

A nyolcvanas évek gyermekképe – vizuális elemzés

Az 1945 utáni gyermekkép-kutatások száma ugyan kevés, de a közelmúltban mindinkább az 1950-es és 1960-as évek kerültek a kutatók figyelmének középpontjába. A tanulmány célja ezen kutatások bővítése és a 80-as évek gyermekképének feltérképezése és körvonalazása különböző vizuális források – úgymint a plakátok és kártyanaptárak – alapján, a vizuális szociológia és az ikonográfia-ikonológia módszereinek segítségével. Az elemzést elsősorban az időszak elhelyezése a politikai-társadalmi-szociális történelmi háromszögben, a vizuális elemzések esetében az ötvenes évek (Kéri, 2002, 2008) és a '60-'80-as évek sajtófotóival foglalkozó gyermekkép-kutatások (Géczi, 2010, Géczi és Darvai, 2010; Darvai, 2011), valamint az ikonográfia-ikonológia (Géczi, 2008; Endrődy-Nagy, 2010, 2015, 2017; Somogyvári, 2012, 2015; Tamba, 2020) és a vizuális szociológia (Sztompka, 2009) segítették. Az eredmények arra mutattak rá a vizsgált vizuális források esetében, hogy az évtized elején jobban tetten érhetőek voltak a propagandisztikusság és az elvárásoknak való megfelelés elemei, ugyanakkor a másodlagos jelentéstartalmak is tapasztalhatóak voltak minden esetben. Az évtized vége felé haladva a szocialista elvárásoknak eleget tévő és annak megfelelő, a mozgalmi élet – sport – iskolai élet hármásában megjelenő gyermekkép-ábrázolás átalakult egy szabadabb, nyitottabb és sokkal elevenebb gyermekábrázolássá.

Bevezetés

Kutatásom témája és vizsgálendő korszaka az 1980-as évek. A cél körüljárni és feltérképezni a korszak gyermekképének fogalmát. Ez az évtized Magyarországon és Kelet-Európában is fontos választóvonal volt, mind politikailag, mind tudományos szempontból. Az addig szigorú, ellenőrzött, megkövetelt minta szerinti társadalmi és tudományos életbe újabb és újabb változások, felfogások érkeztek, melyek megtörni látszottak az addigi szokások és elvárások tükrében. A régi és az új határmezsgye vonalán az 1980-as évek érdekes és speciális korszaknak bizonyul a kutatás szempontjából is. Céлом feltárni és körvonalazni a korszak magyarországi gyermekképét a plakátok/kártyanaptárak forrásainak segítségével. A kutatás kihívása az akkori történelmi források hiányossága; még feltáratlan és megválaszolatlan kérdései nehezítik, ugyanakkor az időszak közelsége könnyíti is a különböző források felkutathatóságát és felhasználhatóságát. Magyarországon az 1945 utáni pedagógiai, neveléstudományi aspektusban készült kutatások és vizsgálatok száma ugyan kevés (Kéri, 2002), de ezek a szakirodalmak folyamatosan bővülnek. Fontos kiemelni, hogy különösen az '50-es és '60-as évek került a közelmúltban a kutatók figyelmének középpontjába.

Elméleti háttér

Gyermekkép mint konstrukció

A vizsgálat középpontjában a gyermekkép, azon belül is a '80-as évek gyermekképe szerepel. Ahhoz, hogy körvonalazni tudjuk, mit jelent a gyermekkép fogalma, el kell tudnunk helyezni a neveléstudományban. Ezt a hatalmas rendszert hagymaként tudom elképzelni – kívülről (neveléstudomány) befelé, a középpont (gyermekkép) felé haladva, héjanként lebontva tudjuk a különböző résztudományokat, az azon belül elhelyezkedő felfogásokat, irányokat, fogalmakat értelmezni. Az átfogó értelmezésekben Pukánszky (2018), Tamba (2016), Endrődy-Nagy (2015) és Golnhofer és Szabolcs (2005) művei voltak segítségemre.

A neveléstudomány résztudományai a neveléstudomány, nevelésszociológia, nevelésfilozófia, neveléstörténet és összehasonlító neveléstudomány. Ezen belül helyezkedik el a gyermekkortörténet, mely új tudományág, az 1960-as évektől eredeztethető, és kialakulása a mai napig nem fejeződött be (Pukánszky, 2018). Ariés művének megjelenése fontos kiindulópont (1960), de ezt megelőzte a méltatlanul mellőzött Jan Hendrik van den Berg *Metabetica* című könyve (1956). Visszatérve Ariés művéhez: 2 tételt állapít meg, melynek hatására a későbbiekben két tábor alakul ki. Ariés szerint a középkorban nem létezett kialakult gyermekorfelfogás, illetve magának a gyermekkor fogalmának a megjelenése csak a polgárosodási folyamat kezdetén jelenik meg.

Az öt követők a „diszkontinuitás” elmélet képviselői, akik vagy elfogadták, vagy újraértelmezték, illetve ezekből a tézisekből állították fel saját téziseiket (Stone, Hunt, Shorter, Badinter). Az úgynevezett ellentáborban a „kontinuitás” híveit találjuk (Pollock, Le Roy Ladurie, Shahar, Péter, Hawes és Hiner, Hanawalt), akik unikális forrásanyagok (pl.: naplóbejegyzések) vizsgálatával kérdőjelezték meg Ariés téziseit, és világítottak rá más megközelítésekre, eredményekre. Emellett születtek olyan megállapítások is, amelyek sem egyik, sem másik csoportba nem illettek bele, mint például DeMause pszichogenetikai gyermekortörténeti fejlődésmodellje. Az ő 1950-ig tartó elemzéseit, munkásságát viszi tovább Hansmann (1995) a *változó gyermekkor (1960-tól)* és az *elvesztett gyerekkor (1980-tól)* fogalmaival. Hansmann gondolatisága Winn (1981, 1990) és Postman (1982) műveiben is fellelhető, például kevesebb időráfordítás a gyermekekre a szülők részéről témájában.

Az új szociológiai értelmezés paradigmáját képviselő angol szociológusok, többek között Jenks (1996), Hendrick (2000), Jensen-McKee (2003), Prout (2005) a gyermekort pszichológiai fejlődéselv helyett körvonalazzák, társadalmi konstrukcióként értelmezik, melyben a gyermek és a felnőtt értelmezése élesen elválik egymástól (Golnhofer és Szabolcs, 2005; Pukánszky, 2018). Megjelent egy másik olvasata is ennek a paradigmának, melyben a kritikai baloldali elkötelezettségű hívek a politika, a hatalmi viszonyok nevelésre, oktatásra ható elemzéseivel foglalkoznak, mint például Blake, Smeyer, Smith és Standish (1998) vagy Mészáros (2005) (Golnhofer és Szabolcs, 2005). A gyermek mint kisebbség jelent meg a különböző társadalmi vizsgálatokban, és ez egy párbeszédet indított el, melyben a gyermekfogalom központi helyet foglal el, de ezáltal észrevehető annak dekonstruálása is, mely a jelenkori pedagógiai szakmai diskurzus része lett. Cannella munkái azért is érdekesek, mert ki mer törni a bevett nézőpontokból, és megkérdőjelezi azokat (Golnhofer és Szabolcs, 2005).

A gyermekkép fogalmának körülírásához ugyancsak Pukánszky (2018) neveléstörténeti visszatekintésére és Nóbik (2000) fogalmi meghatározására támaszkodtam. 1509-ben Erasmus a gyermek iránt érzett szeretetről, érdeklődéséről, odafordulásról írt. Erasmus életművéből találhatunk mintázatokat John Locke *tabula rasa* („tiszt lap”)

vagy Pestalozzi „természetes létállapot” gondolatában (Pukánszky, 2018). De a humanista gondolkodók felfogásmódja visszaköszön Rousseau nevelési – testi és lelki – tárgyú műveiben is (*Emil, vagy a nevelésről*) vagy Kant pedagógiájában.

A 19. és 20. század fordulóján Key (1901) kikiáltja a gyermek évszázadát, Watson a viselkedéslélektan, a behaviorizmus irányzatát indítja el, majd ezt viszi tovább Dewey. Mig Watson célja a szülő hüvös távolságtartására való nevelés volt, a „jól nevelt gyermek” képének visszaidézésével, mely felfogás hatásai mai is észrevehetőek, addig Spock (1946) *Csecsemőgondozás és gyermeknevelés* című könyvének szabadabb szellemű felfogása a szeretetet, törődést állítja a nevelés, gondozás középpontjába (Pukánszky, 2018).

Ezzel szemben Nóbik (2000) tényleg megpróbál több meghatározást is körvonalazni, amelyek a fentebb kibontott gyermekkép történeti aspektusait is magukban hordozzák: „Gyermekkép alatt a gyermekről és a gyermek világáról való ismereteket, és az ahhoz kapcsolódó hozzáállást érthetjük.” Majd a gyermekképet tovább finomítva két meghatározást ír le: az első a valósgyermek-kép, mely szerint a való világ embereinek a való világban élő gyermekekről alkotott nézeteit érti, a második meghatározás pedig az ideálisgyermek-kép, amely a valósgyermek-képből „kimaradt” vagy negatív hozzáállást jelent, amely minden kor, kultúra, társadalom által elvárt vagy elképzelt gyermekkép (Nóbik, 2000).

