

УНИВЕРЗИТЕТ УМЕТНОСТИ  
У БЕОГРАДУ



Факултет примењених уметности  
Докторске уметничке студије  
Студијски програм: Примењене уметности и дизајн

Докторска дисертација

ПЛАКАТ ДОГАЂАЈ  
Од испразног стецишта до генератора смисла

Аутор: Здравко Мићановић 21 / 2013.  
Ментор: Растко Ћирић, редовни професор

Београд, септембар, 2019.

Ментор:

Растко Ћирић, ред. проф, Факултет примењених уметности у Београду

Чланови комисије за оцену и одбрану докторског уметничког пројекта:

Мр Оливера Стојадиновић, ред. проф, Факултет примењених уметности у Београду

Др Бранка Кузмановић, ред. проф, Факултет примењених уметности у Београду

Мр Душан Нешић, ред. проф, Факултет примењених уметности у Београду

Др Бранко Раковић, ред. проф, Факултет ликовних уметности у Београду

## Садржај

### РЕЗИМЕ/ SUMMARY (4)

#### 1. ПРЕЛУДИЈУМ (8)

#### 2. ИЗВОРИ (14)

##### 2. 1. Предметни плакат – Sachplakat (14)

###### 2. 1. 1. Декоративни стилови и предметни плакат (14)

###### 2. 1. 2. Орнамент и злочин (14)

###### 2. 1. 3. Појава предметног плаката (16)

###### 2. 1. 4. 1. Луцијан Бернхард (17)

###### 2. 1. 4. 2. Лудвиг Холвајн (18)

###### 2. 1. 5. Предметни плакат и утицаји (19)

###### 2. 1. 6. Предметни плакат и више од оглашавања (20)

#### 2. 2. Плакат и знаковни односи (21)

##### 2. 2. 1. Два искуства (21)

##### 2. 2. 2. Кажипрст (22)

##### 2. 2. 3. Део није важан сам по себи (23)

##### 2. 2. 4. Посредна значења и односи (24)

##### 2. 2. 5. Мит као семиолошки систем (25)

##### 2. 2. 6. План садржаја и план израза (26)

#### 3. УМЕСТО УВОДА (28)

##### 3. 1. О наслову и поднаслову (28)

##### 3. 2. Синтагма (28)

##### 3. 3. Речи из наслова и поднаслова у функцији *плаката догађаја* (30)

###### 3. 3. 1. Плакат (30)

###### 3. 3. 2. Догађај (34)

#### 3. 4. Поднаслов (36)

##### 3. 4. 1. Метафора (36)

##### 3. 4. 2. Генитив и парни прилози (37)

##### 3. 4. 3. Испразност, стециште, генератор и смисао (37)

##### 3. 4. 4. (За)кључна тачка (39)

##### 3. 4. 5. Стање и процес (40)

#### 4. НУЛТИ ПЛАКАТ (42)

##### Експлозија/мрља, мрља/експлозија, експлозијааа

###### 4. 1.

###### 4. 2. Почетак (42)

###### 4. 3.

###### 4. 4.

- 4. 5.
- 4. 6.
- 4. 7.
- 4. 8.
- 4. 9.
- 4. 10.
- 4. 11.
- 4. 12.
- 5. ПЛАКАТИ И ПРАКСА (54)
  - 5.1. Плакат панорама (51)
    - 5. 1. 1.
    - 5. 1. 2.
    - 5. 1. 3.
    - 5. 1. 4.
    - 5. 1. 5.
    - 5. 1. 6. Практички део рада (58)
      - 5. 1. 6. 1. Цртачки рад (58)
      - 5. 1. 6. 2. Од састава до структуре (58)
      - 5. 1. 6. 3. Од структуре до процеса (59)
  - 5. 2 ТОК I Плакат и/или цртеж. Логика облика (цртеж) (60)
    - 5. 2. 1. Цртеж и плакат: судар или сусрет (60)
    - 5. 2. 2. Цртачке технике и поступци (62)
    - 5. 2. 3. Описни и структурални цртеж (64)
      - 5. 2. 3. 1. Описни цртеж (64)
      - 5. 2. 3. 2. Структурални цртеж (67)
    - 5. 2. 4. Инкунабула (70)
    - 5. 2. 5. Потез, ритуал (72)
- 6. МеђуТОК (74)
  - 6. 1. МеђуТОК I (74)
  - 6. 2. МеђуТОК II (74)
  - 6. 3. МеђуТОК III (76)
- 7. ТОК II Плакат и структура. Логика поступка (колаж/монтажа) (79)
  - 7. 1.
  - 7. 2.
  - 7. 3.
  - 7. 4. Монтажа – општа начела (82)
  - 7. 5. Монтажа и колаж (83)

- 7. 6. Реч и слика (85)
  - 7. 6. 1. Реч (86)
    - 7. 6. 1. 1. Типографија (87)
  - 7. 6. 2. Слика (88)
    - 7. 6. 2. 1. Од цртежа до знака (89)
    - 7. 6. 2. 2. Фотографија (90)
- 8. ТОК II плакати (93)
  - 8. 1. Начело избора и начело односа (93)
  - 8. 2. Надреализам (103)
- 9. ТОК III Плакат и процес. Логика материје (тијело-простор) (106)
  - 9. 1.
  - 9. 2.
  - 9. 3.
  - 9. 4.
  - 9. 5.
  - 9. 6.
  - 9. 7.
  - 9. 8.
  - 9. 9.
  - 9. 10.
  - 9. 11. Фикција (118)
- 10. СУЧЕЉАВАЊА (120)
  - 10.1. Пази пас (не) ујџа илн, од знака упозорења до знака уживања (120)
  - 10.2. Серије и парови плаката - значење и значења (124)
    - 10. 2. 1
    - 10. 2. 2
    - 10. 2. 3.
- 11. УМЕСТО ЗАКЉУЧКА (131)
- 12. Литература (133)
- 13. Биографија (135)
- 14. Визуелни прилози (136)

## РЕЗИМЕ

Докторски уметнички рад *Плакат догађај. Од испразног стецишта до генератора смисла*, темељи се на установљавању, испитивању и проверавању ваљаности, тиме и делотворности *плаката догађаја*. При томе, ликовно-структурална организација плаката и његова комуникативна својства условљени су, не посредовањем и преносом, него њим самим у градњи значења и смисла.

Радам је обухваћено обликовање и реализација неколико десетина плаката, од којих већина припада стварним збивањима и садржајима у области културе.

Полазни и кључни подстицаји за рад Плакат догађај долазе из два потпуно различита извора. Према првом од њих, Предметном плакату (Sachplakat), најбитније је да плакат својом објективизацијом потврђује властиту намену. И такође, да плакат не треба бити само формом и ликовно атрактиван него и комуникативно сврховит. Други извор полази од семиолошких истраживања Ролана Барта (Roland Barthes) са тежиштем на студији Мит данас. Парафразирајући Барта, вредно је истаћи да је битно да се плакат сагледава у његовој уроњености у језик, и да не би требало залазити „иза“, што значи, да је „простор плаката покривен, а не пробушен“.

У начину формирања наслова и поднаслова докторског уметничког рада примењен је и поступак који је основ целокупног истраживања заснованог на структуралној лингвистици, формализму, постструктурализму и семиологији. Тежиште је на значењима постигнутим међусобним односима уврштених речи код именовања. Тиме су уједно наговештени предмет и циљ рада.

Средишни део истраживања у полазишту садржи представљање првог ауторског плаката насловљеног *нулти плакат*. Њим отпочиње и рад у области плаката значајно инициран тим стеченим искуством. *Нулти плакат* је постао и парадигма три развојне и повезане фазе плакатске праксе и четврте произашле из тих фаза. Систематским извођењем принципа и начина градње из наведеног материјала, поступно израста *плакат догађај*.

Целовито посматран, практичан рад се одвија у три фазе које карактеришу укључени плакати и (про)мене настајале **логицом облика**, са цртежом као основним елементом,

**логиком поступка**, обележеног колажем и монтажом и **логиком материје**, насловљене тијело-простор плаката. Четврти, изведени део из претходне три фазе, назван Сучељавања, обједињује три серије и шест парова плаката са тежиштем на компарацији различитих обликовних поступака примењених код уврштених плаката.

Кључне речи: нулти плакат, цртеж, монтажа, тијело-простор, плакат догађај

## SUMMARY

Research in all stages of the doctoral thesis, called Event Poster. From a vanishing point to a sense generator, is based on establishing, testing and validating, and thus the effectiveness of event posters. In doing so, the visual and structural organization of the poster and its communicative properties are conditioned, not by mediation and transmission, but by poster's construction of meaning and signification.

The paper covers the design and realization of several dozen posters, most of which belongs to actual events and content in the field of culture.

Starting and Key Incentives for the Poster Event research come from two completely different sources. According to the first source, The Object Poster (Sachplakat), the most important thing is that the poster confirms its purpose by its objectification. Also, the poster should not only be attractive by form and visual art, but it should be purposeful in a communicable manner. The second source is from the semiological research of Roland Barthes with a focus on the Myth Today study. To paraphrase Bart, it is important to note that the poster is viewed in its immersion in language, without the viewer's need to seek "behind" the poster, which means that the poster space is completely covered, without punctures.

Within the method of constructing the title and subtitle of the doctoral artistic work there is also applied a procedure which is a basis of the whole research process, based on the structural linguistics, formalism, poststructuralism and semiology. The focus is on the meanings achieved by the interrelationships of the words included in the naming process, the subject and the purpose of the work are also indicated.

The central part at the starting point is the presentation of the first author's poster entitled Zero Poster. Consequently, the Zero Poster triggered continuous work in the field of posters, significantly initiated by the gained experience. The Zero Poster has grown into a paradigm of three separate but also related flows of poster practice and the fourth, derived from them. The event poster gradually grows by systematic derivation of working principles and the way of work from the mentioned material.



Entirely observed, a practical work is divided into three phases characterized by the posters and changes created by the logic of the form with the drawing as the basic element, the logic of the procedure marked by collage and the montage and the logic of matter called body-space of the posters.

The fourth, derived part from the previous three phases, called Collisions, brings together three series and six pairs of posters with a focus on comparing differently shaped procedures applied to the listed posters.

Keywords: zero poster, drawing, montage, body-space, poster event

## 1. ПРЕЛУДИЈУМ

Дуго је једна реченица Слободана Селинића, из предговора који је написао за књигу „Ка постмодерном позоришту“, Ричарда Шекнера (Richard Schechner),<sup>1</sup> била магнетски привлачна писцу ових редова. На крају је израсла и у повод целовитијем осветљавању разлога већ наговештеном истраживању у области плаката. Селинић у наведеном тексту пише за Шекнера: „Бавећи се позориштем он месијански, попут Артоа, праузора његовог и свих његових алтернативних сабораца из шездесетих, сваким театарским чином жели, у крајњој инстанци, да измени природу појединца како би се тим путем изменила суштина света.“ Последњи део цитиране реченице је преузет као облик и за другачију интерплетацију, где је реч позориште замењена речју плакат. Реченица је тако, између више потенцијалних варијанти, добила следећи облик: „Желети да се сваким плакатом тежи за изменом природе појединца како би се тим путем мењала суштина света“. Реченица је упућивала на одређену врсту и простор деловања, с тим, да су тако исказани чин и намера у основи били утопијског карактера. Ако би се пошло од дефиниције утопије као неизводљиве замисли, идеалног стања које се не може остварити, узалудне би биле и жеља и намера ка променама. Мисао Оскара Вајлда (Oscar Wilde) да „ниједна карта свијета што не садржи Утопију није вриједна погледа“,<sup>2</sup> зрачила је оптимизмом, омогућавала је и другачије сагледавање проблема. Сам термин утопија потиче од наслова књиге Томаса Мора (Thomas More) из 1516. године. Мор сугерише двоструко читање и разумијевање те (грчке) речи: као прво, „еу-топија“ (тј. „добро мјесто“) и, као друго, „оу-топија“ (тј. „не-мјесто“ или „непостојеће мјесто“),<sup>3</sup> а на другом месту, и у мало измењеном преводу то су такође и „место које не постоји“, али и „место које се прижељкује“.<sup>4</sup>

Утопију као мисаону конструкцију и политичку теорију којом се жели одбацити постојеће политичко и друштвено стање, српски филозоф, професор Београдског универзитета и академик Михаило Ђурић проблемски сагледава и као изгледну (пожељну, обећавајућу) праксу, наводећи следеће: „... данас се у име утопије устаје против свих досадашњих

---

<sup>1</sup> Шекнер, Ричард, *Ка постмодерном позоришту*: Између антропологије и позоришта, Београд: ФДУ, Институт за позориште, филм, радио и телевизију, 1992. Предговор: Слободан Селинић, Последњи метафизички денди.

<sup>2</sup> Кукоч, Мислав, Медитеранске утопије, [хтпс:// www.bib.irb.hr](http://www.bib.irb.hr), Филозофска истраживања, Вол. 37 Но. 2, 2017. Стр. 1

<sup>3</sup> Јурић, Хрвоје, Утопија – анти-утопија – пост-утопија – утопија, или: утопија, филозофија и друштвени живот, [www.stoicitas.org](http://www.stoicitas.org) 2013, 218.

<sup>4</sup> Bauman, Zygmunt, *Socialism, The active utopia*, Allen & Unwin, London 1976. Prevela Zagorka Golubović.

мисаоних навика и правила мишљења, против свих узрока и образаца, против сваке извесности и постојаности.“<sup>5</sup>

Између поларизованих тачака тумачења утопије, између „места које не постоји“ и „места које се прижељкује“ дилеме око истраживачких намера у области плаката су распршене, и исцртана је прва смерница.

Намери да плакат делује на појединца како би се мењао свет, препознат и као идеја „отежана“ утопијским карактером, или местом које се прижељкује, остао би декларативан без конкретног сагледавања плакатске праксе.

Основни и полазни покретачи оваквог рада укључивали су жељу и потребу за променом. Жеља је била будилник, а потреба - снажни мотивациони покретач. Потреба је, уз то, подстицана из два извора. Први садржан у актуелним друштвеним приликама, преплитао се са другим извором, који је био сам рад у области плаката. Формирана властита слика о стандардном (традиционалном) плакату, који је неодвојиви део свакодневнице, је у основи прекривена сивим тоновима. Такво виђење се ослањало на положај плаката као медија великог комуникативног и друштвеног потенцијала, а на то надограђену и његову крајње осиромашену, огољену утилитарну функцију дириговану пре свега захтевима профита и друштвене моћи. Размишљање о другачијем плакату тиме је постајало све оправданије. Бранимир Штулић је певао „Ако желиш да мијењаш људе, не одмичи се“.<sup>6</sup> У опредељењу за плакат, тај стих такође може имати пуно смисла.

Наговештеном опредељеном промене приступа плакату нужно претходи и „расклапање“ утилитаризма, можда и најраспрострањенијег друштвеног модела функционисања у индустријском, онда и постиндустријском друштву; функционисања „покривеног“ неолиберализмом - владајућом глобалном идеологијом. Утилитаризам као врхунску вредност истиче владавину принципа корисности, а не заштиту неке више моралне или неке друге врлине или вредности.<sup>7</sup> Корист треба бити основно начело и критеријум друштвене праксе увећања до крајње границе производње свих могућих роба и развоја потрошачког друштва без обзира на друштвене последице. У постиндустријском друштву - друштву информација и знања таква правила понашања су још изоптренија. Неолиберализам, данас глобално владајућа политичка филозофија и идеологија, заснива се на готово потпуном, ако не и потпуном пребацивању контроле економије од државе на приватни сектор. Разлози тим променама се виде у ефикаснијој држави и побољшаном економском развоју. Али, то

---

<sup>5</sup> Ђурић, Михаило, *Двосмисленост утопије*, извор: Прагис, филозофски часопис, 1-2, 1972. <https://marxists.org>

<sup>6</sup> Штулић, Бранимир, *Филигрански плочици*, <https://www.pjevaj.com>

<sup>7</sup> Utilitarizam, <https://velikirecnik.com>

подразумева економију ослобођену од било каквог моралног становишта и вредносног суда. Посреди је промоција друштва тржишта и релативизма.

Плакат о коме се размишља, није део таквог окружења, и крајњом измештеношћу би требао да потврђује своје постојање и трајање. Према томе, неопходно је препознати области простирања таквог плаката и испитати могућности његовог опстојања. На првом месту нужно је видети из којих друштвених области и позиција се такав плакат уопште може јављати, и шта би требале бити његове функције. Три су друштвене области и делатности, које, свака на специфичан начин, одређују место плакату кроз властито деловње: примењена уметност, графички дизајн и оглашавање. Већ и делимичан поглед у карактеристике тих области понудиће већ неке одговоре. Плакат у данашњем облику настаје захваљујући многим техничким и технолошким достигнућима индустријске револуције током XIX века. Обликовање плаката, при томе, одвија се према нормама ликовних уметности до појаве немачког предметног плаката (*Sachplakat*), почетком XX века. Идентично плакату, и широка област примењених уметности, којој од тог времена плакат формацијски припада, неодвојива је од ликовних уметности. Термин примењена уметност настаје у XIX веку и део је система ликовних уметности, а плакат је у тим односима формацијски припадао примењеној графици. Како је примењена уметност одређена обликовањем предмета практичне употребе, тако је и функција плаката заснована, у најширем смислу, на његовим практичним задацима у оглашавању и комуникацијама у најширем смислу.

Термин графички дизајн је уведен у употребу двадесетих година XX века. То је дисциплина која је у најнепосреднијој вези са изработом штампаних материјала, неминовно укључујући праксу комбиновања слика и текста. Плакат, такође као производ штампе, природно припада и новој области, која је под тим називом - графички дизајн, у потпуности прихваћена тек после другог светског рата.

Као и када је реч о примењеној уметности, тако и када се говори о графичком дизајну, у питању су делатности окренуте широким потребама друштва и појединца, у случају графичког дизајна усмереног и више на сложени процес, у односу на производ тог процеса, примарну функцију примењених уметности.

Трећа област, која обухвата и плакат је оглашавање, данас све значајнија и присутнија делатност, али и привредна грана са огромним обртом капитала. Већ из значења речи оглашавање, такође и речи реклама, речима које се могу сматрати синонимима, потпуно јасно се могу сагледати њихове функције. Реклама, од француског *réclame* односно лат. *reclamo*, значи јавно огласити. Додатно објашњење је и прецизније, а долази од латинског глагола *clamare*, у преводу викати, а *reclamare*, одјекивати. Енглеска реч *advertising*, у преводу значи

оглашавање, рекламирање, такође долази од латинских речи *adverto*, *advertere*, где *ad* значи „према“, а *vertere* „окренути“. Коренско значење речи у енглеском језику истоветно је значењу окретање према чему.<sup>8</sup>

Док примењена уметност и графички дизајн проналазе сврху у широком спектру друштвених потреба, докле оглашавање (*advertising*) сврху види у строго утилитарним намерама наметнутих законима тржишта роба и услуга. У том смислу и место плаката, као дела примењених уметности, графичког дизајна и оглашавања, је одређено циљевима тих области. Размишљање о плакату који се наговештава, свакако израста на вредностима и критеријима супротним од оних окренутих тржишту и остваривању практичне користи. Мада, треба имати у виду да наведене три области, примењена уметност, графички дизајн и оглашавање, данас све више живе у симбиози, међусобно зависне и условљене. До тога све више долази и експанзионистичким развојем тржишта роба и услуга и потрошачког друштва, а са тим и појавом конзумеризма, или тежње и заговарања високе потрошње као темеља успешне економије. Потрошња као друштвени образац се са постиндустријским друштвом, друштвом касног капитализма, уобличила у доминантну културно-социјалну парадигму свакодневнице. Неминовно је стога суочавање са местом тих области у свету где све постаје роба, и где су комплексни идентитети сведени на равноправну понуду у тржишној размени. Зато је и данас веома актуелна и вредна подсећања давно изречена мисао Виктора Папанека (*Victor Papenek*), великог заговорника дизајна за стварни свет. То размишљање је додуше усмерено на индустријски дизајн, али је у потпуности прихватљиво за оглашавање, свакако и плакат који припада тој области: „Мало је професија штетнијих од индустријског дизајна. Вјеројатно је само једна од њих покваренија. Пропагандни дизајн<sup>9</sup> (оглашавање) којим се људи наговарају да купе ствари које им не требају и с новцем којег немају, само зато да оставе дојам на друге, по свему је судећи данас најпокваренија професија.“<sup>10</sup>

Имајући у виду потрошњу која постаје комуникација и представа, а све мање функција производа, неминовним се намеће одређивање места плакату где би били активирани и његови другачији потенцијали, а његово место и друштвена улога произилазили из сагласја са новим и другачијим циљевима.

---

<sup>8</sup> Барнард, Малколм, *Оглашавање и реклама: Реторички императив*, стр 47. Визуална култура, Наклада Јесенски и Турк, Хрватско социолошко друштво, 2002.

<sup>9</sup> „Реклама беше, у та времена, још на условној (идеолошкој) слободи као „привредна пропаганда“, пише Боган Тирнанић у поговору књиге *Pretty woman* (1996), Драгана Сакана, указујући на „упечатљиве“ недоречености терминологије у области оглашавања у тадашњој држави (СФР Југославија), прожете идеологијом али и динамичним променама од планске ка тржишној привреди.

<sup>10</sup> Папанек, Виктор, *Дизајн за стварни свијет*, стр. 26, Накладни завод марко Марулић, Сплит 1973.

Утилитарни циљеви оглашавања, спроводе се са унапред пројектованим деловањем обједињеним заједничким именитељем - манипулацијом. У политичким и тржишним односима неминовно је суочавање са манипулацијом - вештином наговарања, незаобилазном у продаји свих могућих производа и услуга, придобијању нових политичких присталица.... Манипулација се некада односила на обраду неког предмета вештим коришћењем руку. Данас манипулација, у првом реду, има негативна значења, и вештина која се односила на одређене предмете, данас је пренета на човека. Манипулација је техника којом се врши утицај на друге људе у функцији придобијања за одређене интересе, куповину производа или прихватања одређене политичке идеје... У разматрању околности које су и потенцијални простор појаве другачијег плаката у односу на онај произашао из услова које диктира свет конзумеризма, битно је препознати такав начин деловања, и онда наћи и одговарајући излаз. Он се у односу на манипулацију препознаје пре свега у социјализацији. Јер између социјализације и манипулације није разлика у степену, већ је разлика у врсти.<sup>11</sup> Уверавање, аргументација, васпитање, на крају свеукупно – социјализација одређују друштвене темеље начина размишљања и смера деловања плаката именованог *плакат догађај*. Одређивању конкретних позиција *плаката догађаја*, послужиће и наводи из текста Џона Крудаса (John Cruddas)<sup>12</sup> о Вилијаму Морису (William Morris).<sup>13</sup> Реч је о проблематици друштвеног ангажмана увереног социјалисте великог британског уметника, песника а према данашњим мерилима и свестраног дизајнера, друге половине деветнаестог века. А реч је о социјализму схваћеном кроз његов циљ, а то је отпор тржишном систему и зауздавању приватног профита,... и уместо тога да се вежемо за врлину самог рада – који је, по Морису, “радостан напор који може да побољша живот човека”. Зато и размишљања о *плакату догађају* као политици отпора пракси у којој живот постаје роба, [...] и супротстављање комодификацији (постварењу) живота и пут ка самоостварењу, потражи за аутентичним људским животом и развојем. Да и *плакат догађај* буде „израз радости над својим радом“ (Морис).

Проблем естетског се пребацује у широко поље социологије. Зато и у раду у области плаката није могуће одвојити естетско од етичког и политичког.

---

<sup>11</sup> Шушњић, Ђуро, Рибари људских душа, Велика едиција Идеја, Београд 1976.

<sup>12</sup> Cruddas, John, *William Morris i britanska levica*, Онлајн часопис Нови пламен, 2016.

<sup>13</sup> Вилијам Морис (1834 - 1896) енглески сликар, архитект, пјесник и обновиатељ примењених уметности, централна фигура покрета *Уметности и занатства* (*Arts and Crafts*); суштински, песник и креативац који ствара смисао.

На крају, круг се на необичан, да ли и случајан начин (?) затворио. Уследило је још једно драгоцено сазнање. А ово се, израстајући из истог духовног тла, поклопило са идејом и духом Селинићевог цитата, омогућавајући дециднија разграничења у дефинисању практичног рада на актуелној теми у области плаката. У питању су два (по смислу битно различита) филозофска и лингвистичка одређења атрибутима: практичан и практички.<sup>14</sup> Значењима тих појмова се бавио хрватски филозоф српског порекла и професор етике на Филозофском факултету у Загребу, Милан Канрга, истичући да први од њих (практичан) има пасивно, а други (практички) активно значење (конотацију, мисао, примисао). Практичан се односи на постојеће актуелно стање и пуки је оперативни појам, а практички управо „прекорачује“ те актуелности трагајући за нечим другим и бољим.

Практичним се одређују сналажљивост, спретност, промућурност, довитљивост или умешност као активности свакидашњег живота. Канрга напомиње да се при томе практичност и моралност узајамно искључују. Практичном човеку који иде за својим приватним интересом и коришћу моралност само „смета“, јер једно потиरे друго. Појмом практички се прекорачује, негира и превладава такво одређење практичнога. Практичко утолико означава ону специфично људску делатност којом се, емфатички речено, свесно и слободно производи и обликује људски свет.

Разликовање практичке од практичне делатности код новог и другачијег плаката – *плаката догађаја*, делимично већ наговештеног овим текстом, састоји се „у његовој немогућности раздвајања мишљења и чињења у практичкој сфери усмерено на добро као највећу моралну вредност у односу на утилитарно коришћење умећа, вештина и знања усмерено на корист (чак, на превару и манипулацију.“<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Канрга, Милан, *Етика*. Основни проблем и правци, Практичан и практички, Голден маркетинг-Техничка књига, Загреб 2004. 206.

<sup>15</sup> Вељак, Лино, *Практична и практичка филозофија*, Време број 160. 28. 3. 2013.

## 2. ИЗВОРИ

Два извора: један, који се односи на Предметни плакат (Sachplakat) с почетка XX века а други, потекао из Бартове семиолошке анализе мита из 50-их година XX века, били су значајан полазни импулс утврђивању и дефинисању *плаката догађаја*. Тиме је зацртан смер измештања плаката из оквира стандардног (традиционалног) плаката и његове улоге инструмента, трансмисије, ка плакату догађају, извору градње комуникације.

### 2. 1. Предметни плакат - Sachplakat

Значај немачког предметног плаката који се односи на *плакат догађај* је искључиво начелне природе. Изузимајући његову основну функцију оглашавања, тај ослонац је препознат у радикално измењеном и доследно спроведеном идејном и обликовном поступку и одлучној реакцији на доминантне и актуелне, у случају предметног плаката, декоративне стилове.

#### 2. 1. 1. Декоративни стилови и предметни плакат

Предметни плакат се појављује почетком XX века у Немачкој, уводећи радикалне новине у односу на тада доминантан декоративни стил оличен у раду уметничких група и покрета формираних крајем XIX века. У Француској и Белгији је то Art Nouveau, Енглеској и англосаксонским земљама Modern Style, Италији Stile Liberty, у Бечу Secesija, Немачкој Jugendstil, Русији Модерн.... Иако долазе из раличитих европских центара, уметници следе заједничке креативне принципе. Одбацују академску традицију. Развијају декоративни израз инспирисан биљним орнаментом. Искључују и сваку могућност имитирања. Ауторе, припаднике тог покрета, одликује и космополитски дух. Домен интересовања су им све класичне и новонастале врсте уметности. А међу њима, и плакат је имао значајно место.

Радикални рез који уводе представници предметног плаката везан је за строго дефинисање функције плаката. За њих плакат постаје инструмент а не декорација, а трагање за поруком долази уместо рутинског, шаблонизованог рада.

#### 2. 1. 2. Орнамент и злочин

У клими већ видљивих реакција на декоративне стилове, Адолф Лос (Adolf Loos), бечки архитект у књизи *Орнамент и злочин*, објављеној 1908. упоређује сецесију у дизајну с дететом које прља зидове . . . одатле његова позната формула – „еволуција културе друга је ријеч за



уклањање орнамента с утилитарних предмета – и његово повезивање „орнамента и злочина“.<sup>16</sup>

Хардмејер, Капиело и Браће Бегарстаф уводе на особене начине те промене, наговештавајући и карактеристике које ће немачки предметни плакат учинити интернационално препознатљивим идиомом.

Плакат швајцарског дизајнера Роберта Хардмејера (Robert Hardmeyer) из 1905, за перионицу веша у Цириху садржи само наслов и фигуру мушкарца у белој свеже опраној кошуљи. Али уместо очекиваног портрета на елегантно одевеном мушкарцу налази се глава петла. Једноставни облици, велике бојене површине уоквирене интензивно извученим линијама извор су тока који се преноси на предметни плакат.

Леонето Капиело (Leonetto Cappiello) међу првима на својим плакатима јасно раздваја функцију оглашавања од ликовног представљања по себи. Његов плакат са зеленом јахачицом на црвеном коњу за Chocolat Klaus из 1904. примењује заједничке принципе на серији плаката код којих доминира мотив идентификован са производом и брендом. Капиело је први препознао визуелни задатак плаката и истичући, да плакат не може више бити само упућен пешаку, он мора да импресионира чак и возаче.

Браћа Бегарстаф (Beggarrstaff Brothers) Вилијем Николсон (William Nicholason) и Џејмс Прајд (James Pryde) британски аутори, користе на плакату потпуно нови и крајње једноставан поступак. Они уводе колаж. Њихова штедљива употреба линије и геометријска структура најавили су крај украсне екстраваганције. Маказама исецају упрошћене облике ослобођене детаља, градације, ефеката, сведене до елементарне знаковитости. Плакат Rowntree's Elect Cocoa из 1895. упечатљиво представља тај поступак, истовремено и у композиционој слободи, и у језгровитости стила.

Три примера, мада у исходишту потпуно различитих идејних основа. Хардмејер користи на изненађујући начин тему фантастике. Капиелови фигурални резултати надилазе очекивани приступ у оглашавању. На крају, ту је и нова техника Браће Бегарстаф, која се не дотиче директнијег односа производа и мотива на плакату. Заједничке особине ових у плаката су садржане у потпуно новом приступу обради ликовне форме, пре свега ослобађањем примеса декоративности, доминантним обрасцем те епохе. Тај приступ постаје кључни принцип и аутора објекатског плаката.

---

<sup>16</sup> Фостер, Хал, *Дизајн и злочин* (и друге полемике) (с енглескога превео: Горан Вујасиновић), В/Б/З Загреб, 2006.

### 2. 1. 3. Појава предметног плаката

Немачка је почетком XX века колевка и средиште различитих уметничких и авангардних покрета. Значајно присуство плаката као новог медија стога није било необично. Плакат већ почетком XX века постаје у Немачкој значајан и незаобилазан вид јавне комуникације. Са развојем и експанзијом индустрије и конкуренције током деветнаестог века, оглашавање постаје економска нужност. Немачки плакат тог периода, мада занатски високог техничког нивоа, робује застарелој традицији. Динамичне друштвене промене утицале су да и плакат у веома кратком периоду еволуира од декоративног, архаичног плаката и његове недефинисане сврхе до плаката радикално измењене форме условљене пре свега функцијом и пробитачношћу.

Интересовање за декоративним и орнаменталним моделима опада у периоду 1905 - 1914. Разлози тим променама су вишезначни. Један је свакако мода повезана са променама укуса и интересовања како професионалаца - примењених уметника, тако и љубитеља и корисника њихових дела. Повећавање броја клијената са различитим потребама изван оних које припадају само забави, које карактеришу сецесију и сличне стилове, је вероватно и најзначајнији фактор. Нарастање и проширивање понуде производа и услуга изискивало је стварање нових метода у њиховом представљању. Оглашавање је постало и нужно и незаобилазно. Инсистира се на плакату који ће да делује на менталну летаргију, да (про)буди интересовање и пажњу пролазника, да на њега утиче и привуче га. Плакат мора комуницирати директно и по могућности, недвосмислено. То свакако подразумева и оригиналност и духовитост и способност откривања увек нових могућности у представљању пројектованих садржаја.

Са предметним плакатом се по први пут уводи јасан систем у оглашавање са производом апсолутно у првом плану. То је период стварања модернистичког облика рекламе у којем је све подређење уверавању и све агресивнијем привлачењу потрошача.

„Управо је уз име Луциана Бернхарда везана синтагма предметни плакат (Sachplakat) на којему доминира објективизација производа који се рекламира, лишена орнамента и симбола који иначе означавају нешто што надилази примарну предоцбу ствари“ истиче Владимир Малековић.<sup>17</sup>

Термин sachplakat или предметни плакат, је скован у Немачкој да опише нови тип плаката који садржи реалистичан приказ производа а од текста најчешће само његово име. Одлике

---

<sup>17</sup> Малековић, Владимир, *Луцијан Бернхард*, Луциан Бернхард ДИЗАЈН, Музеј за уметност и обрт, Загребу 2001. 3.

новог плаката у најкраћем своде се на: ригорозну селекцију мотива, односно најчешће садржај сведен на један производ, употребу једноставне и веома прецизне композиционе структуре, ограничену употребу боја, употребу једноставних, изнад свега лако читљивих облика слова. Основни, готово увек и једини мотив је сам производ, сликан минуциозно, готово фотографски прецизно.

#### 2. 1. 4. Аутори

Постојале су две неформалне школе предметног плаката у Немачкој. Лудвиг Холовајн (Ludwig Hohlwein) на југу у Минхену и Луцијан Бернхард (Lucian Bernhard) на северу, у Берлину били су водећи представници новог покрета.

##### 2. 1. 4. 1. Луцијан Бернхард

Луцијан Бернхард (1883-1972). је поставио основне принципе стила предметног плаката. Плакат за шибице Priester из 1905. сматра се првим који припада предметном плакату, а његова максимална сведеност и једноставност постали су синоними овог стила. Бернхард међу првима јасно одваја плакат од особина ликовних уметности на начин да служи суштинским задацима оглашавања. Тиме је у раду кренуо потпуно новим путем у односу на већину савременика, међу којима су и Жил Шере (Jules Chère), Тулуз Лотрек (Henri de Toulouse-Lautrec), Алфонс Муха (Alphonse Mucha)...

Занимљиво је Бернхардово искуство са Приестер плакатом с којим је учествовао као двадесетједногодишњак на једном од, у то време, често организованих конкурса намењених плакату. На позадини плаката неуобичајене, до тада ретко примењиване браон боје поставио је пепељару и два палидрвца којима је секао композицију по хоризонталу. На подлогу је још додао карирани столњак. Да би избалансирао композицију, насликао је и цигарету, а онда ради комплетирања сцене унео и дим који се на крајевима завршавао облицима декоративно представљених плесачица. Пријатељ коме је сав поносан показао свој рад одреаговао је са похвалом видевши у Луциановом раду одличан плакат за цигарете. Бернхард је одмах схватио своју грешку, јер Приестер је произвођач шибица. Одбацио је све елементе сем два црвена палидрвца са жутим врховима и назива брэнда. Али, тај плакат је жири одбацио. Тек доласком члана жирија, који је каснио, Ернеста Гровалда (Ernst Growald), менаџера продаје у водећим штампарским фирмама плаката и агенцијама продаје, ствари су се драматично окренуле у супротном смеру. Видевши плакат у канти за смеће Гровалд је узвикнуо да је то најбољи плакат. Бернхард је освојио награду, а са њом и дугогодишњег менаџера и добротвора.

Бернхардов кредо је био једноставан а јасан попут његових плаката. „Плакат мора служити својој сврси. А на питање како? Прикажи робу коју плакат треба продавати на привлачан начин!“<sup>18</sup> преноси у монографији Луциан Бернхард аутор уводног текста Хуберт Ридел (Hubert Riedel). Ослобођен уобичајених алегоријских и орнаменталних примеса производ који се рекламира долази у први план само с називом производа или произвођача, привлачећи поглед пролазника.

#### 2. 1. 4. 2. Лудвиг Холвајн

Лудвиг Холвајн (1897-1949) једнако је познат уметник предметног плаката као и Бернхард, с тим да је већим делом своје каријере везан за Минхен. Холвајн се школовао за архитекту али плакат постаје његова примарна делатност. Већ на почетку своје, готово четрдесет година дуге каријере формирао је особен визуелни израз велике цртачке вештине, чврстих композиционих структура, прецизан у замисли. Његове плакате одликује визуелна сведеност у изразу, композициона компактност и цртачке вредности прожете изванредном студиозношћу. Композиције је изводио с дубоким и интуитивним разумевањем графичких и архитектонских принципа, оштро дефинисаних форми, светлих боја. Оптимизам који зрачи са мотива већине плаката, карактерише рад из његовог најважнијег периода 1912-1925. Холвајн користи и фотографију као предложак али заснован на дубоком и интуитивном разумевању графичких принципа. Креативна примена боја, препознатљив цртеж и архитектонска композиција отклањају било какву сугестију на трагове фотографије. Холвајн комбинује строгу објективност са неочекиваним композиционим решењима дајући увек примат оне најбитнијем на плакату. Већ до 1925. године, Холвајн је је реализовао око 3000 различитих плаката, што говори истовремено о значају аутора, али и о значају медија плаката.

За разлику од Бернарда, који у једном тренутку привучен пословним изазовима одлази у Америку, Холвајн је цели свој радни век провео у Немачкој признат и за највећег аутора плаката свог времена.

Једна занимљивост, дубоко етичка, везана је за Холвајна. Никада није дозволио да помоћници учествују у разради његових пројеката. Оправдање је налазио у томе да наручиоци за новац којим плаћају његов дизајн имају право да имају и оригиналан рад аутора.

---

<sup>18</sup> Ридел, Хуберт, *Реклама и уметност Луцијана Бернхарда*, (прев. Јелена Костић Томовић), Луцијан Бернхард, Реклама и дизајн у освит 20. века, Институт за везе са иностранством (ИФА), Штутгарт, друго измењено издање 2004..

## 2. 1. 5. Предметни плакат и утицаји

Прва деценија XX века била је значајна за предметни плакат, јер је брак уметности и индустрије промовисан на честим индустријским изложбама. Урбана подручја постају расадници оглашавања редукованог стила неопходног да се освоји пажња пролазника на већ презасићеним местима за оглашавање. Ернст Гровалд, рекламни агент из Берлина, заступао је став да сваки плакат треба израдити специјално за одређену намену, јер ће једино тако бити заиста делотворан.

Доминантна фаза предметног плаката је била између 1905. и 1914. Године. Почетком Првог светског рата се прекида његов континуитет и пажња усмерава у другом – пропагандном смеру. Аутори попут Бернхарда и Холвајна били су активно укључени, сваки у својој средини у војне штабове за пропаганду, потврђујући и личним ангажманом у новим околностима значај медија плаката у мобилизаторске и пропагандне сврхе.

Мада настао у једној средини, пре свега у два града, Берлину и Минхену, методи рада предметног плаката су се веома брзо ширили и изван граница Немачке.

Почев од 1920. па до 1940. истакнути швајцарски плакат је у стилу предметног плаката. Швајцарци својом непревазиђеном прецизношћу у штампи и техници цртања настављају и развијају свој препознатљиви рад на темељима започетим са предметним плакатом. Ти утицаји се педесетих година уобличавају у препознатљиви Интернационални типографски стил с Ернестом Келером (Ernst Keller), оцем швајцарског дизајна, и његовим ученицима и наследницима Армином Хофманом (Armin Hofmann) и Јозеф Милер Брокманом (Jozef Miler Brockman). Литографија је до 50-их година, и поред изузетних трошкова, била задржана у штампи швајцарских дизајнера плаката због евидентних пиктуралних (сликарских) квалитета којима је у многим аспектима као техника била незаменљива.

Даљи утицаји предметног плаката се шире, чак у потпуно супротним смеровима; с једне старане у правцу конструктивизма, Де стила и Баухаус школе, а с друге ка Арт деко стилу са Касандром (Cassandre) и Кауфером (Edward McKnight Kauffer).

После другог светског рата, развојем штампарских технологија, попут сито штампе, коју користе и сами аутори, наступа период поновне експанзије плаката са видљивим утицајима предметног плаката. Међу значајним уметницима, који уважавају то наслеђе су, између осталих Ворхол (Andy Warhol), поп арт уметник, и дизајнери око Пуш пин студија (Push Pin studio) са Милтон Глезером (Milton Glaser), њиховим најпрестижнијим аутором.

Барбара Кругер, уметница која свет дизајна мења уметничким опредељењем, такође повезује искуства предметног плаката са снажним графичким порукама - слоганима примењеним на билбордима. Кругерова црно белу фотографију повезује са црвеним геометријским

површинама и безсерифним фонтом Футура, стварајући композиције блиске и конструктивистичком духу. Приступ Кругерове се разликује у односу на предметни плакат што не произилази из односа са конкретним производом, него из односа са културом и општим друштвеним приликама.

#### 2. 1. 6. Предметни плакат и више од оглашавања

Предметни плакат се формира у време веома динамичних промена на уметничкој сцени Европе и Америке. Декоративни стилови су још актуелни, али, промене су све видљивије. Предметни плакат као антипод доминантном декоративном стилу, се не јавља случајно. Реч је о стваралачком искуству које припада једном широм културном и друштвеном систему и процесу. При томе, појави предметног плаката доприноси и снажан привредни развој Немачке, и центри попут Берлина и Минхена. Берлин је и један од три тада највећа светска града са већ изграђеном рекламном инфраструктуром. А експанзији новог, предметног плаката из Немачке, доприноси и велика концентрација изузетних аутора индивидуалаца. Предметни плакат, мада у основи плакат намењен оглашавању роба и услуга, није у ширем значењу и његово једино исходиште. Тиме да треба бити не само ликовно добар него и комуникативно сврховит, плакат отвара бескрајно поље трагања за смислом како у примеру предметног плаката, тако и када је реч о плакату уопште. Остаје уверење да је у трагању за смислом садржана могућа суштина сваког појединачног плаката, без обзира на област деловања и његову намену.

