatartozását. A magyar példák esetében különösen hangsúlyos a történeti kontinuitás (pl. a Szent Korona vagy a honfoglalás képei), amely legitimálja a háborús részvételt mint történelmi szükségszerűséget.⁵

KÉPELEMZÉS: „IMÁDKOZIK A KIRÁLY” (1915 KÖRÜL)

A kép az Osztrák–Magyar Monarchia egyik legismertebb háborús plakátja, amely IV. Károlyt imádkozó pózban áb-

⁵ Anderson 2006.

rázolja. A kompozíció középpontjában a király térdel, kezait imára kulcsolva, fejét lehajtva. A háttérben stilizált oltár vagy templomi tér sejteti a vallási kontextust. A kép ikonográfiai jelentősége kettős: egyfelől a vallásos áhitatot sugallja, másfelől az uralkodói áldozatvállalás, a néppel való sorsközösség gesztusát közvetíti. A vizuális retorika itt nem a harciasságot, hanem a jámborságot, a morális vezetést hangsúlyozza. E képi fordulat célja a hátszország lojalitásának megszilárdítása, valamint az uralkodó hitelesítése erkölcsi példaként.⁶

NEMZETKÖZI KITEKINTÉS

A világháborús plakátművészet különböző nemzeti hagyományok és vizuális kultúrák metszéspontjában áll. A hadviselő államok – különösen Nagy-Britannia, Franciaország, Németország, az Osztrák–Magyar Monarchia és az Amerikai Egyesült Államok – sajátos ikonográfiát, retorikai eszköztárat és technikai megoldásokat fejlesztettek ki a propaganda céljaira. A brit plakátművészet legismertebb példája Lord Kitchener portréja, amely az „Your country needs YOU” felirattal egy ikonikus toborzóplakáttá vált. A brit stílusra jellemző a visszafogott grafikai világ, az illusztratív, gyakran karikatúraszerű forma és a szöveg dominanciája.⁷ A francia plakátokon a hazafias érzelmek hangsúlyosabbak, gyakoriak az allegorikus nőalakok (Marianne mint a köztársaság megszemélyesítője), valamint a győzelem ígérete vagy a hősi halál dicsőítése. Németországban erőteljes grafikai irányzatok (pl. Jugendstil, később expresszionizmus) hatottak a plakátművészetre, és a hadigazdaság támogatása, a rend és kötelességtudat képi hangsúlyozása került előtérbe. Az Amerikai Egyesült Államokban a propaganda később kapcsolódott be, de annál intenzívebb kampányokat indított. James Montgomery Flagg híres „I Want YOU for U.S. Army” plakátja szintén a brit példát követi, de sokkal erőteljesebb érzelmi és vizuális hatásmechanizmusokkal operál. A plakátokon gyakran szerepeltek női alakok mint az otthon és a nemzet szimbólumai, s mindezek szentimentalizmusa hozzájárult az önkéntesek számának növeléséhez. Az Osztrák–Magyar Monarchia vizuális kultúrája eklektikus: a magyar és osztrák plakátok egyszerre viselik magukon a bécsi szecesszió, a német expresszionizmus és a francia posztterművészet hatásait. Magyarországon a grafikai megoldások gyakran elegánsabbak, festőibbek voltak – ilyen például Biró Mihály vagy Benczúr Gyula munkássága –, ugyanakkor az üzenetek gyakran didaktikusabbak, erkölcsi tartalommal telítettek. A nemzeti plakátművészetek közötti különbségek nemcsak a vizuális stílusban, hanem a célrendszerben is megmutatkoznak. Míg a brit és amerikai plakátok a katonai toborzásra koncentráltak, a francia és osztrák plakátok nagyobb hangsúlyt helyeztek a civil társadalom bevonására (pl. hadikölcsön, ápolónők jelentkezése, élelmiszer-megtakarítás). A magyar plakátművészet európai viszonylatban is kiemelkedő minőségű volt, elsősorban a kiváló képzőművészeti oktatás, a nyomdatechnikai színvonal és a stílári sokszínűség miatt.

KONKLÚZIÓ

Az első világháborús plakátművészet komplex vizuális rendszerként működött, amely egyszerre mobilizált, formált identitást és teremtett ellenséget. A plakátok ikonográfiája és vizuális retorikája jól illeszkedik a tömegkultúra új igényeihez: gyorsan dekódolható, érzelmileg

⁶ „Imádkozik a király.” Háborús plakát 1915 körül.

⁷ Rickards 1968.

erőtjeljes, és széles közönséget tud megcélozni. A magyar példák egyedi keverékét nyújtják a nemzeti hagyományoknak és az internacionalista képi toposzoknak.

A háborús plakát tehát nem pusztán grafikai termék, hanem a korszak politikai és kulturális imaginációjának képi lenyomata, amely a háború utáni időszakban is meghatározta a vizuális kultúrát.

FELHASZNÁLT SZAKIRODALOM

- Anderson, Benedict: *Elképzelt közösségek*. Gondolatok a nacionalizmus eredetéről és elterjedéséről. L'Harmattan, Budapest, 2006.
- Aulich, James: *War Posters: Weapons of Mass Communication*. Thames & Hudson, London, 2007.
- Barthes, Roland: A kép retorikája. In: Blaskó Ágnes – Margitházi Beja (szerk.): *Vizuális kommunikáció*. Szöveggyűjtemény. Typotex Kiadó, Budapest, 2010, 109–125.
- Gombrich, E. H.: *Művészet és illúzió*. Gondolat Kiadó, Budapest, 1972.
- *Imádkozik a király*. Háborús plakát. A Magyar Nemzeti Múzeum plakátgyűjteménye, 1915.
- Panofsky, Erwin: *Studies in Iconology. Humanistic Themes in the Art of the Renaissance*. Oxford University Press, Oxford, 1939. Rickards, Maurice: *Posters of the First World War*. Walker & Co., New York, 1968.

Kazareczki Noémi

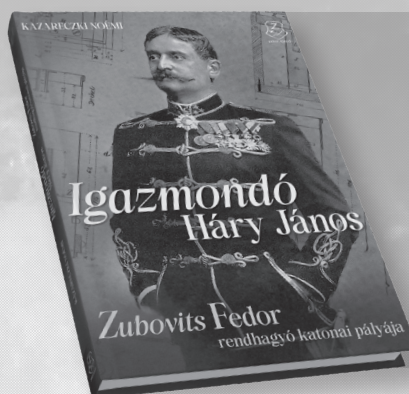
Igazmondó Hány János

Zubovits Fedor rendhagyó katonai pályája

Zubovits Fedor (1846–1920) sokoldalú és legendás személyiség volt: katona, haditudósító, vadász, sportember, feltaláló, diplomata, publicista, megyei tisztségviselő és a 19. század utolsó párbajhőseinek egyike.

2024
keménytáblás
176 oldal

3200,-



A könyv a Zrínyi Kiadó webshopjában (shop.hmzrinyi.hu) vagy a kiadó könyv- és térképboltjában (1024 Budapest, Filler utca 14.) **25% kedvezménnyel** vásárolható meg.