A fenti megállapításokból következik, hogy a különböző korok gyermekképe nem csak pedagógiai aspektusok mentén, hanem más megközelítésekkel is vizsgálható, kutatható (Kéri, 2003; Hegedűs, 2004; Géczi, 2008). A neveléstörténet más tudományágak részét is képezi (Kéri, 2003), így interdiszciplinaritásának eredményeképpen a szakirodalom széles spektrumon tárja elénk a különböző források vizsgálatának metódusait és eredményeit, melyek között a fotók, magazinok, periodikák (Kéri, 2002, 2003, 2009; Géczi, 2010; Géczi és Darvai, 2010; Darvai, 2011; Somogyvári, 2012a, 2012b), a kortárs filmek (Mészáros, 2005), rajzfilmek (Endrődy-Nagy, 2012; Rónay, 2022), a festmények (Endrődy-Nagy, 2010, 2015; Támba, 2017, 2019), fametszet (Endrődy-Nagy, 2017A, 2017B) és a történelmi háttér (Németh, 2002; Somogyvári, 2012a, 2012b, 2015) mind közelebb visznek az adott korszak megértéséhez és annak gyermekképéhez.

A 20. század második felének gyermekképét – magyar aspektusban – is kevés kutatás reprezentálja. Kéri Katalin (2002, 2003, 2008) az 1950-es évekbeli sajtótermékek vizsgálatával (*Nők Lapja, Óvodai Nevelés*) járja körbe a gyermekkép fogalmát, míg Géczi János (2010) ugyancsak korabeli sajtótermékekben, periodikákban (*A Tanító, A Tanító munkája, Köznevelés, Óvodai nevelés, Úttörővezető*) fellelhető képek segítségével az 1960-as és 1980-as éveket vizsgálja, Darvai Tibor (2011) pedig 1963 és az 1970-es évek gyermekképét kutatja *A Tanító* folyóirat képein, és még ugyanebben az évben Géczi és Darvai (2011) a nevelésügyi folyóiratok (*A Tanító, Köznevelés, Óvodai nevelés, Magyar Pszichológiai Szemle, Úttörővezető*) sajtófotóinak gyermekképét vizsgálja. Somogyvári Lajos (2012) is az 1960-as és 1970-es évek gyermekképét kutatja a korszak pedagógiai szaksajtójában (*A Tanító, A Tanító munkája, Köznevelés, Gyermekünk, Óvodai nevelés, Úttörővezető*) megjelent portréfotókon. Mészáros György (2005) kortárs filmek fiatalisképét ismerteti, Vajda Zsuzsanna (2005) a televíziós műsorok által mutatja be a gyermekek jelenlétét.

Politikai, társadalmi és szociális háttér

Ahhoz, hogy jobban megértsük és el tudjuk helyezni a kiválasztott forrásokat, elengedhetetlennek gondoltam, hogy feltérképezzem a társadalmi, a politikai és a szociális hátterét a kiválasztott évtizednek. Az 1980-as évek az ún. Kádár-korszak részét képezte. Egy olyan rendszert szeretett volna a Szovjetunió és a Központi Bizottság megteremteni, ami

ugyan nem mentes a központosítástól, de a társadalom számára elfogadható, a vezető személyével rokonszenvező (Száray és Kaposi, 2006). Ennek a politikának a része volt a 3T ellenőrzési rendszer, ami a támogatott, túrt, tiltott kategóriákba sorolta például a kulturális életben való léteezést (Repárszky, 2020).

Az 1950-es években indult anyasági és gyermekjóléti juttatások további növekedése volt jellemző. A korszakban törekedtek arra, hogy különböző ellátásokkal próbálják segíteni az édesanyákat, a családot, ezáltal pedig a gyermeket. Ezeket mindinkább a társadalmi változásokhoz és igényekhez próbálták meg igazítani, módosítani. Mind a családi pótlékról, mind a GYED-ről és GYES-ről elmondható, hogy folyamatosan bővült az ellátottak, jogosultak köre, és egyre magasabb összegeket vezettek be, így egyre több édesanya és család tudta igényelni ezeket. A Kádár-korszakban azért is számított újdonságnak és az eddigiekkel ellentétben hosszabb időszakot magában foglaló ellátásoknak a bevezetése és módosítása, mert az édesanyákat így hosszabb időre otthon tudták tartani az egyre kevesebb munkát adó vállalatok. Emellett pedig „áthidalhatóvá váltak a szűkös óvodai ellátásból eredő nehézségek, és az új szabályozás még fokozottabban szolgálta az anya-gyermek kapcsolat erősítését is” (Sándorné, idézi Kristó, 2015. 13.). Ezekon felül fontos azt is megemlíteni, hogy az egyre növekvő összegű ellátások az édesanya kieső munkavállalásból származó fizetését és valamelyest a gyermekneveléssel rá háruló feladatokat szerették volna kompenzálni így létrehozva egy háromoldalú státuszt: az állampolgár-dolgozó-anya képét (Kristó, 2015).

Egy 1988. november 16. és december 24. között végzett reprezentatív kutatás 1000 fő megkérdezésével vizsgálta az emberek véleményét a Kádár-korszakról. A kérdések között szerepelt a '60-as, '70-es és '80-as évek értékelése, melyet a lakosság többsége a sikerek és kudarcok időszakaként aposztrofált. A '60-as és '70-es éveket pozitívan, míg a '80-as éveket negatívan értékelték (Majtényi, 2019). A rendszerváltás és Kádár halála után, 1989. júliusában is készítették egy felmérést, amiben a lakosság a hatvanas éveket aranykorként, a hetvenes éveket átmenetként és a nyolcvanas éveket a hanyatlás időszakaként értékelte (Majtényi, 2019).

A kutatás célja és kérdései

Kutatásom célja, hogy a különböző forrástípusok felhasználásával és elemzésével nem csak a történelmi, politikai és társadalmi életet, hanem az ebből kirajzolódó gyermek-képet feltérképezze és megpróbálja bemutatni. A kérdések közt szerepel, hogy vajon kirajzolódhat-e a korszakra jellemző központosított tervezés és a szigorú szabályozott kulturális élet és képzőművészet ellenére egy ideológiamentes, szabad gyermekkép, hogy a plakátok-kártyanaptárak forrás által felsejlik-e egy akkor a társadalom által is elfogadott és támogatott gyermekekről alkotott felfogás.

Módszerek

A kutatási módszereknél az ikonológia-ikonográfia és a vizuális szociológia módszereit választottam, ezen belül a vizuális gyermekképi kutatásokat vettem alapul (Nóvik, 2000; Kéri, 2002, 2003, 2009; Géczy, 2010; Géczy és Darvai, 2010; Darvai, 2011; Somogyvári, 2012a, 2012b), a kortárs filmek (Mészáros, 2005), a festmények (Endrődy-Nagy, 2010, 2015; Tamba, 2017, 2019) és a történelmi háttér (Németh, 2002; Somogyvári, 2012a, 2012b, 2015) mind közelebb visznek az adott korszak megértéséhez és annak gyermek-képéhez.

Ikonológia-ikonográfia

„Az ikonográfia művészettörténeti alkalmazásának eredménye, hogy ma csak azt tekintik ikonográfiai vizsgálatnak, amelynek antropológiai jelentései is fölsejlenek: azaz csak azon források képi vizsgálata tekinthető hasznosnak, amelyen bizonyítható az emberi alak jelenléte.” (Géczi, 2008. 112.) Az ikonográfia ma már nem csak a művészettörténeti kutatások, hanem például a neveléstudományi kutatások módszereit is bővíti. Míg az ikonológia a képek leírásával, addig az ikonográfia a képek jelentésének feltárásával foglalkozik. Ugyanakkor mindkettő esetében azt tekintik eredményes és valid kutatásnak, amely antropológiai jelentést is tartalmaz. Ez pedig azért is nagyon fontos, mert a képek mint források lehetnek részei önéletrajzi, családi vagy akár sajtófotó kutatásoknak is, ezekből pedig pedagógiai értelmezések is körvonalozódhatnak (Géczi, 2008). Ezen pedagógiai kutatásokból pedig kevés van, és nagy igény mutatkozik rá, többek között az egyéni és csoportidentitás létrehozásának szintjén is, valamint a vizuális elemzések segítségével különböző társadalmi gyakorlatba is nyerhetünk betekintést (Somogyvári, 2015). Az ikonográfia metódusával való elemzésre Endrődy (2017) egy olyan összetett módszert tár elénk – Panofsky, Collier és Bouteaud módszereinek bevonásával –, melynek segítségével festményeket és fekete-fehér képeket is egyaránt tudunk elemzés alá vetni. Ezen metódus esetében sokkal összetettebb, árnyaltabb eredményt kaphatunk (Endrődy, 2017). Emellett pedig fontos előirányzást ad az ikonográfiai, azon belül is a gyermekképkutatások olyan irányú fontosságának, amely a különböző korok gyermekképeinek feltárásával foglalkozna, így a folyamatos kutatások bővülésével jelentős al-tudományterületté válhatna (Endrődy, 2017).