## 2. 2. Плакат и знаковни односи

У семиолошком разлагању два плаката, једног с почетка, другог с краја XX века, пажња је усмерена на њихове различите визуелне садржаје, а онда и на значења која настају из тако успостављених знаковних односа.

Први плакат укључен у анализу је настао 1917. године. У питању је рад Џејмса Монтгомерија Флага (James Montgomery Flagg) намењен мобилизацији. На плакату је представљен средовечни мушкарац са упереним кажипрстом и текст „Желим те у војсци САД“ (I want You for U.S. army).

Други плакат је урадио Уве Леш (Uwe Loesch), из 1987. године, за потребе сатиричног позоришта „Комедијанца“ (Kom(m)ödchen) у Дизелдорфу. Поред кажипрста, дословно пренесеног са Флаговог плаката, овај плакат има истакнут наслов „То је твој проблем“ (Das ist ihr problem).

### 2. 2. 1. Два искуства

Иако САД улазе у Први светски рат тек 1917. године, плакатска продукција на тлу Америке је била већа у односу на друге земље захваћене тим стравичним, до тада невиђеним светским сукобом. Плакатом се баве илустратори званичних и познатих магазина, Евидентни су утицаји британске конзервативне илустрације. Можда и најпознатија веза те врсте дошла је преко Џејмса Монтгомерија Флага. Он на цртежу за његов познати плакат са Ујка Семом, користи исту тему, са такође познатог мобилизацијског плаката насталог 1914. године у Британији, аутора Алфреда Литија (Alfred Leete). Флагов рад је доживео огроман успех. Нашао је адекватну примену и у Другом светском рату. Деценијама после, његове варијанте се појављују са различитих места и за различите намене. Према неким подацима, званичне верзије плаката су штампане у тиражу од око пет милиона примерака.

На плакату америчког илустратора је мотив човека упереног кажипрста, са цилиндром на глави. На плакату је и текст који позива на мобилизацију. И све то постављено на белој подлози. Две паралелне линије, црвена и плава, пружајући се ивицом формата, уоквирују текст и лик мушкарца. Човек на плакату је ујка Сем (Uncle Sam), измишљени лик, настао почетком XVIII века и прихваћен као персонификација САД. Експлоатисан је на различите начине у пропагандне сврхе, као што се види, и путем плаката, остварујући више него успешно планирану функцију.

Лешев рад из 1987, је са дословно преузетом шаком ујка Сема, постављеном готово преко целог формата плаката новијег датума.

Мотив кажипста свакако доводи у међусобну везу ова два плаката. Али у полазишту, различити разлози одређују примену идентичног мотива, те је значајно задржати се на одликама ова два плаката које их чине значењски потпуно различитима.

Крене ли се од композиције, уочавају се одмах разлике у организацији садржаја ова два рада. Флагов плакат је вертикално компонован. Елементи су распоређени по средишњој оси. Лик заузима доминантно место у распореду. Кажипрст је централна тачка. Текст горњом страном делом покрива и лик, простирући се на нешто мање од трећине формата. Оквирне линије затварају текст и слику. Врхунски ликовно изведена илустрација је потпуно заокружена чињеница по себи. Стога, изабрано писмо из породице Акзиденз-Гротеск, статично, и „тврдо“, као да опонира цртежу изузетне лакоће и експресивности. Црвена марама, везана око врата, видљив је акценат композиције, али без правог органског садејства са другим елементима. Оквирне линије слова и комбиновање црвене и црне боје у наслову такође понављају идентичну намеру.

Материјал на плакату за „Комедијанца“ организован је асиметричним распоредом елемената. Шака са кажипрстом је постављена у десни горњи део плаката. Текст с леве стране улази у формат у неколико редова, додатно појачан подвученим широким тракама, а ове су истовремено и подлоге за део текста. Мотив шаке је неправилним и грубим исецањем, преузет са Флаговог плаката. Слободне ивице резања су задржане, и својом „неуредношћу“ прате сличан поступак организације наслова сложеног ломљењем речи, уз то и неравномерним размацама слова. Сви заступљени елементи су доследним поступком функционално обједињени. Формат плаката је такође неодојив део целине плаката. Код Флаговог плаката то није случај; формат је искључиво носилац садржаја а не и конститутивни део.

### 2. 2. 2. Кажипрст

Кажипрст као знак невербалне комуникације недвосмисленог значења припада гестовима. Својствен је само људској врсти. Гест мора бити виђен и јасно дефинисан да би пренео неку информацију. Такође, мора бити чврст и општар и тако одређен да се тешко може бркати са неким другим сигналимa. Овај гест је и симбол који садржи апстрактне вредности које немају одговарајућу замену у предметном свету. То је прст који повлачи окидач, прст који показује пут, прст који позива, прст који упозорава... „Његов најчуднији назив је отровни прст. У давним временима тај прст је било забрањено употребљавати код било које врсте лијечења,



јер се вјеровало да је отрован. То вјероватно потјече од његове употребе код агресивне пријетње и убадања, чиме задобива симболичну улогу бодежа или мача — нечег опасног, што те може ранити, као отровни зуби змије...“<sup>19</sup>

Централни мотив и на Флаговом и на Лешевом плакату, значи, је кажипрст уперен на посматрача остварујући непосреднију везу са гледаоцем или примаоцем. Али је на плакатима видљива значајна разлика у употреби кажипрста. На Флаговом, он је дат са фигуром човека у целини. Тиме су произведена и додатна симболична значења. Код Лешевог плаката, свођењем мотива само на шаку са прстом упереним у посматрача, могућност додатних значења је готово одстрањена.

Разлика међу плакатима је и у композиционом третману геста. Кажипрст постаје и проксемички (просторни) знак, делујући физичком близином као комуникационим знаком. Ујка Сем својим телом окружује шаку. Кажипрст се пре уочава због централног места у композицији, него видљивошћу по себи. На Лешевом плакату шака је увећана и сама, тиме и много ближа посматрачу, снажније делујући на његово видно поље. И док ујка Сем из средње крупног плана успоставља контакт са посматрачем, Лешева шака из гро плана посматрача готово додирује.

Али оно најбитније је садржано у врсти и каквоћи поруке коју плакти преносе. У првом случају, плакат је само (пре)носилац; говори о нечему што је изван граница његовог визуелног садржаја. Лешев плакат, насупротив томе, је порука по себи. Питање: „То је твој проблем!“ је уопштено, генерално. То није директна, изричита порука. То је само сугестија и од посматрача се не очекује једносмерна и конкретна активност: да се, примера ради, пријави у прву војну јединицу, што је изричитих захтев првог плаката. Питање на Лешевом плакату суочава посматрача пре са самим собом.

### 2. 2. 3. Део није важан сам по себи

Плакат Монтгомери Флага садржи карактеристично одевеног, ликовно изванредно нацртаног мушкарца са испруженим прстом. Плакат је без икакве дилеме и привлачан и заводљив. Други плакат не поседује ту примамљивост са шаком, немарно исеченом и преузетом са другог плаката. Поред тога, и шаком прекривеном растером, природним трагом процеса штампе тонских мотива. Тај плакат хоће само приволети посматрача. Делује на њега разложно, једино формом, успостављеном као ликовном и изражајном нужношћу.

---

<sup>19</sup> Морис, Десмонд, *Говор тијела*, Приручник о људској врсти (прев. Маја Котур) Загреб, Аугуст Цесарец, 1985. 153.

Разлике између два плаката, као што се види, постају све видљивије.

Услови раздвајању, које се већ може уочити, могу се више него довести у везу са ставовима Фердинанда де Сосира (Ferdinand de Saussure), швајцарског лингвисте, с почетка XX века. Померајући у лингвистици нагласак с разматрања супстанце, садржаја, на односе тј. на функцију, Сосир је учинио први и кључни корак у новом приступу језику. Део није важан сам по себи, својим садржајем, него тек по функцији коју обавља у датим односима. Познат је и Сосиров пример шаха и указивање на важност функције у односу на садржај. Неважно је од чега су направљене фигуре, важна је функција коју обављају на шаховској табли.

#### 2. 2. 4. Посредна значења и односи

Описом два плаката, односно упознавањем њиховог денотативног нивоа, отворен је пролаз ка осветљавању сложених знаковних функција и све видљивијих значењских разлика.

Ако је плакат са текстом „ I want You for U.S. army“ мобилизацијски плакат, настао у години уласка САД у рат, онда збуњује једна чињеница. Позив са плаката упућује човек у цивилном оделу. У најмању руку необично и неочекивано. Остали плакати, настали с истом или сличном тематиком, подразумевали су фигуру војника или официра, тиме природно одговарајући намени. Ујка Сем, на Флаговом плакату је у фраку, прслуку, белој кошуљи с црвеном марамом око врата, и цилиндром на глави. Све су то препознатљиви одевни детаљи грађанског слоја тадашње Европе и Америке. Цилиндар се носио у викторијанско доба у свим приликама. Сви га поседују, од најсиромашнијих па све до краљевске породице. Познато је да га је носио и Абрахам Линколн, користећи га из практичних разлога, због облика цилиндра са високим ваљком, за ношење белешки, писама, чак и рачуна.

Може се свакако рећи да је Ујка Сем у одећи симболичких вредности, и те вредности су производ веома јасних пропагандних намера. Симболичко значење се очигледно измешта у идеолошком правцу. Јер идеологија се ослања на представе – слике, митове, идеје и концепте које класа на власти ствара из одређених интереса. Ујка Сем, уоквирен плаво-црвеним рамом и „украшен“ карактеристичним садржајима државних обележја, попут фрака, црвене мараме и цилиндра са звездама петокракама поређаних његовим ободом, персонификују власт, односно, државу саму. Симболички елементи „обогаћујући“ визуелно плакат, граде слојевита политичка, идеолошка и митска значења.

Код Лешевог плаката, посматрач је „ускраћен“ за ове садржаје. На том плакату битни су, пре свега, односи а не посредна значења.

## 2. 2. 5. Мит као семиолошки систем

Ролан Барт (Roland Barthes), у есеју „Мит данас“, представља мит као говор, користећи терминологију засновану на Сосировој лингвистици. Он у наведеном есеју каже: „Мит је пре свега систем општења, порука“, а у наставку прецизира да су: „границе мита формалне, а не супстанцијалне.“<sup>20</sup>

Барт посматра мит као семиолошки систем. У том контексту, од језика у ужем смислу, преузима вербалне или визуелне јединице, ако су носиоци значења, а то су: језик, писмо („чим нешто значи, слика постаје писмо“), излагање, говор, проширујући њихову примену и на семиолошка истраживања.

Примењујући Бартову методологију везану за мит, утврђују се кључне разлике између Флаговог и Лешевог плаката.

Као што се могло видети, на денотативном нивоу, установљене су прве разлике. Преко другог нивоа, односно конотације или симболичких одређења, линија раздвајања се јасно исцртава.

Бартова поставка о миту као говору може се пратити у оквирима Флаговог плаката. Лешев плакат је у другачијој позицији; ту није реч о миту, већ о оперативном језику, језику везаном за свој предмет.

Према Барту, мит је сачињен од означавајућег, означеног и знака и као особен систем темељи се на једном семиолошком слоју који постоји пре њега. Знак из првог система (Сосиров асоцијативни збир појма и слике), код мита, односно другог система, је означајуће. Барт га назива језик објект. Сам мит Барт назива метајезиком и он је другостепени језик, у којем се говори о првом. У миту се означавајуће може посматрати са два становишта: као последњи члан лингвистичког система или као први члан митског система. Последњи члан првог система Барт назива смислом, а на плану мита назива га формом. Означено код мита Барт је назвао појмом. У појам не улази стварност него извесно познавање стварности. Барт трећи члан назива значењем: јер мит, „у ствари, има двоструку функцију: он означава и обзањује, он омогућује разумевање и налаже“.<sup>21</sup>

Ево и шематског приказа како то изгледа на плакату намењеном мобилизацији: смисао је садржан у гесту ујка Сема. Смисао сам по себи ништа не говори, сем да је једна врста невербалне комуникације. Кроз форму се обједињују сви елементи који су везани за ујка Сема. Као што се може видети, приказаном мотиву није циљ да говори о смислу, већ да обједињује збир атрибута (цилиндар, петокраке-звезде, фрак, црвена марама, боје: плава и

<sup>20</sup> Барт, Ролан, *Књижевност митологија семиологија*, (прев. Иван Чоловић), Београд, Нолит, 1971. 263 – 314.

<sup>21</sup> Барт, Ролан, *Књижевност митологија семиологија* (прев. Иван Чоловић), Београд, Нолит, 1971. 271

црвена), и да са означеним (појмом), у међусобној вези, производи значење, односно, даје основне назнаке о акту мобилизације. Значење је сами мит, одређује га више интенција него дословни смисао.

Есеј „Мит данас“ настао је у време када у међународним политичким односима домира бинарна опозиција лево-десно. Барт из те перспективе анализира „мит слева“ и „мит здесна“. „Статистички гледано“, како Барт каже, „мит је ,десно'. Тамо је он битан; храњен, блистав, експанзиван, причљив, он се непрекидно обнавља“.<sup>22</sup>

А шта се дешава ,лево'? Гледајући из данашње перспективе, Барт на тој страни осветљава далеко већи простор од прагматичне анализе мањка могућности за мит с ,леве' стране. Много више се може сагледавати однос између „извођача“ и предмета; ствараоца и говора, са тежиштем на суштини тог односа – смислу тог чина.

Барт преко разлике између језика-објекта (знака првог семиолошког система) и метајезика (мита), указује на говор који се одупире миту, а то је политички говор.

Пример дрвосече, којим Барт објашњава овај говор, биће замењен професијом дизајнера из оправданих и практичних разлога, чиме неће бити нарушено наведено поређење. Дизајнер, ако је именовано плакат који осмишљава, ма који били поступци рада, он говори плакат, не говори о њему. Између дизајнера и предмета рада нема ничега другог сем њиховог рада, то јест, сем једног чина: у томе је политички језик; он износи природу само онолико колико ће бити преображена, то је језик помоћу којег се обрађује предмет: плакат за дизајнера није слика (пуки артефакт), то је једноставно смисао његовог чина.

Плакат Ујка Сем на нивоу конотације развија слојевите симболичке садржаје који се простиру изван самог језика. Плакат Уве Леша укључује језик само онолико колико тај језик учествује у обради предмета.

Из ове перспективе се сагледава и новостворени простор рада аутора/дизајнера. Овом променом, аутор/дизајнер је далеко више усмерен на језик, окренут његовим вредностима у обради предмета рада.

Током прикупљања грађе о плакатима, предметима анализе, дошло је до веома занимљивог открића. Пронађен је и плакат „Das ist ihr problem!“, Уве Леша у другој верзији. Та варијанта се од прве не разликује ни у једном детаљу, осим, у композицији. То можда и најбоље говори о трагању аутора/дизајнера за оптималним, ЈЕЗИЧКИМ решењем.

---

<sup>22</sup> Исто, 303

## 2. 2. 6. План садржаја и план израза

У анализи два плаката насталих, једног на почетку, а другог пред крај XX века пажња је усмерена на испитивање њихових међусобних разлика. Флагов плакат је заснован на замишљеном референту, а Лешев на продуковању значења из односа језичких јединица. Док плакат са ујка Семом, изразито симболички, поседује митско значење, дотле је Лешев плакат, изнад свега, урођен у језик.

Доминација означеног над означеном, односно плана садржаја над планом израза упућује на семантичку орјентацију, односно везу заступљених симбола са предметним светом на који упућују. Код плаката за представу сатиричног позоришта „Комедијанца“ означилац доминира над означеним; у питању је синтактичка орјентација или доминација плана израза над планом садржаја, где примат имају међусобни односи датих знакова.

Назначене промене се могу и сликовито исказати, парафразирајући Манделштама (Осип Эмильевич Манделштам), тако што плакат од форме као опне прераста у форму која се цеди.<sup>23</sup>

Дефинитивним разграничавањем позиција једног и другог знаковног система: миметичког и синтактичког, отварају се могућности овладавања новим стваралачким праксама, којима данас у великој мери, дигиталне технологије исцртавају нове путање.

---

<sup>23</sup> Твртко Куленовић, *Уметност и комуникација*, Сарајево, Веселин Маслеца, 1983. 103

### 3. УМЕСТО УВОДА

*Именовати значи створити.* Данило Киш

#### 3. 1. О наслову и поднаслову

Докторски уметнички рад *Плакат догађај. Од испразног стецишта до генератора смисла* је настао значајно мотивисан бављењем графичким дизајном, и у том деловању изразито највише радом у области плаката. Стечена искуства и одређена сазнања о наведеној области су допринели свестранијем сагледавању плаката у односу на његову утилитарну функцију, углавном његову најзаступљенију функцију. Како се већ насловом и поднасловом наговештава тема и карактер рада, са њима и основни поступак примењен у истраживању, значајно је и неопходно већ на почетку изложити и начин на који су формиран наслов и поднаслов. За разлику од наслова и поднаслова где су природно саставни елементи само речи, у конкретном раду о плакату, ти елементи су у најопштијем смислу реч и слика.

Истраживање садржано у теми *Плакат догађај* је доминантно усмерено, прво на ликовну, а онда и знаковну организацију плаката, што као најбитније претпоставља односе његових саставних елемената. Према томе, и сагледавање наслова и поднаслова ће природно кренути од односа речи које их сачињавају. Са тим у вези, биће појединачно представљање и уврштене речи, њихова етимологија, значења и функције. Тиме се уједно наговештава и основни истраживачки поступак примењен уопште у истраживању назначене теме о плакату.

#### 3. 2. Синтагма

У објашњењу речи наслова и поднаслова, кренуће се од најбитнијег дела – његовог наслова, и одмах представити кључну карактеристику која се највећим делом односи и на плакат сам, тему истраживања у овом раду. Према томе, може се констатирати да речи наслова, плакат и догађај, граде синтагматски однос. У питању је једна од две главне врсте граматичких односа поред парадигматског, наводи Ранко Бугарски у *Уводу у општу лингвистику*, изводећи у наставку истог текста и поделу граматике на три главна значења. Једно од тих значења, граматике као лингвистичке дисциплине, послужиће у осветљавању синтагматског односа речи из наслова. Будући да граматика као део лингвистике обухваћа у ужем значењу поред морфологије и синтаксу, која проучава правила комбиновања речи у реченици – или, општије, јединица у конструкцији – као и односе између елемената реченичке структуре.

Основна синтаксичка јединица је реч, и речима се формирају више јединице синтаксе, као што су синтагме и реченице. При томе, задржавајући се само на синтагми, неопходно је још једном истаћи за синтагму (грч. *синтагма* = састав, оно што је састављено), да је у питању „најмања синтаксичка конструкција, спој две или више пунозначних речи, које су међусобно повезане у хомогену целину јединством значења и функције“, како се наводи у *Енциклопедијском речнику наука о језику* Тодорова и Диклоа. Преостаје додатно изложити и позиције појединачних речи у тако успостављеном односу. За објашњење међусобних односа речи у наслову послужиле књига, односно уџбеник *Граматика српског језик*, аутора Живојина Станојчића и Љубомира Поповића. Према наведеном уџбенику, све синтагме састоје се од два или више чланова (конституената). Конституент је елемент који улази у састав неке лингвистичке јединице вишег реда (лат. *constitution*, од *constitus* = саздан; устројство, структура). Поред главне речи (центра), у синтагми постоји и један или више зависних чланова, тј. конституената. Они се својом синтаксичком функцијом и својим значењем везују за главну реч синтагме. Зависни чланови се могу поделити у две групе и распоређују се испред или иза центра синтагме. За објашњење наслова значајна је друга група зависних чланова која се распоређује иза центра и може имати функције одредбе и допуне. Зависно од тога да ли је центар именица, придев, прилог или глагол, синтагме могу бити именичке, придевске, прилошке и глаголске.

Наслов *Плакат догађај*, посматран према устројству синтагме, је организован хијерархијски са централним и зависним чланом, где је реч плакат централни, а реч догађај зависни члан. Према именици плакат наслов припада именичким синтагмама. Зависни чланови именичких синтагми се воде под општим називом атрибути и деле на три уже врсте, од којих је за анализу наслова Плакат догађај значајан трећи од њих, под називом атрибутив. Догађај као атрибутив утврђује својство и квалификацију наслова. Исказано још прецизније, догађај детерминисхе и кондензује значење садржано у централној речи, речи плакат.

Међусобна веза речи из наслова, може се сагледавати и као стабилни готово лексикализовани израз, што упућује на лингвистички, односно семантички процес - лексикализацију, где повезане речи плакат и догађај садрже и претпоставке самосталне лексичке јединице. Примери повезаних речи: црвени лук, глава мотора, морски пас, мајчина душица, говоре да појединачне речи у одређеним скуповима проширују или и мењају првобитно значење. Такви скупови нису једнаки збиру значења појединачних чланова и њихове службе као самосталних речи, што значи, да термини плакат и догађај у „заједницу“ уносе своје опште одлике мењајући се и истовремено градећи ново и целовито значење.

### 3. 3. Речи из наслова и поднаслова у функцији *плаката догађаја*

Циљ докторског рада мотивисан је и намером да се у практичном раду не само прате промене код плаката које га чине другачијим у односу на стандардни плакат, него и да се те промене и теоретски образложе и учине још видљивијима. Неопходно је стога, кренути од упознавања битних карактеристика речи из наслова и поднаслова у функцији формирања неопходне слике о назначеним променама и истаћи вредности *плаката догађаја*. То би уједно био и један од услова у формирању закључних ставова о оправданости *плаката догађаја*, потврди његове бити и постојане природе.

#### 3. 3. 1. Плакат

Према етимолошким изворима реч плакат на француском, енглеском и немачком језику говори пре свега о начину појављивања плаката у јавном простору, чак више него што указује на његову функцију. Па тако, од речи *Poster* на енглеском језику, претварањем у глаголски облик, добија се и нешто што је *posted up* – постављено на ступ. *Anschlag* на немачком и *affiche* на француском значе прилепљивање, налепљивање. Даље, етимолошки *post* је ступ али и прилепити, а и оглас, огласити, облепити (зид) огласима, најавити, разгласити; *bill-board* такође у преводу са енглеског је огласна табла, пано, узред речено, већ деценијама веома распрострањена рекламана форма у урбаним просторима и уз саобраћајнице. Значење немачке речи Плакат, од холандског *plakkaat* и француског *placard* је оглас, објава, проглас. Према Анићевом Рјечнику плакат на немачком и *placken* на холандском значе лепити, а плакат такође на холандском је јавно извешена обавест. У Речнику страних речи и израза Клајна и Шипке то објашњење је још експлицитније и наводи се да је плакат „оглас, објава, проглас, реклама постављени на видљивом месту (зиду, огласној табли, стубу и сл.).“

Више је него очигледно да наведена значења речи плакат, произашла из етимологије, одражавају готово једнострану слику о плакату. Трагање за ширим планом сагледавања плаката неумитно води и изван етимологије, ка другим сазнањима везаним за плакат, од којих је и једно пронициљиво запажање Мориса Рикардса (Maurice Rickards), британског истраживача области плаката. Рикардс своју књигу *Успон и пад плаката*, до данас једину интегрално преведену књигу о плакату на српски језик, завршава наводом преузетим из једне друге публикације и коментаром којим наговештава значајне новине везане за плакат. Тај цитат гласи: „Године 1970. на последњој страни часописа ‘Plakati’ на тему протеста и револуције (Posters of Protest and Revolution) појавио се следећи пасус: ‘Плакат је прошао кроз неколико јасно издиференцираних историјских фаза. Он је у разним ситуацијама служио као воц деи, воц попули и воц домини; служио је као оруђе рата, трговине,



неслагања, непоштовања и завођења. Био је и напаст, и потреба, и опасност - а у ери комерцијалне телевизије је пре времена занемарен. Када се крајем шездесетих година учврстио као објекат култа, плакат је оједном постао опште средство за изражавање протеста. Седамдесетих година овог века почели су да се појављују знаци да ће плакат још једном оживети.“ Своје запажање Рикардс завршава прогнозом: „Неких осамнаест месеци касније, док се ова књига штампа, (мисли се на *Успон и пад плаката*) има знакова да плакат, ако заиста поново оживљује и ступа на сцену, то чини у форми која је толико нова да се уопште не може препознати.“<sup>24</sup> Наведена предвиђања посматрана из данашње перспективе, значи готово педесет година касније, су се у пракси обистинила, сигурно и за Рикардса, на невероватан начин. Многа сазнања и практична искуства говоре да је плакат захваљујући пре свега дигиталним технологијама радикално измењен. Промене које Рикардс тек наслућује су огромне. Неке од них су и: свеукупно поједностављивање процеса рада, односно скраћивање времена припреме и штампе плаката; веома брзо преношење плаката у форми дигиталног записа на даљину путем нових медија; могућност штампања мањих тиража без утицаја на цену по једном општампаном примерку; а онда, и могућност штампања вишеметарских формата из једног дела...

Промене су више него видљиве и изван поступака припреме и умножавања плаката. Два примера с почетка овог века су посебно занимљива. Све заступљенији у пракси електронски панои - лед екрани омогућавају приказивање како статичних тако и покретних слика. Садрже и могућност преузимања и репродуковања видео, сателитског и других видова улазних сигнала за пренос слике и звука. Величина екрана није ограничена захваљујући савременим техничким и конструктивним решењима тзв. интелигентним модулима, који се употребљавају како отвореним тако и затвореним просторима. Екран је укључен 24 часа и у свим периодима дана је у функцији, усмерен различитим циљним групама.<sup>25</sup>

Друга технолошка иновација везана за плакат виђена је у филму *Minority report* (Специјални извештај) садржи могућност директног обраћања индивидуалним потрошачима. Камере на џамбо плакатима усмерене према групама пролазника успешно могу идентификовати њихов пол и године, те им на основу тих информација приказати одговарајуће производе. Систем за препознавање лица назван је *Next Generation Digital Signage Solution*, а развијен је у јапанској технолошкој компанији NEC.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Рикардс, Морис, *Успон и пад плаката* (прев. Бранко Петровић), Београд, Ревизија – НИП Борба, 1971. 39.

<sup>25</sup> Политика, 01. 02. 2004.

<sup>26</sup> [https://www.telegraph.co.uk/.../Minority-Report-digital-billboard 'watches consumers shop'](https://www.telegraph.co.uk/.../Minority-Report-digital-billboard-watches-consumers-shop/) - Telegraph10.03.2010.

Чињеница да је плакат пре свега производ потрошачког друштва и истовремено његов инструмент, неминовно упућују на то, да су две наведене промене, и наравно и многа друга унапређења и иновације код плаката управо диктирани утилитарним и прагматичним циљевима иза којих стоје интереси капитала и тржишта. И онда, тим епохалним збивањима, највидљивијим у техникама реализације и начинима појављивања плаката у јавном простору, друштво роба и услуга и масовна потрошња која то прати, су више него природан амбијент. Али, упркос тим неумитним чињеницама, остало је и даље отворено питање других вредности плаката, његове другачије сврхе, а тиме и његове измењене друштвене улоге, оправданости и смисла? Снажној мотивацији у истраживању другачијег карактера и услова функционисања плаката допринео је готово бизаран, али драгоцен, податак о плакату, наведен у *Ликовној енциклопедији Југословенског лексикографског завода*. Тај инспиративни детаљ је значајно утицао на преусмеравање пажње ка унутрашњој организацији плаката и вредностима постигнутим односима његових елемената, удаљавајући се тако од улоге плаката као пуког (пре)носиоца садржаја намењених крајње прагматичним циљевима потрошачког друштва. У наведеној ставци из енциклопедије ЈЛЗ, поред дефиниције да је плакат: „писана, цртана, штампана и графички умножена обавијест налијепљена или извјешена на јавним мјестима“, пише и следеће: „према доњоњемачком и холандском плакат од плак значи мрља, крпица.“ Наведено сазнање се може подвести и под епифанију или откриће појединости, чак и блесак који је освестио идеју пута ка другачијем плакату. Према Речнику књижевних термина епифанија представља тренутак надахнућа у којем се низ ранијих искустава и увида кристалише на основу неког случајног опажања доводећи га у фокус смисла. Чињеница равна открићу, утицала је на потпуно преусмеравање пажње ка плакату и његовој визуелној организацији, подстичући занимање за визуелне и знаковне вредности плаката. Постављајући проблем тако да дејство плаката произилази и из његове структуре а не искључиво споља наметнуте и преовлађујуће рекламне функције, омогућило је окретање истраживању постављеном насупрот једнообразној утилитарности и инструментализацији плаката.

Речи мрља и крпица постају незаобилазне у откривању и сагледавању потенцијала које плакат тако измењеним положајем омогућава. Тим обратом, плакат, напуштајући улогу проводника, преносиоца и пуког посредника, постаје средиште новог устројства, производње другачијих вредности. Те промене нису могле доћи диктатом са стране, изван плаката. До конкретних промена долази операцијама успостављања одговарајућих односа међу елементима унутар структуре плаката и само из тога произашлог значења и смисла.

Структура као склоп, систем, целина постаје темељ а поетика скуп смерница у функцији профилације, односно давања карактера том (стваралачком) процесу именованом *плакат догађај*. У том смислу је „структура симулакрум који омогућује појављивање нечега претходно невидљивог и нераспознатљивог у природном предмету“;<sup>27</sup> градећи тако поетску поруку која за основ узима сам језик, у овом случају језик плаката. Тиме се нагласак пребацује са увезеног садржаја на односе међу елементима и њихово организовање, из којег произилази и само „казивање“.

Може се истаћи, према Сосиру, да *плакат догађај* не репрезентује неко присуство, које постоји на неком другом месту, да стоји као знак за нешто. Значење је у *плакату догађају* и нигде другде. Поетика се јавља и задржава у границама које поставља *плакат догађај* као текст. Појединачни плакати у том приступу представљају „документовање“ препознатљивих показатеља, и имају статус узорка а не једино прагматичног циља.

Крпица и мрља, према изложеном, представљају значајну и неопходну копчу којом се требају увезивати и све нове активности око превредновања плаката, инспиративно подстичући интересовање усмерено ка једном другачијем плакату, ка *плакату догађају*. Пажња је одмах, и то с разлогом, окренута и према два правца модерне уметности која су значајно допринела додатним „инфицирањем“ постављеног задатка. У сагледавању промена код плаката како у идејном тако и у извођачком смислу, два значајна уметничка опредељења, један с почетка а други из средине двадесетог века, кубизам и енформел, били су постојани ослоњци и замајци у расклапању и преобликовању традиционалног плаката и пут ка утврђивању *плаката догађаја*.

Кубизам је значајан увођењем технике колажа. Енформел, за многе мање стил или правац у уметности, пре и више само начин стварања, је драгоцен у првом реду гестуалношћу и уроњеношћу у сликарство материје. Оба, и кубизам и енформел, генерички су окренути структури дела. Пикасо и Брак у фази која припада синтетичком кубизму, уводе колаж као легитиман ликовни поступак. Комбинујући класично сликање и готове материјале (новине, тапете, мушеме, наравно и крпице), интегришу тако стварне и забране предмете у простор слике. Енформел разлаже класичне обликовне принципе. Истиче при томе значај самог поступка реализације дела и собом носи изражено веровање уметника у етичку исправност властитог индивидуализма. Супростављајући се сликарском илузионизму, енформел је прешао с ону страну форме, у њену стварну суштину, у материју. Занимљиво је да је тапизам

---

<sup>27</sup> Барт, Ролан, Књижевност митологија семиологија; Структуралистичка делатност, Нолит, Београд, 1971. 182

(*tachisme*, од француске речи *tache* мрља) близак енформелу, чак их многи и поистовећују. Он означава безобличне и спонтано настале композиције мрља и гестуалних трагова, такође, као искуство, значајан за поглавље *Нулти плакат* и плакат истог назива.

Кубизам и енформел ће у наставку рада бити додатно обухваћени истраживањем монтаже, пресудног поступка и структуралне организације плаката. Битно је према изнесеном истаћи и да су делатности у области плаката усмерене ка градњи плаката догађаја што је подразумевало значајно прожимање, поред оног рудиментарног везаног за кубизам и енформел, и са другим и другачијим стваралачким искуствима модерне и постмодерне уметности.

О тим темама ће такође бити речи у наставку текста.

### 3. 3. 2. Догађај

Упознавањем неких својстава термина плакат омеђени су начелно област, а онда и врста истраживања. Измењтање плаката изван његове улоге посредника у задовољавању потрошача заглибљених у живо блато наметнутих жеља, свакако подразумева представљање и другог дела наслова - речи догађај – такође незаобилазног ослонца у постављању темеља другачијем плакату.

Неопходно је, дакле, као и у случају речи плакат, изложити особености термина догађај, и тиме истраживачки пут учинити проходнијим.

Наведено је већ, да реч догађај као атрибутив одређује каквоћу и својство главне речи наслова, речи плакат. У *Речнику синонима и сродних речи српскохрватског језика* се за догађај наводи следеће: „Догађај је оно што се догоди, што се збуде, што се уопште збива, ... што је значајније од свакидашњег, обичног у животу...“. Значи, догађај обухвата одређену појаву (феномен), ток, трајање, вредност и карактер именованог процеса. Догађај такође, као модалитет окупљања може бити: свечаност (церемонија), такмичење, конвенције (конгреси или конференције), манифестација, изложба, сајам, фестивал или забава, спортско такмичење; на крају, догађај исто тако може да буде и груписање одређених знакова у целину. Последњи наведени вид окупљања, заправо однос знакова, упућује и на истраживање обухваћено радом *Плакат догађај*. На претходни навод се надовезује и следећи из *Речника психологије уметничког стваралаштва*. За догађај се каже да је релативно издвојена целина, промена која има свој почетак, своју завршну тачку и за човека видљив ефекат. У том смислу, свако уметничко дело, свакако и плакат, један је догађај као карика у ланцу стваралачког процеса, са јасно омеђеним просторним и временским димензијама. Вредносна димензија

се накнадно одређује према последицама, односно ефектима које за човека има. Најпре, у сфери феномена, а потом и у сфери праксе и, на крају, култури уопште“.

Подстицајне резултате је донело и сагледавање догађаја као резултата комбиновања сродних речи, радње инициране запажањем Едгара Морена (Edgar Morin) изнетог у књизи *Дух времена II*. Мореново изједначавање појединачнога са догађајем је подстакло слободну игру међусобног повезивања синонима који су имали директну, блиску или приближну значењску везу са појединачним. Утврђено је, проверавањем у *Речнику синоними и сродне речи*, да су *појединачном* сродне речи: *особено, самостално и јединствено*. Ако је *појединачан јединствен*, онда је *близак и другачијем, изузетном, необичном, посебном, атипичном, неочекиваном, неконвенционалном, несличном, несвакидашњем, оригиналаном, нарочитом, издвојеном, несвакодневном, својеврсном...* Када је *појединачан самосталан* онда му нису далеки ни *самосвојан, нетипичан, аутономан...* А онда, *појединачан* као *особен* делом се препознаје и као *ванредан, изниман, различит, нередовит, другачији, својеврстан, оделит, ...*

Изведени синоними својом ближом или даљом асоцијативношћу упућују на мноштво кристално јасних и испреплетених својстава догађаја, постајући захтеван изазов и одређујућа смерница ка ономе шта одређује *плакат догађај*.

И последњи пример у овом навођењу, заснован је на упознавању одлика догађаја произашлим из етимологије. То тумачење још директније упућује на његову конкретну примену драгоцену за ово истраживање. Значење речи догађај је преко облика догодити се/догађати изведено из прасловенског годити, што значи удруживати се, слагати се склапати погодбу, сретати се, наћи се у истом часу на истом мјесту. „Наиме, да се што догоди, морају двије ствари или двије особе доћи у дотицај, морају се срести,“ наводи Нивес Опачић у тексту: *Свака душа спава, сад је згода права*.<sup>28</sup> Применом тих односа код плаката и повезивањем његових градећих елемента, стварају се и неопходни услови за жељени циљ. Сада се са више поузданости и оправдања може утврдити да су основне претпоставке настанка *плаката догађаја* садржане у међусобним и одговарајућим односима његових саставних делова.

На крају, један навод Џонатана Калера (Jonathan Culler) на тему преусмеравања пажње руског формализма са уобичајеног питања „шта се желело рећи?“, на питање: „шта се овде догађа“?, послужиће оправдано и у закључку на тему догађаја код плаката. Питање „шта се овде догађа“? суштински одређује *плакат догађај*, и из тога произашле значење и смисао.<sup>29</sup>

### 3. 4. Поднаслов

<sup>28</sup> <http://www.matica.hr>, Опачић, Нивес, *Свака душа спава, сад је згода права*, Вијенац 482 - 6. 9. 2012.

<sup>29</sup> Калер, Џонатан, Теорија књижевности, Сасвим кратак увод (превео Драган Илић), Службени гласник, Београд, 2009. 140

Наслов и поднаслов стоје у симболичној вези са темом рада, сажимајући њен темељни смисао. Наслов пре свега упућује на предмет истраживачког рада, а поднаслов сутерише како је приступ истраживању грађен, која су му битна одређења и који му је циљ. Наслов и поднаслов се не односе само на оно о чему се у раду говори, него, начином на који су организовани говоре и о истраживању самом,<sup>30</sup> наводи Павао Павличић у анализи наслова књижевних дела Ранка Маринковића. Полазећи од својстава истакнутих насловом, поднасловом се додатно усмерава пажња на основна начела метода истраживања и поступак рада.

Поднаслов *Од испразног стецишта до генератора смисла* метафорично упућује на карактеристике приступа истраживању плаката. Свака реч поднаслова је вишезначна. Додуше, те речи појединачно и самостално немају неопходну значењску и симболичну изоштреност, коју постижу одговарајућим везама са другим речима. Односи речи код поднаслова образују слојевита значења на која ће делом бити указано у наставку текста.

Док је избором речи за наслов одржана непосредна веза са материјом о којој се у раду говори, дотле поднаслов уводи у сам процес и ток истраживања.

Поднаслов ће бити сагледан у његовом метафоричном значењу, појединачним граматичким односима речи, и на крају, речи ће бити одвојено представљене у њиховим појединачним значењима и функцијама.

### 3. 4. 1 Метафора

Метафоре у поднаслову су настале не с намером сликовитог или стилистичког приказа, него су одраз мисаоног процеса и начина поимања материје на коју се односе. Још код Аристотела, метафора, осим што има улогу украшавања и обогаћивања говора, уједно има моћ да открива повезаност међу различитим предметима, појавама и феноменима. „У вези с тим, обично се говори о изворном и циљном домену метафоре: циљни је онај који се помоћу метафоре жели разумети, а изворни је онај познати, од којег се у разумевању полази, који служи као основа за разумевање“, наводи Душка Клиловац у књизи *Метафоре у мишљењу и језику*. Испразно стециште и генератор смисла су према том наводу изворни домен којим се жели разумети стање и процес који омогућавају формирање плаката догађаја. Поднаслов *Од испразног стецишта до генератора смисла* се може посматрати дијахронијски као процес, збивање, еволутивно одређена појава, у коме је промена очигледна. Али, поднаслов се може посматрати и синхронијски, сагледавањем стања у одређеном тренутку, маркираном појединачним радовима, насталих у одређеном тренутку. У питању је видљива метафоричка

---

<sup>30</sup> Павличић, Павао, *Фуга или бијег?*, <https://hrcak.srce.hr>

веза, као стање и као процес, са обухваћеним целокупним истраживањем које се односи на *плакат догађај*, а то је делатност перманентне динамичности и промене.

Делови поднаслова, готово лексикализоване метафоре испразно стециште као један пол и генератор смисла, као други, су почетна и крајња тачка трасираног пута настајања и утемељења *плаката догађаја*.

### 3. 4. 2. Генитив и парни прилози

На другом нивоу испитивања поднаслова, у граматичком смислу, повезивање речи стециште и смисао у генитиву - другом падежу (који се добија на питање кога?, чега?) са парним прилозима од и до доприноси опису поступка и тока рада, којима је обележено истраживање. Генитив је зависан падеж, и он своју функцију остварује тек у вези са другим речима у реченици. Пошто падежи могу да обележе различите функције и искажу различита значења, та функционална и семантичка поливалентност је кроз примену генитива свестрано искоришћена како за просторно тако и за временско значење поднаслова. Генитив је примењен за лоцирање места и за правац кретања. Парни предлози *од* и *до* су у функцији представљања кретања и његове дужине од једне до друге тачке, али представљају и простор који се може схватити јединственом целином омеђеном двема синтагмама поднаслова.

### 3. 4. 3. Испразност, стециште, генератор и смисао

Свака од четири речи од којих је оформљен поднаслов садржи другачији „значањски товар“ који у датим односима има функцију поднаслова, упућујући тиме и на рад Плакат догађај.

Испразно стециште је метафора која се уопштено односи на позицију плаката као простора преноса без властитог „унутрашњег звука“. Циљ и намера у истраживању воде ка изналажењу пута другачијем плакату, оном плакату који није оруђе преноса него извор значења.

**Испразност** је значењем одређено стање, ситуација, позиција. Испразност је површност, ништавност; особина онога што је без садржаја, или садржај без вредности. Испразно је нешто без покрића у чињеницама (о ономе што се говори)...

Испразност се у значењу може посматрати у његовим спољним, физичким манифестацијама и онима које припадају врсти апстрактног размишљања.

Најближе речи испразности су и речи заједничког корена: празан, празнина, празнословље.

Празан је особина онога што је без садржаја, у чему нема ничега у правом или пренесеном смислу или је унутрашњост незаузета, садржај без вредности. Празнина је уопште неиспуњен простор, а празнословље је испразно говорење; фразирање, красноречје, клише,...

