

	<p>Tárgyak: Húsipar kártyanaptár, 1981</p> <p>Intézmény: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum Korona tér 1. 1036 Budapest +36 1 375-62-49</p> <p>Gyűjtemények: Kereskedelemtörténeti dokumentációs gyűjtemény (KD), Aprónyomtatványok_Kártyanaptárak (KD)</p> <p>Leltári szám: KD_SZK_1986.106</p>
--	---

Leírás

Húsipar, újévi kártyanaptár, 1981

Hátoldalon: Naponta találkozik a termékeinkkel

A felülnézetből készült fotón piros háttér előtt fehér pólós nő térdel, pólóján a Gutes aus Ungarn (Jó dolgok Magyarországról) felirat olvasható. Kezében tál, rajta húsipari termék: paprikás szalámi friss zöldségekkel: paprikával, paradicsommal.

A képen a korban sokat szerepeltetett modell, Bíró Ica látható. Az 1980-as években rengeteg - enyhén erotikus - reklámfotó, plakát, hirdetés készült róla.

A hetvenes évek második felétől és különösen a nyolcvanas években a korábbiakhoz képest már túlnyomórészt fotóplakátok hirdették az olyan népgazdasági-népegészségügyi szempontból fontos termékeket is, mint például a tej, sajt, vaj, vagy ez esetben a szalámi, valamint a népszerű márkákat (például a Traubisoda) és az általános üzleteket (például Csemege-bolt).

A korszak reklámhordozóin a legtöbb esetben fiatal nők szerepelnek, általában erős sminkkel. A nők „dekorációs reklámeszközként” való szerepeltetésének vadhajtásaiként hiányos öltözetű vagy teljesen meztelen nők is megjelentek például a fal- és kártyanaptárokon. E reklámajándékok némelyikén, melyek jelentős részét a vállalatok ügyfeleik számára készítették, szinte már alig beazonosítható a hirdetett termék vagy szolgáltatás: az volt a lényeg, hogy csinos nő legyen látható a képen.

Az 1970-80-as években gyakran tűnik fel ugyanaz az arc különböző reklámokban, ugyanis a reklámkészítők szívesen dolgoztak a kialakulóban lévő magyar manökenszakma legismertebb képviselőivel. Gyakran egy-egy termékcsalád arcává vált az őt reklámozó

hölgy. A modellek, akik főállás mellett űzték ezt a tevékenységet, maguk készítették sminkjüket és saját ruháikban álltak a kamera elé, ezért egy elérhető ideált állítottak a vásárló nők elé.

„Végy egy szexis nőt. Ha kevés, akkor sokat. Minél gyengébb a reklámozandó áru, annál többet. Nyomj a kezébe gusztusos árut, keverd meg az egészet egy jó kamerával. Pácold kis humorral, fűszerezd rafinált fény-és hanghatásokkal. Tálald minél csillogóbb, esetleg meghökkentő, bizarr környezetben.” – olvasható nem kevés éllel megfogalmazott reklámreceptként a Propaganda, reklám című folyóirat lapjain (1983/3).

(Forrás: Kulich Júlia- Veress Kinga: Mit vásárolt Jucika? Tablószövegek az MKVM 2019-ben rendezett kiállításán)

A vállalatok reklám költségvetésében többnyire csekély mértékben képviseltette magát a színes nyomtatvány. Jelentősége nagy példányszámában rejlett, sok cég készített nagy sorozatban kártyanaptárakat.

A kártyanaptár igazi divatja a hetvenes évek végén, nyolcvanas évek elején érte el tetőpontját. Népszerűsége abban rejlett, hogy apró mérete miatt kényelmesen elfért zsebben, tárcában, kistáskában, könyvjelzőnek is megfelelt. Éppen ebben rejlett rendeltetésének lényege is, mégpedig az, hogy mindig kéznél volt; tulajdonosa akárhányszor rápillantott, mindig a reklámozó, a kártyanaptárt adó cég juthatott az eszébe. A naptárakra nyomott színes képek miatt sokan gyűjtötték a lapokat, különösen a gyerekek körében volt igen kedvelt szórakozás az órák szüneteiben lebonyolított egymás közötti csere-bere.

A kártyanaptárak terjesztésének csúcsideje az újév körüli hetekre esett. Ebből következően a reklámhordozók újévi üdvözlőlapként is szolgáltak. Ilyen minőségükben a kártyanaptárak ábrázolásmódja érthetően több szabadságot, humort, asszociációt engedtek meg más reklámhordozókhöz képest. Az újévi kártyanaptár az ajándékozás kötetlen gesztusához kötődött, ezért kevésbé tárgyyszerű megfogalmazás is megengedhető volt. "Itt pl. inkább helyük van a hiányos öltözetű csinos lányoknak, mint mondjuk egy műszaki jellegű prospektus borítóján!"

A nyolcvanas években az asztali és falinaptárak, zsebnaptárak egyre jobban kiszorították a kártyanaptárt, leginkább azért, mert utóbbiak feljegyzések rögzítésére alkalmatlanok voltak.

Az 1980-as évek elejétől a Magyar Reklámszövetség propagandista szakosztályának keretei között működött a Reklámkritikai Fórum, melynek feladata volt, hogy elemezze a reklámpiac ágazatait. 1985-ben az akkoriban készült kártyanaptárak értékelését elvégezték, mely "...lehangoló képet nyújtott. Gyenge fotók, dilettáns grafikák, rossz emblémák és közhelyszerű szövegek bőven akadtak az anyagban. Még inkább elszomorító volt az a sok értelmetlenség, amely csak kérdőjeleket tudott támasztani: vajon milyen cél vezette a propagandistát, hogy vállalatát vagy annak egyik-másik termékét, szolgáltatását éppen ezzel a reklámeszközzel népszerűsítse." És ily módon - tehette volna hozzá írásában a szerző. "A kártyanaptárnak két esélye van arra, hogy legalább egy ideig megőrizze: ha annyira kedves, ötletes, vagy szép, hogy jólesik ránézni ... vagy ha a naptár-

funkción túl, valamilyen más hasznos információt is hordoz", például a naptár a névnapokat jelzi - olvasható a Propaganda, reklám című folyóiratban megjelent összegzésben.

(Forrás: M. Bán Erzsébet: Futó pillantás a kártyanaptárra. Propaganda. Reklám, 1985/6-5)

Alapadatok

Anyag/ Technika:

Papír / színes nyomat

Méreték:

Események

Kiadás	mikor	1981
	ki	MAHIR
	hol	Budapest
Nyomtatás	mikor	1981
	ki	Offset és Játékkártya Nyomda Zrt.
	hol	Budapest

Kulcsszavak

- húsipar
- húsipari termék
- kereskedelem
- kártyanaptár
- reklám