Vizuális szociológia

A kultúra kialakulásának, azaz evolúciójának négy szakaszát különböztetjük meg. Az epizodikus szakaszban az emlékezet szerveződése az epizodikus eseményekben manifesztálódik, de a tudás átadására itt még nincs lehetőség. A második a mimetikus szakasz, melyben a testi reprezentáció, a szociális szabályozás megjelenik, a tudás átvitele imitációként és mimézisként történik. A mitikus szakaszban létrejön a nyelv, a kommunikáció új, orális formája. A tudás mítoszokba, különböző történetekbe, narratívákba szerveződik. A negyedik szakasz a modern kultúra szakasza, melyben az emlékezet szerveződése külső tároló létrejöttével, azaz az írás megjelenésével megy végbe. A transzmisszió pedig a rögzített tudásban, azaz az írásban nyilvánul meg (Donald, 2001). Ezekhez a szakaszokhoz Sztompka hozzáfűzi a vizuális szakaszt is, melyben az emberi kommunikáció részeként fontossá válik a kép. A képek információt, tudást, érzelmet, esztétikumot és nem utolsósorban értéket is jelentenek (Sztompka, 2009). A vizuális szociológia célja többek között az, hogy fotók közvetítésével szeretné megragadni a társadalmi élet vagy a kultúra lényegét, törvényszerűségeit. Erre példa Bateson és Mead közös Bali-tanulmánya, amely 759 fényképet tartalmaz, újszerűsége pedig a fotóknak a kutatás tárgyaként való használata (Ball és Smith, 1992, idézi Lengyel, 2011), illetve Goffman *Nemi reklámok* műve (1979), amely 520 fényképet foglal magában. Bár a két tanulmány témája eltérő, közös bennük a sok kép használata és a kevés szöveges leírás, amellyel a vizualitást helyezik előtérbe (Lengyel, 2011). Hasonlóan az ikonológia-ikonográfiahoz, a vizuális szociológia középpontjában is az ember áll. A vizuális szociológia tárgya pedig a vizuális ábrázolások és vizuális jelenségek együttese, a társadalmi ikonoszféra, amely nem csak a lefényképezett, hanem a lefényképezhető dolgokból is áll (Sztompka, 2009). A fényképek a kultúra részét képezik, látható és rejtett információkat tartalmaznak, a mindennapit örökítik meg, túlmutatnak a politikai változásokon (Pilarczyk és Mietzner,

2010). A fénykép a nevelés- és társadalomtudományok számára azért fontos forrás, mert nem csak a fényképész beállításait, hanem az ezeken kívül eső, nem bekalkulálható eseményeket is magán hordozza.

Elemzési lehetőségek:

- az adott forrás készítőjének, alkotójának feltárása,
- az adott forrás, mű keletkezésének feltárása,
- az adott mű pontos helye, annak feltárása,
- az adott mű keletkezési idejének és történelmi háttérének feltárása,
- a mű jelentésének feltárása, elemzése,
- a műben megjelenő jelentéstartalmak, szimbólumok feltárása és elemzése,
- a szubjektív jelentéstartalmak feltárása és elemzése,
- összegzés, következtetések (Géczi, 2010; Endrődy, 2017 nyomán).

Kéri Katalin (2002, 2003) *Gyermekképünk az ötvenes évek első felében* című tanulmányára támaszkodtam, amely részletesen tárja elénk a különböző sajtótermékek, periodikák elemzési lehetőségeit. Segítségül hívtam Géczi János (2010) *A szocialista nevelésügy két képi hangsúlya – Az 1960-as és '80-as évek magyar pedagógiai szaksajtójában* című, valamint Darvai Tiborral közösen írt tanulmányát, *A sajtófotók gyermekképe a nevelésügyi folyóiratokban 1960-1980-at* (2010), amelyek az ikonográfia módszerét is tartalmazzák, ezáltal mélyebb jelentéstartalmak felszínre kerülésével tudtam végezni az elemzést. Ezen kívül Susan Sontag *A fényképezésről* (2007), Piotr Sztompka *Vizuális szociológia* (2009) munkáit és Pilarczyk és Mietzner (2010) publikációját használtam fel. Fókuszálva az ikonográfia módszerére, Endrődy Orsolya (2017) *A gyermekkortörténeti ikonográfia kutatási irányjai és lehetőségei*, valamint Géczi János (2008) *Ikonológia-ikonográfia mint a történeti pedagógia segédtudománya* tanulmányai is segítettek a megértést.

Források

A kereskedelmi, reklámplakátok története Magyarországon 1896-ra tekint vissza, amikor a Városligetben megjelent egy pénz és bank témával kapcsolatos szolgáltatás plakátja. Ez az Ezredéves Kiállítás keretein belül történt, amikor Magyarország nemcsak ezeréves alapítását, hanem a gazdasági és kulturális eredményeit is összegezte. Ezután egyre több reklámplakát jelent meg Budapesten és országszerte, 1900-ra már teljesen elfogadott volt ez a módszer. A terjedést a kiváló nyomdak megléte és képnymó eljárásaik minősége is segítette, mint például a magasnyomás (fametszet) vagy a mélynyomás (rézkarc, rézmetset). Ezeket a litográfia síknyomásos eljárása váltotta fel, amely a nagyméretű plakátok sokszorításában sokkal kedvezőbbnek és gyorsabbnak bizonyult. Emellett fontos tényezője volt a változásnak a gyors befogadásra alkalmas színek konstrukciója. A 19. század végének plakátművészetét a történelmi festészet, a reprezentatív portré, a szalonzsáner és a népéletkép műfajai határozták meg (Bakos, 2007. 14–15.).

Ezenkívül a kor fontos plakátmegjelenési témája a sajtóplakát is. A népéletkép, a karikatúra és az újságrajz összeolvadása jó eszköznek bizonyult a reklámok hatásosságaként. Az ipari fejlődés és a modern városi élet egyre gyorsabban növekvő és változó ritmusának vizuális bemutatását a művészek a mitológiai és antik tárgyú festészzel párosították. Így lett például Hermész az utazás, a kereskedelem, a sajtó és a reklám szimbóluma (Bakos, 2007). A mitológiai és az antik a szocializmus művészetére is nagyon jellemzőek lesznek, a művészek sokszor választják műveik stílusának a görög és a római korai ábrázolást. 1885-ben megalakult az Országos Magyar Iparművészeti Társulat (OMIT), amely hozzájárult a magyar plakátművészet megerősödéséhez és fejlődéséhez. Kiemelkedő festőművészek, akik plakátokkal is foglalkoztak: Vaszary János vagy Fényes Adolf (Bakos,

2007). A plakátok többféle témában jelentek meg: kiállítási plakátok, fürdőplakátok, sajtóplakátok, filmplakátok, majd közeledve az első világháború felé a politikai plakátok. A plakátok méltatására és bemutatására több folyóirat is alakult, ilyen volt az *Interieur* és a *Szabad Művészet*. Az 1930-as évek a nagy vállalatok tervszerű plakátkampányainak korszaka is volt, például a Tungsram, a Modiano vagy a Stühmer márkák esetében (Bakos, 2007).

A második világháború után is megmaradt a plakát létjogosultsága, ami ugyan politikai befolyás alá került, és sok propagandatémát is tartalmazott, de újra megjelentek a kereskedelmi és a kulturális plakátok is. A vizualitásban folyamatos változás volt tetten érhető, ami a szovjet politikai-kultúrpolitikai modell követése volt. Hátra kellett hagyni az elvont formai elemeket, a stilizálást, a kiemelést és a dekorativitást, melyek helyébe a központosan elvárt realista ábrázolásmód lépett. Ezen változások eredményeként lépett színre a „szocreál”, vagyis a szocialista realizmus, ami az ötvenes éveket, a kommunizmus ezen időszakát jellemezte. A növekvő számú sportrendezvények, felvonulások, szakszervezeti kongresszusok témái, a zászló, a kommunista párt emblémája, a címer és a vezetők reliefportréi uralták a plakátokat. Az ideológiai nyomás hatására, amelynek részét képezte a művészeti, reklám és szaksajtó átalakítása is, átszervezte és megkövetelte a narratív, naturalista, patetikus vizuális ábrázolásmódot, ezenkívül magában foglalta az új országcímet, mozgalmi jelvényeket, és ezek voltak azok az eszközök és befolyásoló módszerek, amik meghatározták a kor plakátjainak ikonográfiáját (Bakos, 2007). Ez a merev szabályozottság az 1960-as évektől kezdve lazulni látszik, több lesz a művészi szabadság, és az egyéni látásmód is megjelenik. „A pop és az op art hatása a mai magyar képzőművészetben elenyésző, s ha mégis jelentkezik, az a plakátművészetben, az alkalmazott grafikában és a divattervezésben történik, vagyis ott, ahol a modern ízlés és a társadalom már nálunk is régen egymásra talált.” (Perneckzy, idézi Bakos, 2007. 130.)