Испразности блиске речи фриволност и тривијалност такође изражавају површност, баналност, нешто небитно, неквалитетно...

У негативној крајности где је вулгарност мера вредновања ту су и пичкин дим, курцомлат, паламућење, кењажа. Међу тим речима централно место заузима реч просеравање, реч која постаје и тема филозофске студије коју је потписао амерички филозоф Хари Франкфурт (Harry Gordon Frankfurt). Франкфурт сматра суштином пресеравања „недостатак везе са бригом за истину, индиферентност према стварном стању ствари“.<sup>31</sup>

У објашњењу термина испразност, слику ће употпунити и једно истраживање студената Варшавског универзитета.<sup>32</sup> Као особени вид критике социјалистичког беседништва, студенти су саставили необичну табелу. У четири колоне, колико је табела имала, унели су реченице чијим комбиновањем се могло одржати чак 10. 000 различитих говора да се, не каже ништа конкретно. При томе, говор је звучи прилично озбиљно и значајно. Ти испразни говори ни данас нису страни у ситуацијама када се не жели говорити отворено.

**Стецише** је место сретања, сусрета, догађаја, тачка у којој се састаје и укршта више праваца; у пренесеном смислу то је тачка у којој се и састају, али и настају идеје... То је и место, односно ограничени простор где се може нешто сместити, и на којем се нешто одвија,.... Стециште је једна од многобројних именица којом се простор означава посебно плодним суфиксом -иште који се додаје глаголским и/или именским основама и заједно са њима означава отворени (игралиште, излетиште, сајмиште), мање и затворени (склониште, позориште) простор на којем се одвија нека радња или простор на којем се налази (или се налазио) неки предмет (предмети).

Намером да плакат надиђе примарну улогу канала и да укљученим елементима постане извор и носилац, а не само проводник значења, простор плаката постаје стециште, у којем се нешто одвија, место одакле се нешто шири.

---

<sup>31</sup> Франкфурт, Хари Гордон, *О просеравању*, (превод Тамара Радовић), Вега Медиа, Нови Сад 2006. 24

<sup>32</sup> <https://saobracajci.files.wordpress.com>



**Генератор** је апарат који нешто конвертира (преобраћа, претвара, преводи...) или производи. У техничком (електро и механичком) смислу је машина која претвара механичку енергију у електричну. Символичка, пренесена значења су много шира. Генератор је онај који покреће; произвођач, творац, стваралац; то је управљачки програм који обавља функцију генерисања (стварања) програма, обично за обраду неких специфичних операција, тј. генератор представља произвољан процесор који производи резултат према датим условима.

**Смисао** се налази или пак назире у намери, свести, сврси, означавању, суштини, бити, поенти, циљу, есенцији,...

Смисао (њем. *Sinn*, енгл. *sense*), исто што и значење; у случају кад се значење и смисао ограничују на језик, у случају ове теме - плаката, значење се приписује појединим његовим деловима (речима и сликама), а смисао целини (речима и сликама целовито). Према *Речнику психологије уметничког стваралаштва*: значење се више односи на обим (денотацију) а смисао на унутрашњи садржај, концепт; значење се чешће везује и за један знак, а смисао произилази из тих знакова. Смисао је према томе виши ниво познавања и повезивања елемената: њихових узрочно последичних веза, сврхе... У случају кад се значење и смисао ограничавају на језик, а језик се може посматрати у најширем смислу, често се значење приписује појединим речима, или знаковима а смисао реченицама, односно, целовитом делу, наводи се у *Филозофском ријечнику*.

#### 3. 4. 4. (За)кључна тачка

Синтагма генератор смисла је, између осталог и фразем, устаљени израз од две или више речи, чије значење обично не произилази из значења саставних делова; којој је значење другачије него што би могло бити у збиру значења тих речи.

Књижевник и публициста Андреј Николаидис наводи: „Рат је најбољи лијек за сваку кризу, он је диновски генератор смисла!“<sup>33</sup>

На сајту [harvester.rcub.bg.ac.rs](http://harvester.rcub.bg.ac.rs) налази се следећи текст: „Може се сматрати да језичка форма не врши само функцију средства изражавања вањезичког садржаја, него и сама постаје активни генератор смисла“.

И следећи, мало дужи цитат, такође користи исте речи у сасвим другачијем значењу: „Виктор Франк, психијатар и оснивач логотерапије (терапије смислом) је проматрајући обољења некадашњих затвореника концентрацијских логора (међу којима је и он сам био)

---

<sup>33</sup> [kliker.info](http://kliker.info)

утврдио да не постоји само патологија стреса већ и патологија растерећења. Из својих истраживања је закључио да не треба под сваку цијену избјегавати напетости, већ у живот уносити одређену здраву дозу напетости. Прихваћање, доживљавање и схваћање властите, индивидуалне животне приче је много врједнији генератор смисла од већине универзалних учења која нам објашњавају наше животе из неке удаљене, козмичке перспективе.<sup>34</sup>

У три наведена извора генератор смисла се користи тематски на различитим местима. Таквом применом наведена синтагма се може посматрати и као фразеолошка јединица, устаљени општеприхваћени фразем, постајући готово уобичајен, попут стандардних речи. Отклањању присутних дилема у веродостојност избора синтагме и фразема генератор смисла за део подналова, значајно је допринео један коментар Едмунда Лича на тему властитог рада. У књизи *Култура и комуникација* Лич пише: „Све идеје у овом есеју позајмљене су од других; једино што је оригинално у излагању јесте облик у коме је оно источено.“<sup>35</sup> Та мисао се може повезати са овом темом и рећи: Како се у овом истраживању говори о области плаката и значење припада једино тој теми – *плакату догађају*.

Синтагма генератор смисла из подналова односи се на (за)кључну тачку формирања, а онда и функционисања *плаката догађаја*.

### 3. 4. 5. Стање и процес

Значење подналова, насталог применом генитива и предлога, као и синтагматско формирање наслова, указују на структурално-лингвистичке и семиолошке основе организације плаката догађаја, заправо на његово језичко и текстуално устројство.

Под термином језик, Јуриј Лотман (Ю́рий Миха́йлович Ло́тман) подразумева „било који уређен систем који служи као средство комуницирања и користи се знаковима“.<sup>36</sup> У зависности од употребе, текстом се може назвати сваки скуп знакова чији сплет даје некакав смисао, како се наводи у *Лексикону савремене културе*. За теоретичаре француске авангардне групе Тел Кел (Tel Quel) текст је и сваки поступак који производи смисао.

Према Лотману, текстови у општем систему културе врше две основне функције: адекватно преношење смисла и стварање нових значења.<sup>37</sup> За прву функцију и њену успешност неопходна је подударност кодова између пошиљаоца и примаоца, док текст у својој другој

<sup>34</sup> [www.sensaklub.hr/clanci/lifecoach/smisao-zivota](http://www.sensaklub.hr/clanci/lifecoach/smisao-zivota)

<sup>35</sup> Лич, Едмунд, *Култура и комуникација*, (превео с енглеског Борис Хлебев), Просвета, Београд, 1983. 7

<sup>36</sup> Лотман, Јуриј *Структура уметничког текста*, (превод Новца Петковић), Нолит, Београд, 1976. 39

<sup>37</sup> Лотман, Јуриј *Текст у тексту*, (превод са руског Радмила Мечанин), Књижевна реч, 1984. 36

функцији представља генератор а не пасивно стециште носилаца садржине која је изван њега.

У именовану рада *Плакат догађај*, поднасловом су метафорично обједињене обе наведене функције, имајући у виду и стање и процес који су претпоставка настанка *плаката догађаја*. Повезивање двају функција код плаката догађаја подразумева и редефинисање стецишта, које није само пасиван преносник него и простор испразности које исказаним процесом прераста у генератор, генератор смисла.

Примена синтагми у формирању наслова и поднаслова, у једном случају и фразема, подстакнути су намером да се и код именованга успоставе односи који ће производити значење које изабране речи не садрже појединачно. Том лингвистичком операцијом је отворен пут ка смислу, резултату језичких (граматичких) односа, а код *плаката догађаја* укупном односу елемената.

Према изложеном, значи, да поднаслов *Од испразног стецишта до генератора смисла* истиче кључну промену код плаката, од улоге средства преноса и испразног простора, ка плакату средишту и изворишту смисла.

На крају се може извести и следећи закључак. Наслов и поднаслов начином на који су формиран, директно упућују на процес формирања *плаката догађаја*, пре и изнад свега условљен односима његових саставних делова.

#### 4. НУЛТИ ПЛАКАТ

Експлозија/мрља, мрља/експлозија, експлозијааа

##### 4. 1.

Један од првих реализованих ауторских плаката, колико год имао у себе уткан снажан делатни мотив карактеристичан неуобичајеношћу извођачког чина, у тренутку настанка није наговештавао ништа више до очекиване констатације о још једном обављеном задатку. Временом, наведени плакат се помаља попут сензора надрастајући разлоге своје првобитне намене. Он на својствен начин прати, сигнализира и иницира (про)мене у раду у области плаката, али, што је још парадоксалније, мењајући се истовремено и сам. Битно је истаћи, да се те промене нису тичале његове графичке структуре, већ су се односиле на именовање (наслов) плаката. Искрснувши спонтано током самог настанка/извођења плаката, радни наслов Експлозија/мрља је постао његов саставни, касније, променљиви део, а плакат у целини весник промена у раду које су следиле. Преустројством наведеног плаката, и то варирањем наслова експлозија/мрља настају још два плаката. Код једног од њих наслов настаје заменом места речи експлозија и мрља, а код другог, искључивањем речи мрља и умножавањем самогласника а на крају речи експлозија.

Истовремено, сваки од три плаката је најављивао и обележавао један од три обликовна поступка, а новонастали поступци су иницирали промене у рецепцији плаката што је доприносило промени наслова. Узрок и последица су се у том процесу преплели и стопили у једно.

Тако, плакати Експлозија/мрља, Мрља/експлозија и Експлозијааа су поста(ја)ли (с)мисаони рефлекс и сигнал промена које су се односиле на настанак *плаката догађаја*.

##### 4. 2. Почетак

*Замисао сам извео у подруму. Неколико бочица туша и празни листови папира били су све што сам понијео са собом. Силазим у подрум. Спуштам папире испред себе. Бочицу туша чврсто стежем. Гледам у папир. Концентришем се. Замахнем. Бочица свом силином полетје.*

(Здравко Мићановић: Дневничке биљешке,

Експлозија/мрља, крај љета 1978.)

Из каталога Мићановић ПЛАКАТ, Тузла, 1991.

Плакат Експлозија/мрља је урађен за потребе позоришног експеримента изведеног на

отвореном, у градском дворишту. Плакат није био наручени професионални задатак. Настао је као чин личног избора и одлуке. Аутономност, уживљавање, усхићеност, унутрашња покретачка снага и целовитост доживљаја, чак егзалтације, у потпуности су обележили по много чему ново извођачко искуство. На крају, новонастали плакат није карактерисала само садржина већ и начин настанка. Резултат и значај плаката нису се односили искључиво на његову завршеност. Процес настанка сачуван у трагу геста, јединим садржајем плаката, је био неодојиви део плаката. Парафразирајући Ролана Барта може се устврдити да је плакат настао у сукобу геста и материјала, и он не приказује (само) резултат чина, већ је и његов начин постојања.<sup>38</sup> Уједно треба истаћи, да је таквим начином рада присуство аутора на плакату сачувано и видљиво. Не на очекиван начин, изграђеном техником или стилском препознатљивошћу, већ јасним, снажним, непатвореним гестом. Непосредан извођачки поступак и процесуалност постају значајани за један другачији плакат, односно *плакат догађај*, тему и циљ истраживања овог рада.

Плакат је настао као део визуелног идентитета „представе у дворишту“. Иако све удаљенији од разлога свог настанка, наведени плакат, што временски, што меморијски, овом другом је доприносила и чињеница да није садржавао никакве податке о представи, одржавао је постојаном упитаност о властитој сврси и намени. Пажња је усмеравана на комуникацију коју потенцијално буди и развија. Изнад свега, плакат радног наслова Експлозија/мрља је отварао питања о целовитом значењу и значају плаката, чиме је кренуло мозаично слагање и склапање *плаката догађаја*. Траг туша и нестабилни (променљиви) наслов као збирни мобилијар су постали тема по себи. Истовремено су текла два процеса стопљени у један: „расклапање“ стандардног (традиционалног) плаката<sup>39</sup>, његове функције преносиоца увезених садржаја, и градња плаката као средишта производње смисла.

#### 4. 3.

Тиме што је на почетку, што је тако започео интензиван и делом континуиран рад у области плаката значајно инициран њим самим, наведени плакат је имао одлике *нултог плаката*. Нулти плакат је у потпуности преусмерио ауторску позицију и интересовања у односу на ону одређену ликовном праксом као резултатом званичног школовања на уметничкој академији. Такође, *нулти плакат* се није надовезивао ни на искуства у области плаката, из

---

<sup>38</sup> Барт, Ролан Митологије, (превод са француског Андрија Филиповић), Карпос, Лозница, 2013. 168

<sup>39</sup> Стандардни плакат је дефинисан појмовима обичаја (како се обично говори), норме (начин како се мора говорити) и те категорије уређује простор утилитарности (користи). Обичај са нормом уоквирује стандард. Законитости (правила, норме) које њим управљају одређене су практичном функцијом, која је изван плаката.

простог разлога што их није ни било. Тај плакат је од почетка потврђивао властиту парадоксалну позицију изласком изван оквира класичног ликовног рада, али остајући начином размишљања у актуелним уметничким и ликовним токовима. И то није била површинска промена, него резултат уверења да деловање плакатом има оправдања, које је неопходно још и праксом и потврдити.

*Нулти плакат* је представљао тачку радикалног прелома у односу на до тада актуелни ликовни рад. Напуштањем атељеа и сликања, и окретање области плаката, био је коренито другачији изазов. Са *нултим плакатом* промењени су целовито услови и начин обликовања, карактер и значење тог новог опредељења. А изнад свега је присутан парадоксалан ужитак узрокован болним ремећењем уобичајеног задовољства садржаног у поновљивом и понављаном искуству већ достигнутог ликовног умећа и вештине.

Новоуспостављена релација извођач - плакат се већ на почетку помера из сфере утилитарног, наметнутог циља, ослобађајући тако истраживачке и идејне потенцијале у служби једне нове, другачије комуникације. Од првих корака се одмерава тежиште процеса рада, пре него споља дириговани резултат.

Настанком за потребе једног позоришног експеримента нулти плакат је потврђивао и одређене ставове проистекле из рада, у то време активне групе Тијело простор,<sup>40</sup> којој је припадао и аутор плаката. Чињеницу да није садржавао одговор на питања: шта? где? када? овај плакат је „покривао“ актом умножавања и лепљења на јавним местима, испуњавајући на

---

<sup>40</sup> Тијело-простор је неформална уметничка група настала 1978. године, делујући у токовима Нове уметничке праксе тада актуелне уметничке тенденције на просторима Југославије.

Оно што је групу покретало и одређивало у схваћању уметности и уметничког чинили су:

- интерес за измењеном уметничком комуникацијом и измењеним језиком уметности и контекстом њеног деловања;
- актуелизовање медија популарне културе (стрип и плакат);
- повезивање уметности и свакодневног живота;
- различите интервенције у амбијенту града, веома често и зграда и станова, поигравањем с означитељима и означенима задирући у саме проблеме система, било оног уметничког, односно галеријског, неодојиво и политичког;
- откривање делотворности уметничког чина и у акцијама, а не једино у естетски обликованом делу;
- уметнички сензибилитет који се није налазио искључиво у материјализованом естетском, него његово испољавање у ставу, понашању, опредељењу, аналитичности, упитности, критичности према стварности — друштвеном понашању, животу и животним назорима;
- пружање отпора већ надирућој улози тржишта негирањем уметности робно-материјалног карактера насупрот уметности као систему мишљења.

Јеша Денегри, историчар уметности и ликовни критичар, уједно и један од промотора нове уметничке праксе у једном од текстова на ту тему наводи: „Бело, наиме, није више формулирано као аутономни пластички облик, него је у одређеном медију и материјалу изграђено као „подлога“ (или као „контејнер“ како каже Урсула Меуер) унутар које функционира у њој садржана мисаона операција.“ И мада су овом Денегријевом наводу активности групе Тијело-простор, ефективно обједињене у њеном разноводном и краткотрајном деловању, трагови ових И оваквих идеја су били много дужи и утиснути много дубље у индивидуалном раду у области плаката.

Јеша Денегри: Проблеми умјетничке праксе последњег деценија (5)

Документи 3 – 6 Нова умјетничка пракса 1966 – 1978.

Уредио Маријан Сусовски, Галерија сувремене умјетности Загреб 1978.

тај начин нека од одређења плаката као медија. Али, намера и одлука, избор и чин о укључивању трага боје у сферу плакатског су представљали инспиративан потенцијал вредан истраживачког изазова у области плаката.

#### 4. 4.

Траг разбијене бочице туша распршен површином папира (једини садржај) код нултог плаката представљао је сублимирану емоцију и забележени гест одређеног стања, намере, одлуке. Акт бацања бочице на папир постао је знак универзалног значења у двојству: експлозија/мрља.

Иако је својим садржајем упућивао на конкретан догађај, али без иједног податка везаног за представу, нулти плакат је пре свега сам био конкретан догађај који је требао да заголица, изазове, пробуди и подстакне упитаност по себи.

До именовања плаката је дошло спонтано, током његовог настанка. Асоцијативно искрсле речи експлозија и мрља, инициране бацањем бочице туша на папир, постале су у првом тренутку радни наслов плаката а после и његов смисаони и неодвојиви део. Постављањем косе црте између те две речи успостављена је хијерархијска опозиција попут примера: споља/унутра, дословно/метафорички, облик/значење. Речи експлозија и мрља међусобном променом положаја, на крају и искључивањем речи мрља, су значењски и смисаоно мењале плакат коме су припадале. Наведене промене се у преносном смислу односе и на целокупан плакатски рад, који је, значајно подстакнут и овим искуством, постао инспиративна област рада, много касније и тема истраживања.

#### 4. 5.

Прве асоцијације на речи експлозија и мрља карактерише непријатност, одбојност, nelaгода. Експлозија је неодвојива од идеја разарања, рушења са резултатима у распаду, растуру, разбијању..., тиме постајући симболом уништења, деструкције.

Мрља у физичком смислу се односи на испрљано место, нечистоћу, брљотину, пацкарију, флеку или закрпу, али представља и знак дискредитовања или срамоте, љагу. Морална мрља, у пренесеном значењу је траг неког неприличног, нечасног поступка.

Неопходно и вредно је стога видети да ли термини, мрља и експлозија, могу симболизовати и нешто супротном наведеном. Да ли се могу односити се на нешто позитивно?

#### 4. 6.

Основна тумачења експлозије односе се на прасак, пуцањ, распрскавање, и у питању је нагло

ослобађање енергије која производи разорни ефекат. У дословном смислу, експлозија је неконтролисано ширење честица. Фигуративно, експлозија је и нагао и јак излив гнева, радости...

Али, и поред њеног израженог поистовећивања са идејом разарања и деструктивности, експлозија се може сагледавати и у „правцу стваралачког преображаја структуре живота“, како наводи Лотман у есеју: Постепени прогрес.<sup>41</sup>

Експлозија је дакле, метафорички преносива и на друге и другачије процес. Ево и узбудљивог, у потпуности личног сведочења публицисте и рок критичара Џикице Симића. Он у једном разговору наводи: „Слушајући синглове Rolling Stonesa, пре сто година, доживео сам велики прасак. Чехословачки грамофон, дебела игла и црни комад пластике произвели су музику која је откључала врата паралелне реалности. Ушао сам тамо. И никад се више нисам вратио...“<sup>42</sup>

Експлозије изазивају таласе притиска у медијуму у којем се одигравају, по чему се врши и њихова категоризација на: сагоревања или запаљења, ако су ови таласи подзвучни и детонације ако су таласи надзвучни (такође познати као шок-таласи - јер се прво претрпи удар, па онда чује звук).<sup>43</sup> Наведена одела је веома прихватљива и за начине на које делује и плакат. У првом примеру, реч је о целовитом, свеобухватном утиску, а у другом, ефекат претходи сваком другом (могућем) дејству.

Експлозија је, као што је истакнуто, неконтролисано ширење честица. Насупрот томе, експанзија је контролисано ширење, односно контролисана експлозија. Символички подстицајан пример, значајан и за даља разматрања везана за плакат, је рад мотора с унутрашњим сагоревањем (СУС мотори), који најчешћу примену има за покретање аутомобила<sup>44</sup>. Принцип рада тих мотора се састоји од четири фазе: усисавања, сабијања (компресије), сагоревања (експлозије), односно ширења (експанзије) и издувавања. Након усисавања и сабијања, смеша горива и ваздуха се пали и сагорева ослобађајући огромну количину енергије. Потом следи експанзија, процес који даје снагу мотору, тј. врши користан механички рад. У овом процесу сагорели гасови са огромном потенцијалном енергијом се шире, потискујући клип у клипном мотору, вршећи механички рад.

---

<sup>41</sup> Лотман, Јуриј: Култура и експлозија, Народна књига, Београд, 2004. 19

<sup>42</sup> <https://www.b92.net/kultura/vesti>

<sup>43</sup> <https://sr.wikipedia.org/sr-el/Експлозија>

<sup>44</sup> [https://sr.wikipedia.org/sr-el/Motor\\_sa\\_unutrašnjim\\_sagorevanjem](https://sr.wikipedia.org/sr-el/Motor_sa_unutrašnjim_sagorevanjem)



Представљене рада СУС мотора, је готово дијаграмски исцртана шема процеса који ће на крају постати основ и за настанак сваког појединачног плаката не као догађаја, него плаката догађаја.

#### 4. 7.

Други члан хијерархијске опозиције – мрља – вишезначан је, али не само у примерима са негативним прецнаком. Мисао Душана Вукотића, прослављеног аутора анимираних филмова, то вероватно и најбоље потврђује, и она гласи: „мрља за неког може бити сунце а сунце мрља“. Исказана двозначност у овом наводу упућује на сагледавање и „дешифровање“ значења мрље препуштено посматрачу, гледаоцу у којем су неизвесни међусобно блиски резултати у збиру доживљаја.

Уопште посматрано, мрља је место нејасних рубова које бојом одудара од површине на којој се налази. Један пример из света сликарства у том погледу је више него индикативан. „Чињеницу да мрља може на слици заменити грану или цело дрво, барбизонци<sup>45</sup> су објашњавали тиме да та мрља ствара значење кроз искуство које је у нама, односно у нашем памћењу“, наводи Иван Манојловић.<sup>46</sup>

Познат је и драгоцен пример вежби процењивања креативности ученика у анализи неодређених облика на зидовима припреманим за фреско сликање, које је изводио Леонардо да Винчији.

Од тридесетих година прошлог века у испитивањима личности уводе се тзв. пројективне технике. У питању су врсте тестова личности који на заобилазан, посредан начин дијагностикују дубинске особине личности, унапред постављеним серијама вишесмислених задатака. Сам назив пројективне технике (или тестови) спомиње се 1930-их година у радовима Мареја и Франка (Murray i Frank).<sup>47</sup>

Међу познатијим пројективним техникама је Роршахов тест, посебно интересантан када се говори о *нултом плакату* из једноставног разлога што се испитивање изводи путем анализе

---

<sup>45</sup> Барбизонска школа је била је неформална група француских романтичарских сликара пејзажиста која се средином 19. века настанила у француском селу Барбизону у Фонтенблоовској шуми.

Циљеви сликара Барбизонске школе били су напуштање класицизма који је тада владао у сликарству и настојање да се природа прикаже реалистички по узору на Јона Констабла и енглеско пејзажно сликарство. Због тога су радили студије у природи (сликање на отвореном или плен-аир) при чему је велику улогу имао интимни пејзаж. Претече импресионизма.

<sup>46</sup> <http://mihailovasiljevic.com/poznate-fotografije-ivan-manojlovic/>

<sup>47</sup> <https://www.istrzime.com.klinicka-psihologija>

мрља. Мрље се добију капањем туша на листове папира (картице), које се потом пресавијају, дајући симетричне и недефинисане облике.

Пројективне технике су резултатима испитивања омогућиле да се и сагледавање *нултог плаката*, његовог значења, а онда и плаката шире, усмери ка нивоу очекивања у начину његовог пријема. Јер, у питању су резултати који из којих се не могу очекивати егзактни, унапред дати одговори, него одговори су овисни о самом посматрачу. Али, поставља се и питање могућности, али и неопходности егзактних одговора.

#### 4. 8.

Експлозија и мрља, како симболичким сагледавањем, тако и практично, су битне саставнице у два ликовна правца, паралелно настајала средином двадесетог века: један од њих - енформел, настао на тлу Европе, а други - апстрактни експресионизам (сликарство акције), настало у Њујорку. Кључне карактеристике и једног и другог обједињене су и уткане у *нулти плакат*, послуживши тако новом циљу, намери да одређена пракса ликовне уметости постаје уобичајена и у области плаката. *Нулти плакат* као да гради позицију премошћавања и данас веома оштро исцртаних оштрих граница међу визуелним уметностима намером и чином, преусмеравајући истовремено и традиционални плакат у *плакат догађај*.

Искуства енформела и апстрактног експресионизма убележена у настанак *нултог плаката* односе се исто тако и на сагледавање и вредновање *плаката догађаја*. Промене које су тим искуствима омогућене код настанка плаката огледају се пре свега у сагласју поступка и намере.

*Нулти плакат* је на трагу замисли акционог сликарства истичући егзистенцијални и формални чин појављивања, чиме и карактер перформанса и ритуала постаје очигледан. Акција као чин који детерминише појавност и значење, везује *нулти плакат* и за енформел. У раду нису примењена класична, традиционална ликовна средства и технике. Начин извођења је врста деструкције и непосредног укључивања тела чином бацања бочице напуњене тушем на површину празног листа папира. Гест је уткан у нулти плакат као експресивни и симболички покрет бацања бочице са тушем. *Нулти плакат* - чин и документ гестуалног трага, бацањем бочице туша на празан папир, покреће размишљања и о следећем:

- као о првом правилу ослобађању од правила;
- разграђивању ликовне форме;
- негирању традиционалног извођачког поступка;
- Интуицији, спонтаности;

- гестуалности;
- наглашености материје;
- процесуалности рада;
- распаду облика и проналажењу знакова;
- о знаку који постаје први корак новог стваралаштва;
- о знаку и гесту који се поистовећују;
- о знаку који остаје увек отворен;
- о вери у етичку исправност властитог индивидуализма (Арган);
- о уметничком делу (и плакату) као апсолутној присутности читавом од искуства (Арган);
- о уметности (и плакату) као језику а знаку њиховим првим елементом (Магје);
- о искуству у самом раду значајнијем од самог резултата (Бентон);
- не о уметности (и плакату) који се праве, него уметности (и плакату) који се живе
- (Роберт Бари);
- не ни о школи, ни правцу, него о духовној песми простора и слави материје
- (Лазар Трифуновић);
- о произвољним облицима, линијама, бојама, текстури и форми не следећи природу и реалност;
- о наизглед непостојећој контроли, иако сам процес тече под директном контролом;
- о серијском стварању;
- о одбацивању уметничких конвенција;
- о тежњи ка целини и страственој потрази за аутентичношћу;
- о тражењу идентитета (егзистенцијализам);
- о психоанализи и надреализму интелектуалној и предметној основи;
- о формализму као избору у супротстављању власништву као једином извору слободе;
- о телу и простору плаката;

Али у нултом плакату су и трагови концептуалног искуства:

- материјална представа сведена на ону меру која уважава и процес;
- То што један плакат показује јесте и како је он направљен;
- плакат показује своју властиту креацију;
- плакат испуњава и додатну функцију која се састоји у истраживању природе плаката;
- гестови су истражујуће методе;
- пракаса није илустративна или демонстративна. Она није примена формалних феномена једне изграђене теорије која је с друге стране ограничена.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> <https://www.supervizuelna.com>

#### 4. 9.

На однос експлозије и мрље код нултог плаката још јасније упућује Лотманов принцип постепених и експлозивних процеса.<sup>49</sup> Постепени, односно континуирани, (осмишљене предвидљивости) процеси и експлозивни, односно непредвидљиви процеси, који представљају антитезу, постоје само у односу један према другом.

Корелација<sup>50</sup> експлозије (непредвидљивости) и мрље (постепеног развоја, предвидљивости) представљају две етапе које се међусобно смењују. У питању је повезаност две варијабле, где је *relation* - веза или однос две или више појава а префикс *ko* - узајамни однос. Корелација значи представља међусобну повезаност различитих појава представљених вредностима двеју варијабли.

И постепени и експлозивни процеси врше значајне функције у структури која функционише синхроно: једни обезбеђују новаторство, други - континуитет.

Промена вриједности једне варијабле утиче на промену вредности друге варијабле. Варијабла која својом вредношћу утиче на другу варијаблу назива се независна варијабла. Варијабла на коју се утиче назива се зависна варијабла. Нпр. уношење више соли у организам утиче на пораст крвног притиска, док пораст крвног притиска не утиче на повећање уношења соли у организам.

У односу експлозије и мрље, експлозија је независна а мрља зависна варијабла; експлозија утиче на мрљу а мрља нема могућност повратног дејства. Однос мрља/експлозија, који је настао променом положаја варијабли, не може даље да утиче на промену положаја мрље и експлозије. Мрља се утапа у експлозију, и остаје само Експлозијаааа.

#### 4. 10.

Плакат са називом Експлозијааа односи се на трећу, завршну фазу практичног рада у области плаката.

Реч експлозијааа, понављањем самогласника **а** на крају речи, визуелно успоставља темпоралну димензију, битно одређујуће својство плаката завршне, треће фазе. Наслов експлозијааа упућује на протицање, и не описује ток. Самогласник **а** понављањем моделује време. Дојам конкретности се постиже звуковном иконичношћу. Значи, у питању је визуелна осетљивост именовања, графичке материјалности и опросторености речи на рачун слабљења њеног појмовног изражавања.

---

<sup>49</sup> Лотман, Јуриј Михаилович: Култура и експлозија, (прев. Добрило Аратиновић), Београд, Народна књига, Алфа, 2004.

<sup>50</sup> Korelacija <https://sh.wikipedia.org>

Реч експлозијаа је и важан део визуелне и значењске структуре наслова. Реч је визуелна супстанца, где је ликовно равноправно семантичком, или га чак превађава. Реч експлозијаа није вођена граматиком и синтаксом говора, већ правилима визуелности и структуралности. Наслов треће фазе се може посматрати и као емфаза<sup>51</sup> што се односи на типографско истицање речи понављањем једног њеног словног знака.

На крају, наслов експлозијаа је на одређен начин и ономотопеја приказујући означено не појмовно него гласовним саставом и опонашањем. И мада се сматра да између речи и ствари не постоји веза, код ономотомеје се ради о мотивисаном језичком знаку и реч је о природним ефектима језика. И ту није у питању нити одређено гласовно опонашање, нити преношење неког природног звука, него звуковна сугестивност као значењско упориште, где је комуникацијска осетљивост надређена рационалности.

Насловом се дакле, не формулише смисао, наслов није илустрација, наслов је чисто дејство, што упућује на најбитније својство плаката треће фазе, тиме и *плаката догађаја*.

#### 4. 11.

*Нулти плакат* је измештањем из првобитног положаја наменског плаката, променом функције и значења, сигнализирањем и предочавањем промена „проговарајући“ о плакатима који су настајали иницирани њим самим, међајући се при томе и сам, упућивао у целости на специфичну властиту позицију. „Ако један језик улази у предмет описивања“, како каже Новица Петковић<sup>52</sup>, „а други језик служи као средство описивања, онда први називамо предметни језик, а други метајезик“. Према томе, *нулти плакат*, је истовремено и *мета плакат*. Пратећи и обједињујући настанак *плаката догађаја* кроз три фазе развоја, тај плакат је потврдио своју најмање двоструку природу.

Преображавајући се у метајезик, *нулти плакат* је говорио о ауторском раду у области плаката, успостављајући трајан дијалогски однос са плакатима којима је претходио и које је подстакао у настанку, обједињујући једно истраживачко искуство и специфичну поетску нит, потврђујући разлоге постојања и трајања.

Овим и оваквим приступом се желело указати на одређене специфичности рада у области плаката, делом и директно, самим радовима. *Нулти плакат*, *мета плакат*, на крају и *плакат панорама* о којем ће бити речи у наставку рада Плакат догађај су и конкретна потврда пута ка другачијем плакату у односу на стандардни, традиционални плакат.

---

<sup>51</sup> Емфаза Фигура мисли; развијање визуелно-динамичког језика; истицање, показивање, пренаглашеност.

<sup>52</sup> Петковић, Новица, Елемети књижевне семиологије, Народна књига/Алфа Београд, 1995. 45

4. 12.

*Нулти плакат*, је и као засебан рад излаган више пута у различитим изложбеним просторима различитим поводима.

У наставку је дат преглед изложби на којима се појављивао нулти плакат.

1978

Настанак плаката

Сито штампа, формат Б3 (35 X 50)

1979

Експлозија/мрља као визуелно обележје изложбе „Петорице“

1979/80

„Сумит“ групе Тијело простор, Неум

Непредвиђени изостанак планираног образложења *нултог плаката*.

1991

Инсценирана дневничка белешка на тему плаката тада још Експлозија/мрља, у каталогу самосталне изложбе плаката, и поновно актуелизовање (нултог) плаката, дефинитивно инспиративне константе целокупног рада у области плаката.

1998

Прво јавно излагање плаката, тада већ именованог Мрља/експлозија на магистарској изложби. Коначно одређивање места и нове функције (нултог) плаката у раду.

Дигитална штампа, формат Б0 (100 X 140)

2006

Изложба *Позоришни плакат*, Умјетничка галерија Брчко. Плакат је изложен с називом Тијело простор.

Дигитална штампа, формат 146 X 206

2012

Самостална изложба *Плакат ван зида*, Галерија ИТД Нови Сад.

Плакат је изложен с називом Тијело простор.

Дигитална штампа, формат Б1 (70 X 100)

Плакат је продат заинтересованом купцу на изложби.

2015

Изложба пет пољских и пет српских аутора под називом *Плакат утиче на друштвене прилике*, Краљев замак, Варшава.

Плакат је изложен с називом Експлозија/мрља.

Дигитална штампа, формат Б1 (70 X 100)

2016

Самостална зложба *Плакати*, Културни центар Инђија. Изложене три варијанте плаката са унетим насловима:

Експлозија/мрља, Мрља/експлозија и Експлозијааа. Званично установљавање нултог плаката.

Дигитална штампа, формат (3 X 70 X 100)

2016

Изложба *Плакат догађај*, Музеј примењене уметности. Изложен нулти плакат у три идентичне варијанте: Експлозија/мрља, Мрља/експлозија и Експлозијааа.

Дигитална штампа, формат (3 X 90 X 130)

Разлози бављења *нултим плакатом* садржани су у његовом непосредном односу и интерактивности са радом на плакату у целини.

*Нулти плакат* се мењао од експлозије до мрље и од мрље до експлозијеее, суделујући у стварању услова појави *плаката догађаја*. У питању је непрекинути ток, значајно подстицан *нултим плакатом*.

Лет бочице туша није престао....

## 5. ПЛАКАТИ И ПРАКСА

### 5.1. Плакат панорама

#### 5. 1. 1.

*Плакат панорама* се налази на почетку практичног дела уметничког докторског рада, представљајући обједињен и целовит приказ процеса истраживања. Полазна тачка анализе, у општем смислу, треба да пружи широко видно поље и свеобухватни поглед самог рада где су плакати груписани у четири целине. А те целине, својим распоредом, формирају основну шему, целовит приказ истраживачког рада.

*Плакат панорама* у практичном смислу има функцију експозиције (лат. *expositio* – излагање, разлагање; синонимно се може рећи и разголићење). Тај плакат се може посматрати и врстом реторичке вежбе у читању и тумачењу рада о *плакату догађају*. Сликвито речено, *плакат панорама* је стециште плаката организованих у три дела и четвртим, изведеним из целине тих делова. Како је у питању истовремено и излагање и разлагање: излагање упућује на развојне фазе и пут ка конституисању *плаката догађаја*, а разлагање се односи на поетску и наративну грађу у функцији разумевања *плаката догађаја* као крајњег циља.

Експозиција игра значајну улогу у сагледавању конструкције целовитог рада, пружајући увид у редослед плаката и упућује на њихове међуодnose. На крају, плакат панорама је препуштен гледаоцу,<sup>53</sup> односно „осећаоцу“.<sup>54</sup> Плакат панорама омогућава да се целовит приказ представи као нешто што је предвиђено и препуштено правцу погледа посматрача. Тачка гледања није статична нити линеарно динамична као код читања или на филму, већ укључује неограничен број могућих перспектива.

*Плакат панорама* представља свеобухватни визуелно/вербални (плакатски) простор, постављајући и увлачећи гледаоца, осећаоца у његово средиште.

#### 5. 1. 2.

Мрежа Менделјејевог периодног система примењена је за визуелно прегледно организовање укључених плаката. Разлози том избору су искључиво практичне природе. На првом месту

---

<sup>53</sup> Гледалац је и посматрач: онај ко посматра што се збива, оно што се и случајно деси на улици, али се увек мисли да је посматрање било не само поглед, осврт, него дуже, с више интереса, али и проматрач: онај што проматра, што потанко мери, одмерава, израчунава, коме је дужност или сам осећа потребу да што потанко оцени и претресе. Миодраг С Лалевић: Синоними и сродне речи српскохрватског језика, Нолит Београд, 2004.

<sup>54</sup> Кованица се приписује Станиславу Винаверу. Осећање, глаголска именица од глагола осећати, је психички процес који одражава субјективни однос човека према објективним збивањима у његовој околини, а значи реаговање нервним апаратом на спољашње утиске, – али је и резултат тога процеса. Осећаоц је, према томе, субјект осећања.



је реч о случајно установљеној подударности распореда елемената у три и додатну четврту групу, као и код плакатске грађе, где се такође говори о три различите фазе и четвртој која је резултат претходне три.

Стандарни облик табеле је мрежа са елементима распоређеним у 18 колона и 7 редова, и још додатна два хоризонтална реда у доњем делу табеле. Табела се дели на четири правоугаона блока:

с-блок налево, код плаката је ТОК I;

п-блок надесно, код плаката је ТОК III;

д-блок у средини, код плаката је ТОК II и

ф-блок испод три блока, код плаката је изведена фаза Сучељавања.

Плакати су распоређени вертикално по групама, као што су и елементи периодног система. Хоризонтално су постављани плакати према установљеним променама оријентационо следећи низове елемента сложене по растућем редном броју.

Менделејев је предвиђао постојање и елемената који још нису били откривени, и на основу закона периодичности за њих је оставио одговарајућа места. Нови плакати су такође настајали, и попуњавали одређена места у периодном систему плаката према закономерностима самог рада.

### 5. 1. 3.

Панорама која дословно значи „свеобухватан поглед“ је врста кружно изведених слика великих димензија, смештених у специјално пројектованим објектима намењеним приказивању. Панораме у време њихове експанзије, током деветнаестог века, настају не као резултат уметничких побуда и одлуке уметника, него као производ финансијских спекулација и „нормативних сила тржишта“, како наводи Оливер Грау у књизи *Виртуелна уметност*. Насупрот томе, истраживачко искуство са панорамом једног од најпознатијих сликара импресиониста, Клода Монеа (Claude Monet), је одвело у потпуно другом правцу, у правцу чистог доживљаја и жудње да се буде у слици.

Тај правац чистог доживљаја и жудње, али да се буде у плакату, препознат је као правац назначен радом *Плакат догађај*.

### 5. 1. 4.

*Плакат панорама* пред посматрача поставља целовит рад који се односи на истраживање под именом *Плакат догађај*. Ууврштени плакати се сагледавају или појединачно или према четири групе плаката, како су и распоређени на збирном плакату - плакату панорами.

Такође, и укупан рад као једна целина се може засебно разматрати. У том смислу, неопходно је навести, да су плакати, без обзира којој групи припадају, настајали као део једног континуираног рада што је довело до установљеног и изграђеног особеног приступа плакату именованом *плакат догађај*. Према таквој позицији наметнуо се и специфичан начин посматрања и обједињавања плаката као целине. У пракси, плакати су настајали за различите садржаје у области културе, али и за друге намене. Према времену настанка плакати имају своје фиксирано место. Истраживање које је уследило, након што су сви плакати укључени у истраживање већ били реализовани, довело је, услед нових и целовитијих сазнања, до промене редоследа плаката. Нови распоред је условљен специфичним значајем појединих плаката. Начином на који су настајали и крајњим резултатом, неки од тих плаката су били кључне тачке промена и уједно су били копче између појединих фаза. Из тог разлога, редослед плаката је, у односу на онај хронолошки, измењен. Посматрајући рад у области плаката јединственим, непрекинутим процесом, а не примарно сегментираним одговорима на професионалне задатке, овај део размишљања о начину организовања плаката се може посматрати и кроз опозицију фабула - сиже. Тај пар термина преузет из теорије књижевности је нужно примењен и у раду о плакату. Ако је фабула серија хронолошки поређаних узрочно-последичних догађаја, онда то могу бити и плакати распоређени према времену настанка. Сиже је, насупротив фабули, распоред плаката организованих према унутрашњим променама и закономерностима градње, а не времену настанка плаката.

