

	<p>Object: "Járjunk szebb ruhában vásároljuk kész ruhát"</p> <p>Museum: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum Korona tér 1. 1036 Budapest +36 1 375-62-49</p> <p>Collection: Plakáttár (KP), Plakáttár_Villamosplakátok (KP)</p> <p>Inventory number: 2001.2.1</p>
--	--

Description

"Járjunk szebb ruhában vásároljuk készruhát", propaganda plakát.

Jelzés nélkül.

Jobbra fent a Mahir akkori logója.

A villamosplakáton munkába igyekvő férfiak gyűrűjében iskolás gyermekét vezető, csinos egybeszabott ruhában siető nő látható. A reklám mindkét nemnek szól, de a hölgy piros ruhája a kép középrészén odavonzza a szemet.

A hatvanas évek reklámjain a nők ruházata nőiesebb és változatosabb képet mutat, mint az előző időszakban. Már nem a munkásruhás vagy fejkendő nő az ideál, hanem a konfekcióruhába öltözött városi nő. Ezeken a reklámokon a nők csinosan, rendezett frizurával jelennek meg – természetesen a „szocialista jó ízlés” határain belül. "Vásároljon készruhát!" – olvasható a propagandareklámon a hazai textilipar dicsőségére. "Legyen mindig jól öltözött" – hirdette a Fővárosi Ruházati Bolt Vállalat.

Az 1956-os forradalmat követő „aki nincs ellenünk, az velünk van” politikájában, a könnyűipar fejlődésével párhuzamosan lendületet kapó kereskedelmi reklámozás korai – a hatvanas évek második harmadáig tartó – korszakát idézi meg ez a villamosplakát is. Ebben az időszakban már egyre több szakbolt, szakvállalat, az Állami Áruházak Vállalat (1966-tól Centrum Áruházak nagyvállalat) fiáléja hirdette tevékenységét és áru kínálatát. Ezeken a reklámokon a nők már csinosabb öltözékekben, divatos frizurával jelennek meg – természetesen a „szocialista jó ízlés” határain belül.

A plakátok, szórólapok elsősorban grafikus eszközökkel készültek, a villamosplakátok megjelenésére a festői megoldások a jellemzők.

A nagyvárosokban a munkahely és a lakóhely olyan messze volt egymástól, hogy a kettő

közötti táv megtétele csak közlekedési eszközzel volt megoldható. Az ipar és a kereskedelem korán felismerte a tömegközlekedési eszközök által nyújtott reklámlehetőségeket. A közlekedési eszközökön elhelyezett plakátok nagy előnye, hogy sokan látják őket és zárt térben jelenik meg. A reklámot szemlélő több figyelmet szentel a reklámüzenetre.

A villamosplakátokra is azok az általános követelmények voltak jellemzőek, mint az utcán megjelenő társaikra: a kevés, de kifejező szöveg, (lehetőleg szlogen vagy versike, márkanev) és a hatásos képi megjelenítés, melyet a jó színválasztás is kiemel. Mérete miatt (kb. 18x24 cm; 24x36 cm) kevésbé alkalmazható rajta a nagyplakátokon hatásos színművekkel komponált ábrázolásmód, ugyanakkor ez a műfaj a részletezőbb, képszerű ábrázolást jobban elbírt, anélkül, hogy a plakát édeskissé, giccsessé válna.

Basic data

Material/Technique:

Papír / színes nyomat

Measurements:

Events

Printed	When	1960s
	Who	Typopress
	Where	Budapest

Keywords

- Dress
- Poster
- Trade