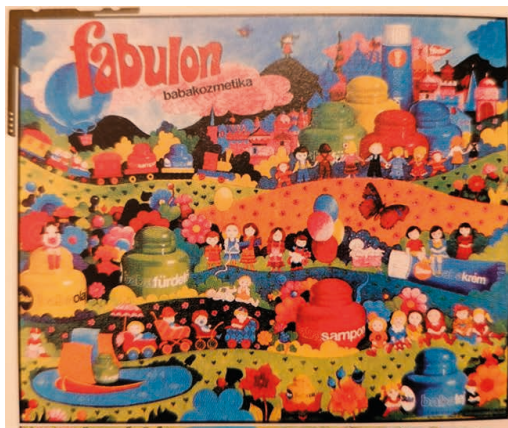
A terv- és hiánygazdaságban is fennmaradtak a kereskedelmi plakátok, és a nagy vállalatok (Szerencsejáték, Állami Biztosító, OTP stb.) hirdetései álltak rajtuk, de valójában nem volt konkurenciaharc. Céljuk az új termékek megismertetése, a vásárlási kedv megemelése, ezáltal a kereslet beindítása, a hiánytermékekre irányuló kereslet visszaszorítása és az ízlésnevelés szándéka volt. Ez pedig a reklámok szabadabb elkészítését is jelentette. A korszak kereskedelmi, kulturális és politikai plakátjai mellett fontos volt a szociális témák (véradás, baleset- és egészségvédelem, közlekedési és alkoholelles felvilágosítás) megjelenítése is (Bakos, 2007).

A szabadabb kereteknek köszönhetően sok művészi plakát látott napvilágot, de ezzel párhuzamosan a kisipari, minden esztétikumot mellőző megoldások is láthatóvá váltak. A plakátok mellett megjelentek a kislakátok, az aprónyomatványok (szórólap, kártyanaptár) is (Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum, 2018). A kártyanaptáraknak vagy tárcanaptáraknak jelentéktelennek tűnő reklámértéke volt, de egyéb szociális vetülettel rendelkeztek. Ezeket a kártyákon a cégek reklámjai jelentek meg, sok esetben az Agitációs és Propaganda Osztály munkatársainak tervezése által, kivitelezése a Mahir és a Gondolat Kiadó, nyomtatása pedig a Kossuth Nyomda és az Ofszet- és Játékkártyagyár által történt. Jellemző volt a plakátok, kis plakátok kártyanaptárra történő nyomtatása és rendelése is. A szocialista iparban nagyon sok nagy és kicsi cég is élt ezen reklámhordozó lehetőség megrendelésével. Az úgynevezett kártyanaptárdivat az ötvenes években indult útjára, de aranykorát a hetvenes-nyolcvanas években élte. A naptárak több funkciót is betöltöttek: reklámhordozók, szóróajándékok voltak, és a gyerekeknek gyűjtő- és cserealapot is képeztek (Gabo és Hollódi, 2004). Ez tetten érhető a *Kisdobos* gyermeklap *Dobra verjük* című és a havi rejtvényrovatában is. Elsőként 1982-ben (31. évfolyam, 2. szám) tűnik fel lehetőségként, hogy a „kártyanaptár-gyűjtők” a *Kisdobos* éves kártyanaptárát a gyűjteményükben tudják hirdetni, továbbá több felhívást láthatunk 1985-ös (34. évfolyam, 1. és 9. szám) és 1989-es számokban is (38. évfolyam,

7. és 8. szám). Az újságon belül a *Postafiók 100* című rovatban többször is felhívásként jelenik meg a kártyanaptárgyűjtés cseréje, gyűjtése az olvasók által, egymás között.

Varga Judit – Finta József: Fabulon Babavilág reklámplakát – 1980

A Fabulon volt az első olyan márka, melyhez átfogó reklámkampányt készítettek. A márka sokféle kozmetikumot gyártott például tinikozmetikumok, arckrémek, naptejek vagy babatermékek formájában. Kiváló művészek munkája segítette elő a márka emelkedését, elismerését és ismertségét. Finta József tervezte a klasszikus Fabulon-betűket, Varga Judit alkalmazott grafikus nevéhez fűződik a babatermékek és a napozókrem képi világa, a színes, vidám mesevilág, mely utcai plakátokon, attrapokon, öntapadós matricákon, kártyanaptárakon, reklámszatyrokon és reklámfilmekben is szerepelt (Dizseri, 2000). A Sas István rendezte reklámfilm zenéjét Rusznák Iván szerezte. Dalszövege ez volt: „Ez a világ piros sárga és zöld csupa kék tisztaság. A gyerekkor édes illata csupa színes boldogság.” (Sas, 2007) Ez a szöveg valóban tükrözi azt a színes mesevilágot, amit láthatunk a képen. A kampány annyira sikeres volt, hogy a fél évre legyártott árumennyiség hat hét alatt elfogyott (Dizseri, 2000).



1. ábra. Fabulon Babavilág reklámplakát, 1980 és Hieronymus Bosch: *Gyönyörök kertje* című triptichonjának középső része, 1500-1504 körül
(Forrás: Vándor és Simon, 2000; Selvin, 2020)

A bal oldali kép első megtekintésekor a Paradicsomot, a mennyországot juttattja eszünkbe. A színekben, a zsúfolt, sokszereplős megjelenítésben és a kép felépítésében hasonlóságok találhatók Hieronymus Bosch *Gyönyörök kertje* (1500–1504 körül) című triptichonjának középső részével, melyet jobb oldalon láthatunk. A téma végső soron hasonló: míg a *Gyönyörök kertje* a Paradicsomot, ugyanakkor a teremtést és az ember vágyait, bűneit jeleníti meg, addig a Fabulon plakáton is a Paradicsom, a mennyország jelenik meg, de a gyermekek világaként és a hozzájuk társított fogalmak értelmezésében, például vidámság, tisztaság, boldogság képében. Felvetődik a kérdés: vajon mekkora hatása volt a mellékelt Bosch-képnek az alkotó vizuális felfogására?

Sok gyermek áll kacskaringózó sorban egészen a termékekből kialakított városig. Öt féle termék tartozott a babavilág-családba: a kék színű babatej, a sárga babaolaj, a zöld babafürdető, a piros babasampon és a hosszú kék tubussal rendelkező babanapozókrem. A dalszöveg is azt a benyomást sugallja, hogy a gyermekünk akkor lesz boldog

és kiegyensúlyozott, ha ezekkel a termékekkel ápoljuk, gondozzuk. Ezért a gyermekek boldogok, mosolygósok, ápoltak a képeken. A gyermekek életkora különböző életkorokat ölel fel, kisbabától egészen az óvodás korú gyermekig, nemüket tekintve pedig fiúk és lányok is láthatóak. Az 1980-as év, a gyerekek sokszínűsége és a kerekded formák mintha reflektálnának az 1979-es Nemzetközi Gyermekévre (ld. később). Az internacionalitás mint lehetséges értelmezése a kép mondanivalójának megjelenik a különböző, egzotikus formájú virágokban, épületekben és az előbb említett sokszínű gyermekábrázoláson. Ha a termékek színeit vesszük alapul: a kék szín a reményt, a békét, a tisztaságot, a piros (vörös) szín a melegséget, szeretetet, a zöld a Paradicsomot, a tavaszt, a reményt, a sárga szín pedig a menny kapuját, az örökkévalóságot szimbolizálja (Endrődy-Nagy, 2015). Ezek a jelentések zömmel megegyeznek a gyermekről alkotott általános asszociációkkal. Véleményem szerint a készítő is egy olyan mesevilágot szeretett volna teremteni és a közönségnek bemutatni, ami ártatlan, színes, illatos és játékos hely, ahol jó gyereknek lenni. Ezeknek a pozitív attitűdöknek a márkához való társítása pedig elősegítette a termékkel való rokonszenvet, ami vásárlásra csábította az embereket. Ezt alátámasztja a termékek rekordidő alatti értékesítése is.

Sok gyermek áll kacskaringózó sorban egészen a termékekből kialakított városig. Öt féle termék tartozott a babavilág-családba: a kék színű babatej, a sárga babaolaj, a zöld babafürdető, a piros babasampon és a hosszú kék tubussal rendelkező babanapozókrém. A dalszöveg is azt a benyomást sugallja, hogy a gyermekünk akkor lesz boldog és kiegyensúlyozott, ha ezekkel a termékekkel ápoljuk, gondozzuk. Ezért a gyermekek boldogok, mosolygósok, ápoltak a képeken. A gyermekek életkora különböző életkorokat ölel fel, kisbabától egészen az óvodás korú gyermekig, nemüket tekintve pedig fiúk és lányok is láthatóak.

Tóth József: Állami Biztosító Életbiztosítás plakát – 1986

A fotót Tóth József „Füles” fényképész készítette, aki a '70-es-'80-as évek legendás reklámplakátjait készítette, a Magyar Távirati Iroda munkatársaként. Kreatív látásmódja és megoldásai a védjegyévé váltak, keresett volt, munkáival többször is rangos díjakat nyert el (Lukács, 2020).

A képen egy anyukát látunk, kezében gyermekével ül egy karosszékből. Mindketőjük fehér ruhát visel, a kislány nagyon boldog, mosolyog ránk, az anyuka féltőn nézi őt. A karosszék, és ezáltal az anyuka nem velünk szemben helyezkedik el, hanem kissé feloldalasan. Akár egy festmény vagy egy szobor kompozíciója is lehetne. Hasonló pozícióban Máriát és a gyermeket ábrázolták festményeken, például Bartolomeo Montagna *Szűz Mária, a gyermek és egy szent című* (1483) festményén. Az anya-gyermek kapcsolatot ebben a pozícióban ábrázolva láthatjuk Mary Cassatt több művén, vagy Pablo Picasso egy 1907-es festményén is. Magyar vonatkozású festők képein is tetten érhető ez az édesanya-gyermek pozíció, például Kádár Béla *Anya és gyermeke* című képén. A szobrok esetében is találunk példákat, Margó Ede *Anyaság* (1945), Ungvári Lajos *Anya gyermekével* (1958) vagy Bencsik István *Anya gyermekével* (1964) című művein.