Плакат *Обешењак* у првој фази рада има средишне место, иако је настао међу последњима у тој групи плаката. Разлог је једноставан. Код *Обешењак*-а, релација плакат – цртеж је доведена до парадокса, наговештавајући видљиве промене. Стога је било нужно истаћи тај плакат. Други пример је плакат за Тузланско љето. Мада настао међу првима у овој групи, постао је битна спона између прве и друге фазе рада. За овај плакат је значајно, да је начином на који је настао, најдиректније наслоњен поступком рада на *нулти плакат*. Тај приступ у раду подразумева најнепосредније и константно присуство аутора-извођача током свих фаза рада. Код нултог плаката Експлозија/мрља, то је бацање и лет бочице туша као непосредни, директни контакт са материјалом. Код плаката за Тузланско љето конкретан рад аутора се продужава и на сам процес штампе. Плакат у припреми није дат целовито, попут једне непроменљиве матрице, и тако умножаван. До дефинитивног завршетка плаката је могло доћи само окончањем штампе. Али је сам рад подразумевао померање клишеа после сваког пролаза ваљака преко штампајућег дела другом бојом, како би се могао добити планирани и жељени резултат.

### 5. 1. 5.

Одговарајућем обједињавању и сажимању резултата практичног рада (у питању су реализовани плакати), било је неопходно наћи заједнички именитељ, који би довољно јасно и уверљиво указивао на карактер и циљ самог излагања материје. Додељивањем заједничког имена фазама рада испуњавају се најмање два захтева. Рад је тиме представљен недељивом целином, али целином као процесом, која се развија у континуитету. Резултати рада из фазе у фазу се мењају, али тако да следећа фаза природно произилази из претходне, а да та фаза прераста у следећу у непрекинутом следу. Имајући у виду те чињенице, уверење је, да наслови ТОК I, ТОК II и ТОК III<sup>55</sup> оправдавају постављене захтеве. Обележавање заједничком речју и римским бројевима који се равномерно мењају додатно је исказан континуитет тока.

Сагледавање реализованих плаката се, као што је наведено, изводи у три фазе следећим редоследом:

#### Ток I:

плакат и/или цртеж. Логика облика (цртеж);

Цртеж на плакату је самостална, идејно-ликовна целина.

Простирање цртежом = варирање потеза руком

#### Ток II:

Плакат и структура. Логика поступка (колаж/монтажа);

Конструисање целине избором и међусобним односом постојећих или унапред обликованих делова.

Простирање плохом = колаж/монтажа, цртеж - фотографија - писмо

#### Ток III:

Плакат и процес. Логика материје (тијело-простор)

Укључивање амбијента и обједињавање експресивно пиктуралних и структурално знаковних својстава претходна два поступка. Дефинитивно заокруживање плаката догађаја.

Простирање изван радног стола, изван наслеђа, изван „обичајног“.

Карактеристике плаката по појединим фазама преко начина њиховог организовања „обогаћене“ су асоцијацијама на агрегатна стања материје. То поређење је укључено с намером још садржајнијег проницања у специфичности сваке фазе.

---

<sup>55</sup> Ток је именица настала према глаголу тећи, пре свега означава кретање у простору. Указује на правац кретања, ред, повезаност, на одређену нит. На крају, то је и догађај.

агрегатна стања:

Плакат и/или цртеж - Чврсто агрегатно стање (статичност)

Плакат и структура -Течно агрегатно стање (плутање)

Плакат и процес - Гасовито агрегатно стање (распршавање)

## 5. 1. 6. Практички део рада

### 5. 1. 6. 1. Цртачки рад

Први плакати настају спонтано цртачким поступцима. У раду се користе класичне цртачке технике: оловка и туш и перо. Обликовање плаката задовољава и нека лична, пробуђена интересовања ка непосредној комуникацији, коју је омогућавала много више улица него галеријски простори. Цртежи за плакате настају као ликовни радови. Акрибично рађени цртежи/плакати одвајају самодовољношћу. Плакат се врпољи, тоне, нестаје у ликовном мотиву.

### 5. 1. 6. 2. Од састава до структуре

Док је рад у првој фази заснован на класичном цртежу у широком распону извођачких могућности, у другој фази је монтажни поступак примаран као метод рада. И фотографија, поред цртежа, постаје битан елеменат плаката. Рад се не базира на стварању новог, непоновљивог ликовног дела. Решење се тражи у самом избору између већ постојећих елемената како цртежа тако и фотографија. Тежиште је на односу, а не на ликовном мотиву. Усвајањем новог поступка, отвара се пут новом истраживању знаковних и симболичких релација унутар језика плаката. Нови метод, за разлику од претходног ликовно-цртачког садржи два начела: начело избора и начело односа. Начела се односе на мотиве из целокупног окружења. Избор је условљен конкретним задатком, али и ауторским диктатом који селекцији и целокупном раду даје идејну и визуелну оправданост. Значење новонастале целине је резултат успостављених односа изабраних елемената, њиховим избором места, положаја, тиме и улоге у датом односу.

Изабрани елементи у монтажном-колажном поступку су организовани на три начина, и то у односу: инкорпорације, коегзистенције и сепарације.

Код првог начина, инкорпорације, стапањем два или више делова, формира се симбол новог значења. У случају коегзистенције, ново значење се успоставља непосредним односом два или више изабраних мотива, односно симбола, а код сепарације, разградња мотива производи ново функционално значење.

### 5. 1. 6. 3. Од структуре до процеса

Плакатима треће фазе обједињују се у потпуности претходна два метода, илустративно/сликарски и структурално/монтажни, мешајући се и преплићући увек на нов начин.

Променом у поступку рада од ликовног до знаковног отварају се врата нових изражајних могућности. Први наведени, цртачки поступак, органски по својој природи, завршава се на конкретном решењу/цртежу или слици унапред задатим материјалом, и као такав, без готово икаквих измена се умножава. Аутор је само извођач ликовног дела; суделује у датом процесу на нивоу цртачке операције.

Структурално/знаковни поступак, проширен природно и на дигиталне медије, представља потпуно нови начин рада, захватајући комплексније и целовитије форму плаката.

Оба претходна поступка подразумевају рад у две димензије, како путем цртачких техника, тако и колажно-монтажним операцијама. Карактеристично је, да и у једном и у другом начину рада предложак се осмишљава и реализује само плошно, унапред задатим техникама и операцијама.

Истраживања у трећој фази се измењтају изван дотадашње праксе. У односу на претходна искуства, која су се односила на унапред одређене методе, цртачки или колажно/монтажни, у новом приступу не постоје унапред задати оперативни поступци. Нови начин, односно, све више, начини, рада за свој предмет укључују целокупан физички и ментални простор. „Материјал“ за нове плакате сада се апсорбује најдиректније из окружења. Пажња се усмерава на чин градње и његову драматургију без било каквих просторних и других ограничења. У новим, измењеним околностима, плакат престаје бити само умножен лист папира одређене идеје, настао унапред дефинисаним радним операцијама. Нови плакат не настаје само као резултат датог процеса, него постаје и докуменат везан за сам стваралачки чин.

У новим условима, сваки плакат постаје у потпуности нови изазов, нова експлозија, ново распрскавање, ширење,...

Рад на теми *плакат догађај* је одговор том и таквом изазову, оправдавајући тиме смисао самог плакатског чина.

## 5. 2 ТОК I

Плакат и/или цртеж. Логика облика (цртеж)

***Чврсто агрегатно стање** је карактеристично по својој крутости и отпорности на промене облика и запремине. Материја у чврстом стању задржава фиксну запремину и облик, са саставним честицама и са фиксним позицијама. Промена положаја структурних јединица није могућа и оне мирују.*

### 5. 2. 1. Цртеж и плакат: судар или сусрет

Цртеж је неодвојиви део модерног плаката насталог у деветнаестом веку. Природно изничући из графичких техника примењиваних у реализацији плаката, за то време више него атрактивне уличне форме, обогатио је и језик новом синтагмом - цртачки плакат. Интензиван и брзи развој штампарства, истовремено и појава фотографије, а последњих деценија и експлозивно ширење дигиталних технологија, доприносили су знатном проширивању обликовних могућности које су се односиле И на плакат. Цртеж, без обзира на те радикалне промене, као класична ликовна техника, није нестао са плаката. Он и даље остаје значајан за плакат, али не више нужно, искључиво условљен техничко-технолошким датостима. У новонасталим условима цртеж за плакат није више резултат графичких техника, цртеж је постао питање одређења и слободног избора аутора плаката – његова изражајна и креативна потреба, али и резултат одређеног утицаја наручилаца, неретко неприкосновених судионика у настанку плаката.

Ослобађањем од некада строго лимитираних услова штампе, знатно су умножене могућности различитих приступа третману цртежа на плакату. Тако, и у полазишту постављања и утврђивања Система и начина размишљања, именованог плакат догађај, цртеж је на централном месту у првом делу практичног дела рада, именованом ТОК И. Ова чињеница уједно указује и на подударност између плаката са почетка његове модерне историје, плаката који се јавља у деветнаестом веку, и цртачког плаката, обухваћеног првом фазом истраживања. Неопходно је уз то истаћи, да су и следеће две фазе, попут прве фазе, неодвојиве од одређених процеса и промена које су обележавале модерну и постмодерну уметност. Тиме је пут ка плакату догађају попримао и одлике компендијума, или сажетка и подсетника на неке од тих токова. Установљена веза плаката са појавама у области визуелних уметности је основано потврђивала и природну припадност плаката том корпусу.

Истраживање у првој фази је усмерено на испитивање битних својстава односа цртеж – плакат. Прво ће бити проверена општа дефиниција цртежа укрштањем одређених

релевантних извора. Након тога ће бити представљани плакати, у највећем броју настајали за позоришне представе, са цртежом као носећим елементом. Неопходно је, сходно теми, обратити пажњу на својства и вредности цртежа, сагледати његову позицију на плакату, а онда и у односу на плакат. Тиме би била обједињена прва фаза у исцртавању конкретних обрису плаката догађаја, фигуративно упоредива са праскозорјем.

Црно-бели, у основи линијски цртежи, који припадају цртачким плакатима су заокружене и самосталне ликовне целине. Препознатљивост тих цртежа је произилазила из већ изграђеног индивидуалног цртачког рукописа применом техника - оловке и туша и пера.

Процес настанка цртачког плаката је крајње једноставан. У питању је тек неколико техничких операција. Завршетком цртежа, следи, уз мале или незнатне накнадне исправке и дорату, графичка припрема и монтажа цртежа. То подразумева преношење изведеног рада на графички филм снимањем репро камером, а онда његово монтирање уз предвиђени текст на астралон (прозирну фолију). Новонастала форма се са фолије просветљавањем преноси на офсет плочу, а ова онда монтира на штампарску машину. Следи штампање, тиме и дефинитивно заокруживање процеса израде плаката. На једном упечатљивом и битном детаљу, видљивом из овог описа, неопходно је и додатно задржавање. Реч је о томе да су настанак цртежа за плакат и рад на припреми и штампи два одвојена и међусобно потпуно независна процеса. Та чињеница је и полазна тачка у сагледавању односа цртежа и плаката и изналажење услова за настанак плаката који није само технички повезана целина, већ целовитост изграђена односом укључених елемената. Тиме би отпочело и исцртавање почетних делова трасе пута ка плакату догађају.

У грађи која припада цртачким плакатима препознатљива су два извођачка приступа. Први од њих припада плакатима са линијским црно-белим цртежима, а други се односи на плакате који поред цртежа садрже и експресивне бојене акценте. У питању су трагови настајали брзим и енергичним потезима четком или другим цртачким прибором. Плакати са овим „садржајем“ носе много више од цртачких особености. У питању је успостављање нових односа и конкретан наговештај промена у раду веома битан за даљи рад на плакату.

Анализи цртачких плаката нужно претходи упознавање општих одлика цртежа, што оправдано усмерава пажњу и на неке релевантне изворе. Према једном од њих, Југословенској енциклопедији ликовних умјетности, цртеж је графички приказ облика на некој површини. У ширем смислу, слика предмета или појава, рађена помоћу графичких средстава линијом, знаком, мрљом. Завршна констатација о графичким средствима је

упитна. Линији и мрљи је разложно придружити тачку, ако се има у виду да су линија, мрља и тачка у првом реду средства ликовног и визуелног изражавања, а тек конкретном применом нешто значе. За разлику од њих, знак по дефиницији већ упућује на неки други предмет, чиме се и разликује од наведених цртачких елемената. На основу следећег извора сагледавају се и квалитативне специфичности цртежа. Навод преузет из Википедије природу цртежа повезује са графиком и графичким „...Будући да се ликовни израз у графици оснива на експресивности линије и контрастима црнога и бијелога, овај назив у ширем смислу обухваћа и сваки оригинални цртеж на папиру“. Придев графички и именица графика са њиховим примарним везивањем за репродуктивне (графичке) ликовне технике значењем се односе и на цртеж и цртање. Али, уз ову тврдњу значајно је истаћи, и да, за разлику од графичких техника, цртеж одликује непостојање границе или препреке између процеса стварања и крајњег резултата. То се рефлектује и на крајње резултате када је у питању однос цртеж и плакат. Утврђен идентитет цртежа у реализованим плакатима укљученим у анализу изражава и цртачеву личност на веродостојан начин, видљив у ритму и експресији линија. Несумњиво, цртеж пружа веома велики степен персоналности, можда и највећи, од свих облика и техника ликовног изражавања. Цртежом се говори директније, спонтаније, непосредније и искреније. Очување, не по сваку цену препознатљивог ауторског „рукописа“, него чисте непосредности у цртачком раду је значајно за плакат догађај којег између осталог треба да карактерише процесуалност и намера да директан траг стварања буде и дефинитивно очуван. Процесуалност се у каснијим фазама проширује и изван цртања, на нове технике и поступке, а оно што је најбитније, и на односе међу елементима који су у функцији настајања плаката догађаја.

О процесуалности ће опширније бити речи у поглављу ТОК III.

## 5. 2. . 2. Цртачке технике и поступци

Под техником се подразумева вештина и спретност извођења цртачких задатака стечених образовањем и вежбом. Под поступком се подразумева сам начин извођења замисли којима је цртеж носилац.

Цртежи за плакате прве фазе настају искључиво оловком и тушем и пером. Овом другом, њих много више. Мада је оловка цртачка техника примарно линијског цртежа, код плаката обухважених истраживањем, цртеже оловком одликују широке, контролисано формиране површине постизане различитим валерским вредностима.

Цртежи настали тушем и пером су, као и у случају оловке, доминантно линијски, природно условљени самом техником. Радови тушем и пером се јављају у две цртачке технике. Разлика



између њих је и техничке, али више концептуалне природе, уједно подстицајније за истраживање. Лако уочљиве разлике између те две врсте цртежа омогућавају да се из тих, у много чему различитих постигнућа, изведу битни закључци, значајни за наставак планираног рада. Једна од цртачких техника је заснована на бављењу структуром цртежа, општом темељном вредношћу истраживања са крајњим исходом у плакату догађају. Истакнуто је да и једна и друга група цртежа рађена техником туш-перо за основ има линију, али линију примењену на различите начине. Док једну групу цртежа за плакате одликује описна линија, код друге групе цртежа у питању је техника шрафуре и структуралне материјализације цртаног мотива, или прецизније, техника структуралне линије.

Али, пре бављења структуралним цртежом, с разлогом треба имати у виду и илустрацију, специфичну врсту цртежа. У том погледу пажња је усмерена само на карактеристике илустрације које се односе на област ликовних уметности. У овом примеру, као и у више њих у самом раду, илустрација ће сагледана у односу на синониме и њој блиске речи. Према Речнику синонима Павла Ћосића синоними за илустрацију су: појашњење, пример; слика, скица, на крају и цртеж уз текст. Одговор на питање: шта се појашњава и чега је илустрација пример пре свих нуди синоним наведен на крају набрајања, а то је цртеж уз текст. Појашњење је између осталог и тумачење неке ствари а пример је узор, модел, образац, парадигма... за нешто. Али тек цртеж уз текст нуди кључни одговор, да, када се говори о карактеру илустрације у први план долази конкретан разлог који омогућава њену појаву, а он је изван саме илустрације, одређујући на тај начин и намену илустрације. О том становишту у Речнику Српске академије наука и уметности се, између осталог, за илустрацију каже: „Слика, цртеж и др. који визуелно, ликовно показује или украшава садржај текста, излагања (обично у књизи, новинама и сл.); оно што очигледно сликовито приказује, дочарава нешто, ствара представу, говори о нечему, служи као добар, јасан пример, узор за нешто“. Вујаклијин Лексикон страних речи и израза описује илустрацију на следећи начин: „објашњење, тумачење текста; слика као допуна или украс текста у листу или књизи“; док у Енциклопедији ликовних уметности за илустрацију се може прочитати и следеће: (лат. иллустраре освијетлити, објаснити); „опећнито: објашњавање једног уметничког ђела другим (нпр. књижевног ђела ликовним средствима), тумачење коментарима, примјерима, сликама“. Илустрација генерално представља ликовну интерпретацију текста и као ликовна врста је резултат разлога изван властите појавности, и то је њено најбитније полазно обележје. Те према томе, и цртеже настале за плакате из прве фазе анализе, уопштено можемо назвати илустрацијама, с обзиром да стварају представу, говоре о нечему, преносе нешто, посредују што је споља. Тај положај цртежа се мења променом његовог односа у

организацији плаката. Када цртеж намењен плакату успостави односе са другим елементима, он тада престаје говорити о нечему изван, престаје садржавати својства илустрације. Успостављањем односа са другим елементима, цртеж суделује најдиректније у градњи нових значења и престаје примарно подражавати и подржавати спољне садржаје.

Без обзира на различите цртачке поступке, и колико год су сви цртежи настајали у сагласју са темом плаката, ти цртежи имају заједнички именитељ да су настали као самосталне и аутономне ликовне целине. А то се објашњава њиховим извођењем без било каквог планског и органског дотицаја са условљеностима плаката за који су намењени, изузев што је цртежима унапред било резервисано централно место формата плаката. Онда се додатно може утврдити и следеће. Независно настали цртежи за плакате, и они рађени оловком и они рађени тушем и пером, као заокружене ликовне целине, на плакатима су заузимали положај илустрације интерплетирајући задате теме.

Цртежи оловком због њиховог изразито мањег броја, али и начина на који су рађени, неће бити предмет анализе. Али неки од плаката са цртежима насталим оловком представљаће ослонац у потврђивању других одлика плаката догађаја.

### 5. 2. 3. Описни и структурални цртеж

Основно обележје цртачких плаката представља вертикална композиција, са цртежом у првом плану. Организација плаката са тежиштем на цртежу искључује било какву композициону, тиме и ликовну надградњу. Самим тим, значењско тежиште таквог плаката није у његовој целовитости него само у једном његовом делу, у цртежу.

Техником туш-перо, именованом још и течном техником, за разлику од оловке именоване сувом техником, настао је обимнији и разноврснији материјал, и независно од квантитета, значајнији за истраживање. Цртежи рађени пером и тушем развојени су у две групе према начину употребе линије. Једна група цртежа настаје уз помоћ контурних (опцртних или обрисних) линија а цртежи друге групе су карактеристични по структуралним или градећим линијама.

#### 5. 2. 3. 1. Описни цртеж

Контурне линије описују предмете. Њима се граде спољне границе мотива одвајајући га од површине и суседног облика, постајући тако описни цртеж. Катракартеристични примери контурне линије су примењени на илустрацијама за плакате *Дискотека Пеликан*, *Представа Хамлета у селу Мрдуша Доња*, *Вила Рајски мир*, *Шовинистичка фарса*, *Дон Жуан*, па и *Дервиш и смрт*, где су трагови отиска истовремено и линије мотива. Изузев цртежа на плакату за

дискотеку Пеликан који је цртан кистом (четкицом), остали цртежи су рађени тушем и пером и сви су настајали за потребе позоришта.

Први из групе плаката са цртежом описне линије је рађен за дискотеку Пеликан. Елементи на плакату су постављени вертикално. Цртеж је на централном месту формата плаката, а речи дискотека и пеликан су изнад цртежа. Наслов *Дискотека Пеликан* заузима готово целу горњу половину плаката. Тако велики наслов науштрб ликовним разлозима је резултат захтева наручиоца да именом, пре свега, промовишу ново место за забаву. Наслов је сложен фонтом Ботленецк, који је настао 60-их година прошлог века. Одступајући у конструкцији од традиционалних узора, изабрани фронт је карактеристичним илустративним обликом омогућио да се од слова П из наслова и „дрским“, неочекиваним додатком на последњем слову наслова, слову Н, начине стилизована крила. Тиме је по ивицама формата у доњем делу наслова делимично маркиран и простор за цртеж. Да би композиционо одржао равнотежу са насловом, у подлози цртежа пеликана је постављен тон флуоресцентне наранџасте боје, што је допринело равнотежи два елемента а птицу учинило још видљивијим за посматрача. Флуоресцентна боја великог интензитета простира се до линије савијања крила, а одатле се на крила наставља грамофонска плоча. Плоча је остала црно-бела и тиме додатно истакла цртеж пеликана. За цртање пеликана је коришћена четкица, а за грамофонску плочу рапидограф са шестаром. Цртеж изведен четкицом је „мекан“, елегантан, и са разиграном градацијом линија. Духовит, и готово карикатурални пеликан „накићен“ реквизитима попут слушалица, плејера, грамофонске плоче, па и патика на ногама, веселошћу и безазленошћу је асоцијативно је требао бити у сагласју са забавним садржајем најављеним плакатом. Цртеж пеликана са већ побројаним иконографским елементима, а имајући у виду поклапање времена настанка цртежа са изузетно брзим технолошким променама, истовремено је и занимљив археолошки извор знања. Откривајући слојеве културолошких, социјалних и друштвених значења као инспиративан „товар“, плакат, уопште, заслужује и пажњу другачијег карактера од оне актуелне у овом раду. На следећем плакату, оном за представу *Хамлет у селу Мрдуша Доња* представљена је борба петлова, чиме је тежиште пренесено са метафоричког, тек назначеног дејства, на ликовност цртежа. Описном линијом, насталом енергичним потезима пера, постигнута је експресивност сагласна динамици представљене сцене. Цртеж је и на овом плакату у центру композиције, и потпуно је независан у односу на текст који је постављен изнад и испод цртежа, са подацима о представи у доњем делу плаката. Однос црно-белог цртежа петлова и црвене квадратне растерске подлоге са сенком у пуном црвеном тону допринео је

додатном истицању мотива. Видљиви ефекат је постигнут том техничком интервенцијом, изузимањем ликовних разлога и ликовне целовитости.

Цртеж за плакат *Вила Рајски миф* је такође описни и одликује га, за разлику од претходног цртежа спонтаност и лакоћа којом линије формирају задати мотив. Цртеж изражене игре тамно-светлих површина, садржајне опуштености и безбрижности се доводи у везу са значењима речи из наслова вилом (мисли се на стамбени објекат) и рајским миром које илуструјује на разигран и духовит начин. Цртеж настао према мотиву из америчких комичних филмова (ситуације и гега) с почетка двадесетог века, додатно је везивно ткиво тако постигнутом односу. На овом плакату се могу запазити и новине у организацији елемената. Цртеж, иако аутономан, повезан је са типографски декоративно изведеним насловом (фонт Букман Болд са карактеристичним увећаним орнаменталним изданицима) посредством новог елемента композиције. На овом плакату, тај нови елемент је велика бела површина формата, прострta између наслова са горње стране и цртаног мотива са доње, постајући тако композиционо активан део плаката.

Описни цртежи, иако по својој природи стилски некохерентни, деле једну значајну заједнику особину. Ти цртежи у функцији представа носе изражену ноту веризма (образца наглашенијег од реалистичког приказа). А овај се постиже Избором одговарајућег цртачког приступа постигнутог удубљивањем у драмске текстове или друге актуелне теме за које су цртежи рађени.

Постављањем цртежа у горњи десни угао плаката код плаката за представу *Шовинистичка фарса III*, и његовим наслањањем на наслов, композиција постаје максимално динамизирана. Црном подлогом издуженог формата плаката тај утисак се и појачава. Цртеж на плакату представља два уробороса који се врте у круг гризући један другом реп. Један је обојен у плаво а други у црвено техником ирис штампе којом се постиже поступни прелаз од малог до изразито великог интензитета засићености бојом. Начином наношења боја на спојевима крилатих змија се појављује и бела, чиме три боје повезане у целину асоцирају на боје заступљене на многим државним заставама. Наслов са измешаним словима ћирилице и латинице ту асоцијативност изопштрава. Томе је неопходно додати да се радња представе одвија крајем 80-их година XX века у Паризу, где се укрштају животи два дисидента, Србина и Хрвата, заснована на стереопима о два народа.

Отисак прста заузима готово целу површину плаката за представу *Дервиш и смрт*. Отисак је истовремено место преклапања нацртаних линија трага и природних линијских трагова отиска. Делује као да је референт (означено) „сам свој мајстор“. Спољна, такође цртачка интервенција, је примењена на разграђивању отиска приказом његовог пеђења, тиме и

намере за постизањем поенте плаката. О овом плакату ће бити више речи у поглављу Сучељавање. Значајно је напоменути да је цртачки парадокс код плаката за представу *Дервиш и смрт* наговестио и један још сложенији парадокс, који излази из оквира ликовног рада и премешта се према општем односу цртеж - плакат. О том плакату, кључном за ову фазу, биће речи на крају поглавља ТОК I.

Цртеж као носећи елеменат плаката не заузима више централно место и постаје све више само један, и даље најчешће најзначајнији, међу елементима укљученим у грађене плаката. Одступа се од правила да цртеж буде постављен у средиште формата папира и текстуалним делом постављеним изнад или испод цртежа. Бела површина подлоге плаката, ређе и неки нанесен чисти тон боје престају бити само техничка подршка већој видљивости плаката на јавном месту. Ликовни односи замењују техничке интервенције стварајући тако и читљивост и видљивост естетским резултатима а не техничким ефектима.

Цртежи на плакатима из ове фазе ликовно „боје“ драмски текст, али без нужног инсистирања на обавезујућој стилској препознатљивости. Тежиште се ставља на избор одговарајућих радних поступака и цртачких техника којима плакат постиже одговарајућу „везу“ са задатом темом. Таквим приступом је наговештено и све више примењивано начело да сваки следећи плакат буде потпуно ново делатно искуство. А тај приступ раду на плакату се премешта из поља професије у поље позива. Тиме је започето формирање још једног ослоња у дефинисању плаката догађаја. А структурална цртачка техника, која ће бити представљена у наставку текста, омогућила је проверавање те намере на други начин.

### 5. 2. 3. 2. Структурални цртеж

Структурни цртежи, као и описни цртежи, су одређени функцијом линија које обављају у склопу њихове организације. То значи, да структуралне линије граде, конструишу облике, за разлику од описних, које облике општавају. Како се са структурним линијама често спомињу и текстурне линије, чак их многи и мешају и поистовећују, неопходно је указати на разлике међу њима и тиме потврдити значај структуралних линија за плакат догађај. Иако разлике у начину извођења текстурних и структурних линија готово не постоје, одлике које их раздвајају су суштинске. Како су цртежи за плакате само структурних линија, текстурне линије се сагледавају информативно у функцији излагања међусобних разлика. У објашњењу ових цртачких техника поћи ће се од значења садржаног у њиховим називима. Реч текстура долази од латинске речи *тецтура* и значи ткање, тканина, склоп, састав и односи се на одређено низање, укрштање, преплет. Код цртежа насталог текстурним линијама у

питању су јасно организоване површине различите испуњености насталих слагањем слојева линија.

Структура потиче од латинске речи струцтура и у преводу значи зидање, грађење, али и начин градње. Структуру чине делови повезани у неку целину представљајући својеврстан склоп, поредак, систем, целину. Структуром се исказује унутрашње начело градње неког облика. Текстура је вањски изглед неке плохе и њу чине линије или тачке које равномерно, растерски, покривају површине цртаног мотива. Насупрот томе, структурне линије граде целовит облик наношењем линија у слојевима различитих густина, од оних, готово прозачних до густина максималне зацрњености. Структурна линија начином примене постаје ствар за себе; не тумачи ништа изван онога чега је део; не описује него гради. Структурни цртежи, примењени за плакате, настају повлачењем пера и слагањем насталих трагова, довољно дугих да нису тачке а довољно кратких да нису линије. То су потези. Наношени у маху, минимално одступајући од исцртавања трагова устаљене дужине и интензитета. Потези настају са кратким паузама, тек толиким, колико је шацци неопходно за следећу акцију, следеће остављање трага. И тако, једноличним ритамским диктатом и континуираним умножавањем из структуралних линија изниче замишљени облик.

Структурални цртеж поседује битну одлику за јасније сагледавање плаката догађаја; структурални цртеж је конструкција и производња а не опис, и као такав упућује на процес, а тиме на другачији однос и према плакату.

Структурални цртежи не наговештавају, они доносе промене у сагледавању начина организације плаката, тиме и све веће приближавање пуној конкретизацији плаката догађаја. Изабраним примерима пет плаката те промене ће и детаљније бити истакнуте. Четири од пет изабраних плаката су урађени за позоришне представе: *Маратонци трче почасни круг*, *Урнебесна тагедија*, *Чудо у Шаргану* и *Обешењак*. Пети плакат припада другој тематској целини и односи се на Фестивал документарног и краткометражног филма. Међу изабраним примерима плакат за позоришну представу *Обешењак* садржи у најизоштренијем виду парадоксалан однос између цртежа и плаката, носећи тиме и симптом кључне промене. Тим односом цртежа и плаката не само да је наговештена, него је постала нужном промена усмерена ка другачијем плакату, односно плакату догађају. Кроз представљање пет изабраних плаката, та промена ће бити видљива и очигледна.

Плакат за представу *Маратонци трче почасни круг* садржи цртеж фронтално постављене фигуре човека у црном оделу с упереним пиштољем у правцу посматрача. Портрет човека није конкретан лик, него пет цртачки повезаних ликова у један. А ови су различитих карактера и старосне доби. Тај истакнути детаљ је појачан контрастом портрета и фигуре

прерађене из експлоатисаног образа често коришћеног у пропагандним - мобилизаторским плакатима достижући највећу популарност са Ујка Семом и његовим позивом у војску САД. Поигравање већ познатим моделом доведено је до апсурда тиме да је гест упереног прста са споменутих ратних плаката замењен другом радњом – упереним пиштољем. Примена боје, као и на претходним цртачким плакатима није у функцији ликовних разрешења колико оних техничке природе у хијерархијском распореду елемената на плакату. Љубичасти тон нанесен у позадини лика не покрива целу површину плаката. На њему је изостављена боја површине коју покрива „многолики“ портрет и шака са револвером. Тако је истакнут тен лица и бела брада најстаријег међу ликовима. Промена се односи и на текст наслова представе, и начин на који је постављен. Наслов није сложен стандардним фонтом, него је ручно цртан и уклопљен са фигуром лика наоружаног пиштољем. Тиме је наслов композиционо организован као ликовни елемент, постајући природни и интегрални део цртежа.

Отворена кутија и огромно око које из ње посматра су мотиви цртежа на плакату за Фестивал документарног филма. Плакат је рађен у две величине, Б1 и Б2, положеног и вертикалног формата. Потпуна доминација цртежа постигнута је његовом величином и централним положајем у задатом како вертикалном, тако и хоризонталном положају плаката. Текст се налази испод цртежа. Величина текста је условљена двојезичном применом и великим бројем података. Нужно умањен текст доприноси још већем истицању мотива кутије. Оквир око цртежа суделује у композиционом стабилизовању текста истовремено асоцирајући и на један издвојен кадар или фрејм, данас одомаћени термин из сфере дигиталних технологија. Примена боје и код овог плаката је, као и у претходним плакатима, у функцији додатног истицања цртежа. Самодовољност структуралног цртежа и у овом примеру је евидентна. Чисти и равномерно нанесени тон светле окер боје кутију у којој се налази око, додатно „гура“ према посматрачу истичући је и контрастом са плавим тоном позадине.

Плакате за представе *Урнебесна трагедија*, *Чудо у Шаргану* и *Обешењак* поред цртачког поступка обједињује и мотив рељефа који је у сва три примера употребљен као основа цртаног мотива. Из рељефних плоча извиру нестварни, фантазмагорични призори. Цртеж за *Чудо у Шаргану* представља масивну камену плочу, на којој је смештено осам крилатих фантастичних бића распоређених у два реда. Плоча је са једне стране савијена попут књиге меканог повеза, готово припремљена за читање. На плакатима *Урнебесна трагедија* и *Обешењак* цртежи су ближи алузијама на рељефе, али за разлику од првог примера са јасно организованим распоредом крилатих створења, то су стецишта мноштва фигура у великом броју сцена које надреалним садржајима попуњавају простор око централних мотива. На плакату за представу *Урнебесна*

*трагедија* фигурални орнаменти се налазе око три фигуре: деде, оца и унука, умотаних у лудачку кошуљу која формира облик звезде петокраке.

На цртежу који се налази на плакату за представу *Обешењак* представљен је човек који стоји на омчи од вешала, усмереног погледа у даљину, са једном руком изнад очију, а другом се придржавајући за омчу. На цртежу, као и на претходном, за *Урнебесну трагедију*, фигуре фантазијских призора, окружују лик из првог плана.

Кључна одлика плаката за представу *Обешењак* проистекла је из односа цртежа и плаката. Позиција цртежа код стандардног плаката је јасно одређена његовим функционалним положајем и односом са текстом. Са *Обешењаком*, где је наслов интегрисан са цртежом, потпуно је поништена линија раздвајања цртежа и плаката. Више се постоји очекивана граница. Структурални цртеж заузима целокупну површину формата плаката. Наслов је, као и на неколико претходних плаката, цртан идентичним поступком као и сам цртеж, постајући тако саставни део цртежа и равноправна ликовна чињеница. Како је представу постављао драмски студио, који успешно окупља позоришне занесењаке али не и финансијска средства, плакат је штампан само у једној, и то црној, боји. Крајње прозаични разлог, недостатак финансијских средстава за веће „апетите“, допринео је видљивости парадокса на релацији плакат - цртеж. Нестанак маркираних позиција цртежа као дела плаката произвео је и питање: плакат и(или) цртеж? Стопљеним саставним (и) и раставним (или) везницима та позиција је и граматички постала очигледна. Шаховски речено, дошло је до пат позиције, неодлучног, неодређеног положаја у којем су даљи потези у истом правцу били неизводљиви.

Релација цртеж и(или) плакат је омогућила да један ток нужно настави новим смером, променама унутар плаката самог, његовом новом организацијом.

Стапање текста и цртежа у органску целину довели су до претварања плаката у испразно стециште, огољели простор, простор без односа и сусрета, простор чистог преноса. Таква позиција плаката је на крају изнудила окретање структуралној организацији и свестранијем развијању услова за *плакат догађај*.

#### 5. 2. 4. Инкунабула

Фазом ТОК I представљен је приказ плаката редоследом како су плакати настајали. Одступања од тог редоследа, до којих је долазило, оправдана су сврставањем плаката у одговарајуће групе којима по техници рада припадају. Случај плаката за Тузланско љето и позоришну представу *Обешењак* су посебно индикативни: први, што настаје готово на почетку професионалног бављења графичким дизајном, и што тај плакат припада веома



малом броју до тада реализованих плаката. А онда, његов значај постаје видљив тек са почетком истраживања на тему *плаката догађаја*. У том периоду активног бављења карактеристикама урађених плаката сагледана је и вредност метода и процеса рада којим је плакат за манифестацију Тузланско лето настао. Тај приступ плакату и сва каснија интересовања директно су повезани са *нултим плакатом* и намером стварања плаката чија „тежина“ треба да буде у производни а не пуком преносу. Искуства стечена овим плакатом су значајно проширена код плаката у трећем делу рада, када ће бити опширније представљена.

Плакат за драмски текст Борислава Пекића, *Обешењак*, изразито је значајан, као и претходни плакат, у склапању целине *плаката догађаја*. *Обешењак* добија значајно место слагањем мозаика изражајних елемената који тек одговарајућим међусобним уклапањима дају видљиву путању ка *плакату догађају*.

Плакат за представу *Обешењак* је, као последњи, већ представљен у групи плаката са структурним цртежом. Истакнут је и његов значај у погледу односа цртеж – плакат, а преко тог односа и синтагма испразно стециште, коју тај однос производи. Испразно стециште је први део подналова докторског уметничког рада *Плакат догађај*. Преко подналова *Од испразног стецишта до генератора смисла* је у више значењских планова истакнут процес који омогућава појаву *плаката догађаја*. Поднасловом је позиција испразног стецишта одређена као полазна позиција. Плакат у тој позицији не поседује међусобне односе елемената. Потрага за изменом тог и таквог „амбијента“ доводи нужно до укључивања монтаже. Узимајући у обзир наведено објашњење, природно је било прву фазу, ТОК I, почети са *Обешењаком*. Али, имајући у виду и друге карактеристике које су овај плакат учиниле значајним, с оправданим разлогом, уз представљање тим плакатом се завршава прва фаза рада и истраживања.

Наведено је већ у претходном делу текста, да бављење истраживањем услова и начина настанка *плаката догађаја* у свим фазама које се односе на практичан рад подразумева неодвојивост од искустава модерне и постмодерне уметности, кроз које, између осталог, треба да се огледа и карактер *плаката догађаја*. На почетку текста ове фазе, указано је на припадање плаката области ликовних уметности од његове појаве у XIX веку до међусобног раздвајања које је прво видљиво код немачког предметног плаката, почетком XX века. Ако су први плакати представљени у ТОК-у I рађени као аутономне ликовне целине, плакат за представу *Обешењак*, начином на који је у тоталитету изведен, од цртања до штампе, представља савремену инкунабулу. То потврђује свестраност процеса кроз који проверавају различити приступи у спроведеном истраживању. Инкунабуле припадају најстаријим

штампаним књигама. Њихова основна карактеристика је да се штампају помоћу дрвених плоча на којима се текст и слика интегрално урезају за сваку појединачну страну. У том поступку је препознат и поступак којим је припреман и умножен *Обешењак*. Цртеж заједно са текстом је једна целина, и он се такав, без икаквих накнадних интервенција, умножава, у овом случају у офсет штампи.

Наведеном компарацијом, као и осталима на које ће бити указано, није призивана пука глорификација свестраности изражајних потенцијала плаката, колико и једино, утврђивање континуитета и поступности сложеног процеса настанка *плаката догађаја*. Тај процес, у сваком случају, кореспондира са односом плаката кроз различите историјске фазе са уметничким искуствима двадесетог и двадесет првог века у целини.

### 5. 2. 5 Потез, ритуал

Са настанком структуралних цртежа јасно се уочава и својство које те цртеже суштински одређује, а то је потез; покрет и траг стопљени у једно. Потез је траг настао повлачењем употребљеним прибором, у случају структуралних цртежа - покрет пером. Потез у себи садржи кретњу руком као радњу и траг пера као резултат те радње. Потез се може ближе одредити и синонима, међу којима су: корак, гест, акт, удар, захват, чин, радња, дејство, покрет, откуцај... Потез је дуктус према латинском *ductus*, вођење, начин вођења пера руком при писању (цртању), рукопис; а то је и вођење, управљање, пут, ток. Према Ролану Барту,<sup>56</sup> дуктус није облик: он је покрет и редослед, укратко временитост, тренутак творења. Барт га назива стабилним, објективним телом графичких облика или скрипцијом, које се уочава једино менталним усресређивањем на писање. Даље, дуктус је важан део скриптуралног догађаја, како Барт истиче, који се налази у чињеници наглашавања важности производње (продуктивности текста) супротстављајући је замрзнутости структуре дела.

„Дуктус је важан зато што је чињеница производње а не облик производа; потом, зато што у живом стању представља уношење тела у повучени траг. Дуктус је људски покрет у свом антрополошком распону; тамо где траг показује своју мануелну, занатску, оперативну и телесну природу.“

Надградња цртачких плаката започиње претварањем јединичног потеза са структуралних цртежа у знак самосталног значења који добија јасно нијансирану функцију на новонасталим плакатима.

Потез прерастао у знак садржи и нови квалитет; а то је гест, и експресивност потеза.

---

<sup>56</sup> Барт Ролан, *Варијације у писму* & *Задовољство у тексту*, Службени гласник, Београд 2011.

Плакати на прелазу од Тока I ка Току II садрже експресивне гестуалне трагове, готово нормиране у начину примене и они постижу естетска значења не толико семиотичким функцијама, колико својом формом и визуелношћу.

На плакатима Тока III гест препушта место деловању у тоталитету, где телесно изражавање у просторно временском оквиру догађаја поприма сасвим другачије карактеристике.

Потези, једини елементи у стварању структуралних цртежа, ритамским наношењем на папир по унутрашњем диктату, тек с назнакама одређене идеје која се потезима дефинитивно формира постају и ритуал. Ритуално деловање се одвија за радним столом. Више је од навике и обичаја тиме што није стандардизовано, што је понављање физичке природе а не ментално и тиме што доноси одређене вредности. Та радња се претвара у свечани чин и церемонију које се одвијају у складу са одређеним (практичним) намерама и потрагом за симболичним садржајима. Ритуал, између осталог, треба тражити у прекиду са закономерностима тржишног деловања и посвећености ономе што структурални цртеж, односно плакат доноси собом сам.

## 6. МеђуТОК

Издавојена група плаката, споменута информативно на почетку поглавља ТОК I, настаје паралелно са цртачким плакатима. Ти плакати доносе конкретне промене усмерење ка установљавању видљивих основа *плаката догађаја*. Дефинитивно, цртачки плакати препуштају место новим обликовним поступцима. Више се не говори о цртању, него о градњи плаката и градњи у самом плакату. Постојећем цртаном мотиву се додаје нови елемент јасно дефинисаних карактеристика, успостављајући однос са цртежом, чинећи плакат стециштем сусрета, сретања.

### 6. 1. МеђуТОК I

Пре него што буду анализирани изабрани плакати, неопходно је представити плакат који је актуелни изглед добио пост фестум, десет и више година после његовог настанка као најаве једне позоришне представе, што значи и много касније од плаката уврштених у ову групу плаката. Тај плакат, рађен за представу Брутов нож, и индикативан је из два разлога. Први се односи на конкретну интервенцију на већ урађеном плакату, и то много година после његовог настанка и предвиђене намене. Други разлог је садржан у увођењу новог радног поступка и елемената, који иако настају цртачки, не припадају илустрацији насталој за плакат. У изворној верзији на плакату се налазио црно-бели линијски цртеж и типографски организован наслов, имена глумца и сарадника на представи. Више година после премијере, на плакату је извршена интервенција. Преко цртежа, који је покривао највећи део хоризонтално постављеног плаката, извучена су три потеза четком у бојама Француске заставе, покривајући великим делом зграду Лувра на плакату. Интервенција у црвеној белој и плавој боји и снажно интониран визуелни и симболички акценат су представљали изазов актуелној пракси цртаног плаката. Монтажни поступак преузима примат над илустрацијом, отварајући и утврђујући перманентну отвореност према новим плакатским односима усмереним ка плакату догађају. Већ овим новинама: увођењем монтаже код плаката и разбијање једне од „најтврђих“ плакатских конвенција, да се плакат ради искључиво за потребе актуелне представе или неког другог садржаја, су већ били вредан залог уложен у плакат догађај.

### 6. 2. МеђуТОК II

Посјета старе даме, припада цртачким плакатима, и то је први плакат са одређеном интервенцијом, која не произилази органски из цртежа, измештајући тиме пажњу и изван

тог ликовног мотива. Плакат садржи бојени траг сенке који се пружа иза нацртане фигуре старе госпође. Цртеж је црно-бели, а траг сенке, такође нацртан оловком као и комплетан цртеж, је накнадно, у штампи, обојен црвеном бојом. Црвена сенка, уз црно-бели цртеж, проширује симболичко дејство плаката. Померено је реално очекивање посматрача. Мада настала као природан део црно-белог цртежа, сенка је додавањем црвене боје постала и независан елеменат, успостављајући на нов начин однос са цртежом и насловом као другим елементом плаката. Црно бела сенка иза женске фигуре је била природан траг и припадала једној ликовној целини. Променом боје, она је више од сенке, постаје и елеменат неочекиваног. Плакат тако постаје стедиште динамичног односа укључених елемената. Може се рећи, да је у основним обрисима већ у питању пример плаката догађаја. Иако и код овог плаката цртеж настаје начином, независним од плаката, тиме што сенка више није само природан траг одређеног извора светла, него накнадно бојом акцентован део, долази до промене и стварања једног новог односа у којем, промена боје не само да снажно појачава драмски ефекат, него што је још значајније, доводи до радикалне промене у постављању нових вредности код плаката.

Следећим примерима је настављено, додатно и са разноврснијим избором укључених елемената, ширење идеје и простора плаката догађаја. На тим плакатима нису примењени ауторски цртежи, него у једном случају само словни елементи, а у другом репродукција графике изложене на бијеналу за коју је рађен плакат.

Плакат који је наручило Општинско синдикално вијеће Тузла поводом обележавања Међународног празника рада садржи на графички веома сведеном плакату надградњу слова А у речи наслова МАЈ. Убацивањем експресивне линије повучене широким потезом четком наместо леве косе линије слова нарушена је једнообразност решења карактеристична за ту врсту плаката и успостављен нови и неочекивани однос слова и линије. Та „интервенција“ уводи не само у истински другачију визуелну динамику целине плаката, већ у значењском слоју измешта традиционална очекивања, у овом случају идеолошки огољене информације, уводећи нова симболична значења. Заменом традиционалне црвене боје загасито црвеном, а онда „разбијање“ по вертикали експресивно повученим потезом хоризонтално постављеног текста, додатно истакнутог линијским растером такође хоризонталног тока, пригодни политички плакат је „проговорио“ на другачији начин. Симболична значења дата наведеним односом неодвојива су од актуелних прилика времена настанка плаката.

Плакат за „6 интернационални биенални фестивал портрета“, склопљен од две потпуно различите визуелне целине. Једна од тих целина је графика – изложбени рад са наведеног бијенала, на којој је портрет Ван Гога. Другој целини су припадали експресивно извучени

кратки потези четком, њих већи број. Ти потези прекривају равномерно графику, простирући се дијагонално и пролазећи испод и преко портрета, ритамски јасно усмереног тока. И цртеж, и линије су настали изван простора плаката на коме се налазе. Два елемента на плакату су у одређеном односу, функционишу као целина. На овом плакату је у потпуности примењен монтажни поступак којим су диспарантни делови доведени у чврсту композициону везу. Та веза је и додатно појачана међусобним „додиром“ уметника са графике (Ван Гог) и експресивних потеза блиских његовом сликарском сензибилитету. Представљени плакати су садржавали нове, и наравно, неопходне смернице у даљем утврђивању карактера плаката догађаја, у чему је улога монтаже од немерљивог значаја.

### 6. 3. МеђуТОК III

Почетком истраживачког рада на тему плаката догађаја установљена су два паралелна тока, два различита процеса пута ка плакату догађају. Оба начина рада, који су усмеравали даљи ток, су већ на почетку бављења плакатом била примењена у раду на плакату. Један од њих подразумева односе елемената на плакату, а други је карактеристичан непосредном укључености аутора у раду на плакату и током штампе, до његовог дефинитивног завршетка. Примери првог начин арада су већ представљени. У наставку текста ће бити представљен други наведени радни процес.

Плакат за Лџетни програм Тузла'82, садржи потез(е) четком у три основне боје (црвеној, плавој и жутој). Снажно повучене линије простиру се готово целом дужином вертикално постављеног плаката. Применом транспарентних боја у штампи, међусобна преклапања основних боја омогућила су појављивање и три секундарне боје (наранџасте, зелене и љубичасте). Том интервенцијом је формиран спектар боја. Оно што плакат за Лџетњи програм чини потпуно другачијим у односу на плакате цртачке фазе је непостојање готовог цртежа на плакату. Шест боја спектра се појављује током штампања плаката. Ликовни знак - четком повучена линија - са траговима распрскавања боје на почетку повлачења потеза услед притиска четке натопљене бојом на површину папира, а на завршетку повлачења са траговима цурења боје, је имао улогу модела у настанку плаката. Изведена линија је цртеж у дословном смислу, али цртеж који настанком не фиксира своју функцију, нити се такав непосредно не преноси на плакат. Од цртежа насталог повученим трагом боје начињен је цинкани клише, неопходан за штампу.

Померањем клишеа током штампања плаката, лево и десно у односу на његов средишњи, централни положај на штампарској форми, „рађа“ се плакат. Сваки пут пред припрему једне

од три предвиђене боје за штампу, а плакат је штампан у три боје, долазило је до преклапања транспарентних боја, и поступне појаве елемената спектра. То више није умножавање готовог цртежа, као код плаката из прве, цртачке фазе. Сада плакат и идејом и материјално настаје директно у процесу штампе. На почетку рада, од цртежа повученог трага црне боје је начињен клише. Током штампе, померањем тог клишеа у три пролаза штампе, на плакату се формира спектар боја, графички представљена идеја плаката, која се целовито може видети тек завршетком штампе.

Код плаката за Летњи програм, задржан је делом начин рада карактеристичан за цртачке плакате. Снажно повученим потезом четке настајала је експресивна линија. Следила је радња исправљања папира у вертикални положај са још свеже начињеним трагом. Широка линија од влажног туша је по инерцији додатно издужена делимичним контролисањем цурења боје ка ивици папира. За разлику од цртачких плаката, за које цртеж настаје у потпуно издвојеном, аутономном процесу и такав се, без накнадних интервенција примењује на плакату, траг боје или снажно извучена линија, иако је цртеж по себи, у односу на плакат, је само предложак, један од елемената неопходних у конституисању плаката. Најбитније промене у односу на плакате из претходне фазе се одвијају интервенцијама током штампе. Положај клишеа са мотивом трага боје се мења заједно са променом боја на ваљцима за штампу, и тако се штампају црвена, плава и жута линија, а њиховим преклапањима настају и три изведене боје: наранџаста, љубичаста и зелена. Из приложеног је очигледно, да процес штампе директно суделује, не само у репродуковању, него и у настанку плаката у његовом завршном изгледу.

Описани процес је у потпуности омогућио стваране кључних претпоставки настанка *плаката догађаја*. Чак и тврдња да је *плакат догађај* већ ту, није беспредметна (без основа).

Ако се поново пажња усмери на етимологију и већ изнесу мисао. „... да се што догоди, морају двије ствари доћи у дотицај, морају се срести“, дефинитивно је очевидан дотицај, срастање на описаном плакату. И не само то; већ се истиче и друга потврђена вредност; плакат догађај настаје током целог процеса рада непосреднијим активним суделовањем аутора и претварање плаката од производа у производњу. Елементи плаката су истовремено и елементи творбе *плаката догађаја*.

Плакат за Летњи програм је пример плаката чије настајање представља процес, али не онај техничке природе, када се операције изводе према плану који прописују технички услови, него процес у којем суделује и аутор, надограђујући га.

У другом начину рада, примењеном на цртачким плакатима, промене доноси додавање новог елемента и успостављањем односа којим се гради значење и промовише поступак монтаже.



## 7. ТОК II

Плакат и структура. Логика поступка (колаж/монтажа)

*Течно агрегатно стање се састоји од честица фиксне запремине, али променљивог облика који се прилагођава зиду. Честице су још увек близу једна другој али су слободније. За разлику од чврсте материје, молекули течности имају знатно већу слободу кретања.*

### 7. 1.

У првом поглављу докторског уметничког рада *Плакат догађај* предмет интересовања је улога цртежа на плакату. Установљено је, између осталог, да цртеж и плакат у једној тачки њиховог односа производе пат позицију. Тиме долази до потпуног брисања међусобних разлика. Цртеж са заокруженом идејом и насловом (код позоришног плаката) изведеним идентичним цртачким поступком као и мотив, чини упитним статус плаката, где је простор цртежа исто што и простор плаката. Плакат је у тој позицији испразно стециште. То значи, одређен је искључиво као простор преноса одређене теме и идеје идеје, а не простор производње. Према постојећој ситуацији утврђено је да цртачки плакати, представљени у првом поглављу, садрже тек рудименте, зачетке плаката догађаја. Структуралним линијама се цртеж гради, насупротив контурним линијама које облик описују (оивичавају). Укрштањем и слагањем мноштва потеза, потом, њиховим слојевитим мрежастим ткањем, настају формирано мотиви. Акрибичним цртачким поступком тако настали цртежи су потпуно затворени и без могућности да се суштински мењају. Али треба истаћи, да структурне линије међусобним односима, укрштањем, преклапањем и спајањем, производе нови облик, и наговештај су плаката догађаја, али наговештај у само једном његовом делу. Ако је у уводном делу рада карактер догађаја изведен из дотицаја, сртања два елемента, и њиховог односа, неопходно је успостављену релацију плаката и цртежа учинити пропусном, „омекшати је“ и истражити неопходне услове настанка целовитог *плаката догађаја*.

Укључивање цртачки изведених експресивних трагова боје, и доводећи их у однос са већ готовим цртежима или текстуалним делом, омогућило је стицање услова за промене те врсте. Плакат на тај начин постаје обећавајући склоп, изгледно отварајући могућност формирања једног другачијег плаката, *плаката догађаја*.

### 7. 2.

Лев Манович у књизи „Метамедији“ наводи да су: „све кључне технике модерних визуелних комуникација развијене у периоду од друге половине прве деценије XX века до краја 20-их: фото и филмска монтажа, колаж, модеран графички дизајн, модерна типографија“, „класичан филмски језик“, на крају и надреализам, закључујући, да: „суштински нових приступа након 20-их није било“, те, да је: „авангардна визија материјализована кроз компјутер.“

Први обриси плаката догађаја се јављају већ са применом стандардних цртачких техника и ликовним радом, а преломна искуства у његовом дефинисању започињу преласком на радикалну измену поступка рада у новим потпуно другачијим условима које великим делом омогућава и појава компјутера. Очигледно је да се и *плакат догађај* прелама кроз наведену Мановичеву констатацију о конкретној намери „материјализованој компјутером“. Значај те промене се може додатано приближити и инспиративним примером из једне епизоде стрипа о младом индијанцу Умпах Паху, Ренеа Гошпинија и Алберта Удерца (René Goscinny, Albert Uderzo) из 1958. године. Значај компјутера у раду на плакату, метафорично је упоредив са рупицом на завоју којим су биле прекривене очи Умпах Паха у једном драматичном тренутку из истоименог стрипа. Ево и те договштине. Да би спасио заробљеног младог белог официра и задржао у својој породици, Умпах-Пах је подвргнут тешким испитима провере његових способности. Ако успешно савлада постављене задатке, Умпах Пах ће спасити живот Дуплог скалпа, алијас Витеза од Киселе штрудле, којег је, извесно време пре тога, заробио, а онда са њим постао велики пријатељ. Након што је успешно прошао две провере, на трећем, најтежем испиту, Умпах Пах мора везаних очију стрелом погодити мету. Након што је индијанац успешно завршио и тај испит, погодивши у центар мету, раздрагани Дупли скалп га упита:

– Ви сте страпан, драги Умпах! Како сте само успели... да не очешете оног маторог (врача који је инсистирао на овим испитима) и да погодите мету?...

Умпах Пах му одговори:

– Инстинкт тркача преријом: њух вука... спретност као код мог тотема – пуме, а сем тога... била је једна рупица на завоју!

Компјутер је та метафорична рупица, или у конкретним околностима, већ увелико незаменљиво средство рада. Та, без даљег, „свемоћна алатка“ чини сувишним многе вештине традиционалног ликовног рада, истовремено их надомешта онима дигиталног типа: ефикасније, прецизније, брже, тачније.... Наравно, не остајући само на нивоу алатке. Духовита епизода некада веома популарног стрипа, је покушај сагледавања и приближавања великих потенцијала једне нове технике и технологије, оличене у компјутеру. Ономе ко већ

поседује таленат и способности, ономе ко уз то зна и шта хоће, компјутер је изванредна „стрела за прецизан погодак у центар мете“. Компјутер дефинитивно, као незаобилазна чињеница, омогућава потпуно нови приступ раду (и) на плакату. Захваљујући том чеду дигиталне ере, и једно, праксом оформљено начело плакатског рада је престало да важи. Пре појаве компјутера, било какве накнадне промене, или уопште другачији начин размишљања у раду на плакату мимо технолошке условљености били су тешко изводљиви, чак и немогући. Веома строга процедура, подређена сложеним операцијама и трошковима, ограничавали су или и онемогућавали многе замисли и решења. Идејни „испади“ су искрсавали досетљивошћу и довијањем у конкретним приликама, најчешће интервенцијама у самом процесу припреме и штампе, али, наравно, под условом да те интервенције не доводе у питање предвиђени технолошки процес, тиме аутоматски и планирани буџет. Појавом компјутера, нестала су многа од тих ограничења. Додуше, ментална ограничења, која не произилазе из дигиталног окружења, и даље остају. Промене у раду су, захваљујући компјутеру, постајале изводљивије, све више као резултат става и уверења а не нужности. Али зато, границе нужности у раду су носиле и носе слојевитији доживљај кроз непосредан сусрет са материјалом и тиме наравно и ону битну искуствену, пуноћу насталу са овладавањем сваким новим плакатским изазовом. Пример плаката за Тузланско љето, али и примери других плаката укључених у овај рад на то и практично упућују.

### 7. 3.

Први обриси плаката догађаја се јављају у цртачким плакатима пре свега применом структуралних линија којима се мотиви не описују него граде. Тако постигнута самониклост цртежа прераста у самодовољност и пат позицију између цртежа и плаката. Међусобне позиције плаката и цртежа су замрзнуте онемогућавајући било шта осим непрекидног понављања идентичне позиције. Увођење монтаже, делатности којом се већ готови и разнородни делови међусобно повезују у једну целину, допринело је радикалној промени и у организацији плаката, учинивши трајно извесним плакат догађај.

Плакатима представљеним у претходном поглављу под насловом МеђуТОК I, пажња је усмерена на нове визуелне визуелне и изражајне могућности плаката. Аутономан цртеж се више не појављује сам, и није један и једини. Сада су ту, заједно са цртежом, или чак и без њега, и нови елементи који суделују у настанку плаката. Новоформирана целина представља простор грађења односа и начине градње. Односи су ти који носе промену, где делови плаката, његов језик, постају активни садржај.

#### 7. 4. Монтажа – општа начела

Монтажа - технички и креативни поступак, доприноси радикалној промени у организацији плаката. Увођењем и повезивањем готових и разноврсних делова, чини трајно извесним *плакат догађај*.

Елементи плаката уопште, ништа другачије и плаката догађаја су слика и реч, с тим да код плаката догађаја - особеног ауторског пројекта, термин слика се односи пре свега на цртеж и фотографију а термин реч обједињује садржаје формиране од словних знакова. Битна одлика плаката догађаја је, да сви обухваћени елементи: цртеж, фотографија и типографија (овде се мисли искључиво на организацију словних знакова), могу суделовати, а често и суделују заједнички у градњи плаката у мери властите идејне и ликовно-графичке оправданости у датој целини. Уврштени елементи не подлежу никаквим спољним правилима стила или намере. Не постоји ништа изван међусобно оправданог, изграђеног, и тиме унутрашњим естетским и комуникативним закономерностима задатог односа. Тако формиран плакат, с једне стране је резултат успостављених односа његових елемената, а са друге, сам плакат је тај који доводи до завршног резултата тај чин. Када се говори о монтажи, вредно је поновити, да је у питању одабир и спој већ готових, разнородних делова у компактну целину, што су код плаката догађаја генерално реч и слика.

Плакат за позоришну представу Обешењак начином израде подсећа на технику првих штампаних књига – инкунабула, названих табуларне или блок књиге. Код тих књига комплетан текст и слика или слике су урезивани на дрвену плочу и тако целовито штампани. Код Обешењака такође, структурални цртеж је урађен потпуно истим поступком са текстуалним делом - насловом, и онда интегрално штампан као плакат. Како су постојале две врсте инкунабула, ова друга, с називом типографска, штампана покретним словима Јохана Гутенберга, уводи у област монтажног плаката, тиме и плаката догађаја. Гутенберг први примењује штампу помичним словима, што је подразумевало да сваки нови лист књиге нужно настаје новим распоредом слова. Гутенбергово откриће и његова примена, мада у прво време примењени на књизи, били су прва конкретна антиципација и монтажног плаката.

Монтажа је исходишно филмски термин али је као метод веома брзо, са појавом авангардних покрета у првим деценијама XX века, била прихваћена и у другим уметничким врстама, пре свих књижевности и сликарству.

Однос вербалног и визуелног код плаката, тиме и примена монтаже, има и своју, много дужу предисторију у односу на његову појаву почетком XX века. Формирање плаката је

неодвојиво од појаве штампе у петнаестом веку, а облик који је у основи и данас задржан, је везан за другу половину деветнаестог века. Чињеница је, да су током целокупне историје плаката, све до дигиталне ере, техничко-технолошки услови били пресудни у изгледу плаката. Оглашавање је допринело да плакат буде довољно привлачан како би испунио планиране функције продаје, политичке агитације, информисања... У тим разлозима може се тражити оправдање за издашну употребу графичког мотива уз текст на порукама предвиђеним истицању на јавним местима. Слика уз текст на плакату је пружала пуно динамичнију, привлачнију, видљивију, тиме и лакше памтљиву информацију, за највећи број, претежно неписмених, становника. Монтажа је, према томе, примарно својство плаката, постајући актуелна почетком XX века, али на нови начин подстицана новим технологијама и енормно нараслим интересовањем примереном веома динамичном градском животу.

Плакат спојем визуелног и вербалног, односно речи и слике, представља хибридную творевину, састављену од елемената различитог порекла. Делови, појединачно већ довршени, који се спајају, циљаним повезивањем добијају потпуно нова својства. Лав Куљешов (Лев Владими́рович Кулешо́в) визионарски смишља чувену филмску монтажну једначину:  $A + B = C$ , при чему две вредности у споју не дају збир већ трећу – нову вредност. Та монтажна и „математичка“ операција применљива је и изван филма, у другим визуелним врстама, такође и код плаката.

Променама које омогућава монтажа је претходило и значајно допринело и једно научно истраживање. Почетком двадесетог века немачки психолози Макс Вертхајмер, Волфанг Келер и Курт Кофка (M. Wertheimer, W. Köhler i K. Koffka) су поставили Гешталт теорију, која се може сажети у реченицу: „Целина је већа од самог збира делова“. Гешталт је немачка ријеч која се дословно преводи као облик или форма. С тим у вези појам гешталт означава јединствену целину, која има карактеристике другачије од саставних делова те целине. Најједноставнији пример потврди ове тврдње је наизменично паљење и гашење две сијалице када око посматрача региструје привидно кретање светлости мада сијалице наизменично мирују. Реченица је такође пример гешталта с обзиром да садржи карактеристике које се не могу наћи ни у једној речи појединачно. Истраживања и резултати Гешталт психологије имали су великог удела у прихватању и новом сагледавању монтаже и код плаката. Према Волкеру Клоцу (Volker Klotz) монтажа разбија дело као јединствен организам. Дело није више целовито, оно је местимично отворено; оно има „пукотине“, „рупе“. Принцип монтаже не инсистира на природи већ на техници. Па тако, цртачки плакат, организован ликовним поступком, иако потпуно транспарентне цртачке технике,

обликовање мотива доводи до компактности и повезаности. За разлику од цртежа на плакату, монтажом се готови делови који се уграђују противе добро познатом утиску истородног јединства. Према компарацији коју је начинио Клоц, разлике између органског и монтажног дела се могу применити на однос цртачког и монтажног плаката:

- цртачки плакат је хомоген а монтажни хетероген;
- материјал код цртачког плаката је јединствен, код монтажног различит;
- поступак код цртачког плаката је равномеран, код монтажног променљив, противречан;
- конструкција цртачког плаката је мање видљива, код монтажног је наглашена;
- производни процес код цртачког плаката је издвојен од плаката, код монтажног плаката је видљив и отворен;
- визуелни и естетски резултат код цртачког плаката је коначан, затворен контекст а код монтажног непотпун и може се наставити.

Нарушавање пасивне позиције посматрача је један од битних циљева плаката догађаја. Када је реч о начину пријема често нагомилане асоцијативне грађе као монтажне целине, плакат се у првом тренутку сагледава симултано (истовремено). Након првог, у принципу и веома битног утиска, плакатом се „шета“ освајајући га sukcesивно (наизменично), али онда и алеаторно крећући се слободно, насумично, на прескок, површином плаката.

Плакат догађај је намењен не конзументу, потрошачу, пролазнику... него субјекту - бићу које спознаје и делује (насупротив вањском свету као објекту спознаје и делатности).

Крене ли се од организације материјала код плаката, монтажа се односи на избор и селекцију материјала и њихово одговарајуће повезивање. Тим монтажним операцијама кристалишу се две основне функције: наративна и експресивна. Мада је плакат догађај више заснован на овој другој - експресивној, најчешће се и једна и друга примењене заједно. Наративна функција садржи, може се рећи, веран приказ одређеног садржаја, а експресивна функција се заснива на контрастним односима елемената или њиховим сударима производећи тако одређени доживљај и градећи поенту.

## 7. 5. Монтажа и колаж

Монтажа (лат. и фран. *montage* = саставити) је поступак спајања различитих делова у естетски компоновану целину. Слично је, ако не и исто, са колажем, можда не у поступку колико у намери. Колаж (фран. *coller* = налепити, залепити) је такође техника спајања хетерогених

материјала, али пре свега лепљењем. Граница између монтаже и колажа је веома често готово невидљива, што наводи на мисао да је реч о синонимима. Ипак, разлике постоје.

Колаж се јавља у ликовној уметности почетком XX века, тачније 1912. године када Пикасо и Брак на традиционално рађене штафелајне слике уклапају и лепе делове тапета, комаде мушеме и друге затечене, одбачене материјале, и крпице наравно. Ликовни приказ је надомештен директним приказом одређеног материјала. Техника колажа постаје незаобилазна. Својство је, како надреализма, кубизма, футуризма, тако и графичког дизајна, препозната већ и у раној фази развоја плаката у радовима Браће Бегарстаф с краја XIX и почетка XX века.

Карактеристике ове нове технике се састоје у далеко снажнијем визуелном дојму постигнутом великим контрастима, чак и сударима разноликих и диспарантних елемената што им одређује другачије место у односу на класичну визуелну целину. Колаж прекида са илузионистичким представљањем базирајући значење на директном присуству лепљених материјала. Револуционарни карактер те технике се састоји у визуелном шоку сукоба супротних елемената. Монтажа и колаж премештају слику из илузионистичког простора представљања у простор директног предочавања (комбиновани, такође лепљени елементи представљају сами себе, и нису нешто друго до они сами). Повезивања цртежа и фотографије у најелементарнијем виду, стога представљају готово норму, омогућавајући таквим сусретима различитих „предмета“ и појаву другачијег плаката. Плакат догађај постаје комплексно место сусрета материјала и форми, чије експлозивно окупљање унутар плаката успоставља и нови однос са посматрачем.

Плакат догађај монтажом и колажом не ствара илузију, привид реалности, није реалистички, односно миметички. Увођењем фрагмената реалности плакат се мења од самих темеља, он не указује на стварност, он јесте стварност, али фиктивна стварност.

## 7. 6. Реч и слика

Сликом и речју се именују два различита језичка и комуникативна система, који граде структуру плаката догађаја. Слика, најшире схваћено, обухвата и обједињује две засебне визуелне врсте - цртеж и фотографију, и тај избор, а не нужност природе медија, происходи из ауторских опредељења. Тиме плакат догађај најпре потврђује своје порекло. Реч код плаката се односи на праксу стварања вербалних целина.

Полазећи од основног својства плаката као „ткања“ два различита језика, при томе прихватајући Лотманов став да се под језиком „подразумева сваки систем који служи циљевима комуникације“, неопходно је представити карактеристике тих језика.

### 7. 6. 1. Реч

Реч као део плаката догађаја постаје нешто више у односу на унесено граматичко значење. Прво обликом и ортографски: материјалним извођењем, писањем или слагањем; а онда и интонацијом: јачином, ритмом, темпом, осећајношћу (афективношћу) и изражајношћу (експресивношћу).

Када се говори о речи у склопу *плаката догађаја*, треба нагласити, да је у питању основни елемент вербалне комуникације и уз то, најмања јединица језика која носи значење. Реч може чинити једно или више слова која имају облик и визуелну вредност, појединачно значење (смисаону вредност), службу у већим јединицама језика (функционалну вредност) и опште значење (граматичку вредност).

Поред тога што свака реч у склопу *плаката догађаја* има своје појединачно значење, речи имају и шира значења која произилазе из односа визуелних и вербалних елемената на плакату.

Може се закључити, да када се говори и о *плакату догађају*, речи се не могу одредити у пуном значењу без визуелних елемената на које се односе у склопу плаката, управо као што се ни ти елементи не могу схватити без речи које их именују и тиме функционално одређују.

#### 7. 6. 1. 1. Типографија

У одређивању места типографије код *плаката догађаја* послужиће давнашња подела типографије Фрање Месароша на типографију у ужем и у ширем смислу. Та подела је настала на основу карактеристика традиционалног штампарства, које, изразито се не мењајући од Гутенберга, па све до дигиталног доба, обједињује делатности ручног, после и машинског слога, по много чему најбитнијих струка за типографију. Стога и синоним за типографију носи назив словослагарство. Типографија у ужем смислу, према Месарошу се односи само на умеће обликовања слога, за разлику од типографије у ширем смислу која обједињавала и ручни и машински слог и типо-штампу. Данас, у технолошки радикално измењеним околностима, радом на компјутеру, спојене су све, или готово све струке које су се некада односиле на типографију. А конкретно, када се говори о *плакату догађају*, оправданије је у примени имати у виду типографију у ужем смислу, тиме што се односи само на обликовање словног садржаја, који се принципијелно односи на веома сведени словни део. То су добрим делом наслови или језгровите поруке. Тиме је најчешће изазов природно усмерен на експресију словних знакова више него на типографски организовани податак.



Тежиште се с тим разлогом преноси много више на реч као визуелну и ликовну чињеницу, него на њен информативни карактер.

Реч типографија потиче од грчких речи *typos* – жиг, печат, отисак, лик, облик и *graphein* – писати, и када је у питању плакат, односи се пре свега на избор слова, величину и облике, односе елемената писма: боје, ритма, форме и контраста између облика слова и позадине.

Основни типографски елементи: површина, слово и линија, представљају градеће материјале типографије, а ови: обликом, тежином, величином, положајем... и највише односом писмовних делова – слова равноправно са цртежом и(или) фотографијом суделују у градњи плаката.

*Плакат догађај* подразумева постизање читког, кохерентног и визуелно организованог типографског дела на начин видљив за посматрача, а посматрач више у њему, а не „иза њега“, да налази неопходне и пожељне одговоре.

Према Карелу Тајгеу; стара типографија је постављала само питање КАКО?

Нова типографија (Тајге је већ дефинише конструктивном), када приступа организацији поставља себи следећа питања: Шта? Ко ме? Због чега? И тек синтеза одговора на ова питања јесте одговор КАКО?

Компјутери су стару графичку технологију и припадајуће струке учинили сувишнима. Нестају и сви дотадашњи типографски стандарди. Место старих, студиозно пројектованих фонтова заузимају експресивније типографије. Нови услови рада омогућавају далеко практичније не само обликовање с писмом него и обликовање писма.

Парафразирајући мисао холандског дизајнера Вим Кроувела (Wim Crouwel), која гласи: „Веровали смо да типографија не сме садржати значење, њега је требало препустити тексту“. Словни знак, реч и комплетан писмовни материјал не би требали имати значење по себи, значење треба бити садржано у целини плаката.

Имајући у виду да област слике код плаката догађаја „покривају“ цртеж и фотографија, други конститутивни елемент - реч у састав плаката догађаја бива уврштен након типографске „обrade“. Тек тада, међусобним односом три елемента, заокружује се оптички јединствена целина у две равни, и то оне: симболичке и конкретне, визуелно-графичке природе.

Принцип организовања *плаката догађаја* ће бити демонстриран на примерима реализованих плаката.

## 7. 6. 2 Слика

Визуелни део плаката је обједињен термином слика укључује цртеж и фотографију, које одликују представљање и приказивање за разлику од другог конститутивног дела плаката - речи, која означава (именује). Повезивањем цртежа и фотографије се не жели постићи целовитост органског типа, карактеристична за цртеж из првог дела рада ТОК I), већ се успоставља и гради знаковни однос. Повезивање две визуелне врсте одређено је трагањем за поетским обрасцима, али је у питању и поврћивање ауторског сензибилитета који постаје неодојив део рада. Опредељењем да цртеж и фотографија заједнички егзистирају на плакату само додатно истиче већ успостављени однос речи и слике, једног вербалног а другог визуелног, али обједињених заједничком намером - комуникацијом. Оваквим „непринципијелним“ односом цртежа и фотографије, тежиште се пребацује на знаковне односе као неопходну претпоставку појаве плаката догађаја.

Намером да плакат буде простор односа његових елемената, а не ликовна целина, створени су услови за потпуно другачији приступ плакату. Стога, у даљем току настанка *плаката догађаја* семиолошки приступ постаје незаобилазан и нужан, полазећи од дефиниције семиологије као науке која проучава улогу и развој знакова у култури неког друштва. Први корак у том правцу се односи и на знаковну дефиницију слике као термина којим се обележава визуелни део плаката. Тој намери ће на одговарајући начин послужити подела знакова Чарса Сандерса Перса (Charles Sanders Peirce). Знак уопштено за Перса је нешто што стоји за нешто друго и то је једино обележје заједничко свим знаковима. А оно што знак представља, друга је његова особина. Предложивши разликовање између иконичких, индексних и симболичких знакова, Перс је иконичке знакове разврстао, такође у три групе: дијаграме, метафоре и слике. Према дефиницији, иконички знакови се темеље на њиховој сличности са предметом којег представљају, при чему су слике иконички знакови који имају заједничка једноставна својства с предметом. Иако код Перса, слике не подразумевају само визуелна и пикторална својства, него било која видљива својства и њихове комбинације које представљају предмет, за проблематику плаката догађаја визуелна и пикторална својства су једина битна својства.

Реч и слика/слика и реч

Плакат је својом „језичком“ природом заснован на релацији реч и слика. Веза визуелног и вербалног у људској цивилизацији се јавља појавом писма, ако се има у виду да је други „језик“

формиран већ са пећинским цртежом. Реч и слика међусобним односом више него подстакнутим индустријском револуцијом и техничко-технолошким развојем, значајно обележавају савремену цивилизацију,... где је свакако незаобилазно место и плаката.

Проблемско усмерење на однос речи и слике код плаката заснива се на изразу (експресији) и комуникацији произведеној тим односом, који у симбиози представљају битно својство *плаката догађаја*.

Знаковна сложеност односа насталог између визуелног и вербалног, видљивог и изрецивог, означавања и представљања носи собом изазов и одговорност према новонасталој форми, како за оног ко ту форму организације, тако и за оног ко ту форму прима, „дешифрује“, тумачи. То води ка претпоставци, па и уверењу, да потенцијал који собом, у спреси, носе реч и слика, јесу открића и задовољства на вишем нивоу од оног који претпоставља утилитарна функција плаката и његово усмерење ка тачно утврђеној користи.

### 7. 6. 3. Од цртежа до знака

Трагајући за битним својствима плаката догађаја, истраживање је неопходно проширено од ликовне анализе цртежа и линије као ликовног елемента, ка области семиологије - опште науке о знаковима, која својим дејством покрива за плакат шири и свеобухватнији простор. Наводи о цртежу двојице аутора, једног Британца бугарског порекла, Пјера Рув и Лазара Трифуновића, и историчара уметности, ликовног критичара и професора Универзитета у Београду, представљају значајне смернице у одређивању места цртежа у новом приступу плакату.

Пјер Рув (Pierre Rouve) у предговору каталога 10-ог ријечког бијенала цртежа (1986) анализира етимологију речи цртеж, па наводи између осталог да енглески језик наглашава два посебна аспекта употребе вишезначног појма 'цртеж' - (*drawing*): његову аутономност као засебну естетску категорију, те стварну емпиријску радњу потребну за стварање ове независне категорије. Рув даље истиче: „Њемачка ријеч за '*drawing*' или '*disegno*' (италијански) извор је богатих одјека не само логичке већ и семиолошке нарави. То стога што '*zeichen*' значи ознаку или знак. У складу са тим, перцепцијски знакови означавају мисаоне садржаје: цртеж исцртава бујање значења.“

Лазар Трифуновић слично Руву, у анализи цртежа полази од његове етимологије у српском језику: У сва три облика: ЦРГАТИ (као радња), ЦРТАЊЕ (као чин) и ЦРТЕЖ (као завршено дело), у основи је црта или линија, што значи, ако сасвим упростимо проблем, да је цртеж оно дело у коме је линија основно и једино изражајно средство. Таква дефиниција, сувише техницистичка, не захвата дубље слојеве које цртеж у себи садржи... Трифуновић

онда прави поређење: Реч цртеж (*Le dessin; die Zeichnung*) не изводи као код нас црта-линија (*La ligne; die Linie*) већ од појма знак (*le signe; das Zeichen*), што вуче корене из латинског језика (*signum*). Очито је да се не ради о игри речи, ни о етимолошким зачкољицама, већ о дубинском слоју једне речи који упућује на потпуније схватање цртежа... Цртеж увек у себи садржи нешто истраживачко, неодређено, концептуално.

#### 7. 6. 4. Фотографија

Фотографија је техника хемијског, али данас више него преовлађујућег дигиталног записивања призора из стварности на слоју материјала који је осетљив на светлост која до њега допире. Реч долази од грчког *phos* - свјетло, те *graphê* - цртање, што у слободном преводу значи отприлике „цртање помоћу светла“.

Око фотографије се од њеног настанка у деветнаестом веку сучељавају становишта да ли је фотографија уметност или само изванредно средство документовања. Ласло Мохоли Нађ (*Laslo Moholy Nagy*) суштински разрешава ту дилему. Један од професора са Баухаус школе и свестрани стваралац у области уметности и дизајна, Мохоли Нађ, не трага за аргументима за и против. Он питање потпуно обрће, и не пита се да ли је фотографија уметност, него: Да ли се с проналаском фотографије није изменио целокупан карактер уметности? „Није ствар у томе да се сликарство замени фотографијом, него у томе да се разјасне односи који владају између фотографије и сликарства, те да се покаже како је развитак техничких средстава, насталих захваљујући индустријској револуцији, у материјалном смислу придонео генези нових форми у оптичком стваралаштву“.

Полазећи од чињенице да фотографија путем светла записује реалне призоре, јавља се и питање: Да ли је фотографија одраз стварности или пак креира сопствену стварност. Интересовања са фотографијом су изашла из оквира бележења, документовања и окренула се инсценацији, јер је тако, супротно самој природи медија, учинила фикционализацију пољем интересовања. На место света реалности дошло је аранжирање, онда и многи облици одступања од традиционалног модела представљања уз помоћ компјутера и дигиталне слике. Треба истаћи да фотографија као елемент *плаката догађаја*, заједно са типографски организованим словним знацима и цртачким елементима суделује у градњи заокружене и слојевите симболичке целине, која тек добија одговарајућу пуноћу препуштена посматрачу, односно осећаоцу и читачу.

Примена фотографије као једног од три градећа стуба плаката догађаја подразумева и анализу њених садржаја и форме. Преко елемената форме, тачке, линије, светле-сене, валера, боје, простора и перспективе и композиционих начела, којима припадају: оквир и

кадар, ракурс, план, осветљење, контраст, хармонија, ритам, равнотежа, пропорција, доминација, јединство...., сагледавају се функције и значења фотографије. За разлику од линеарног читања текста, фотографија се целовито и истовремено свеобухватно сагледава. Како у случају фотографије, тако и у случају цртежа и свеукупним обухватањем плаката. У односу на текст, разлика фотографије наспрам цртежа је друге природе. Односи се на извођење и инструменте тог извођења. Уместо туша и пера или оловке, за фотографију се користи оптика, уместо папира или неке друге цртачке подлоге филм или у електронском облику пиксели.

Данас термин „семиологија“ обично означава ранији, релативно нефлексибилни приступ, заснован на структуралистичкој лингвистици, а „семиотика“ указује на позније, флуидније моделе, који укључују психоанализу, па је сада фокус пре на процесима производње значења, него на текстуалним системима.<sup>57</sup>

Као и цртеж, и фотографија се у склопу плаката догађаја примарно сагледава семиолошки. Фотографија је „текст - визуелни знак који може да се чита/преведе, јер је створена применљива аналогија природних и конвенционалних знакова.“ Уз то, фотографија је вишезначењски систем. „Испод својих означитеља она разумјева један лебдећи ланац означених, од којих читатељ може изабрати нека, а занемарити остала“. Барт

Може се, такође, извести аналогија између неограничености дигитализоване слике и постструктуралистичких теорија о језику и значењу које проистичу из идеја филозофа Жака Дериде о природи језика и значења. Ове теорије наглашавају полисемичну природу знакова (њихову способност да означавају више од једне фиксне ствари) и њихову неодређеност (начин на који су језик и систем знакова константно „у развоју“, јер се стално модификују и нијансирају, читајући се и изговарајући у различитим друштвеним контекстима). Они никада не достижу крајњу дестинацију – фиксно, устаљено значење; односно, неку врсту „закључка“.

Фотографија у склопу *плаката догађаја* се сагледава пре свега због визуелних и симболичних вредности а не због могућности верног регистровања и преношења. Фотографија код *плаката догађаја* нити је аутентична, нити верна, она треба бити истинита тиме што се не бави сликом као изјавом о ономе што је фотографисано, већ се односи на описану сцену као изјаву о чињеницама које би требало да слика пренесе.

---

<sup>57</sup> *Фотографија*, Критички увод, приредила Лиз Велс, (превеле са енглеског: Катарина Радовић и Паула Миклошевич Мухар), Слио, Београд, 2006.

И ту се појављује она битна разлика између два приступа у „савладавању“ или читању *плаката догађаја*. *Плакат догађај* није за видети, путем лежерног регистровања чулом вида на нивоу пуког препознавања. То у крајњем случају може бити само увод. *Плакат догађај* подразумева гледање. Плакат утиче на оног који гледа, овај утиче на плакат. Гледање је дакле пракса везана уз односе моћи која се тиче и процеса комуникације.

## 8. ТОК II

### плакати

Потреба да се осветли искуство настанка плаката *Експлозија/мрља* се појавила и инсценацијом у форми дневничке белешке објављене уз текст-компилацију самосталне изложбе плаката тринаест година након настанка наведеног плаката.

Није се више могла пренебрегнути чињеница да *нулти плакат (Експлозија/мрља)* постаје важна обједињујућа нит у целокупном ауторском плакатском „ткању“.

Актуелизовање *нултог плаката Експлозија/мрља*) и овај пут се јавља у битном моменту; тај плакат поново сигнализира промене у приступу плакату и наговештава нови ток, истовремено и сам еволуирајући. Нужном променом редоследа речи, произашлом из карактеристика самог рада, наслов *Експлозија/мрља* постаје *Мрља/експлозија* указујући тиме на кључну промену у којој су видљиво нарасла искуства предвидљивог тежила ка новом излазу, ка непредвидљивом, поново ка експлозији. Стога је ова промена редоследа речи резултирала двојаким вредношћу: освајањем нових позиција у процесу рада а тиме и проширивањем дефиниције плаката.