2. ábra. Variációk egy témára
(Forrás: saját szerkesztés)

A képen a ruhák fehér színe az ártatlanságot, a tisztaságot és a tökéletességet szimbolizálja (Endrődy-Nagy, 2015). A gyermek az életerő, a jövő, a lehetőség és az ártatlanság szimbóluma (Pál és Újváry, 2001). A kép hűen tükrözi ezeket a szimbólumokat, jelentéstartalmakat. Az édesanya ujján gyűrű: házas. Ez a kép nemcsak az anyai szeretet óvó-féltő tekintetét és testbeszédét, de a családot, a családi fészket és a harmóniát is magában hordozza.

Az 1980-as évekre a hagyományosan egykeresős családokat a kétkeresős családok váltották fel, a csökkenő gyermekszám pedig egy új családmodellt eredményezett. Tipikus családként a kétkeresős, egy vagy két gyermekkel rendelkező családokat aposztrofálták (Romsics, 2010). A kép talán ezt a családmodellt próbálja bemutatni, demonstrálni, ugyanakkor – reklám lévén – hatni a fogyasztókra, akik a Kádár-rendszerben elsősorban a nők voltak. Ez az oka annak, hogy a rendszernek fontos volt a nőkép alakítása, a női ízlés formálása és az egyes női szerepek hangsúlyozása a társadalmi-gazdasági igények szerint (Kulich és mtsai, 2018). Kulich és munkatársai (2018) hangsúlyozzák, hogy a korabeli reklámplakátokon, reklámanyagokon jól tetten érhetőek voltak a korszak nőideáljai, nőképe és a nők által elfoglalt szerep a társadalomban. Ennek értelmében a képről elmondható, hogy egy családcentrikus, családszerető és boldog, tudatos anya és feleség az 1980-as évek nőideálja, mely sok korabeli plakáton és reklámhordozón megjelent, és amelynek szerves részét képezi a gyermek, gyermekek ábrázolása, megjelölése is.

Tanulók Takarékpénztára és MÉH kártyanaptárak – 1980–1985

A takarékbélyegek gyűjtése az 1950-es években lett népszerű az általános iskolák tanulóinak között. A bélyegek értékesítése az úgynevezett takarékosági megbízotton keresztül történt, aki tanítóként, tanárként volt kijelölve erre a feladatra. A takarékoskodás a tanév kezdetétől a következő év május 31-ig tartott. Az összegyűjtött bélyegek értékét ezután fizették ki a tanulóknak. Az iskolai takarékbélyeg különböző címletekben és ábrával jelent meg, az ehhez tartozó kampány pedig a „Sok kicsi sokra megy” szlogennel nevelte, tanította a gyerekeknek a takarékoskodás fogalmát az 1950-es és 1980-as évek között. A bélyegeket az erre nyomtatott Takarékbélyeg gyűjtőlappba kellett gyűjteni. 1, 2, 5, majd a nyolcvanas évek végén már 10, 20 és 50 forintos bélyegeket is értékesítettek. A gyűjtés versenyszorgalmámmá nőtte ki magát, nem csak a gyerekek, hanem osztályok, iskolák között is folyt a verseny. Ehhez kapcsolódott a MÉH folyamatos felhívása papír, rongy és fém beszállítására, ami után a diákok pénzt kaptak, ezen bélyeget vehettek, és gyűjthették a kiskönyvbé. A papírgyűjtési verseny is a MÉH és a takarékbélyeg-gyűjtés összeéréséből alakult ki, amely egy-két intézménynél a mai napig megmaradt szokásként. A takarékbélyeget végül felváltotta az ifjúsági megtakarítási számla, és az Országos Takarékpénztár kereskedelmi bankká alakulásakor, 1992-ben megszüntette (OTPédia, 2020).

A MÉH – Melléktermék és Hulladékfeldolgozó Vállalat 1950-ben alakult meg, hogy az értéktelen szemétből értékes nyersanyagot teremtsen. Jogelődje a Tollkereskedelmi Vállalat volt, amely bőrt, tollat és papírt dolgozott fel, 1951-től pedig fémmel, majd ronggyal is foglalkozott. Országos nagyvállalatként 6000 munkavállalót alkalmazott 200 telephelyen (MÉH Zrt.).

E két nagyvállalat által meghirdetett program keretein belül a gyerekek megtapasztalhatták a takarékoskodás hasznát, megélhették a hön áhitott tárgyak (kerékpár, magnószalag, könyv, sátor stb.) megvásárlását saját pénzből, emellett pedig részesei lehettek egy közösségi élményt nyújtó versenynek, és megismerhették a szelektív hulladékgyűjtés, környezettudatosság elődjeként a házi hulladék gyűjtésének e formáit mint fontos társadalmi ügyet.

Ezekhez a felhívásokhoz reklámok is társultak plakát, kártyanaptár és televíziós reklámfilm formájában, amelyek bemutatták a takarékoskodás és a gyűjtési program lényegét. Erre jó példa a Sas István rendezte *Karcsi az osztályban* című, 1980-as évekbeli televíziós reklám, melynek szövege a következő volt:

„A film úgy indulna, hogy látunk egy gyereket, akit úgy hívnak, hogy Karcsi. Ő az osztályban a legtakarékosabb gyerek. És minden nap 5 forintért vesz takarékbélyeget, mert mindenki tudja, hogy biciklire gyűjt. És azt is mutatnám, amikor a Karcsi leviszi az üres üvegeket meg a régi újságokat, és azt a pénzt is bélyegekre költi, nem pedig csak fagyira és rágóra. És aztán látnánk, hogy év végén a Karcsinak van biciklijé és nagyon örül, és akkor a többi gyerek egy kicsit irigykedik, de elhatározzák, hogy ők is gyűjtenek focira meg sátorra meg magnószalagra. És egy szép zenével vége lenne a filmnek, és ráírnánk, hogy Iskolai Takarékbélyeg. És sokat vetítenénk a tévében, hogy minden gyerek takarékoskodjon.” (Sas, 2007)

A program nevelési sikerességét egy 2009-es, a *Figyelő* magazin, a GfK Piackutató Intézet és a Generali Biztosító által lefolytatott közös felmérés eredményei is jól mutatják: a megkérdezettek túlnyomó többségének a takarékbélyeg-gyűjtés által voltak mélyebb ismeretei a megtakarításokat illetően. Egy másik kutatás szerint, amelyet a Takarékpénztár végzett, a megkérdezett szülők 61%-a örült volna annak, ha a bélyegyűjtés újraindul (Torontáli, 2013).

A fenti reklám szövegére, a hozzá tartozó reklámfilmre és általánosságban a korszak reklámjaira is a termék bemutatása, a tájékoztatás volt jellemző, ezenkívül erős nevelési, közízlést formáló céllal is szolgáltak, mely irányultság az 1980-as évek végéig megmaradt (Nagy, 2014).



3. ábra. Az Országos Takarékpénztár kártyanaptárai
(Forrás: www.kartyanaptarak.hu)

Az Országos Takarékpénztár Tanulók Takarékpénztárának egy 1980-as és egy 1982-es kártyanaptárát láthatjuk. A Takarékoságból Országjárás szlogennek megfelelően a bélyegek által összegyűjtött pénzből, a vakáció alatt magyarországi városok, országrészek megismerése is cél volt a tanulók körében. Egy 1963-as Esti Hírlap ennek eredményeként a diákszállók, vasúti kocsik és távolsági autóbuszok erre a célra való használatának népszerűségéről tudósít (Országjárás..., 1963).

Az 1980-as év kártyanaptárán egy szőke hajú úttörő lányt láthatunk, hátán túrahátizsákot, fehér inget és vörös úttörőnyakkendőt visel. Előtte, távolabb kacskaringós út, mely egy faluba vezet, közelebb egy OTP monogrammal ellátott piros-fehér sorompó, kezében pénzerme, melyek azt mutatják, hogy takarékoskodás nélkül nem jutott volna el arra a helyre, ahova szeretett volna. A felirat és a rajz együttesen reflektál erre: „Országjárásod szabad útja a rendszeres takarékoság.”

Az 1982-es naptár már jóval szabadabb képet mutat, amelyen egy lány és egy fiú a Balaton felett hőlégballonnal utazik, a ballon 1 forintostól van, a kosarán felirat: „Takarékosságból országjárás.” A gyerekek mosolyognak, mozgalmi egyenruha, szimbólum nincs a képen. A kerek ballon reflektálhat az 1979-es Nemzetközi Gyermekek szimbólumára, de a plakátreklámok történetének kezdetén a léghajó egy új korszak szimbólumaként jelenik meg.



Szinyei Merse Pál: Léghajó, 1878



Milleniumi kötött léghajó, 1896



Városligeti Nagyjátszóter, 2019



Városligeti Ballon-kilátó, 2022

Tanulók Takarékpénztára
kártyanaptár, 1982Glatz Oszkár: Koreai és magyar
pajtások a földgömb előtt, 1952Kisdobos magazin
1979. januári lapszámaGyermek Nemzetközi Évének
szimbóluma, 1979

Szigeti Magda: Életfa, 1980

4. ábra. A léghajó mint szimbólum megjelenése és elterjedése (Forrás: saját szerkesztés)

Az 1896-os Millenniumi Kiállítás keretében feltűnt – szakítva az addigi stílusokkal és formakincsekkel – a léghajó képe Godard kapitány léghajójára reflektálva, mely a kor-szak szimbólumává vált, és a nagyvárosi élet, a technikai haladás, a társadalmi felemelkedés és a nagyvárosi élet dinamizmusának jelenségeit hordozta magában.

A magyarországi festészetben Szinyei Merse Pál *Léghajó* (1878) című műve volt az, mely a léghajót szimbólumként értelmezte és metaforikus jelentéssel ruházta fel (Bakos, 2007). Reflektálva a Városligetben megtartott Millenniumi Kiállításra és az ott felbukkant léghajó-szimbólumra, 2019. október 7-én adták át a Városligetben a Nagyjátszóteret, melynek ikonikus része lett a Szinyei-kép ihlette léghajó-játék.

Míg a második naptár esetében inkább kötelező érvényű feladatként (egyenruha, úttörőnyakkendő), az első inkább játékként értelmezhető a takarékoság fogalma és az ahhoz köthető meghirdetett program.

A második képet a piros-fehér-zöld és kék színek uralják, így az úttörőségre, de a nemzeti zászlóra is asszociál. A fehér szín többek között a győzelem színe is, a kék szín az ég, a levegő és a bizonyosság szimbóluma is (Endrődy-Nagy, 2015). A kép alsó részét egyértelműen a lány alakja és a hatalmas, éppen felnyíló sorompó teszi ki, itt nem is maga a tanuló alakja, hanem az általa felnyitott sorompó a lényeges, amely a jól elvégzett munka hatására felnyílik, és a lány így megérdemelten mehet végig az úton. A kép felső része a felfedezést, a szabad utat szimbolizálja.

Az első kép egy mesebeli tájra, egy mesében lévő pillanatra hasonlít. A két mosolygós, piros arcú gyermek, akik jólöltözöttek és boldogok, a magasból tekintenek le a Balatonra. A gyermek hasonló ábrázolására Darvai (2011) *A Tanító* periodika, Kéri Katalin (2008) pedig a *Nők Lapja* képelemzésében tér ki, mely a szocialista gyermek képének közkeletű ábrázolása volt.



5. ábra. MÉH kártyanaptárak
(Forrás: www.kartyanaptarak.hu)

A MÉH Tröszt már a megalapítása óta évente többféle képpel, grafikával adott ki kártyanaptárakat. Az 1981 és 1983 közötti naptárakat láthatjuk az ábrán, melyek kedves,

békebeli és kissé elevebb gyerekeket ábrázolnak. A képeket minden esetben frappáns szöveg is kíséri, így hívva fel a figyelmet a különböző hulladékok begyűjtésére. Elsősorban a gyerekeket célozták meg ezekkel a felhívásokkal, zsebpénzszerzés és az Országos Takarékpénztár által meghirdetett, és az iskolák által is támogatott takarékbélyeg-gyűjtés ürügyén. Az ábrán ezek a reklámszövegek olvashatóak:

„Egy vasad sincs? Gyűjtsd a vasat!”
 „Ne apád fülét rágd a pénzért, inkább gyűjtsd a papírhulladékot!”
 „Rázd a rongyot – aztán mosd ki, pénzt ad érte a MÉH.”
 „Pénzt adsz érte, aztán pénzt kapsz érte, ha kiolvastad, megveszi a MÉH.”
 „Gyűjts, hogy gyűjthess papír-textil-vas- és fémhulladékért pénzt ad a MÉH.”
 „Ki ne vágd a rezet! Vas- és fémhulladékért magas árat fizet a MÉH.”
 „Add vissza a babaruhát! Pénzt ad érte a MÉH.”
 „Újság fekete-fehér, színes, külön kötegelve, hozzánk siess!”
 „Kinövöm? Elszakítom? Vagy meguonom? A MÉH-nek átadom!”
 „Ne heverjen a garázsban a pénze! Régi akkumulátorát vigye el a MÉH-be.”

A szövegekből is egyértelműen kirajzolódik a gyermekeknek szóló koncepció, melyet a tegező megszólítás, a lezserebb nyelvhasználat és a gyűjtés kettős céljára való utalások is jeleznek. A képi világ és a betűtípus az '50-es, '60-as évek képi világát idézi, az ábra alsó sorában látható 1983-as naptárakon már a kornak megfelelő, képregényszerű rajzos megjelenítést láthatunk a gyerekekről. Míg az első és második sorban helyet kapó kártyanaptárak a MÉH-et, addig az utolsó sorban lévők a MÉH Kelet-Magyarországi Nyersanyaghasznosító Vállalatát képviselik.

A képekre jellemző a már említett tipikus szocialista gyermekkép-ábrázolás, amely boldog, mosolygós, kipirult arcú, jólöltözött gyermeket jelent (Kéri, 2002, 2003, 2009; Gécz, 2010; Gécz és Darvai, 2010; Darvai, 2011). Ezen túl elmondható, hogy ehhez az ábrázoláshoz csatlakozik egy élénk, eleven, nyüzsgő és serény tulajdonságcsoporthoz is, amely étellel teli, de szétszórt, ugyanakkor a gyermekekre inkább jellemző viselkedést jelenít meg. Ehhez jól társították a képi és szövegvilágot, melynek célja a takarékoságra és gyűjtésre való nevelés, ösztönzés, ezáltal a helyes és elvárt társadalmi normákra való

A képekre jellemző a már említett tipikus szocialista gyermekkép-ábrázolás, amely boldog, mosolygós, kipirult arcú, jólöltözött gyermeket jelent (Kéri, 2002, 2003, 2009; Gécz, 2010; Gécz és Darvai, 2010; Darvai, 2011). Ezen túl elmondható, hogy ehhez az ábrázoláshoz csatlakozik egy élénk, eleven, nyüzsgő és serény tulajdonságcsoporthoz is, amely étellel teli, de szétszórt, ugyanakkor a gyermekekre inkább jellemző viselkedést jelenít meg. Ehhez jól társították a képi és szövegvilágot, melynek célja a takarékoságra és gyűjtésre való nevelés, ösztönzés, ezáltal a helyes és elvárt társadalmi normákra való rávilágítás volt. A képeken egyenlő arányban vannak a fiú- és lány-megjelenítések, de a fiú-lány együttes ábrázolása nem jellemző. Az ábra legalsó sorának gyermekábrázolásai már az 1980-as évekhez igazodtak, a grafika új, modern, képregényszerű, és inkább a vizualitásra, mint a szövegre fókuszál.

rávilágítás volt. A képeken egyenlő arányban vannak a fiú- és lány-megjelenítések, de a fiú-lány együttes ábrázolása nem jellemző. Az ábra legalsó sorának gyermekábrázolásai már az 1980-as évekhez igazodtak, a grafika új, modern, képregényszerű, és inkább a vizualitásra, mint a szövegre fókuszál. A nyüzsgő, szétszórt tulajdonságok ábrázolása ugyanúgy megjelenik a képeken, de már nem a szocialista gyermek képét láthatjuk, hanem a vidámság és a mosolygás megtartásával ugyan, de egy modern, színes és humorosabb gyermek képe rajzolódik ki.

Összegzés

A plakátok és kártyanaptárak gyűjtését a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum, a Régi Magyar Kártyanaptárak online gyűjteményeiben, a *10x10 év az utcán – A magyar plakátművészet története*, a *Retró-repró – A magyar kártyanaptár* és *A gyufa-címkétől az online hirdetésig* tematikus szakkönyvekben végeztem. A gyűjtés során több száz plakátot és ugyanennyi kártyanaptárt néztem át, amely során mélyebben beleláthattam és feltérképezhettem a Kádár-kor, azon belül is az 1980-as évek alkotásait. Ezek alapján elmondható, hogy a reklámokra (akár kereskedelmi, akár társadalmi célú hirdetések tartalmaztak), plakátokon, kártyanaptárakon és a hozzájuk kapcsolódó televíziós reklámokon megjelenve – az edukatív szemlélet erőteljes megjelenése, a vásárlás fellendítése és a hiánytermékekről való figyelemelterelés volt jellemző (Nagy, 2014), az adott kor nőideáljára, nőképére és ezzel együtt gyermekképére is reflektáltak (Kulich és mtsai, 2018). Ezt alátámasztja a Hawkins, Best és Coney szerinti reklámértékek csoportosítása, melyek értékközvetítő szerepét három csoportra osztják: a másokra, a környezetre és az önmagunkra irányuló értékekre. A másokra irányuló értékek csoportjában megjelenik a felnőtt-gyerek viszony (Hofmeister, idézi Pirmajer, 2016), emellett pedig ritka esetekben mindezek felül városkép- és közízlés-alakító tényezővé is váltak a reklámok (ld. Fabulon / Pataki Ágnes korabeli manöken óriás tűzfal-mozaikja, Nagy, 2014. 200.).