Промена у наслову плаката; где више експлозија не претходи мрљи, него мрља експлозији, водила је ка потпуно новим могућностима у раду наспрам цртачког искуства. Реч је о колажно-монтажном поступку који обележава другу фазу рада. Док је прву фазу чинила препознатљивом ликовна проблематика и линијски цртеж применом два цртачка поступка (описни и структурални), дотле у другој фази монтажа и колаж одређују координате новом начину размишљања и деловања. Сада, поред цртежа и фотографија постаје битан елеменат плаката. Рад се више не базира на стварању новог, непоновљивог, интегралног ликовног дела. Суштина рада је одређена самим избором између већ постојећих како цртежа тако и фотографија, а онда, међусобним односом изабраних елемената.

#### 8. 1. Начело избора и начело односа

Новим начином рада је био отворен пут потпуно другачијем истраживању окренутом организацији и односу повезаних елемената у сваком појединачном плакату.

Новина у односу на ликовна и цртачка искустава садржана је у два јасно одређена начела: начелу избора и начелу односа. Опажањем је тема „детектована“ сажимањем, селекцијом и организацијом података, јасно издвајајући битне од небитних. Начело избора је укључивало

селекцију између мноштва мотива, оних који су обликовани за дату намену, али и оних који су већ постојали. „Улазак“ у задату тему претпостављао је особени доживљај и „наклоњеност“ одређеним мотивима, што је онда покретало решавање постављеног задатка. Сагледавање и свођење мотива условљени су унапред постављеном оквирном идејом или чак и њеним формирањем у процесу рада.

Нови поступак рада подразумевао је прецизну радну процедуру установљену са применом техника колажа и монтаже. Тај процес је садржавао неколико јасно дефинисаних корака у обједињавању целокупне активности ка реализацији појединачног плаката. Џејмс Веб Јанг те кораке назива техникама производње идеја. Моше Рубинштајн и Вид Печјак говоре о четири посебне фазе, немачки филозоф Хелмхолц те технике своди на три корака.

Чарлс С. Вејкфилд у књизи Предатор универзума: Људски ум, попут Јанга, говори о пет фаза којима се идентификује стваралачки чин:

- схватање да проблем постоји
- дефиниција проблема
- зарањање у проблем и чињеничне податке око њега
- период инкубације и привидног мира
- експлозија-умни продор, изненадни скок мимо сваке логике, мимо уобичајених корака за долажење до нормалних решења.

Наведена истраживања целовито обухватају активности које Вид Печјак распоређује на фазу припреме, инкубације илуминације и на крају провере (версификације). Препознате као и најближе у организацији ауторског рада везаног за плакат, те фазе ће бити и детаљније образложене.

Припрема је прва фаза, и садржи стицање информација и разумевање грађе која је у центру пажње у изналажењу решења и никако се не може прескочити и заобићи. Тада се поставља проблем и отвара пут у изналажењу решења.

Инкубација је друга фаза, фаза мировања, или седења на јајима, пре него што се излегу пилићи. У психолошком мишљењу тим изразом се означава време у којем „сазревају информације“ скупљене током фазе припреме. Инкубација може бити и веома кратка али и веома дуга, а њено трајање је одређено како мотивацијом „трагаоца“ тако и изворима трагања.

Илуминација (просветљење) трећа фаза, је исто што и изненадно, неочекивано, муњевито решење проблема. Идеја долази такорећи „у једном даху“ и без напора. Архимедов узвик Еурека – нашао сам! је најстарија инспирација за коју постоји поуздано сведочење.



Инспирација, реч латинског корена и значи удисај. Надахнута идеја не оставља трагове у сећању. Она се брзо појављује и брзо нестаје.

Фаза провере (версификације) је на крају. У питању је тежак мисаони рад, пошто се утврђује вредност, односно практична употребљивост дате идеје. У тој фази се постепено долази до доказа о њеној оправданости. Новорођена идеја има неке јединствене карактеристике: неразрађена је и састоји се само из неколико темељних принципа или описа; оригинална је замисао повезивања претходних искустава која на први поглед немају ништа заједничко; удруживање на први поглед неспојивих елемената мишљења; идеја по правилу изненађује својом једноставношћу.

Поступак обликовања и реализовања појединог решења подразумевао по правилу равноправну употребу фотографије и цртежа укључујући и текстуални део типографски организованих словних облика.

Претходећи сваком практичном раду, идеја значајно утиче и на смер тог рада, подразумевајући како избор и међусобно организовање компонованог материјала тако и реализацију постигнуте целине. Избор је увек био условљен конкретним задатком, али и ауторским диктатом који селекцији и целокупној организацији даје препознатљиву ноту. Значење је произишло из одређивања места, положаја и хијерархије изабраних елемената у датом односу. А сама организација тих елемената се јављала у једном од три поједнако значајна односа, или чак и међусобно комбинованим, означених као: **стапање** или **инкорпорација**, **сусретање** или **коегзистенција** и на крају **разлагање** или **сепарација**.

У првом случају, код стапања два или више мотива, односно симбола, формирао се мотив новог значења. У другом случају, код сусретања, ново значење се успоставља непосредним односом два или више изабраних мотива, односно симбола, а код трећег примера, код разлагања, разграђивање мотива-симбола води новом функционалном значењу.

Плакати који ће у наставку бити представљени рађени су за позоришне представе и позоришне манифестације, али и за друге врсте културних и друштвених садржаја.

Први плакати по редоследу представљања, рађени за позоришне представе *Власт*, *Коске'48* и *Родољупци* су двоструко артикулисани. У једној равни, ти плакати су обрасци, модели, огледни примери, три различита начина монтажно колажног поступка рада. А у другој равни, та решења поступно чине видљивим нови начин рада, исказан у јасном одмаку од

уобичајеног приступа плакату као трансмисији, преноснику одређених података у задатом комуникационом ланцу.

Плакат *Власт* рађен већ за конкретну позоришну представу, са одређеним изменама је употребљен и у функцији једног од модела колажно-монтажног поступка. Делимично, исти је случај и са плакатом за представу *Коске '48*, с тим, што је у односу на плакат представе званичног позоришног репертоара, урађен потпуно нови плакат применом фотографије и изменом године у наслову условљеном контекстом. Значајан податак који се односио на нови плакат је тај да је плакат у потпуности рађен дигиталним путем. Друга битна карактеристика овог плаката-модела је да он није настао према вањском диктату, као врста наруџбе или професионалног рада, него као резултат (дубоко личне) потребе пробуђене актуелним збивањима. Трећи плакат модел се односи на представу *Родолупци*. Настао је пост фестум, десет година након премијере те култне представе у режији Дејана Мијача. Обликовање наведеног плаката није било нити доцкан, нити прекасно, јер смисао рада на том плакату је био у нечему другом. Та и таква активност је иницирала размишљање о надилажењу дубоко усађених правила да плакат постоји само кроз наруџбу и професионални одговор на исту егзистирајући у шанчевима традиционалних навика. Намера је била налазити нове начине трајања плаката и мимо искључивих вањских условљености. Прихватање плаката и изван његове споља дириговане улоге и наруџбе, стварало би и нове могућности за комуникацију плакатом путем индивидуалног избора и намере, и да оно што плакат као особен медиј садржи може трајати и изван споља наметнутог диктата, као порука по себи, која властитом снагом и интензитетом у мрежи мноштва других порука може наћи разлоге трајању.

За *Родолупце* изабран је мотив компаса који је састављен из више сечених комада који не формирају конзистентан инструмент, чиме се дефинисање, односно „расипање“ мотива који треба да показује стране света, асоцијативно односи на тему и главне ликове комедије Стерије Поповића, њихово недефинисано родољубље и правац без смера.

На плакату за комедију *Власт*, коју познати комендиограф Бранислав Нушића није успео завршити, налази се високи јонски стуб и на њему камелеон, као крајње „читљива“ метафора као одговор на карактеристичан детаљ представе: долазак Тозе на власт и промену његовог понашања...

Код плаката *Коске'48*, рађеног у две верзије, друга од њих, потпуно изведена дигитално, и стога са примењеном фотографијом, карактеристично је стапање два различита мотива (уста

и очију) и постизање новог значења као суштинског својства монтажног поступка који се заснива на тим основама.

Плакати за позоришне представе *Протекција*, *Турнеја* и *Кућу!*... су први плакати, настајали, у кратком размаку један за другим, са примењеним колажно монтажним поступком. Обједињена су цртачка и ликовна искуства, карактеристична за дотадашњи рад у потпуности прилагођена новом поступку. Равноправна заступљеност цртежа, фотографије и типографије је заједничка одлика ових плаката. Неспорне разлике у приступу сваком појединачном плакату већ на почетку указују на велики потенцијал монтажног поступка, истовремено нови начин рада у градњи плаката.

Сви елементи у монтажном/колажном начину рада, и цртеж, и фотографија, свакако и типографија, активно и равноправно су заступљени у постизању целовитости идеје и материјализације.

Плакат за комедију Бранислава Нушића *Протекција*, у режији Даријана Михајловића, која је била на репертоару Крушевачког позоришта, је реализован у сито штампи. И за другу представу *Турнеја*, у режији Милана Караџића, постављену у Ателеју 212, плакат је урађен у истој техници. За представу *Кућу!*..., Ателеја 212 и у режији Радослава Миленковића, за разлику од претходна два, примењена је техника офсет штампе. Већ истицање различитих врста штампе говори о специфичностима репродуктивних поступака и неодвојивости поступка и крајњег резултата када је реч о плакату. Некада су штампарске технике биле много значајнији чинилац у формирању целовитог утиска о плакату. Нажалост, то више није случај. Нови репродуктивни поступци, с једне стране, мењају однос према плакату, нарочито данас, у дигиталној ери. Све већа једнообразност реализације, до које долази како из економских разлога, тако и из оних прозаичних – да се посао отаља, не доприноси постизању високих техничких квалитета плаката. Стога, указивање на одређене штампарске технике, и изналажење начина да се и даље примењују, прилог је истицању и те, свакако значајне, стране процењивања плаката.

На плакату за комедију *Протекција* се налази испружена шака одраслог човека на којој седи пајац (лутка). Фотографски мотив је представљен из профила истичући положај руке који као да је кренуо у одређеном правцу у којем је усмерен и поглед пајца. Одређена радња се тек наслуђује. Комотни, опуштени положај пајца у шапи као у удобној столици, додатно је „откривен“ и његовим немарно прекрштеним ногама. Доминантна тачка односа елемената плаката су претпоследња два слова наслова и шака. Слова су неправилно померена из њиховог уобичајеног, правилног хоризонталног распореда покретом руке на којој је пајац.

Тиме и типографски део, наслов *Протекција*, непосредно суделује у стварању догађаја. Померање распореда слова у наслову открива и смер руке која следи поглед лутка, разоткривајући тим покретом све оно што се подводи под подршку, помагање, протежирање... Готово стерилну чистоћу простора сцене изведеној у функцији истицања детаља са словима наспрам визуелног мотива, „отопљавају“ цртачки изведене кинетичке линије, опонашајући наборе на свиленој хаљини лутке, тиме суптилно динамизирајући композицију.

„Турнеја је драма заснована на сукобу двеју потпуно различитих сфера. Једна обухвата свет глуме, а друга свет рата. Та два дискурса до те мере супротстављена један другоме, да се скоро искључују: тамо где је глумац, нема места рату, када дође рат, глума нема шта да тражи“, наводи Горан Марковић, истичући кључне полуге представе играње у Ателеју 212, а неколико година касније преточене и у филм.

Плакат за представу *Турнеја*, изведен је као и претходни плакат, техником колажа и монтаже. За разлику од *Протекције*, где је језгровитост и једноставност основ представљања, код плаката за *Турнеју* фотографија детаља аутоматске пушке се простире с краја на крај хоризонтално постављене површине плаката у повишеном молском кључу и тамни валери црне боје доминирају плакатом. Глумачки ансамбл у игри је изведен цртачки, оловком, и тако додатно одвојен од површине хладног метала изразито увећаног оружја. Глумци су смештени на цев аутомата, у горњем десном углу плаката. Додатно су истакнути и колористички, поступком ирис штампе. Тако су добили (битну) улогу акцента у тамним бојама прекривеном плакату. Назив представе је на левој страни сложен фонтом Стенцил и постављен вертикално. Паралелно уз наслов сложен је текст са именима глумаца и других учесника представе. Текст је попунио три четвртине уже стране плаката и простирући се и делом где се умећу меци у оружје асоцирајући тако и на реденик са мецима. Две вертикале настале од наслова представе и имена чиниле су баланс хоризонталним линијама аутоматске пушке. Наслов *Турнеја* је садржавао акценат на делу слова Н, усмеравајући пажњу том црвеном дијагоном ка сцени са глумцима, на којима је између осталих, доминирала црвена боја. Наслов *Турнеја*, као и *Протекција* надилазе лексички карактер, постајући и визуелна чињеница са јасном функцијом.

Трећи, из ове групе плаката је урађен за драму *Кућу!...*, постављену као и *Турнеја*, у Ателеју 212. И овај плакат је настао применом колажа и монтаже, откривајући на нови начин потенцијал поступка. Плакат *Кућу!...* још више је, чак и у односу на *Турнеју*, засићен визуелним садржајима. Читљивост је постигнута великим контрастом светло плавог квадрата у централном делу композиције наспрам тамно сивог цртежа у негативу, који покрива целу

површину плаката. Дводимензионална површина плаката је место стварања илузије дубине уз помоћ монтираног „парчета“ неба, на руком неправилно исцепани комад папира. Мотив је представљен у птичијој перспективи која испод посматрача избија стабилну тачку ослоња. Сада је и елемент надреалног увучен у сцену, доприносећи укупном утиску. Поред „неба“ се налазе старе ципеле, које наговештавају да их је неко ту изуо, појачавајући додатно драмски ефекат.

Радослав Миленковић, редитељ представе, наводи у својим белешкама: „...Све што кажем преслаба је реч за оно што осећам док читам те текстове... света који је окамењена, тако добро и тако дуго већ симулирана стварност да смо поверовали да је то наш живот и наша истина.“

Наслов за плакат *Кућу!*... надилази оквира лексице. Интерпункцијски знаци се по правилу не користе код наслова, али на овом плакату три тачке имају оправдање. Односећи се на прекид набрајња, на нешто неизговорено, недоречено, изостављено.... директно се односе и на драмске елементе текста.

Начела избора и односа, монтажа и колаж су у пуној мери заступљени и код плаката који ће бити представљени у наставку. Иако се основне, већ претходно назначене, карактеристике рада не мењају, промене су видљиве у начину примене колажно монтажног поступка у појединачним плакатима.

Плакати за представе *Лисистрата*, *Ја начелников'ца* и *Малограђани* не садрже уобичајену комбинацију фотографије и цртежа са претходних плаката. Код њих је консеквентно спроведен поступак само са једним елементом, цртежом или фотографијом. Такав избор само потврђује разноврсне могућности које технике монтаже и колажа пружају. Код *Лисистрате* је то цртеж-силуета женских ногу у чизмама умножен са поступним смањењем валера и стварањем илузије дубине. Дисциплинован војнички поредак и нескривена одлучност у положају ногу су у сагласју са темом представе. Поред силуете ногу, на телу женске фигуре из првог плана је постављен знак обавезног заустављања Стоп, већ својом природом, графички сведен, уклопљен на одговарајући ликовни начин у целину, алузивно усмеравајући пажњу посматрача у довољно разумљивом правцу инсценираном околностима повезаним са драмским током представе. Знак стоп додатно акцентује и изоштрава елементе драмског заплета преносећи радњу из Античке Грчке у савремено доба. На то упућује саобраћајни знак, цивилизацијски који припада данашњем времену.

Општим карактеристикама овог рада придружује се и податак да је плакат комплетно урађен дигиталним путем, у програмима Илустратор и Фотошоп (Illustrator, Photoshop), али

мимикријски, искључивањем разлика у односу на аналогни рад, рад традиционалним поступцима и алатима. Оправданост рада компјутером на овом раду садржан је великим делом само у ефикасности и техничком квалитету крајњег резултата.

Плакат за комедију *Ја начелников'ца* је изведен је као колаж преузимајући делове гравира из трговачког каталога насталог још у XIX веку. Фигура мушкарца у оделу са главом шакала и женска рука у првом плану су монтирани од исечака из публикације *Goods and Merchandise* састављене од дрвореза преузетих из викторијанских каталога. Повезивање мушке седеће фигуре званичног става на фотељи, чак некој врсти трона, са главом шакала, слика је неког високог званичника. Женска рука ослоњена на тело мушкарца значај ситуације чини комплетнијим и комплекснијим, али, иронијски га „нагризајући“ насловом који идиоматски, преносећи црте менталитета локалне средине, потенцијални драмски набој претвара у фарсу.

Боја код ова два плаката има улогу акцентовања битних делова плаката већ уобличених цртежом или црно-белом фотографијом.

За разлику од претходна два, цртачка плаката, преостали плакат из ове тријаде, за представу *Малограђани*, према драмском тексту Максима Горког, је настао у потпуности монтажом фотографских мотива. И код овог плаката је спроведен принцип да је плакат изведен само са једним елементом, овај пут фотографијом. Стварни предмети, стара тегла, букет вештачког цвећа и природан цвет са дужом стабљиком, али и исечак са мотивом зида нађеног у неком старом часопису, су директно скенирани у атељеу и онда монтирани у фотошопу према замишљеној идеји.

Колажни или монтажни поступак су у ова три примера примењени сваки пут на другачији, нов начин применом само једне врсте материјала, цртежа или фотографије. И у овим случајевима су то били циљано тражени мотиви. Мада грађена монтажно-колажним поступцима, визуелна уверљивост ових плаката је добијала карактер органског типа, где је типографски део задржавао својство додатног чиниоца градње или потврђивања већ успостављених визуелних односа. У све три примера плаката наслови играју активну улогу надограђујући лексичку страну сваког понаособ директним интервенцијама у ткиво наслова.

Следећа три плаката нису из сфере позоришта. Рађени су за три потпуно различите намене, али обједњене припадношћу области културе. У питању су плакат за VI међународни бијенале цртежа *Интербифен*, манифестацију дечије књижевности *Везени мост* и плакат намењен промоцији романа *Американ стар пај - Балкануша у транзицији* књижевнице Ксеније Марић Ђорђевић.

Плакат је директно или индиректно резултат околности изван њега самог, појављује се покренут спољним разлозима, нужно суделујући као спона у одређеном преносу и посредовању. Та чињеница код плаката догађаја има свој легитимитет. Али, плакат догађај је окренут примарно односима међу деловима који га сачињавају. Значења настала из тако постигнутих односа су уједно и веза са наменом.

У наведеним тематски потпуно различитим плакатима успостављан је непосредан однос супстанцијално различитих елемената. На плакату за VI Интербифеп тај однос је готово сакривен, али исијавање боја спектра око фотографског портрета младе жене открива и то, да је пригушени линијски ореол цртачки траг.

Плакат урађен за промоцију романа *Американ стар пај* у првом плану садржи композициону целину монтирану од женске шаке, штикле и белог цвета. Положај руке са палцем готово утиснутим у тле јасно истиче препознатљиви гест и у њему наталожена значења одређеног друштвеног миљеа. Код плаката *Американ стар пај*, наслов рустичних и видљиво оштећених и деформисаних слова је супротан однегованој женској шаци, ципелама високе моде и раскошном цвету, откривајући тако и симболику насталу изоштреним супротностима.

Код плаката насталог за манифестацију дечије поезије *Везени мост* доминирају шаке раширених прстију, окренуте једна према другој асоцирајући тим положајем на склоп два зупчаника. Силуете шаке су извезене концем у боји, а простор на врховима прстију попуњен фотографисаним мотивима ливадског цвећа.

Типографски део ових плаката такође има активну улогу у организацији целине. Наслов *Везени мост* је тачка додира две шаке. Наслов *Интербифеп* не заснива упечатљивост само вертикалним положајем, него и контрастом са светлим ћенским портретом готово без контраста и делимичним додиром са усном. Контраст наслова који се налази на лицу битан је и обједињујући акценат целокупне композиције плаката.

Примена монтажно колажног поступка проверавана је на најбољи начин и у континуитету у његовим различитим исходштима код плаката за позоришну манифестацију *Сусрети позоришта у Брчком*, на којој суделују позоришта из република бивше Југославије где је званичан језик проистекао из некадашњег српско-хрватског или хрватско-српског језика.

Принцип односа и избора као полазиште отварао је увек нове начине истраживања и грађења појединачних плаката. Тај распон нових исходшта обједињавао је начине повезивања, инкорпорацију, и коегзистенцију, и сепарацију, представљене на почетку овог поглавља. Резултати тако постављене стратегије су обједињени јединственим резултатом, наративом насталим искључиво међусобним дејством елемената плаката. Рад се и даље заснива на примени фотографије и цртежа, појединачно или заједнички, увек у функцији

идеје која својом целовитошћу и деловањем надраста карактеристике појединачних елемената.

Полазећи од премисе да је плакат догађај мање проводник одређеног садржаја а више место производње значења, отварају се могућности за дијалог плакатом као видљивим чиниоцем манифестације. Условно, дијалог је и вођен, претежно у форми појединачних запажања, опаски и коментара што је и резултат ненавикнутости окружења и за видљивија критичка померања изван унапред зацртаних маршрута. Плакати за Сусрете позоришта су остали отворен простор исказивајна одређених погледа имајући у виду средину, прилике и друштвени тренутак.

Уопштено гледајући, сваки од плаката за ову позоришну смотру као идејно полазиште је садржавао намеру да се елементима плаката директно проблематизује сусрет као културни, социјални и комуникативни чин. Будући да је географско подручје у коме се одвија фестивал национално мешовитог састава и да је, између осталог, и све материјале било неопходно штампати двојезично, тај захтев је искоришћен и као конкретан изазов на решењима плаката

Друга манифестација за коју су у континуитету готово целу деценију рађени плакати је Међународна смотра археолошког филма, у организацији Народног музеја у Београду.

Монтажно-колажни поступак примењен на плакатима за смотру као да је следио карактеристике археолошке струке која у истраживању подразумева склапања и повезивања пронађених делова реконструишући и стварајући слику неког давно прошлог времена. Код плаката за смотру ситуација је другачија утолико што се поступцима колажа и монтаже не конструише неки поново откривени и некада постојећи садржај, већ настаје потпуно нова визуелна целина, која је дата сваком посматрачу појединачно за њено аутономно претпостављено дограђивање и тумачење.

Плакат за V смотру је садржавао видљиву промену у односу на установљени радни принцип примењиван на осталим плакатима смотре. Идеја плаката је садржана у неочекиваном измештању одређених детаља на изабраном мотиву. У овом случају, монтажа је послужила појачавању ефекта на рачун постизања слојевитог односа. Уместо траке којом је повезана коса на скулптури Хипноса, бога и персонификације сна, нашла се целулоидна трака. Филмска трака на бронзаној скулптури није видљива на први поглед. Неопходно је приближити се и пажљивије погледати скулптуру. Приближавање плакату, примарно условљено привлачношћу бога Хипноса нуди као откриће филмску траку. До реализације



плаката није дошло, услед упитних ауторских права на коришћење скулптуре, а ова се налази у Британском музеју у Лондону.

Плакати за археолошке смотре филма су као и претходни плакати из ове групе, рађени колажно монтажним поступком. Тако, код плаката за VI и VII смотру монтажни поступак је засићеношћу елемената готово поништио трагове спајања учинивши плакате својеврсним палимпсестима. И овде очигледно, плакат је мање преносник неког спољашњег садржаја, осим истицања теме, постајући средиште догађаја насталог првенствено односима укључених текстуалних и сликовних елемената.

Мотиви на оба плаката су преузимани из филмова предвиђених за приказивање на смотрема. То је био захтев организатора фестивала с намером да се пажња усмери на карактеристике појединачног фестивала. Постављани слојевито, преклапајући се и стапајући, уврштени мотиви су постајали богате визуелне целине, стварајући визуелни и знаковни свет разноврсних садржаја акумулиране асоцијативности.

## 8. 2. Надреализам

Нове технике модерних визуелних комуникација, које Манович набраја, већ споменуте у ТОК-у II, неке од њих кључене у дефинисању *плаката догађаја*: монтажа, колаж, графички дизајн и типографија, укључују и надреализам. Реч је о уметничком правцу који је настао двадесетих година XX века, постајући веома брзо планетарно привлачан и прихваћен. Са одређеним променама и прилагођавањима поља интересовања надреализам је инспиративан све до данас.

У претходном поглављу је истакнуто, да је надреална мотивска грађа, то „системско изузеће смисла“, како надреализам луцидно формулише Ролан Барт, потка цртачких плаката у којима се већ јављају обриси *плаката догађаја*. Потка, као термин, заједно са основом, је један од два система жица, чијим

међусобним укрштањем настаје тканина. Такође: „У теорији информације и семиотици текст се (лат. *textus* = ткање) одређује, у општем значењу, као свако правилно регулисано низање или комбиновање јединица неког знаковног система у времену или простору, наводи Новица Петковић у тексту истог наслова.<sup>58</sup> Основа и потка и у овом раду налазе одговарајућу примену: основа као поље визуелног и потка као надреални наративни ток. Заједно, у пренесеном значењу, формирају основно ткање плаката догађаја.

---

<sup>58</sup> Петковић, Новица, Елементи књижевне семиотике, Народна књига/Алфа Београд. 1995. 87

Развијајући се у особен начин размишљања, *плакат догађај* за материјал градње у свим фазама, у мањој или већој мери, укључује драгоцене „састојке“ надреалног света. Надреализам је, што треба истаћи, као потка, као део ткања, постајао видљив једино и искључиво кроз визуелне облике или основу. То испољавање није унапред стилски одређено, нити је следило макар неки од многобројних рукаваца надреализма. Више је у том ткању остајао одблесак стања духа којим је надреализам зрачио, пре свега његовом побуном против стега, било логичких, етичких или естетских, као и правила, па и граматичких и синтактичких, а онда и ослобођеним за разиграност и креативност.

Андре Бретон (André Breton)<sup>59</sup> у Првом манифесту надреализма (1924. године) пише: „Ја верујем у будуће разрешење тих двају стања, привидно толико противуречних, стања сна и јаве, у неку врсту апсолутне стварности, надреалности, ако се тако може речи“; А Марко Ристић, један од најзначајнијих представника српског надреализма и Бретонов савременик и саборац, то на изванредан начин и конкретизује потписом у облику реченице, испод властитог размишљања о надреализму, који гласи: О дневницима, о континуитету, о надреализму и о ветру. Ристић је, градећи синтаксички низ од логички неспојивих речи, дневнике, континуитет, надреализам и ветар објединио вишим значењем и смислом најмање припадајућим рационалном духу. Потписани текст гласи: „Описивао сам надреализам као покрет који је имао известан свој занос, који је покушавао да обухвати читав низ врло различитих манифестација живота, од поезије до љубави, од маште до хумора, од револта до сна, од неопходне потребе социјалне револуције, до рушења свих брана у стварању.“ (видети навод)

Надреализам (франц. *surréalisme*) се базира на изражавању маште преведене из снова, уметност „надстварности“. Обележја су му негирање, одуширање било каквом артизму (формалном, садржајном), затим стављање тежишта на све што је ирационално, подсвјесно или халуцинантно.

Када се говори о ауторима, представницима надреализма, а „реч је о читавом сазвежђу уметника окупљених око заједничке жеље да превазиђу привид стварности, зароне у дубине људске мисли и доспеју у област чудесног“; значајно је истаћи потребу неких од њих, пре свих Макса Ернста (Max Ernst), за изналажењем нових техника у раду (колаж, фронтаж, гратаж...) што се великим делом показало значајним и за плакат догађај.

---

<sup>59</sup> new.pdfm.ru

Као што је можда најбоље осликан уметнички програм надреализма у једној реченици француског песника Лотреамона (Lautréamont): „Лепо као случајни сусрет шивачке машине и кишобрана на столу за секцирање”на кога се позива и Бретон у манифесту; и за плакат догађај је представљала један од замајаца. Скоро класични пример феномена који су надреалисти открили, а који спаја два или више наизглед некомпатибилних предмета на некомпатибилној површини. Тако је постало јасно, рекао је Макс Ернст, да што се случајније произвољни елементи споје, резултати буду драматичнији и поетскији. (цитат, треба га или преуредити или га именовати)

То сазнање и искуство, истовремено повезано са колажом, изванредно значајним поступком за даље токове у уметности двадесетог века, који Брак и Пикасо 1912. године почињу примењивати у својим кубистичким радовима, су целовито од пресудног значаја и за конституисање *плаката догађаја*, начина рада и размишљања код плаката са јасно профилисаном намером да су једино елементи плаката ти који међусобним односима граде значење и целовит смисао сваког појединачног плаката.

Истраживања, експерименти и рад надреалиста, кубиста, подстакли су формирање (градњу) радних начела *плаката догађаја*.

Позиција у којој се нашао плакат већ је наговештавала нове путеве.

## 9. ТОК III

Плакат и процес. Логика материје (тијело-простор)

*Гасовито агрегатно стање* је састављено од честица без одређеног облика или запремине које су мање или више у неправилном кретању, прилагођавају се облику и запремини суда у којем се налазе. Гасови међусобно праве хомогене смесе, без обзира на врсту и однос гасова у смеси. Могу се сабијати. Основна особина супстанце у гасовитом агрегатном стању је слободно кретање честица супстанце у простору који супстанца заузима.

### 9. 1.

Први део практичног дела рада, ТОК I, се односи на цртеж као основ плаката. Цртеж заузима централно, стабилно и непроменљиво место структуралне самодовољности. Представљене су међусобне релације плаката и цртежа, до оне парадоксалне, у којој се губи јасан идентитет и плаката и цртежа. Тиме иницирана промена се одвија прво укључивањем нових елемената као акцената, а онда и дефинитивним усвајањем монтаже као принципа градње плаката. У другом делу рада се прате промене до којих доводи свестрана примена монтаже, такође и колажа, технике блиске монтажи. Организовање елемената у склопу плаката се изводи у три различита вида: претапањем (инкорпорација), међусобним сусретањем (коезистенција), на крају и њиховим разлагањем (сепарација). Монтажно-колажни поступак својим многоструким потенцијалима створио је претпоставке потпуно новим, различитим и отвореним концептима градње плаката. А то је тема истраживања у трећој фази, ТОК III, која ће у наставку текста бити изложена.

Претходне две фазе, такође и фаза о којој ће бити речи, ТОК III, као основ садрже трагање за плакатом код којег је примарно окретање властитом језичком организовању а не утилитарној функцији. Истовремено, таквим приступом, истакнуто је трагање за другим вредностима плаката заснованим на ширим и другачијим друштвеним и етичким принципима. Према изложеном, у трећој фази следи наставак започетих измена односа према плакату који води ка потпуно измењеном односу на релацији: онај ко ствара плакат, плакат дефинисан као тело и простор, и онај коме је плакат намењен. У том погледу, значајно је подсетити на карактеристике поступка у првој и другој фази где је целокупан рад усмерен на реализовање плаката као заокруженог и затвореног графичког и ликовног система, који према устаљеној процедури, бива постављен у јавном простору. Комуникација која се остварује таквим путем стандардна је, стереотипна и не мења устаљене навике

пролазника, шетача, потенцијалног гледаоца, читача и осећаоца. Трећом фазом односи у тријади аутор – плакат – читалац/гледалац или осећаоц су потпуно измењени и постали су резултат много веће узајамне повезаности. Стављањем тежишта на *плакат догађај* мењају се позиције у наведеној тријади и пажња је све више усмерена на оног коме је плакат намењен, који би требао бити активан судионик у усвајању онога што плакат садржи, што је на крају и сам плакат, надограђујући га пуноћом доживљаја из властите перспективе.

Плакати који ће бити представљени у трећој фази, на више различитих начина упућују на те промене и потенцијале које те промене отварају. У наставку текста се бити наговештене и представљене неке од тих промена. Једна од првих, која је више техничке природе доприноси да аутор плаката више није везан за радни сто и понављање стандардних, рутинских операција у настајању плаката. Друга промена се односи и на онога коме је плакат намењен. Плакат више није искључиво средство преноса, препуштен инерцији и инертности пролазника, шетача, возача. Измењеним обликовним поступцима, плакат и од посматрача захтева активније суделовање у одређеним врстама комуникације. Од гледалаца се очекује чак и акција као резултат датих (плакатских) околности.

Плакат је, према већ утврђеним сазнањима, у свим фазама долазио у блиске односе са одређеним обликовним поступцима или начинима размишљања произашлих из историје модерне уметности. У питању су и одређена паралелна искуства која се односе и на историју штампарства и дизајна. Таквим односима плакат је постајао врста компедијума, сажетог приказа разноликих уметничких збивања, потврђујући им властиту припадност.

## 9. 2.

Различити резултати које доносе плакати треће фазе, у полазишту су блиски уметничком искуству започетом крајем педесетих година прошлог века, и данас у траговима широко распршеном кроз различите нове облике уметничког деловања. Реч је о духу уметничког покрета Флуксус, деловањем и активностима блиског концептуалној уметности, хепенингу, перформансу, ланд арту...

Као и реч ток, о којој је било речи у поглављу о панорамском плакату, термин флукс је изведена од латинске речи флуксус такође значи: тећи, текући, ток, проток, струјање, бујица... Примери плаката из ове фазе укрштени са сазнањима о Флуксусу, говоре о природном срастању, укрштању и поклапању искустава која су заснована на сличним, или чак и идентичним побудама и намерама. Флуксус није био авангардна група конзистентног програма, идеологије деловања. Реч је, пре свега, о групи уметника који су делили заједничка стајалишта. У самом имену је садржан и начин њиховог рада, који тече, који је променљив,

неизвестан. Флукус покреће и левичарска револуционарна политичка визија авангарди да кроз уметност и промену појединца треба променити друштво. Та чињеница је, додуше мотивисана из других, много касније откривених извора, и у корену размишљања и деловања у области плаката, што је великим делом допринело и стварању платформе именоване *плакат догађај*. Заснованост Флукуса на случајностима, одређености за „конкретност“ материјала, свакодневницом као уметношћу, изнад свега стањем духа актуелним и данас, били су значајни маркери и у наставку истраживања на плакату обједињених трећом фазом практичног дела рада.

### 9. 3.

Део наслова трећег поглавља, ТОК III, садржи речи т(и)ело и простор. Наведени термини се односе на рад неформалне групе и ликовну праксу која претходи раду на плакату. А онда, исто тако и на плакат, пре свега на трећу, завршну фазу практичног дела рада. На крају, т(и)ело и простор као термини, незаобилазни су ослонци и у обједињавању свих битних чинилаца у целовитом сагледавању плаката и његове праксе.

Прво значење синтагме тијело простор односи се на назив неформалне уметничке групе. Примењен ијекавски изговор код именовања је био само природан рефлекс званичног говора географског подручја на којем је група деловала. Име је произашло из одлика рада групе у склопу нове уметничке праксе, али оквирно имајући у виду тада веома актуелна размишљања о телу и простору француског филозофа Анри Лефевра (Henri Lefebvre). „Тијела, чак и људска тијела, темељи су (материја) простора“, наводи Мартина Лув (Martina Löw) у тексту *Освета тијела над простором*, Матица хрватска Коло 4. 2007. Тиме што сензибилитет групе није испољаван искључиво у материјализованом естетском делу, него и у понашању, акцијама и интервенцијама у урбаном простору, представљали су довољно уверљиве разлоге за овакво именовање. Рад на плакату, покренут као део активности групе Тијело простор, одликовала је неодвојива веза са подручјем ликовних уметности и перманентним преиспитивањем утицаја и међусобних прожимања. Проширивање рада у области плаката и на предавачке активности омогућио је егзактнију примену термина тело и простор у разграничавању два темељна ослонца сагледавања материјалне основе плаката и његовог деловања. Тако су настали тело и простор плаката. Тело плаката се односи на елементе градње плаката, уопштено, његово језичко тело. А за одређење простора плаката, изванредно је послужила мисао Славоја Жижека, којом се, са малом допуном, антиципира

и просторност плаката: „Дизајнирани облик (у овом случају плакат) не представља искључиво себе, него поседује виртуелну сјену коју баца на околину у којој се налази.“

#### 9. 4.

Нови приступ плакату је постао основ даљих промена које су имале два смера. Први смер је подразумевао надградњу дводимензионалног плаката, односно његове плошности, са активнијим укључивањем посматрача – гледаоца/читаоца, осећаоца и читача. Уводећи поделу између читаоца и читача. Киш у „Часу анатомије“ говори о различитим значењима те две речи. Читалац је конзумент, а читач је „сенка писца“. И плакат својим карактером претпоставља таквог актера - читача. То значи одступити од инертног посматрача. Омогућити плакатом, зашто не и изазвати, испровоцирати његово активније присуство, па и акцију. Водећи се најављеним променама, плакат на нови начин осваја простор, постаје мобилан и интерактиван.

#### 9. 5.

Други смер испитивања плаката односи се на промене у вањским разлозима његовог настајања. Традиционални плакат се може посматрати према Персовој тројној подели знакова као *индекс* код којег је на делу узрочно-последични однос. Позоришна представ, примера ради, је у том случају узрок, а плакат последица, нека врста реакције, али дириговане и конвенционалне реакције. Промене се у овом случају односе на одступање од диригованог односа. Плакат се ради за представе које су некад игране. У таквом опредељењу, рад на плакату је питање аутономног избора аутора. Занимање за те представе је друге мотивацијске врсте у односу на утилитарност и прагматику. Плакат у таквим околностима постаје независан културни артефакт провоцирајући нове односе и нове релације које излазе изван задатих оквира. Нове путање исцртава аутор и плакат, између осталог, новим сагледавањем драмског текста у сагласју са контекстом из којег се плакат поново појављује.

Кључни искорак у овом правцу се односи на плакате за имагинарне представе и друге садржаје који не припадају актуелном тренутку, или било којем конкретном збивању на који плакат непосредно одговара. Таквим начином обликовања плаката, његово посредовање потпуно престаје; плакат постаје сам и свој. Не постоји више директан спољни покретач плаката. Плакат постаје непосредни извор производње, аутономни генератор смисла.

Ако су све више податак, информација, порука плаката питање тумачења таквог садржаја препуштено сваком појединцу понаособ, онда ни ослобађање од увезеног садржаја неће онемогућити потицај који ће плакат еманирати новим концептом. Сада се плакатом плови ослобођен унапред задатих очекивања. У питању је фикција и потпуно отворено поље за

комуникацију, размену, додир. Плакат постаје врста говора невезаног за било шта изван њега самог, он је „грађевина“ текста потпуно самосталног, затвореног у себе.

9. 6.

Значајно искуство у промени приступа раду на плакату односи се на плакат за представу *Брутов нож*. О том плакату је већ било речи у поглављу МеђуТОК I, али је неопходно још једном указати на битне структуралне и концептуалне карактеристике тог плаката, које у потпуности одређују промене карактеристичне за трећу фазу. Плакат је урађен за званичну представу. Штампањем и појављивањем на јавним местима је испунио планирану функцију. Овај рад је, попут осталих плаката из цртачке фазе, урађен као и остали, по истом обрасцу. Комплексан, надреални мотив је нацртан тушем и пером као потпуно засебна ликовна целина „покривши“ највећи део површине плаката. Изнад цртежа, су били наслов и имена актера представе, чиме је плакат према већ устаљеној пракси, добио дефинитиван и уобичајен изглед. Али, много година касније, интересовање за плакат се, на необичан начин, поново јавило. Радило се о потреби за одређеним корекцијама и допунама на плакату. На постојећи плакат су додата три цртачки изведена и увећана потеза четком дијагонално постављена у односу на хоризонтални положај цртежа на плакату. Широке експресивне површине у бојама француске заставе плавој, белој и црвеној, транспарентне уз то, покривале су цртеж у подлози а делом се претапајући са њим. Плакат је са новим елементима добио видљиву композициону динамичност. А том интервенцијом дефинитивно потврдио и утврдио примену монтаже као новог поступака у раду на плакату. Битно је истаћи још једну, али изузетно значајну, новину код плаката за представу *Брутов нож*. У питању је било двоструко измештање из устаљеног начина рада. Измена на плакату није представљала накнадно пристигли, у неким околностима могући, захтев наручиоца (позоришта), него, чин онога ко је плакат потписивао као аутор. Оваквим приступом су пољуљане конвенције плаката које су се односиле на његову текућу, најчешће краткотрајну примену. Наведеном интервенцијом плакат је поново актуелизован, постао предмет интересовања мимо секундарних уобичајених утилитарних захтева. Плакат тако, перманентном отвореношћу за надградњом и додатним изменама, производи нове комуникативне и естетске односе, демонтирајући фиксирану визуелну и идејну конфигурацију. Плакат није више завршени, замрзнути артефакт. Плакат постаје део процеса у којем традиционалне функције престају диктирати односе. Овим променама плакат престаје бити средство намењено одређеном утилитарном циљу. Плакат се ради, или плакати се раде перманентно и онда срећу са садржајем. То наговештава потпуно измењен приступ раду на плакату и његовом деловању.



Плакат, значи, не би требало радити као наруџбу. Плакат би требало радити као нужност, и као таквог препустити избору за сусрет са одређеним спољним садржајем у смислу односа и дијалога. Овде се мисли хипотетички на потпуно измењену праксу рада која подразумева, када је плакат у питању, да се плакати раде према афинитету, мотивацији и нужности, а да се накнадним избором већ готовог плаката он изабира за одговарајуће намене, искључујући референтност и постајући паралелна чињеница. Тиме се дефинитивно поништава уобичајени ниво очекивања и успоставља нова конфигурација односа везаних за плакат, тако и око плаката.

Сам чин аутора плаката у тим условима произилази, не из професионалног задатка, него из потребе за радом на плакату, а онда, не као затвореној и завршеној форми, него форми која је увек отворена за наградњу.