A plakátok és a kártyanaptárak jelentéstartalmai magukban hordoznak egy kettősséget, amely elsősorban közvetlenül a felnőtteknek, leginkább a reklámok esetében a nőknek – és másodsorban közvetetten a gyermekeknek szólnak. Ez igaz a Fabulon babavilág képeire, az Állami Biztosító plakátjára is, ez alól talán a Tanulók Takarékpénztára és a MÉH hirdetési lehetnek kivételek, amelyek a gyermeket szólítják meg. Ugyanakkor, ha a plakátokat nem is, de a kártyanaptárakat a felnőttek kapták kézhez, amelyek aztán a gyerekek gyűjteményében kaptak helyet. A vizsgált vizuális forrásokat véleményem szerint azért lehet releváns forrásnak tekinteni, mert reflektáltak a társadalmi változásokra (ld. például a reklámokban megnyilvánuló meztelenségről folytatott korabeli vitát: Vörös, 2015), a különböző emberképekre, melyeknek része volt a gyermekkép is. Az elemzett források alapján elmondható, hogy a gyermeki világot egy sokszínű, vidám, boldog és gondok nélküli helynek ábrázolta, ahol jó gyermeknek lenni, ahol az óvá és biztonságot adó édesanya képe is megjelenik. A 0–3 éves kor mellett az iskolás korúakat is ábrázolják, de nem korlátozódva a propagandisztikus tökéletes jólneveltség képére, hanem ehhez hozzáadva egy inkább gyermeki, mintsem beállított tulajdonságot, amely többek között az elevenséget, a csínytevést vagy a szeleburdiságot jelenti. Emellett a nevelés fogalma is megjelenik a forrásokon, amely a dolgozat esetében a takarékoságban, a gyűjtésben, a tudatosságban fogalmazódik meg.

A kutatás eredményei adalékként, kiindulópontként szolgálhatnak a hasonló korabeli reklámok további elemzéséhez, amely érdekes aspektus lehet a nosztalgia és a társadalmi emlékezet szempontjából, mivel a jelenlegi középgeneráció emlékezhelyei között fontos emlékeket idéznek meg és foglalnak el a korszak ikonikus reklámjai, azok alakjai és a hozzájuk köthető helyek, életterek.¹ Erre bizonyíték az utóbbi években megszorodó

tematikus kiállítások, múzeumok létrejötte, a korszak, azon belül is az 1980-as évek életérzésének, mindennapi életének mozgóképen való feldolgozása, köztéri szobrok, könyvek megjelenése, valamint az értékmentés különböző projektjei (ld. Budapesti Retro Élményközpont, Retro Design Center, *Nekünk írták a dalt! – A magyar populáris zene hőskora és társadalmi hatásai, 1957-től a rendszerváltozásig*, *A besugó* című filmsorozat, Kolodko: *Skála Kópé* miniszobor, Varga István: *Munkásasszony tranzisztoros rádióval* című szobrának helyreállítása, Pleskovics Viola: *Kinyíltak a szemek, Mentsük meg a budapesti neonreklámokat! – Budapesti polgári kezdeményezés* stb.).

Farkas Pálma

*Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai és Pszichológiai Kar,
Interkulturális Pszichológiai és Pedagógiai Intézet*

Köszönetnyilvánítás

Köszönöm mentoromnak több éve tartó odaadó segítségét, támogatását és inspiráló attitűdjét, amellyel a kutatási témámban és a módszerben elmélyedhettem.

Irodalom

- A takarékoság színes bélyege: nyaltuk, ragasztottuk.* (2020. 01. 29.). OTPédia. A-tól Pénzig. https://www.otpedia.hu/egyszer-volt/ki-vagy-inkabb-tucskok-vagy-hangya/takarekosag-szines-belyege-nyaltuk-ragasztottuk_1/#
- Bakos, K. (2007). *10×10 év az utcán. A magyar plakátművészet története 1890–1990.* Corvina Kiadó Kft.
- Darvai, T. (2011). *A Tanító* című neveléstudományi folyóirat ikonográfiai vizsgálata. 1963, 1970. *Iskolakultúra*, 21(6–7), 71–86. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/21156>
- Dizseri, E. (2000). Fabulon a bőre öre. Az első átfogó reklámkampány. In Vándor, Á. & Simon, A. (szerk.), *A gyufacimkétől az online hirdetésig.* Geomédia Szakkönyvek. 24–29.
- Endrődy-Nagy, O. (2010). Gyermekkép a 16. századi Németalföldön idősebb Pieter Brueghel művein. *Iskolakultúra*, 20(7–8), 137–147. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/21043>
- Endrődy-Nagy, O. (2015). *A reneszánsz gyermekképe: A gyermekkép reneszánsza 1455–1517 között Európában. Ikonográfiai elemzés.* ELTE Eötvös Kiadó.
- Endrődy-Nagy, O. (2017a). Ukiyo-e: A japán fametszet mint lehetséges gyermekortörténeti forrás. In Zsolnai, A. & Kasik, L. (szerk.), *Új kutatások a neveléstudományokban.* 2016: A tanulás és nevelés interdiszciplináris megközelítése. MTA Pedagógiai Tudományos Bizottság, Szegedi Tudományegyetem Neveléstudományi Intézet. 311–325.
- Endrődy-Nagy, O. (2017b). Images and Iconography in Cross-Cultural Context. In Benedek, A. & Veszelszki, Á. (szerk.), *Virtual Reality – Real Visuality: Virtual, Visual, Veridical.* Peter Lang. 67–78.
- Endrődy-Nagy, O. (2012). Posztmodern gyermekkor? – Egy japán rajzfilmen kirajzolódó gyermekkép. *Képzés és Gyakorlat*, 140–149.
- Endrődy-Nagy, O. (2017c). A gyermekortörténeti ikonográfia kiáltványa. *Gyermeknevelés*, 5(1), 110–122. https://epa.oszk.hu/02400/02411/00010/pdf/EPA02411_gyermekneveles_2017_1_001-003.pdf
- Endrődy, O. (2019). Gyermekkép fametszeteken. Japán az Edo-korszakban (江戸時代 1603–1868). *Gyermeknevelés*, 7(1), 36–44. DOI: 10.31074/gyn201913644
- Gabo, R. & Hollódi, G. (2004). *Retró-repró. A magyar kártyanaptár.* Chelsea Kiadó.
- Géczi, J. (2008). Ikonológia-ikonográfia mint a történeti pedagógia segédtudománya. *Iskolakultúra*, 18(1–2), 108–119. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/20718>
- Géczi, J. (2010). A szocialista nevelésügy két képi hangsúlya: az 1960-as és '80-as évek magyar pedagógiai szaksajtójában. *Iskolakultúra*, 20(1), 79–91. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/20959>
- Géczi, J. (2010). *Sajtó, kép, neveléstörténet. Tanulmányok.* Iskolakultúra-könyvek, 38., Gondolat Kiadó.
- Géczi, J. & Darvai, T. (2010). A sajtófotók gyermekképe a nevelésügyi folyóiratokban 1960–1980. *Iskolakultúra*, 20(7–8), 35–53. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/21035>
- Golnhofer, E. & Szabolcs, É. (2005). *Gyermekkor: nézőpontok, narratívák.* Eötvös József Könyvkiadó.

- Kéri, K. (2002). Gyermekképünk az ötvenes évek első felében. *Iskolakultúra*, 12(3), 47–59. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/19611>
- Kéri, K. (2008). Gyermekábrázolás az 1950-es években a Nők Lapja címlapjain. In Kozma, T. & Perjés, I. (szerk.), *Új kutatások a neveléstudományokban*. MTA Pedagógiai Bizottság. 203–212. <https://kerikatalin.wordpress.com/2009/07/20/gyermekabrazolas-az-1950-es-evekben-a-nok-lapja-cimoldalain/>
- Kristó, K. (2015). A pénzügyi családtámogatási ellátások kialakulása és fejlődése Magyarországon a rendszerváltásig. *De iurisprudentia et iure publico*, 9(2), 1–22. <http://dieip.hu/wp-content/uploads/2015-2-06.pdf>
- Kulich, J., Veress, K. & Velle-Varga, O. (2018). *Mit vásárolt Jucika? Nők a szocialista reklámban. Kiállítás. Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum, Budapest, 2018. 06. 19. – 11. 04.*
- Lengyel, Gy. (2011, szerk.). *Vizuális szociológia. Szöveggyűjtemény a fotó társadalomtudományi alkalmazásáról*. Budapesti Corvinus Egyetem.
- Lukács, Zs. (2020). Formabontó klasszikus – Tóth József Füles humoros reklámlapokai az 1970-80-as évekből. *Hamu és Gyémánt*, <https://hamuesgyemant.hu/formabonto-klasszikus-toth-jozsef-fules-humoros-reklamplakatai-az-1970-80-as-elvekbol/particle-9>
- Majtényi, Gy. (2019). *Egy forint a krumpis lángos*. Libri Kiadó.
- Mészáros, G. (2005). Kortárs filmek fiatalságképe. *Iskolakultúra*, 15(10), 84–96. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/20322>
- Mészáros, I. & Németh, A. & Pukánszky, B. (2005). Bevezetés a pedagógia és az iskoláztatás történetébe. Osiris Kiadó Kft.
- Nagy, B. (2014). A marketing magyarországi intézményesülésének története. *Doktori disszertáció*. ELTE BTK, Budapest.
- Németh, A. (2002). A reformpedagógia gyermekképe: a szent gyermek mítoszától a gyermeki öntevékenység funkcionális gyakorlatáig. *Iskolakultúra*, 12(3), 21–32. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/19608>
- Németh, A. & Pukánszky, B. (1996). *Neveléstörténet*. Nemzeti Tankönyvkiadó. <https://mek.oszk.hu/01800/01893/html/>
- Nóvik, A. (2000). Kísérlet a gyermekkép fogalmának meghatározására. *Magyar Pedagógia*, 100(3), 367–376. <http://misc.bibl.u-szeged.hu/13930/>
- Országjárás – megtakarított forintokból (1963. 07. 09.). *Esti Hírlap*, 8.
- Sas, I. (2007). *Sas Reklámok*. DVD, Videoprint, Klub Publishing Kft.
- Sontag, S. (2007). *A fényképezésről*. Európa Könyvkiadó.
- Pál, J. & Újvári, E. (1997). *Szimbólumtár*. Balassi Kiadó. http://www.balassikiado.hu/BB/netre/Net_szimbolum/szimbolumszotar.htm
- Pilarcy, U. & Mietzner, U. (2010). A képtudomány módszerei a neveléstudományi és társadalomtudományi kutatásban. *Iskolakultúra*, 20(5–6), 3–16. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/21022>
- Pirmajer, A. (2016). A kártyanaptárakon fellelhető világkép az 1950-es évektől napjainkig. In Berger, V. (szerk.), *Útközben. Az I. Demográfia és Szociológia Doktoranduszkonferencia anyagai*. Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, Demográfia és Szociológia Doktori Iskola. 51–70. <https://docplayer.hu/106586607-Utkozben-az-i-demografia-es-szociologia-doktoranduszkonferencia-anyagai.html>
- Pukánszky, B. (2000, szerk.). *A gyermek évszázada*. Osiris Kiadó.
- Pukánszky, B. (2003, szerk.). *Két évszázad gyermekei. A tizenkilencedik-huszedik század gyermekkorának története*. Eötvös József Könyvkiadó.
- Pukánszky, B. (2018). Gyermekkép, romantika, „romantikus gyermekkép”. In *A filozófia lehetséges szerepei a neveléstudományban*. Eszterházy Károly Egyetem Líceum Kiadó. 37–50. <http://publikacio.uni-eszterhazy.hu/3691/>
- Repárszky, I. (2020). Besúgó, cenzorok, kultúrpolitika a Kádár-korban. *Index Iskolatévé, történelem*, április 14. <https://www.youtube.com/watch?v=Zld68Qv0fRI>
- Romsics, I. (2009). A Kádár-rendszer legitimitásvesztése az 1980-as években. Előadás: Egy Emberibb Viláért Alapítvány pódiumbeszélgetés, Budapest, 2009. május 28. http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/a_kadar_rendszer_legitimitasvesztese_az_1980_as_elvekben/
- Rónay, Z. (2022). Mi ez, Mando? Csomag vagy gyerek?: Gyermekjogok a „messzi, messzi Galaxisban”. In Nagy, Á. (szerk.), *A téridőn is túl*. Athenaeum. 142–172.
- Selvin, C. (2020). *Hieronimus Bosch: A Mysterious Master's Early Life and Major Works*. ARTNews. <https://www.artnews.com/feature/hieronymus-bosch-life-early-works-best-paintings-1202685134/>
- Somogyvári, L. (2012). Közelítések a portrék és az egyszereplős képek jelenségéhez a magyar pedagógiai szaksajtóban (1960–1970). *Iskolakultúra*, 22(5), 56–75. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/21274>
- Somogyvári, L. (2012). Közelítések a portrék és az egyszereplős képek jelenségéhez a magyar pedagógiai szaksajtóban (1960–1970). 2. rész. *Iskolakultúra*, 22(6), 14–37. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/21281>
- Somogyvári, L. (2015). A kép-antropológia alapjai a neveléstudományban. *Autonómia és Felelősség*,

I(2), 7–19. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/14183/Autonomia-es-Felelosseg-Nevelstudomanyi-Folyoirat-1evf-2015-2sz.pdf?sequence=1&isAllowed=y> DOI: 10.15170/ar.2015.1.1.1.

Szabolcs, É. (1995). *Fejezetek a gyermekkép történeti alakulásából*. Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kara Neveléstudományi Tanszék – Pro Educatione Gentis Hungariae Alapítvány.

Támba, R. (2016). Gyermekszemlélet és gyermekkor-narratívák a kritikai pedagógia, a gyermekkor-szociológia és a narratív pszichológia tükrében. *Különleges Bánásmód*, 2(2), 41–52. <https://ojs.lib.uni-deb.hu/kulonlegesbanasmod/article/view/9929> DOI: 10.18458/kb.2016.2.41

Támba, R. (2020). A gyermekkor felszabodítása Czöbel Béla festészetében I. Leánygyermek-ábrázolások. *Neveléstudomány*, 7(2), 61–84. http://nevelstudomany.elte.hu/downloads/2020/nevelstudomany_2020_2_61-84.pdf DOI: 10.21549/ntny.29.2020.2.5

Támba, R. (2020). A gyermekkor felszabodítása Czöbel Béla festészetében II. Fiúgyermek-ábrázolások. *Neveléstudomány*, 7(3), 79–95. 68 http://nevelstudomany.elte.hu/downloads/2020/nevelstudomany_2020_3_79-95.pdf DOI: 10.21549/ntny.30.2020.3.5

Tárkányi, Á. (2001). A családdal kapcsolatos jogszabályok Magyarországon 1980-98-ig. In *Központi Statisztikai Hivatal Népeségstudományi Intézetének*

Kutatási Jelentései 67. Központi Statisztikai Hivatal Népeségstudományi Intézet. <https://www.demografia.hu/kiadvanyokonline/index.php/kutatasijelentesek/article/view/422>

Tomka, B. (2012). Szociálpolitika Magyarországon a Kádár-rendszer időszakában: intézmények, funkciók, szakaszok. *Múltunk*, 57(2), 27–49. https://epa.oszk.hu/00900/00995/00030/pdf/EPA00995_multunk_2012_2_027-049.pdf

Torontáli, Z. (2013). A bélyegnek látszó matrica. *Origo*, <https://www.origo.hu/gazdasag/20130902-a-takarekbank-meglovagolja-a-nosztalgia-takarekbel-lyeghez-hasonlito-matricaval.html>

Trencsényi, L. (2002). Nevelés- és iskolaelméleti gyakorlatok. Okker Kiadó.

Vajda, Zs. (2005). Gyerekek a képernyőn. *Iskolakultúra*, 15(1), 35–52. <http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/20183>

Vándor, Á. és Simon, A. (2000, szerk.). *A gyufacím-kétől az online hirdetésig*. Geomédia Szakkönyvek.

Vörös, B. (2015). „Néhányan kifogásolták fürdőruhám fazonját”: Vélemények a meztelenség felhasználásáról a magyarországi reklámokban az 1970–1980-as évek fordulóján. In Gyimesi, E., Lénárt, A. & Takács, E. (szerk.), *A test a társadalomban. Rendi társadalom – polgári társadalom* (27). Hajnal István Kör Társadalomtörténeti Egyesület. 254–263.

Jegyzet

¹ A megjegyzésért Somogyvári Lajosnak tartozok köszönettel.

Absztrakt

Az 1945 utáni időszak neveléstörténetével számos kutató foglalkozik, ám inkább az 1950-es és 1960-as évek megismerésére, feltárására fókuszálnak. A kutatás célja az 1980-as évek egy lehetséges gyermekképi narratívájának kibontása vizuális források feltárásával, és további adalékul szolgálni a közelmúlt időszakának elemző megismeréséhez. Az említett vizuális források elsősorban plakátok és kártyanaptárak, amelyeket komplex módszertani vizsgálattal elemzek. A módszer ötvözi a vizuális szociológia és az ikonográfia-ikonológia korábbi kutatásait, továbbá az ötvenes évek (Kéri, 2002, 2008) és az 1960-as, 1980-as évek sajtófotóinak gyermekképkutatásai (Darvai, 2011; Gécz, 2010; Gécz és Darvai, 2010), valamint az ikonográfia-ikonológia (Endrődy-Nagy, 2010, 2015, 2017; Gécz, 2008; Somogyvári, 2012, 2015; Támba, 2020) és a vizuális szociológia (Sztompka, 2009) meglátásai is segítettek elemzéseim. A vizsgált minta kiválasztásához elsősorban az időszak politikai, társadalmi, szociális, történeti kereteinek mélyebb ismeretére volt szükség. Az eredmények arra mutattak rá a vizsgált vizuális források esetében, hogy az évtized elején jobban tetten érhetőek voltak a propagandisztikus tendenciák és az elvárásoknak való megfelelés elemei, ugyanakkor a másodlagos jelentéstartalmak is jól kivehetőek minden esetben. Az évtized vége felé közeledve pedig a szocialista elvárásoknak eleget tévő és annak megfelelő, a mozgalmi élet – sport – iskolai élet hármában megjelenő gyermekkép ábrázolás átalakult egy szabadabb, nyitottabb és sokkal elevebb gyermek ábrázolásává, amelyet szimbolikusan az idealizált, védelmező anya körül ölel. A kutatást az teszi relevánssá, hogy a korszak gyermekei ma a fiatal szülői korosztály tagjai, sokuk nem általános iskolás vagy óvodás gyermeket. A kutatás hozzájárulhat az 1980-as évek gyermekképi narratívájának mélyebb megismeréséhez, ezáltal a hazai gyermekortörténeti kutatások színesítéséhez és a kutatásba bevonható vizuális források körének bővítéséhez.

Kulcsszavak: nyolcvanas évek, gyermekkép, plakátelemezés, ikonográfia, gyermekkor