## 9. 7.

Три плаката који ће бити први представљени у групи плаката обједињених трећом фазом, настају искључиво мотивисани властитим хтењем, унутрашњом побудом, а не спољним диктатом. Плакати који постају предмет рада, питање су личног избора усмереног према одређеним темама, пре као професионалном изазову а не професионалном задатку.

То су и основни разлози настанка плаката – вежби: *Аолита*, *Женски оркестар* и *Уликс*.

*Аолиту* одликује примена реалистичног цртежа оловком и колажног поступка. Портрет Аристиде Брајанта (Aristide Bruant) певачке и глумачке звезде Монмартра и познатог лица са плаката Тулуз Лотрека налепљен је као акценат у косу девојчице у двострукој је функцији: једном је то дијалог са темом романа и представе, а други пут дијалог са плакатом.

*Женски оркестар* је колажно и монтажно организован у комбинацији цртежа женских ликова насталих комбинованом техником и делова гравира из старих трговачких каталога. Динамику хоризонтално компоноване целине започињу и завршавају детаљи музичких инструмената који у драматургији приказа имају и практичну и симболичку функцију.

На крају, *Уликс* настаје крајње сведеним линијским надреалним цртежом „интроспективног“ портрета, у игри усаглашавања визуелне дефиниције и романа тока свести...

Нека општа сазнања о овим делима су одређивала конкретну реализацију плаката. Монтажним поступком и избором одговарајућих подлога са применом класичних ликовних техника оловке, туша и пера, акварела и пастела плакати су добијали завршну форму.

Три представљена плаката су скице, али скице у којима се већ огледа другачији приступ плакату. На првом месту реч је о слободном избору теме а не вањском диктату. Тиме се о

плакату почиње мотивацијски и свестраније размишљати у односу на услове одређене радним задатком.

9. 8.

Прихватање новог приступа плакату је био основ даљим променама. У одређеним условима и према одређеним захтевима постављеним у раду, плакат је могао одговорити таквим изазовима.

Следећа три примера су плакати у којима је тежиште на процесу рада, али међу њима и један који је рађен за представу изведену на позоришној сцени двадесет година пре одлуке да се за ту представу ради плакат. То су плакати за XXVIII Сусрете позоришта, *Калигула* и *Мртви разред (Умрла класа)*.

Плакати настају „нестандардним“ поступцима рада који не укључују унапред подразумевајуће одређено ликовно умеће, „занат“, спретност којима се овладава школовањем, вољно,... У питању су поступци који отварају сасвим ново поље рада и истраживања у којем своје место заузима и процес самостварања форме. Учесће и присуство аутора је само један од чинилаца у целокупном чину.

*Калигула* је рађен наменски, Сусрети такође, док *Мртви разред* настаје кроз сплет околности које суделују у настанку плаката. У питању је целокупно измештање процеса рада из очекиваног, напуштање устаљеног, стандардног, понављајућег радног принципа, у којем се само умножавају, „фабрикују“ решења по истом обрасцу. Сада је у питању сваки пут комплетно ново искуство и истраживачко и стваралачко, више трагање него тражење коначних решења.

У односу на време настанка ова три плаката начињена је инверзија која иде у прилог јаснијем представљању процеса рада који карактерише ову групу плаката. Плакат за XXVIII Сусрете настаје много касније од плаката *Калигула* и *Мртви разред*. Замисао тог плаката је спроведена до његовог извођења поступком који је био условљен лимитираним временом и конкретном наменом плакататако да није било потребе за накнадном надградњом карактеристичном за друга два плаката. Ти плакати су били отворениог концепта и тиме омогућавали и накнадна враћања у раду и на један и на други плакат.

Начин рада на плакату за позоришну манифестацију у Брчком подразумевао је сакупљање и селекцију листова, гранчица и грана различитог дрвећа и од њих колажирање шумарка са крошњама пуним лишћа. Од изабраних грана начињена су и стабла за крошње. Намера је била постићи уверљивост, чинећи упитном границу између стварног и имагинарног.

Гранама које су на мотиву шумарка имале улогу стабала компонован је број двадесет осам, редни број позоришних сусрета. Та „варка“ је мимикријски успешно изведена римским бројевима. Комплетној забуни допринела је и подлога од златне фолије постављена у позадини шумарка. Тиме је, на начин примерен штампаном медију, пренесен и утисак позоришне сцене. Укрштање реалности и варке преноси се на словни део плаката, где се ћирилични и латинични текстови ломе и преплићу у црно белом контрасту, додајући тако плакату и неопходну додатну динамику.

Полазиште за плакат позоришне представе *Калигула* је био портрет римског цара Калигуле, односно фотографија начињена према бисти насталој у Старом веку. Како је била у питању фотокопија фотографије већ објављене у новинама, пажњу су привукле графичке промене постигнуте увећавањем и делимичним брисањем растерских тачки на фотокопији. Обрађена фотокопија је поново провучена кроз копир машину у намери да се трагови корекција уклоне. На насталој копији пређашњи резултат је само појачан и графички постао још изражајнији. Тај резултат је измамио посезање за новим копијама. Пошто се резултат нове копије видљиво мењао, у наставку копирања реализована намера да новонастала копија буде матрица за следећу копију. Тим процесом лик Калигуле се изменио до облика апстрактне графичке шаре. Чetrдесет седам поређаних фотокопија у низу, чиниле су језгро плаката. Фотокопирање је поновљено још у две верзије поштујући начело да се фотокопирањем постигне брисање лика претварањем у апстрактни мотив који не задржава ништа од црта лица. Једна од варијанти је изведена у близу сто педесет копија. Плакат је имао свој „редовни живот“ тиме што је рађен за стварну представу. Али најчешће представљани, у ствари излагани, плакат је био варијанта на којој се налазе извојене четири фазе метаморфозе, изабране тако да равномерно дочаравају радикалну промену на портрету. Битне новине у раду код овог плаката су исказане у промени положаја аутора који више не контролише целокупан процес. Он у новој позицији омогућава несметано одвијање копирања, и надзире, у улози контролора, сам ток замисли. Копир машина добија значајно место у формирању идеје метаморфозе, или чак и аутодеструкције лика са фотографије, у односу на промену тачке гледања. Овим поступком успостављена је блиска веза са и са битним елементима драмског текста. Али што је још значајније, вођење поступка на плакату непрекинутим, директним дејством, у овом случају помоћу копир машине, одвија се слично настанку *нулог плаката*, где је плакат производ природног тока распршавања боје на све стране, одређеног само брзином и снагом бацања бочице са тушем, преносећи намеру чистим, непосредованим гестом, а код Калигуле копирањем извођење процеса метаморфозе.

*Мртви разред (Умрла класа)* је представа којом је отворен 11. Битеф, 1977. године. Ништа необично у самом податку, осим, да је двадесет година после, првим сазнањима о тој представи из интервјуа са аутором представе - Тадеушом Кантором покренуто размишљање о настанку плаката за представу која је у целости била његово дело. Значи, двадесет година после. Информације из интервјуа са Кантором представљале су полазиште за плакат. То је такође вид измештања из очекиваног, када је реч о плакату. Намера да се елиминише узрочно последични след између представе као покретача и плаката као последице, поништена је у њеном традиционалном смислу. Плакат престаје бити последица, плакат постаје разлог. Плакат за *Мртви разред* чињенично обрће ту конвенцију.

Намера да се за одређену представу после престанка њеног извођења начини плакат је у случају *Мртвог разреда* спонтано повезана са већ тада присутном навиком сакупљања предмета случајно нађених у шетњама градом. Нађени предмети су представљали материјал за плакат. Фотографисани су у више различитих варијанти, разбацани, распоређивани без неког плана и реда. На крају, од тих предмета је формиран лептир, који је такође фотографисан у више варијанти. Снимљени материјал је у другој фази рада организован у целине састављене од фотографија предмета у варијантама разбацаних предмета и варијантама са мотивом лептира. Из обимне грађе су начињена и два плаката са основним подацима везаним за представу, називом представе, именом редитеља и именом позоришта. Плакати су били, један дневни а други ноћни. Плакат није рађен за актуелну представу и није се налазио на јавним местима. Промоција и представљања два плаката за *Мртви разред (Умрлу класу)* и са њима комплетног материјала који је био неодвојиви део те целине се одвија у галеријским просторима. Свако ново представљање је собом носило и одређене измене, али не у тој мери изражене да нестане основна и почетна нит првобитно постављене замисли.

Плакати настали самостално, без планског садејства са конкретним збивањем, постају експонати на изложбама или се појављују неофицијелно на одређеним местима, али не више у склопу одређене кампање или појединачне најаве излагањем на за то предвиђеним јавним местима.

Дигитални медији, интернет и друштвене мреже су све више простор који плакати нове врсте запоседају.

9. 9.

Као што је већ на почетку овог поглавља најављено, у одређеним примерима плакат постаје тродимензионалан, мобилан, на крају и интерактиван.

Плакати за XXIII Сусрете позоришта, *Велики дан* и *Плакат догађај* представљају померања у правцу просторности плаката на начин да су плакати све мање намењени посматрачу, гледаоцу и све више „осећаоцу“, не некоме ко само види, него ко гледа.

Под термином видети подразумева се активност, путем које се узгред и необавезно, лежерно региструје чулом вида на нивоу пуког препознавања.

Гледање је пракса везана уз интенцију (попут причања и писања) и остваривање утицаја: предмет утиче на нас и ми утичемо на предмет. Гледање је дакле пракса везана уз односе моћи која се тиче и процеса комуникације.

Историјски комад, епопеја *Велики дан*, дело драмског писца и књижевника Слободана Стојановића, премијерно изведен у БДП, преиспитује тему бесмисла ратовања. Радња комада је смештена иза линија фронта две војске: српске и бугарске у Првом светском рату. Али у непријатељским рововима су војници слични једни другима, истог проклетства коме је рат судбина, без обзира са које су стране...

Очигледно је да наведени коментар прилагођен визуелном говору одликује на плану садржаја и плакат. Две камене скулптуре представљају портрете мушкараца које обједињују идентичне особине. Оба лика су разлупаних, скршених, поломањених, разбијених, одваљених, смрсканих, разлупаних,... носева. Шта је оно што овај плакат издваја од плаката стандардних очекивања? Ако се пажљивије погледа, уочиће се да плакат нема стабилну композициону структуру. Пре свега, он може бити окренут и за 180° а да информативно не губи битну читљивост. Горња и доња страна плаката су истог распореда, с тим што се одступа именима аутора драмског текста и редитеља представе, наравно и два карактером различита лика који су додатно „раздвојени“ и дискретно о бојени комплементарним паром пастелних боја - љубичасте и зелене. Детаљ који значајно доприноси измештању плаката из његове референцијалне улоге и осамостаљује га као засебан ентитет је кружница у центру плаката испртана испрекиданим линијама и исписаном речју ОКРЕНИ. Плакат тиме имплицира измењену властиту позицију, постајући издвојен и представљајући извор догађаја, којим се о кључном проблему драме говори, не посредно, него директно, плакатски. Плакат је штампан, и лепљен са истицањем оба његова „лица“. Тек могућношћу ротирања плаката успоставио би се, и то плакатски, начин говора о основној идеји драме.

Плакат XXIII Сусрета позоришта садржи сат-будилник на средини формата, без казаљки и бројева. У горњем делу плаката је текст, а испод сата, у подлози је траг његовог бројчаника, који, како се види, недостаје на сату. Три су детаља карактеристична за сат. Сат нема казаљке

на месту где треба да стоје; бројчаник и казаљке са сата су наведена сенка у подлози сата, и трећи, најбитнији детаљ који има два исходишта је да кружни простор на сату, место бројчаника и казаљки је рупа, али рупа која се види тек када се плакат погледа иза, са његове друге стране. На леђима плаката је поновљен мотив са предње стране. Да би имала оправдање, рупа на плакату мора прво бити виђена, а једино може бити виђена ако се плакат појави у простору или, обострано одштампан на самолепљивој фолији постави на неку прозирну површину, као на пример на улазним вратима или другим стакленим деловима приступачним пролазницима. Рупа на плакату иницира активност коју покреће овај, све у свему и тродимензионални плакат.

Трећи из ове групе плаката, експонат са изложбе Плакат догађај у МПУ у Београду, настао и као својеврсна реплика на плакат који је реализован двадесет година пре, поводом четрдесет година постојања РО Универзал у Тузли. Већ прва верзија плаката је грађена на отвореној форми плаката и његовим нестандартним односом са простором. Концепт плаката је био да се плакат као целина начини из делова који би се међусобно слободно повезивали током постављања на јавним местима. Плакат за јубилеј Универзала је имао шест елемената А4 формата, а сваки од тих шест делова је био у једној од три основне (примарне) боје и три изведене (секундарне). Значи, то су биле црвена, плава, жута, наранџаста, зелена и љубичаста. Свих шест листова су у горњем левом углу имали знак и лого јубилеја, а листови су умножени у истим тиражима. Са задуженима за лепљење плаката су договорени детаљи око начина њиховог постављања. Правила лепљења су подразумевала потпуну слободу у међусобном комбиновању листова различитих боја и требало је следити величину и облик простора за лепљење, што је подразумевало да плакати као целине не морају завршавати правоугаоним обликом, него се слободно простирати датим простором. Код овог плаката је сам концепт омогућио да плакати и лепљењем добијају нове форме, и да је потенцијално сваки склопљени и налепљени плакат, нови плакат. Процесуалност овог типа се приближавала искуству *нултог плаката* у намери да континуитет радана плакату траје и његовим лепљењем, што по себи представља својеврстан догађаја. Лепљење престаје бити посао, лепљење нуди изазов, али и тражи заинтересованог актера.

Принцип да се плакат гради додавањем је обрнут код плаката реплике на изложби у Музеју примењених уметности. Реплика, у овом случају је плакат инспирисан већ постојећим плакатом. У овом примеру, именованом *Плакат догађај*, плакат се гради одузимањем. Опет је у питању процес који сада у потпуности укључује „осећаоца“. Нови плакат је компактан тродимензионални облик састављен од четрдесет осам блокова са по тридесет листова повезаних и фиксираних на површину формата Б1. Блокови су састављени од листова шест

различитих боја, три основне и три изведене, и нижу се један до другог наизменично, према распореду боја спектра. Редослед блокова је изведен тако да сваки ред почиње другом бојом и иза њега се даље настављају блокови других боја поштујући зацртани редослед. У првом реду низ почиње плавом бојом, други ред зеленом, трећи жутом, четврти наранџастом... и тим редоследом до осмог, последњег реда. Тим редоследом се добијају дијагоналне траке исте боје. Сви листови у блоковима имају са леђа оштампан лого изложбе и основну информацију о изложби. Поред плаката експоната постављена је и информација за посетиоце, која је уједно и упутство за употребу. Кидањем сваког листа појединачно мења се композиција плаката. Тиме посетиоци сваким новим кидањем листова визуелно мењају плакат, или одузимањем граде.

Претходна три плаката: плакат за XXIII Сусрете, *Велики дан* и *Плакат догађај*, у потпуности подразумевају директно укључивање посматрача, односно „осећаоца“ и „читача“ тиме што од њега изискују додатну активност, више од чистог погледа. Око плаката за XXIII сусрете се обилази, загледа, завирује, *Велики дан* би чак требало и окренути да се окреће, а *Плакат догађај* присутног види као „саучесника“, непосредног „градитеља“.

Ови плакати, према томе, као и остали представљени у трећој фази рада, мењају очекивања, и посматрача поступно увлаче у оно чиме плакат зрачи и шта плакат представља а не шта плакат преноси.

## 9. 10.

Завршни плакат ТОК-а III носи назив Сакама (Sakama). На плакату је и цитат који уводи у тему: „Име града није случајно. Музички, Сакама звучи егзотично колико и Хонг Конг или Сингапур, одмиче призвуком у универзалност положај тог града. Овде нема хуманизма, овде је сваки човек жртва стихије спољних околности“. М. С. Ђели.

Суштинска карактеристика овог плаката огледа се у његовом концепту. Он делом сажима искустава претходних плаката из ове фазе, настављајући се на плакате претходне две фазе, у правцу, не више формирања, него потврђивања и утврђивања *плаката догађаја*. Плакат *Сакама*, настаје у потпуности мимо било какве званичне процедуре карактеристичне за стандардни плакат. Он није плакат за нешто споља. Плакат је у том смислу потпуно самосталан и независан. Из овог још следи да плакат није настао ни уобичајеним поступком ни стандардно лимитиран одређеним временом рада. Рок није постојао, али намера да се плакат уради, јесте. Када се анализира из данашње перспективе, временски, плакат је рађен неколико деценија, и то није нонсенс. Плакат је, кроз материјал коришћен за његову градњу,

био у вишегодишњој фази „зрења“, до тренутка илуминације (просветљења) - одлуке да буде начињен. У реминисценцијама и евокацији на одређено време, међусобно су се сложила наталожена искуства омогућивши размишљање на тему плаката названог *Сакама*. Сакама је измишљени град, који је био место збивања једног започетог стрип серијала. Онда, после тог искуства, скоковито, у једном другом тренутку, настају цртежи оловком: женски портрет и три женске скулптуре пореклом из Старе Грчке рађени на формату Б2, а то је подразумевало више „уложеног“ времена а у питању је била само вежба провере цртачких могућности. Два податка: Сакама и цртежи оловком, не поседују међусобно ништа заједничко осим, да су практично резултат једне „радионице“. Неколико година након цртачког „теста“ ти радови су постали и део плаката. Плакат је настао у тренутку када је одлука о том чину, да се уради овај и овакав плакат била довољно јака и мотивирајућа. Повезивање цртежа са новим елементима, подацима о Сакама, именима актера са стварним именима, допринело је изградњи затвореног драмског тока, приче која је „своја“ и препуштена осећаоцу у некој индивидуалној интерплетацији. Тиме је комуникација постала отворено и широко асоцијативно поље, са могућим порукама, и ништа више.

## 9. 11. Фикција

*Сакама* је плакат догађај, али је и фикција. Тај плакат није у потпуности нестваран. У њега су укључени и стварни људи и догађаји. Кренувши од те тврдње неопходно је установити и значење термина фикција. Према Речнику психологије уметничког стваралаштва фикција је измишљање које је на један начин у вези са стварношћу и то је шире значење, или је у потпуности различито од ње, и то је уже значење које је чешће у употреби. Латински *ingere* је исто што и изражавати, замишљати, измишљати, стварати; енглески *fiction*, такође значи оно што је измишљено; *fictio* значи измишљање, нешто измишљено, такође и формирати, створити. Говорити о *плакату догађају*, значи говорити о измишљеном или имагинарном карактеру тог „света“. *Плакат догађај* не описује, он гради властиту реалност. Његово значење произилази искључиво из елемената плаката и односа које ти елементи граде. У том смислу он јесте фикција; у питању је нешто измишљено, замишљено конструисано, према чему се поступа у смислу на који упућује израз „као да“. Самим овим одређењем плакат догађај постаје и аутентичан простор игре негирајући једнозначну везу с реалношћу, уједно, захтевом да се, док се игра, поштују правила. Према француском социологу Роже Кајоа (Roger Caillois) игру карактерише и фиктивност која прати свест о другој стварности.



Име Јохана Хојзинге (Johan Huizinga) се везује за појам „зачарани круг“<sup>60</sup> који сам Хојзинга није никада употребавао. Како је био теоретичар на пољу игре, и аутор књиге *Хамо луденс*, каснији истраживачи су сковали термин зачарани круг како би објаснили његове идеје. Основно полазиште је да човек када се игра излази из реалног света и улази у зачарани круг. У зачараном кругу важе потпуно другачија правила. Док у реалном свету убацивање лопте у мрежу не значи ништа, у зачараном кругу игре фудбала то представља давање гола и има изузетно велику вредност. Што значи, да је вредновање било каквих активности одређено потпуно другачијим критеријумима између реалног света и измишљеног света игре.

На крају, *плакат догађај* као фикција се догађа а не описује; динамичан, а не статичан. *Плакат догађај* није о нечему, плакат догађај је то нешто.

---

<sup>60</sup> <https://www.b92.net> › zivot › vesti, Човек је човек једино када се игра

## 10. СУЧЕЉАВАЊА

### 10.1. Пази пас (не) уједа

Или, од знака упозорења до знака уживања

На конвенционалним ознакама упозорења, својеврсним минијатурним плакатима, постављеним на капије кућа, се догађа значењски обрат директно у језику од којег су те ознаке и сачињене, а садржан у томе да претећа порука прерасте у стеципте пријатности, задовољства.

Комуникација, према латинском глаголу *communicare* значи учинити заједничким, саопштити, док именица *communicatio* садржи значења: општења везе, споне, додира, контакта. Комуникација је могућа само уколико емитент (пошиљалац) поруке и реципијент (прималац) схватају одређени знак на принципијелно јединствен начин. За комуникацију су битни форма или начин на који нешто представљамо и медиј односно (пре)носилац поруке. За форму су у овом случају значајни текст и слика.

Обележје, које ће бити радно названо *Чувај се пса* је изразито контрастно капији на којој се најчешће налази, и као акценат на огромној површини постаје јасно уочљиво. Вероватно захваљујући и тој упадљивости још се успешно носи с мноштвом све агресивнијих визуелних садржаја у амбијенту града.

Тиме што је ово обележје именовано и названо знаком упозорења тиме је истовремено и функционално одређено. Свакако, тај знак пре свега упозорава, скрећући пажњу на пса чувара. Представљен мотив пса и краћи текст, најчешће једна реченица, на пример Пази, пас уједа!, не остављају места за дилему. А ако и даље недоумице провејавају, следеће чињенице ће их вероватно и дефинитивно одагнати. Врати ли се у далеку прошлост, видеће се да је у митологији старе Грчке присутан Кербер (грчки Керберос) пас који чува улаз у поцемни свет. А Јулијен Клатн-Брок (Juliet Clutton-Brock) у књизи "Пси"<sup>61</sup> наводи следеће: "Као помагачи у људским друштвима, пси су током целе историје били незаменљиви (услужни пси). Осим што су служили за скупљање других животиња у стадо, као и за пратњу, њихова основна намена била је да чувају дом и газдинство."

---

<sup>61</sup> Клатн-Брок, Јулијен (Juliet Clutton-Brock), *Пси* (превод : Дејан Петровић), Књига комерц и Политика НМ, Београд 2005

Овај већ установљени знак упозорења најчешће садржи сликовне и текстуалне елементе, и то лик пса и једну, понекад две а ређе и више реченица. Повезани текст и слика формирају информацију, односно поруку. Уједно, неопходно је, ради што јаснијег сагледавања функционисања тог обележја, дати и карактеристике елемената који га граде. Визуелни приказ пса, незаобилазан мотив ове врсте знака упозорења, сагледаће се јасније у склопу типологије знакова коју је сачинио Чарлс Сандерс Перс (Charles Sanders Peirce). Према Персу својства знакова дефинисана су њиховим односом с оним што представљају. Па Перс у темељима представљања и значења разликује индексне, иконичке и симболичке знакове, односно индексе, иконе и симболе. Индекс има на делу узрочно-последични однос између предмета и знака, при чему знак настаје као реакција. Симболи нису везани за свој предмет, нити њему слични и базирају се на установљеним конвенцијама. Иконички знакови се темеље на њиховој сличности са предметом. Тако представљени пас садржавајући препознатљиве елементе пса из природе припада групи иконичких знакова.

Када је реч о текстуалном делу информације пажња ће бити усмерена ка лингвистици, односно, синтакси као делу граматике која се бави слагањем и уређивањем речи у реченици, односно формирању реченице као целовите јединице комуникације. Комуникативна реченица, највиша јединица синтаксе којом се исказује целовита односно завршена порука и којом се могу исказати два или више обавештења, питања, заповести, тешко да може функционално одговарати намерама изабраног знака. Предикатском реченицом означава се нека радња, збивање, процес, стање и слично, односно ситуација, као установљен општи термин који обухвата сва ова значења. Предикатским реченицама припадају специјалне независне реченице које својом синтаксичком конструкцијом чине формулацију поруке прилагођене комуникативној ситуацији, односно контексту, као и одређеним експресивним потребама. Реченица је лишена сувишних језичких елемената, чиме је постигнута максимална економичност. Комуникативна ситуација или контекст усмеравају и по потреби и допуњавају садржај поруке.

Сажета, економична и експресивна формулација максимално прилагођена условима, али са ограниченим могућностима употребе у потпуности одговара стварању поруке код овог знака.

Начелно, иконички знак и специјална независна реченица су конститутивни елементи у стварању недвосмислене, сажете и јасне поруке, чиме су задовољени битни комуникативни принципи функције упозорења. Тако дефинисана целина би по правилу требала продуковати увек исто значење, код посматрача, пролазника, поготово непожељног госта, изазивати увек исти утисак, барем пажњу и опрез.

Посматрајући појединачне примере анализираног знака упозорења регистроване на локалитету једне мале војвођанске варошице брзо се увиђају изузетно занимљиве промене и видљиве разлике међу ознакама упозорења. Принципи функционисања и значења, на које је указано, постају „тесни“ у односу на евидентиране појединачне примере.

Када је у питању специјална независна реченица биће наведене неке које се чешће појављују: Пас уједа! Чувај се пса! Пажња, пас уједа! Опасан пас! И ако би се на основу ових примера могла начинити и детаљнија граматичка, односно синтактичка анализа, у овом случају је битно указати на један карактеристичан моменат. Наведене реченице су информативно у потпуности заокружене а граматички исправне. То су најчешће предикатске реченице које могу да стоје саме јер је њима већ остварен комуникативни циљ, односно комуникативна функција дате ситуације. Уз знак интерпункције, односно најчешће ускличник јер су ове реченице најближе заповедној реченици иста добија и експресивни набој. Тако дефинисане реченице, са укљученим субјектом, односно именицом пас, немају потребу за визуелним елементом, односно цртежом или фотографијом пса. Уз адекватну композицију, акцентовањем битних детаља, избора писма, боје и слично, ове реченице могу функционисати самостално. Јер, понављањем одређене информације различитим средствима порука иако не губи на информативности губи на ефикасности, која је за ову врсту комуникација неопходна.

Ако се пође од иконичког знака, према наведеним примерима видеће се да мотив пса није представљен према једном моделу. Иако у представљању доминира глава пса, њен положај се појављује и у профилу и у анфасу. Има такође примера представљана комплетне фигуре пса. Поступци рада су различити. Фото поступак је најчешћи с обзиром на савремене репродуктивне могућности, али су заступљене и цртачке технике. У репертоар су укључене не један тип или врста, него многе пасмине паса. Тиме знак упозорења постаје и занимљива галерија. Пас нема само улогу чувара и заштитника човека и његових материјалних добара, он је све више кућни љубимац, члан породице у оном најплеменитијем смислу. Стога, представљање одређених врста паса на обележју упозорења, пре свега оних врста које својом безазленом појавом изазивају симпатије постаје својеврстан нонсенс. Осим, ако ово обележје не нуди и друге информативне и значењске вредности. И нуди. И ту се налази на сигнал који упућује на промену и надградњу наведеног обележја.

Наравно, није циљ елементе ове комуникације естетски вредновати, што може бити посебан задатак. Циљ је да се учини видљивијим прелазак знака упозорења у његову супротност. Данас, када су многа дворишта празна, када се и однос према псу, наравно у оном

позитивном, хуманијем смислу мења; када се пас прихвата са пуно више емпатије, та промена се почиње осећати и на знаку, теми овог текста.

На неким примерима знака упозорења постоје и реченице које директном информацијом персонализују лик пса. Једна од често коришћених реченица је и: *Овде ја чувам*. Шта онда може понудити реченица *Cave canem* (у преводу са латинског *Чувај се пса*)? Ништа претеће, с обзиром на занимљив визуелни детаљ керамичке плочице у облику мозаика са ликом пса који је у положају некога ко тражи партнера за игру.

Сада, када се посматрају обједињени материјални облик (медии) и садржај (порука) открива се и кључни елемент тих нових значења. Облик није само носилац, он и сам са садржајем гради поруку, али не само иманентно упозоравајућу. Спој текста и слике у неким примерима постаје аутономна ликовна целина надрастајући своје примарно знаковно одређење. Пример керамичке плочице (не више само знака) је стога веома занимљив и инспиративан. Плочица црвенкасто жућкасте боје, теракота у питању, прекривена урезаним текстом и цртежом. Линија спонтано формира лик пса и реч коју он изговара. Отпор материјала делом доприноси утиску одсуства било какве егзактности цртежа. Али настала линија је и сигурна и топла попут боје плочице. Пас је насмејан а уздигнути реп се њише у знак поздрава. То препознајемо по примењеној стрип конвенцији кинетичких линија које су око репа. Положај пса је такође значајан. Он је окренут директно посматрачу и мами својом безазленошћу. Реч изнад самог пса: *НАРАПОК* (у преводу *уједам*) није наставак визуелног дела, она опонира цртежу и ствара обрат, и духовит, и ироничан, свакако неочекиван и парадоксалан. За неког се открива тек у неком временском интервалу - преводом речи, али целовито зрачи вредностима које надилазе поруку упозорења. Иако садржи установљене елементе којима се формира та конвенционална порука, иако се у овом примеру види у правом смислу употреба специјалне реченице, то *уједам!* уз иконички знак формира јасну поруку, али не поруку упозорења већ поруку супротног значења. Код овог знака је посреди стварање другачијих вредности. Ту је игра, чак, ту је и једно ликовно остварење, које је ослобођено означавања нечега, плута у самодовољности и погледима пролазника. На делу је обрат, инверзија значења. Знак упозорења је нестао; знак уживања је ту.

Смисао комуникације је садржан у размени порука, чије су функције упозорење, савет, информација, убеђивање изражавање мишљење, уживање... Према изложеном примеру може се видети, да представљено обележје и без супстанцијалне промене елемената дате структуре може да се мења од знака упозорења до знака уживања, чиме и комуникација,

према већ изреченом, схваћена као намера да се постигне унапред смишљен циљ еволуира у чисту замисао комуницирања.

## 10.2. Серије и парови плаката - значење и значења

### 10. 2. 1

Временом, из мноштва реализованих плаката, насталих током рада у области плаката, могли су се издвојити парови и групе плаката који су међусобним односима производили нова и битна значења, уз то на нови начин осветљавали неке делове рада на које се у уобичајеним приликама вероватно не би на овакав начин обратила пажња. Ти карактеристични примери плаката, њих један избор, ће бити тема Сучељавања, закључног дела рада Плакат догађај. Опредељењем за реч сучељавања у наслову жели се најдиректније истаћи оно што је и у објашњењу саме речи најбитније, а одражава се на конкретне позиције међу одређеним плакатима. Према *Речнику синонима и сродних речи*, сучелити се значи сусрести се непосредно, управо да се не могу мимоићи, да им се готово чела додирну. Сучељавати је несвршено. У случају упоређивања плаката и оправданије у примени могућношћу откривања нових значења кроз међусобне позиције.

У тексту који следи говориће се о две серије плаката које не настају с унапред пројектованим планом и намером, него су резултат мноштва околности које је сам рад на плакату омогућавао. Накнадним сагледавањем већ реализованих плаката склапају се целине према заједничким карактеристикама, отварајући тако и нова виђења плаката и њихових значења. Серије које ће бити представљене садрже, једна три, друга четири плаката. Серија *нулти плакат*, састављена од три идентична рада, такође припада овој врсти груписања плаката, али за разлику од других серија, настаје као директан резултат истраживања плаката, истовремено и својеврстан „водич“ у самом раду, о чему је било речи у поглављу Нулти плакат.

Шест парова плаката, који ће такође бити представљени, формирају се, попут споменутих серија, као целине, такође без унапред замисљеног и постављеног циља, осим делимично у једном случају. До оваквог груписања плаката долази накнадним повезивањима већ постојећих плаката. Сазнања до којих се тако долази, сагледавањем парова и серија пост фестум, откривених и откриваних, доприносе утврђивању постојећих сазнања или извођењу и нових закључака захваљујући вишегласном „говору“ плаката. Дефинитивно се, и уз помоћ овако постигнутих односа може оправдати становиште о неисцрпним значењским потенцијалима плаката. Плакат таквим сагледавањем постаје неисцрпан извор и подстицај у

комуникацији насупрот свођењу и претварању у проводник једнообразних, утилитарних циљева.

Потврђивање свестраних могућности плаката заснованих искључиво на принципима реалних потреба и из њих развијеној комуникацији и размени је један од примарних истраживачких циљева рада Плакат догађај. Стога је, пре свега посезање за језичким и комуникативним вредностима плаката начин да те намере добију свој легитимтет. На тај начин, производњом нових плакатских односа, што се односи на перманентно истраживање изражајних вредности плаката а не његових утилитарних функција, стварају се услови за нове видове комуникације и окретања човеку а не конзументу. Овакви захвати, да би трајали, подразумевају јасну намену и чисту намеру, ослобођену циљева користи по сваку цену. Према томе, нужно је одредити положај и место плаката, његову улогу у непрегледној мрежи друштвених и културних захтева и потреба. Ако се у тим релацијама о плакату говори као инструменту, онда о *плакату догађају* једино слично музичком инструменту. Традиционални или стандардни плакат је инструмент, односно средство којим се неко служи у постизању одређеног циља изван плаката самог. *Плакат догађај* је свакако инструмент, али попут музичких инструмената за производњу, не музичких, него плакатских тонова. Ти тонови нису намењени било каквој користољубивој намери, и не сежу нигде даље изван њихове окренутости човеку и комуникацији (размени).

## 10. 2. 2

Сматрајући да и овакав вид испитивања плаката, путем додатних и „неплански“ успостављених међусобних релација међу плакатима, доприноси садржајнијем сагледавању ширих вредности плаката, неке од тих целина ће бити и представљене.

Плакати су, што је већ наглашавано, рађени пре свега за позоришне представе, али неколико плаката је настало и другим поводом.

Плакати серије и плакати парови су међусобно повезивани према накнадно установљеним критеријумима. У том погледу, три серије су, свака на особен начин, омогућиле да путем њих, на нови начин, буде систематично представљен целокупан процес рада који је одликовао рад у области плаката.

Прва серија од три плаката односи се на три различита поступка представљена у раду путем поглавља: ТОК I, ТОК II и ТОК III. Наведену серију карактерише заједнички мотив који додатно повезује та три плаката, чинећи их целином. На првом плакату за представу *Чудо у Шаргану*, то су крила фатазмагоричних птицоликих фигура. На другом плакату, за представу *Свети Георгије убива аждаху*, у питању су крила аждаје која је изашла са иконе. На трећем

плакату за Сусрете поторишта, птичија крила су повезана на начин на који се повезује прслук или горњи део костима узетог из фондуса неког позоришта. Сва три плаката садрже надреалне елементе, који целокупној атмосфери сваког од три плаката даје зачудну ноту, чинећи обрађене теме додатно инспиративним за сагледавање. На прва два плаката, наслови, иако „описују“ представљену сцену, тиме пре воде ка усмеравању пажње на неочекивана збивања; код првог плаката је то камена плоча која се савија попут књиге, а код другог плаката је у питању сцена на којој је аждаја изван свог очекиваног места, изашла је из иконе. Мада условно „описни“, наслови су у функцији градње неочекиваног. На трећем плакату наслов је на непредвидљив начин такође укључен у визуелну сцену, на којој број XXVII, редни број позоришних сусрета, није означен стандардно, неким постојећим фонтом; број двадесет седам је преплет на прслuku или костиму, којим се повезују два крила. Та три плаката, осим наведеног, на пластичан начин представљају три ТОК-а у њиховим битним карактеристикама. На првом плакату доминира структурални цртеж и потез као чин градње догађаја. На другом плакату је заступљена монтажа и повезивање цртежа аждаје са репродукцијом иконе Светог Ђорђа. На трећем плакату, у питању је „презасићена“ сцена са неколико знаковних и наративних планова повезаних графичких и сликарских мотива и сегментарном градњом једног универзалног симбола оличеног у лету.

Другу серију обједињује четири плаката који су настајали поводом самосталних ауторских изложби илустрација. Као и претходна серија плаката, и ова такође указује на различите приступе раду и променама које се крећу у распону од илустративног до знаковног. Плакате ове серије карактерише доминација типографског приступа и различита „упосленост“ илустрације. Четврти плакат је чак само типографски, освајајући тако простор плаката словном разиграношћу и пиктуралношћу.

На првом плакату, наслов *Пола игра пола збиља* је „илустрован“. Дечак са дурбином, поштар, велики пакет, девојчица која у трку готово излеће са плаката носећи букет цвећа попут балона, дрво, изломљена слова наслова „просута“ готово целом површином плаката су у игри, али и збиљи, ако се пажљивије гледа плакат. Плакат је без правог центра и са мноштвом појединачних прича. И тиме је за гледати а не само за видети.

На другом плакату је начињена интервенција у наслову плаката који је уједно и назив изложбе. Једно слово је измењено у речи наслова и уместо Илустрације, пише Илузстрације. Убачено слово з уместо слова с је декоративно, изведено биљним орнаментом, и тиме асоцијацији на илузију додаје неопходну уверљивост. Семантичка вредност новонастале речи, и илустрација девојчице у првом плану с расцветалом књигом у рукама, међусобно успостављају истовремено и ликовне и знаковне односе, идејне понајвише.



На трећем примеру, наслов *Јахач на облаку* заузима велики део површине плаката, исписан је ручно, истовремено „описујући“ дечака који доиста јаше на облаку. Али, у то је укључено неочекивано решење. Дечак на облаку је свакако цртеж. Али цртеж на листу папира који је истргнут из свеске спиралног повеза и уметнут у горњи леви угао плаката. Јахач је између слова наслова, и видљив. У питању је монтажа. А дечак на облаку је знаковни (и ликовни) акценат. У неком другом начину представљања сигурно не би имао тај (семантички) значај. Вероватно би био само илустрација.

Четврти плакат је урађен само уз помоћ словних знакова - типографски. Реч или реченица: ЗАМИСЛИТЕ, или ЗА МИСЛИ ТЕ. Игра словним знаковима семантички и синтактички гради слојеве смисла препуштене препуштене сваком појединачном доживљају и асоцијацијама.

Иако сваки од ова четири плаката производи властиту „драматургију“, видљив је процес и намера поступног ослобађања плаката од одређене „грађе“ и „отежавања“ елементарних знаковних и значењских својстава плаката. Тиме се уједно елиминисе често сувишна граница између плаката или илустрација намењених деци и оних намењених одраслима.

### 10. 2. 3.

Надилазећи функцију преносилаца унапред задатих садржаја, односно престајући да буду примарно канали комуникације, издвојени парови плаката су омогућили додатна вредна сазнања, постајући извори комуникације. Два елемента су одређивала овако издвојене целине. Прво је морала постојати заједничка карактеристика која је појединачно обједињавала сваки пар плаката, а онда, и мање или више видљиво одступање од заједничког именитеља које је чинило извесном производњу новог значења.

Парови плаката су се појавили према избору и промени поступка рада, избора писма (латиница, ћирилица), типографије (наслов), концепта и на крају у односу на саму намену. У неким од ових примера парови су се појављивали самим тим да су плакати рађени за исто драмско дело али различита позоришта, а у другим случајевима парови плаката су настајали непосредно за једну те исту представу.

Плакати парови за представе *Љубави Џорџа Вашингтона* и *Дервиш и смрт* су, у оба случаја, рађени за различита позоришта.

Прва верзија *Љубави...* настала је обрадом фотографије женског акта графичким свођењем на црно-белу силуету. Обрађени мотив је дуплиран и сада две фигуре су повезане леђима окренуте једна другој. Петокраке звезде у позадини два женска лика, бојене комплементарним паром зелене и црвене боје, симболично су се односиле на супротности

два драмска лика. У раду је примењен поступак колажа, тако што су сви елементи плаката исецани и лепљени на одговарајућа места. Друга верзија овог пара плаката задржава претходни образац. Тај захтев захтев наручиоца је подразумевао и једну измену; на место силуета с претходног плаката стављене су фотографије главних глумица из представе. У позадини два женска лика међусобно леђима окренуте, уместо петокрака је постављен већи број кројева мушких одела и цртежи фигура две даме. Плакат је у потпуности урађен дигиталним путем применом монтаже као поступка, где до изражаја долазе изразите могућности техничке реализације и комплекснијих детаља, готово неизводљивих у претходним поступцима припреме. Код овог пара плаката видљиво место измештања носи промена поступка, од мануелног ка дигиталном, тиме и однос према функцији укључених елемената, којима се на различите начине постиже одговарајући доживљај, учинивши и на тај начин разноврснијим и слојевитијим значења плаката.

Плакати за позоришну представу *Дервиш и смрт*, настали су такође за два позоришта. У односу на претходни пар, карактеришу их потпуно другачији концепти рада. Под концептима се у овом случају подразумевају неодвојивост техничког извођења од идеје, односно основне замисли код оба плаката. На првом, од два рада, у његовом десном делу се налази фотографија до паса нагог мушкарца. Његова грчевито испружена десна рука пружа се ка средишту плаката. Динамика дијагонално постављене руке, преноси се и на положени, неправилно исечен правоугаони формат плаката, сужен у десном делу где се налази фигура младог човека. Неправилно обрезивање плаката, потпуно ван стандардног формата, у функцији је постизања драмског ефекта, чиме одређеним значењима плаката равноправно доприноси и формат. Одступања од устаљених конвенција отварају могућности исказа плакатом, не као ефектом, него значењем проистеклим из адекватних односа елемената плаката. Други плакат је готово целом површином прекривен отиском (прста) који се, при томе још и цеди. И за разлику од претходног плаката код којег је „активиран“ и формат у градњи значења, отисак сезаснива пре свега на симболици, и путем материјалног трага цеђења отиска говори о растакању и урушавању идентитета.

Следећа два пара плаката настају на идентичан начин; у оба случаја реч је о верзијама плаката за исту представу са непроменљивим основним мотивом; у случају представе *Дон Жуан*, применом два писма (ћирилице и латинице), а код друге представе двема варијантама наслова: *Комшије су криве* и *Отмица и вазнесење Јулијане К.* Плакати са два наслова настали су планирано, намером редитеља представе.

Претходне парове плаката раздвајала је мања или већа временска дистанца и различита позоришта за која су плакати рађени. Ћирилично/латинични *Дон Жуан* и *Комшије...*

/Отмица... су настајали у исто време и потпуно равноправно били у функцији најаве наведених представа, и наравно, говора о њима.

Ови плакати, између осталог, очекују некога ко је више од гледаоца, читаоца или можда посетиоца позоришта, некога коме није потребна инстант информација него изазов за надградњу плакатом датог и тиме успостављену комуникацију, а то су „осећаоц“ - онај који хоће да зарони у плакат и „читач“ - сенка аутора плаката и плаката.

Последња два пара плаката у овој групи карактерише промена намене.

Код једног пара заједнички елемент је знак једне ликовне институције (Галерије југословенског портрета, данас Галерије међународног портрета), а код другог, у питању је мотив отворених уста из којих се, у првој варијанти појављује пацов а у другој варијанти су отворене очи, стопљене са унутрашњошћу отворених уста, усмерене ка посматрачу.

Иако су сви плакати код наведених парова плаката настајали применом различитих идејних, визуелних и обликовних поступака, кључни детаљ који их раздваја и који отвара изузетно значајна исходипта везана за плакат јесте њихова намена. Генерално, сви плакати обухваћени истраживањем у раду Плакат догађај, су настајали као професионални одговор на позив или захтев одређене институције, изузимајући већи број плаката уврштених у ТОК III, којима се та конвенција демонтира. Плакати начелно, значи, настају као вид одређеног међусобног договора, а из тога и произашлог задатка и резултата. Два плаката се издвајају из тог начина рада. Настали као индивидуални чин, далеко од спољног диктата, ти плакати су постајали врста одговора или коментара на одређене актуелне појаве карактеристичне, довољно видљиве у датом тренутку, а мотивски изазовне за овакву врсту реакције. Једном је то био исказан (гневан) став на програм Галерије југословенског портрета, са ликом Мона Лизе, истовремено и знаком галерије, на умрлици, а други пут, (временски закаснила) реакција на друштвене прилике 90-их година, плакатом *Коске '92*, редизајном већ реализованог плаката, *Коске '48*.

Оба пара плаката имају неколико заједничких карактеристика. Две је овом приликом вредно истаћи. На првом месту, у питању су парови код којих је један од плаката настајао за званичне културне програме: *Коске '48* за позоришну представу, а други плакат за јубилеј уметничке галерије. Друга два плаката: *Коске '92* и „Мона Лиза“ настајали су као лични чин, ослобођен од било какавог спољнег диктата. Када се говори о овим паровима плаката треба имати у виду и да су плакати реализовани различитим техникама, како у припреми, тако и у штампи.

Компарацијом два плаката за Галерију могу се на чистину извести додатни и битни закључци. У раду на та два плаката примењени су потпуно различити поступци. Један од

плаката је настао класичним штампарским поступком који је укључивао рад репрофотографа, цинкографа, ручног слагара и типомашинисте. Други плакат, новијег датума, настао је поводом јубилеја Галерије портрета, и комплетно изведен дигиталним путем. Умрлица, смртовница, или посмртница је настала уобичајеним поступком за ту врсту штампаних материјала. Неопходно је било снимити репродукцију Мона Лизе, направити клише, сложити текст у ручном слогу, и на већ постојећи штампани образац са црним рамом, који се конвенционално примењује у тим приликама, одштампати фотографију и текст. Идејом коју је садржавала, умрлица постигнут је далеко већи степен идентификације са актуелним тренутком у односу на плакат јубилеја. На плакату поводом четрдесет година галерије, дошле су до изражаја небројене могућности дигиталног поступка. Плакат је на крају пленио пажњу и техничким резултатом. У сваком случају, и идеја да се од експоната – портрета, из сталне поставке галерије, начини знак галерије, који је исечак портрета Мона Лизе, садржавао је довољно захвалну идејну основу усклађену са захтевом наручиоца – институције за коју је плакат требао бити урађен. Али, процедуром заснованом на карактеристикама рекламног плаката, према унапред зацртаном плану намера и нивоом очекивања наручилаца, свакако и оних којима је требао плакат бити намењен, његових прималаца, плакат је реализован професионално, примарно поштујући те захтеве. Настао је плакат пригодног карактера у функцији назначеног јубилеја. Ту се наново поставља једно од кључних питања, отворених са *нултим плакатом*. Да ли је плакат материјализовани продужетак аутора? *Плакат догађај* као идеја то апсолутно подразумева? Када се говори о плакату јубилеја галерије, у питању е примарно само професионални чин. Други плакат, умрлица, то свакако није. Ту није реч о професионалном задатку. Укупни разлози настанка тог рада су utkани у сам рад. Незадовољство постојећим активностима галерије, прожетим анахроним, традиционалним и идеолошким усмерењима, на драстичан начин је пренето у наведени штампани облик. Мотив је био и у раду самом, тиме оправдавајући у потпуности тај рад. „Мона Лиза“ је био тај и такав рад.

## 15. УМЕСТО ЗАКЉУЧКА

Неостварени план да се, пре четрдесет година, изложи карактеристике недуго пре тога насталог плаката *Експлозија/мрља*, добио је напоскон свој епилог четири деценије касније. Али није више било у питању објашњење тог плаката, него и много више од тога. Захтев је нарастао до излагања и тумачења једне аутономне плакатске праксе, вероватно и поетике приписане насталим плакатима. У сваком случају праксе наслоњене на искуства плаката са почетка, много касније именованог *нулти плакат*. Бављење назначеном темом у сасвим другачијим околностима и са другачијим намерама садржавало је и свој предмет и свој циљ именован *Плакат догађај*, грађен као производња и супротност стандардном (традиционалном) плакату, одређеног утилитарним карактером. Истраживање је добило своју конкретну форму и друштвену верификацију.

Докторски уметнички рад *Плакат догађај. Од испразног стецишта до генератора смисла* је заснован на реализованим ауторским плакатима, а не плакатима као резултатом истраживања. Тим обратом је проширено тематско поље у које су укључена и искуства настала као резултат другачијих друштвених и радних околности, омогућавајући формирање темељнијих и закључних ставова. Само четири плаката су урађена током рада на докторској тези. Вероватно онда и није коинциденција, да један од тих плаката, настао за Сусрете позоришта у Брчком, један од тринаест реализованих за ту манифестацију, говори о суштинској идеји *Плаката догађаја*, наравно, примерено условима „говора“ плаката. Мушки и женски лик, представљени на плакату, међусобно су окренути леђима, али дискретно провлаче руке, једну према другој, кроз словне облике наслова на плакату. Основно полазиште и циљ рада *Плакат догађај* подразумевали су стварање плаката који је у бити заснован на односима његових елемената, на догађају као принципу.

Имајући у виду да се догађајем може сматрати сусрет и однос, неодвојиви од одређеног процеса, трајања, плакати су настајали и грађени различитим поступцима кроз три фазе, одговарајући тако на постављени захтев. У првој фази су то били међусобни односи мноштва потеза у склопу структуралног цртежа. Тиме што је укључивао само цртеж, тај плакат је остајао непотпуни догађај. Другу фазу карактерише установљавање поступка монтаже, делом и колажа, као темељног принципа у грађњи односа, тиме и догађаја. А у трећој фази плакат надилази лимитирана одређења прве и друге фазе, разграђивањем постојећих плакатских конвенција. Догађај се у трећој фази проширује непосредно на укљученог (већ) бившег гледаоца, сада осећаоца/читача, омогућавајући директан међусобни однос, и тиме крајњу пуноћу *плаката догађаја*.

## Литература

1. Barnard, Malcolm, *Оглашавање и реклама: Реторички императив. Визуална култура*, уредио Chris Jenks, (превод Зринка Павлић), Наклада Јесенски и Турк, Хрватско социолошко друштво, 2002.
2. Barnicoat, John, *Posters a concise History*, Thames&Hudson, London, 1973/2003.
3. Барт Ролан, *Варијације у писму & Задовољство у тексту* (превео Јовица Аћин), Службени гласник, Београд 2011.
4. Барт, Ролан, *Митологије*, (превод са француског Андрија Филипковић, превод есеја Мит данас Оља Петронић) Карпос I Supplementa allographica, Лозница, 2013.
5. Барт, Ролан, *Књижевност митологија семиологија* (прев. Иван Чоловић), Београд, Нолит, 1971.
6. Barthes, Roland, *Реторика слике*, у Ненад Мишчевић и Милан Зинајић (прир.), Пластички знак (зборник текстова из теорије визуалних уметности), (71–83) (прев. Весна Потковац), Ријека, Издавачки центар, 1981.
7. Бекер, Мирослав, *Сувремене књижевне теорије* (Руски формализам, Француска Нова критика, Постструктурализам у сувременој америчкој критици, Естетика рецепције, Марксистички оријентирана критика), Загреб, СНА, 1986.
8. Belsey, Catherine, *Постструктурализам*, Сарајево (прев. Зоран Милутиновић), ТКД Шахинпашић, 2003.
9. Bernstein, David, *Advertising outdoors, Watch this space!*, Phaidon, London, 1997.
10. Бугарски, Ранко: Увод у општу лингвистику, Чигоја и XX век, Београд 1996.
11. Clark, Toby, *Art and Propaganda in the Twentieth Century (The Political Image in the Age of Mass Culture)*, London, Calmann and King Ltd, 1997.
12. Дикло, Освалд и Тодоров, Цветан: *Енциклопедијски речник наука о језику 2.* (превели са француског Сања Грахек и Михајло Поповић), Просвета Београд 1987.
13. Ђорђевић, Јелена, *Посткултура*, Слио, Београд, 2009.
14. Еко, Умберто, *Култура, информација, комуникација* (превела Мирјана Дрнадрски), Нолит, Београд, 1973.
15. Eskilson, Stephen J, *Graphic Design a New History*, (116–133), London, Laurence King Publishing, 2007.
16. Фостер, Хал, *Дизајн и злочин* (превод са енглеског Горан Вујасиновић), вбз Загреб 2006.
17. Гиро, Пјер, *Семиологија* (друго издање) (прев. Мира Вуковић), Београд, Просвета. 1983.
18. Грау Оливер: *Виртуална уметност Од опсене до урањања* (Превела са енглеског Ксенија Тодоровић), Слио, Београд, 2008.
19. Hollis, Richard, *Graphic design a concise History*, Thames&Hudson, London, 1994.Хутцхисон, Johansen, Jørgen Diners и i Larsen, Svend Erik, Увод у семиотику (прев. Стипе Гргас), Загреб, Croatia Liber, 2000.
20. Кангрта Милан, *Етика. Основни проблем и правци*, Милан Кангрта *Практичан и практички*, Голден маркетинг-Техничка књига, Загреб 2004, 515 стр.
21. Калер, Џонатан: *Теорија књижевности*, Сасвим кратак увод (превео Драган Илић), Службени гласник, Београд, 2009.
22. Клатн-Брок, Џулијен, *Пси*, Политикин Забавник и Књига комерц, Београд, 2006.
23. Кликовац, Душка: *Метафоре у мишљењу и језику*, Бублиотека XX век, Београд 2004.
24. Куленовић, Твртко, *Уметност и комуникација*, Сарајево, Веселин Маслеша, 1983.
25. Лич, Едмунд, *Култура и комуникација*, (превео с енглеског Борис Хлебес), Просвета, Београд, 1983.
26. Loesch, Uwe, *Plakat (Ausstellung)*, Frankfurt am Main, Museum für Kunsthandwerk, 1991.
27. Лотман, Јуриј, *Структура уметничког текста*, (prevod Novica Petković), Нолит, Београд, 1976

28. Лотман, Јуриј Михаиловић: *Култура и експлозија*, (прев. Добрило Аратиновић), Београд, Народна књига, Алфа, 2004.
29. Мановић, Лев: *Метамедији избор текстова*, (превод са енглеског Ђорђе Томић), Центар за савремену уметност, Београд, 2001.
30. Meggs, V. Philip, *A History of Graphic Design*, Second Edition, VNR New York, 2012.
31. Морен, Едгар: *Дух времена 2, Догађај*, (превела са француског Иванка Павловић), Београдски издавачко-графички завод, Београд, 1979.
32. Морис, Дезмонд, Откривање човека, кроз гестове и понашање (прев. Александар С. Петровић), Београд, Југославија, 1979.
33. Морис, Дезмонд, *Говор тијела, Приручник о људској врсти* (прев. Маја Котур) Загреб, Аугуст Цесарец, 1985.
34. Панић, Владислав: *Речник психологије уметничког стваралаштва*, Београд, Завод за уџбенике и наставна средства, 1998.
35. Папанек, Виктор: *Дизајн за стварни свијет* (превод Бранка Ђукић), Накладни завод Марко Марулић, Сплит, 1973.
36. Певснер, Николаус, *Пионири модерног обликовања*, ГЗХ Загреб, Загреб, 1990.
37. Петковић, Новица, *Елементи књижевне семиотике*, Народна књига/Алфа Београд, 1995.
38. Rademacher Hellmut, *Masters of German poster art*, Edition Leipzig, 1966.
39. Рикардс, Морис, *Успон и пад плаката* (прев. Бранко Петровић), Београд, Ревизија – НИП Борба, 1971.
40. Sailer, Anton Das Plakat, Verlag Karl Thiernig KG München, 1965.
41. Shizuko Muler Brockmann, *Plakat, Affiche, Poster*, MSAaaaM ABC Edition, Zurich 1990.
42. Станојчић, Живојин и Поповић, Љубомир, *Грамматика српског језика*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2005.
43. Шекнер, Ричард: *Ка постмодерном позоришту: Између антропологије и позоришта*, Београд: ФДУ, Институт за позориште, филм, радио и телевизију, 1992. Предговор (Слободан Селенић: Последњи метафизички денди)
44. Рот, Никола, *Знакови и значења*, (87 – 190), Београд, Нолит, 1982.
45. Сосир, Фердинанд де, *Опита лингвистика* (друго издање) (прев. Сретен Марић), Београд, Нолит, 1977.
46. Шуваковић, Мишко, *Појмовник модерне и постмодерне ликовне уметности и теорије после 1950*. Београд – Нови Сад, Прометеј, 1999.
47. Тајге, Карел, *Вашир уметности*, Младост-Мала едиција идеја, Београд 1977.
48. Томић, Зорица, *Комуникологија*, Чигоја штампа, Београд, 2003.
49. Трифуновић, Лазар: *Од импресионизма до енформела, Signum et significatum*, Нолит Београд 1982.
50. Франкфурт, Хари Гордон, *О просеравању*, (превод Тамара Радовић), Вега Медиа, Нови Сад 2006.
51. *Фотографија, Критички увод*, приредила Лиз Велс, (превеле са енглеског: Катарина Радовић и Паула Миклошевич Мухар), Слио, Београд, 2006.

#### Часописи и каталози

1. Багић, Крешимир: Од фигуре до културе – Парафраза. Дискретни шарм парафразе. Матица хрватска - Вијенац 396 07.05.2009 [www.matica.hr/vijenac/396/diskretni-sarm-parafraze-3399/](http://www.matica.hr/vijenac/396/diskretni-sarm-parafraze-3399/)
2. Бернхард дизајн, Музеј за умјетност и обрт Загреб, 2001.
3. Бернхард Луцијан: *Реклама и дизајн у освит XX века, изложба Института за везе са иностранством (ифА) у МПУ у Београду, institut für Auslandsbeziehungen e.V. Stuttgart, 1999. (2013)*

4. Bogdanović, Snežabna: "BLEJBORD" NA ALBANIJI Politika, 01.02.2004,
5. Cruddac, John, *William Morris* и британска левица, Online часопис Нови пламен, 2016.
6. Денегри, Јеша: Проблеми умјетничке праксе последњег деценија (5) Документи 3 – 6 Нова умјетничка пракса 1966 – 1978. Уредио Маријан Сусовски, Галерија савремене умјетности Загреб 1978 Луциан
7. Клоц, Волкер (Волкер Клотз): Цитат и монтажа у новијој књижевности и умјетности, Израз, Сарајево XXI мај, број 5. 1977. 537
8. Лотман, Јуриј Текст у тексту , (превод са руског Радмила Мечанин), Књижевна реч, 1984. 36
9. Мићановић, Здравко, Плакат ван зида у 88 слика, Сигнум број 6, 2012.
10. Опачић Нивес: Свака душа спава, сад је згода права, колумна Језикословље, Вијенац 482 6. рујна 2012. Књижевни лист за умјетност, културу и знаност, Матица хрватска, Загреб

#### Вебографија

<https://sr.wikipedia.org/sr-el/Експлозија>  
[https://www.b92.net/kultura/vesti.php?nav\\_category=272&yuyy...mm...](https://www.b92.net/kultura/vesti.php?nav_category=272&yuyy...mm...)  
[https://sr.wikipedia.org/sr-el/Motor\\_sa\\_unutrašnjim\\_sagorevanjem](https://sr.wikipedia.org/sr-el/Motor_sa_unutrašnjim_sagorevanjem)  
<http://mihailovasiljevic.com/poznate-fotografije-ivan-manojlovic/>  
<https://sh.wikipedia.org/Korelacija>  
<https://www.telegraph.co.uk/Minority Report' digital billboard 'watches consumers shop'>  
[https://sr.wikipedia.org/sr-el/Периодни\\_систем](https://sr.wikipedia.org/sr-el/Периодни_систем)  
<https://hrcak.srce.hr/Павличих, Павао, Фуга или бијег?>  
<http://www.sensaklub.hr/clanci/lifecoach/smisao-zivota>  
<https://www.istrazime.com.klinicka-psihologija>  
<https://www.supervizuelna.com>



## Биографија

Рођен 1952. године у Лопарама, Босна и Херцеговина.

После завршетка средње школе и пре уписа факултета, радио на пословима монтажера пећи у Тузли.

Завршио Ликовну академију, одсек сликарство, у Сарајеву, 1977. године.

По завршетку факултета заснива радни однос на пословима графичког дизајнера, касније ликовног уредника у штампарији „Графичар“ у Тузли.

Суделовао у формирању и раду неформалне уметничке групе *Тијело простор*, која је током 1978 и 1979. године деловала у Тузли.

„Прелази“ у Београд 1992. године и почиње радити у агенцији *SM Saatchi&Saatchi/BSB*, ангажован на пословима графичког дизајнера. Уз подршку агенције магистрира 1998. године на Факултету примењених уметности у Београду.

У статусу самосталног уметника је од 1998 до 2001. године. 2001. школске године примљен на Академији лепих уметности у звању доцента на предмету Плакат. Прелази на Факултет примењених уметности 2004. године, где остаје до одласка у пензију, 2018. године.

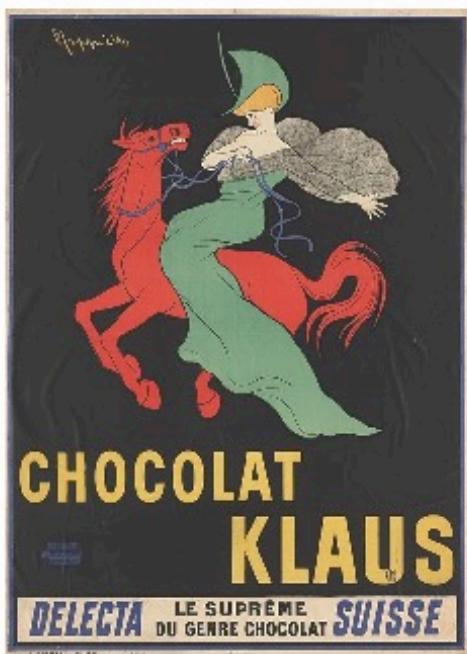
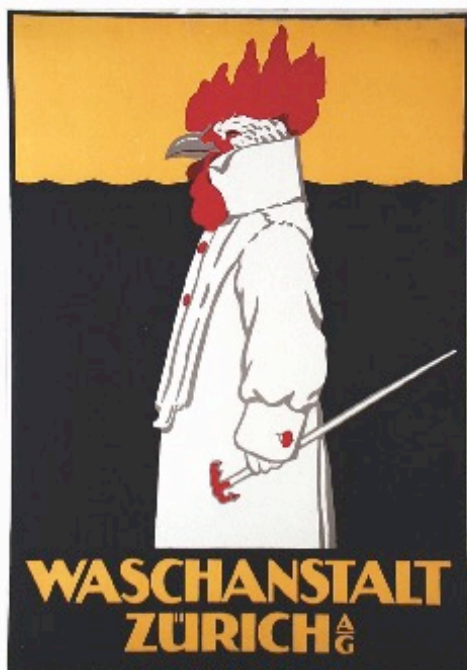
Приредио двадесет шест самосталних изложби из области: плаката, графичког дизајна, илустрације, стрипа и цртежа као ликовне дисциплине.

Награђиван за рад из наведених области двадесет седам пута.

Активно се бави стрипом, илустрацијом и цртежом.

## Визуелни прилози

- табла I Предметни плакат (Sachplakat) извори (137)  
Роберт Хардмеуер (Robert Hardmeyer)  
Waschanstalt Zürich 1905.  
Леонето Капиело (Leonetto Cappiello)  
Chocolat Klaus. 1903.  
Браћа Бегарстаф (Beggartaff Brothers)  
Rowentree's Elect Cocoa 1900.
- табла II Предметни плакат (Sachplakat) (138)  
Луцијан Бернхард Lucian Bernhard Priester 1905.  
Луцијан Бернхард Lucian Bernhard Stiller 1905.  
Лудвиг Холвајн (Ludwig Hohlwein) Confection Kehk 1908  
Лудвиг Холвајн (Ludwig Hohlwein) Die Grathnohl - Zigarette
- табла III Плакат и знаковни односи (139)  
Џејмс Монтгомери Флаг (James Montgomery Flagg)  
I Want You For U.S. Army 1917.  
Уве Леш (Uwe Loesch)  
Das ist ihr problem! 1987.
- табла IV Нулти плакат Експлозија/мрља, Мрља/експлозија, Експлозијааа (140)
- табла V Плакат панорама (141)
- табла VI ТОК I цртежи, описна линија (142)
- табла VII ТОК I цртежи, структурна линија (143)
- табла VIII ТОК I плакат и/или цртеж (144)
- табла IX МеђуТОК I (145)
- табла X МеђуТОК II (146)
- табла XI Начело избора и начело односа (147)  
стапање или инкорпорација,  
сусретање или коегзистенција,  
разлагање или сепарација
- табла XII ТОК II монтажа/колаж а (148)
- табла XIII ТОК II монтажа/колаж б (149)
- табла XIV Сусрети позоришта (150)
- табла XV Међународна смотре археолошког филма табла (151)
- табла XVI ТОК III вежбе (152)
- табла XVII Калигула (153)
- табла XVIII Мртви разред (Умрла класа) (154)
- табла XIX XXVIII Сусрети позоришта (155)
- табла XX Велики дан/XXIII Сусрети позоришта (156)
- табла XXI Плакат догађај б (157)
- табла XXII Сакама (Sakama) (158)
- табла XXIII Сучељавања (159)
- табла XXIV Серија а (160)
- табла XXV Серија б (161)
- табла XXVI Сучељавања а (162)
- табла XXVII Сучељавања б (163)

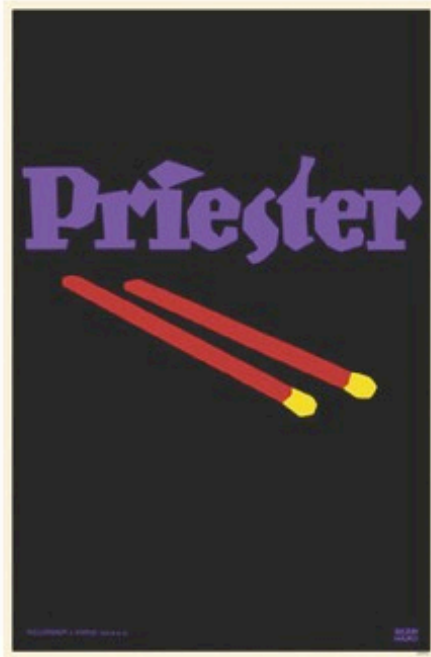


1 Предметни плакати (Schulplakate) илустри

Роберт Хардмeyer (Robert Hardmeyer)  
Waschanstalt Zürich 1905.

Антонио Кампелли (Antonio Campello)  
Chocolat Klaus. 1903.

братя Беггарстаф (Beggarsstaff Brothers)  
Rowntree's Elect Cocoa 1900.



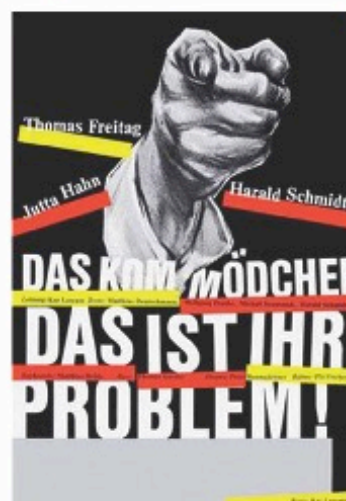
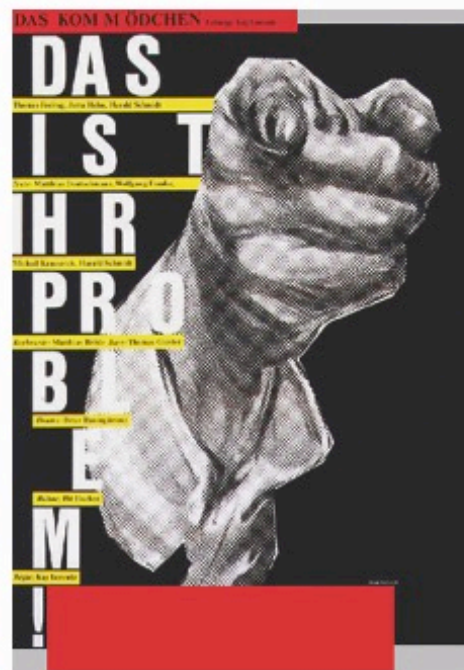
### II Предметни плакат (Sachplakat)

Луцијан Бернхард Lucian Bernhard *Priester* 1905.

Луцијан Бернхард Lucian Bernhard *Stiller* 1905.

Лудвиг Холавајн (Ludwig Hohlwein) *Confection Kehl* 1908

Лудвиг Холавајн (Ludwig Hohlwein) *Die Grathwohl - Zigarette*



III Плакат и эмблемы войны

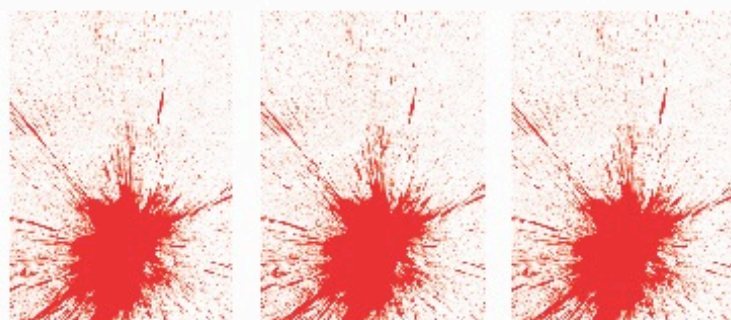
Джейс Монтомери Флаг (James Montgomery Flagg)

I Want You For U.S. Army 1917.

Уве Леш (Uwe Loesch)

Das ist ihr problem! 1987.



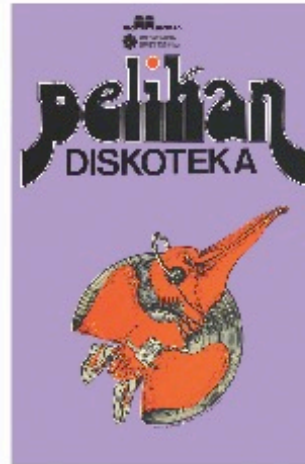


IV Нугаи плакат Экспозиција/крьа, Мрда/експозици, Експозицијааа



У Плакат лаворама



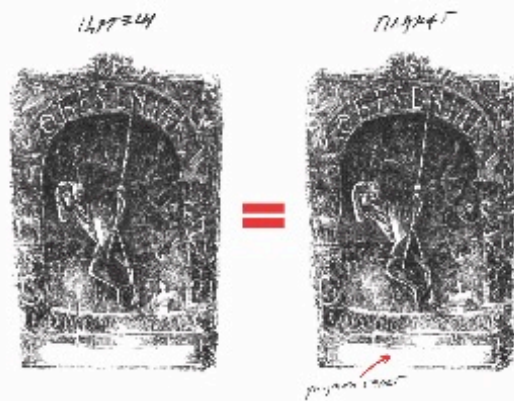


VI TOK 7 цртежи, отиска линија





VII. TOK I - prikazi, strukturna analiza



VIII ТОК I пакат и/или цртеж



IX Međunarodni



KULTURNO-PROSVJETNA ZVEJANICA TUZLA, SAMODRŽAVNA INTERESNA ZAJEDNICA KULTURE TUZLA

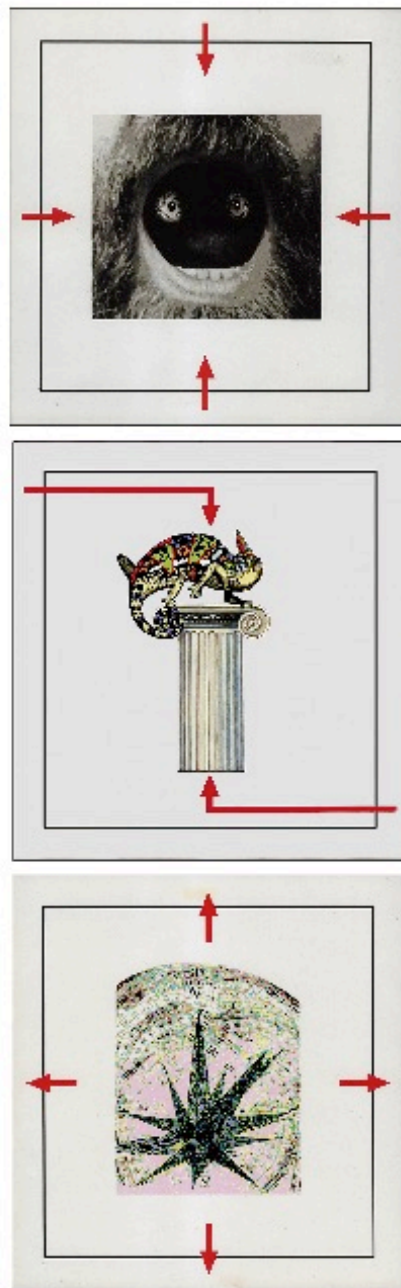
# LJETNI PROGRAM TUZLA '82

od 15. VII do 16. IX 1982.

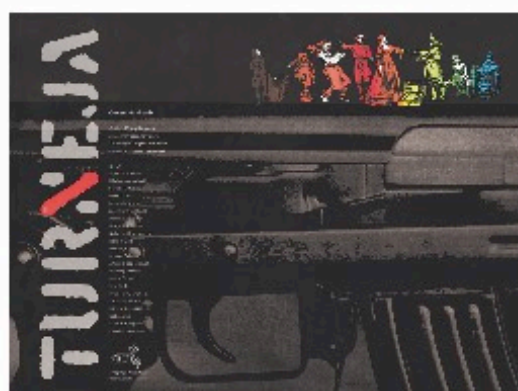
**PRITISAK**  
Kult. i prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.  
Kulturno-prosvjetna zvejanica Tuzla, ul. 1. maja 1944, 75000 Tuzla, BiH.



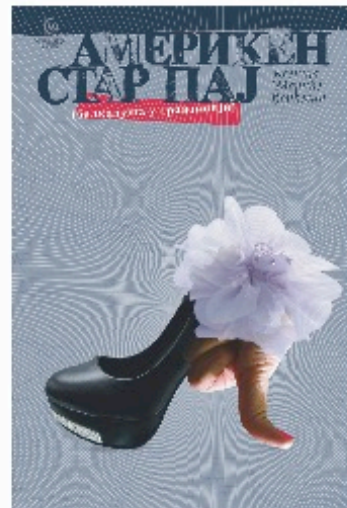
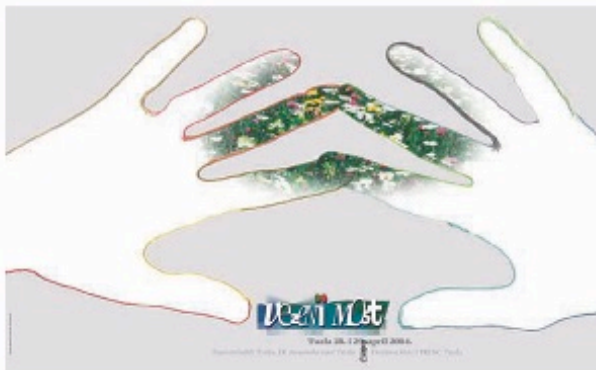
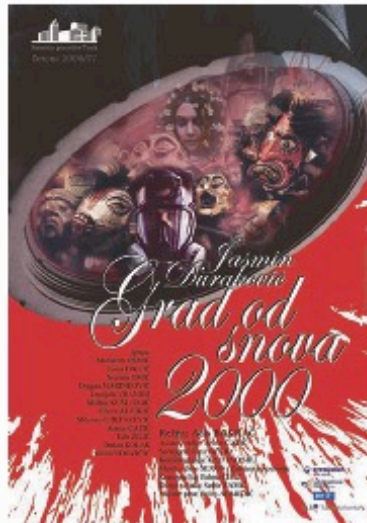
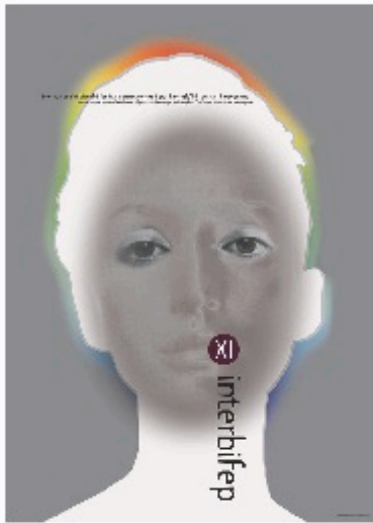
X. MěhyTOK II



XI Начело избора и начело односа  
стапање или инкорпорација,  
судретање или коелзистенција,  
разлагање или сепарација



ХИ ТОК II контејна/колажа



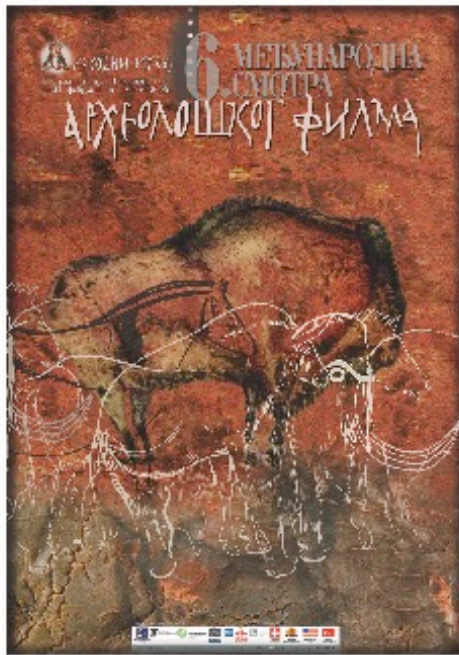
XIII TOK II KONFERENCIJE/IZDAJE 6



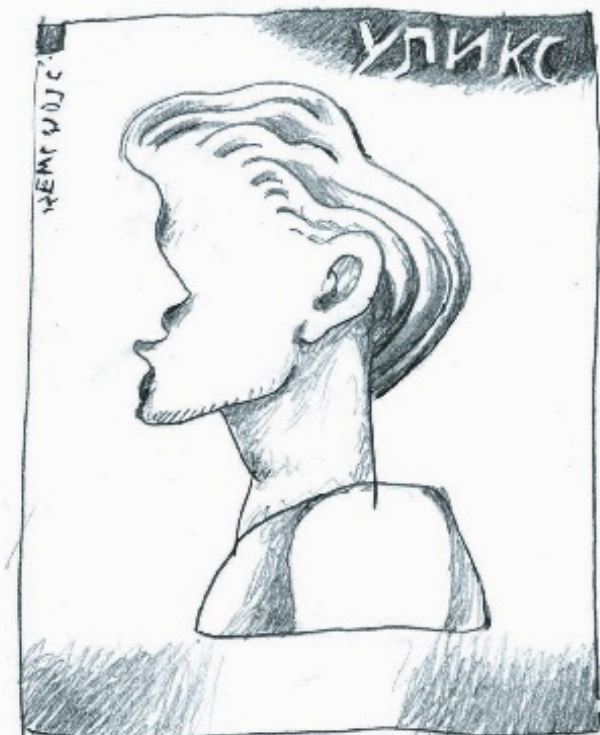


XIV Cypetv: nosopuzv



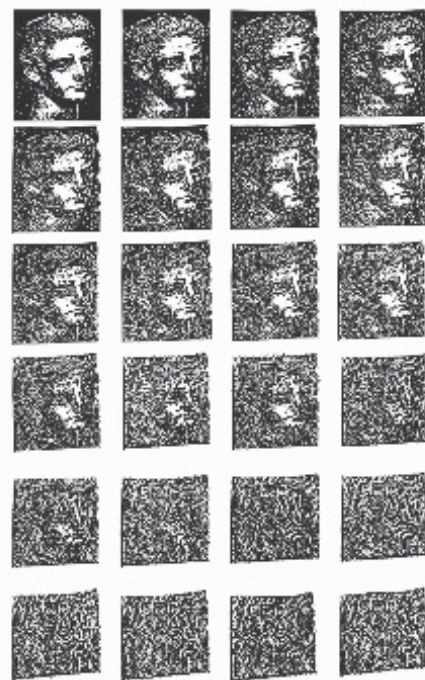
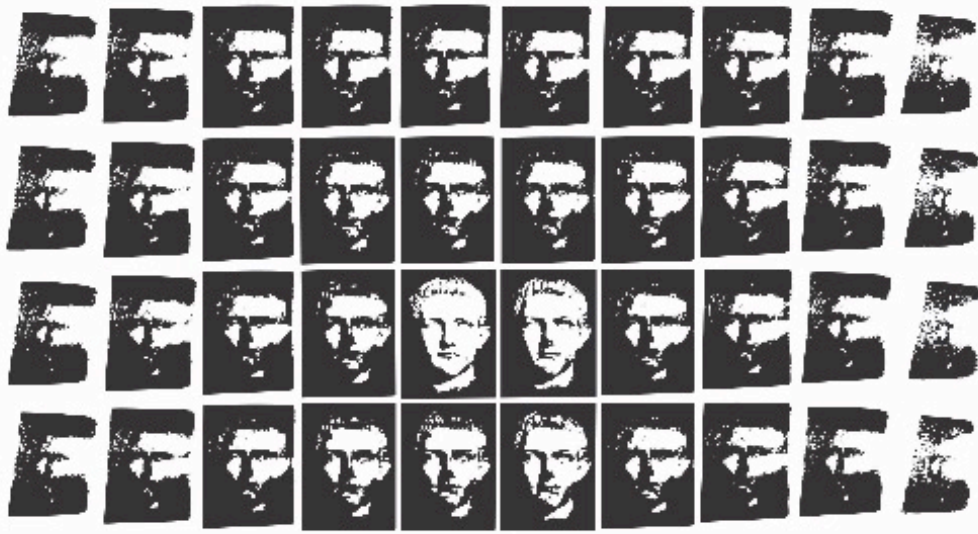


XV Међународна смотра археолошких филмова



XVI ТОК III вєлєбє

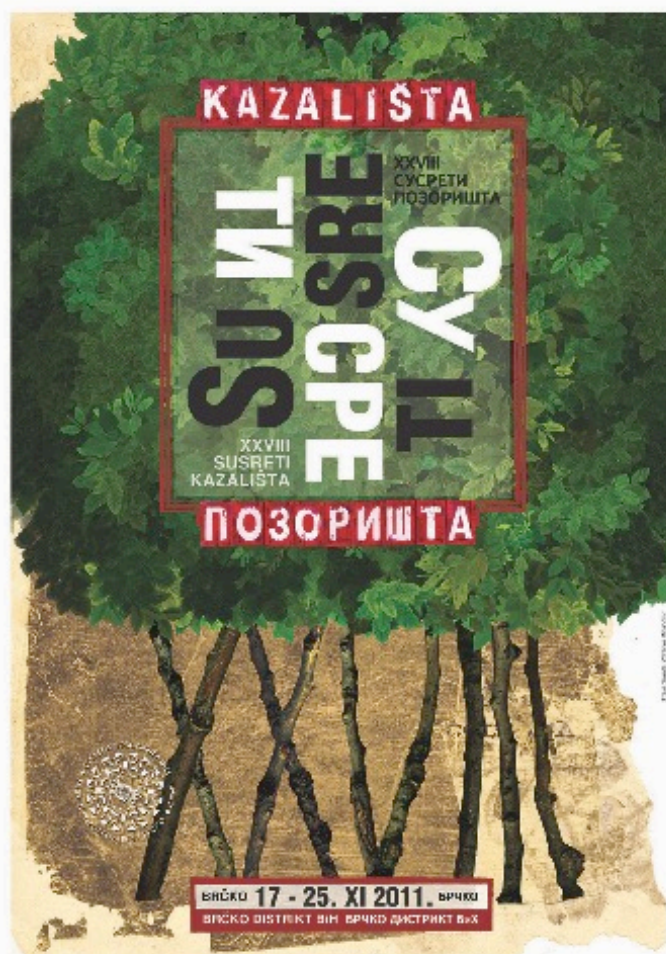




XVII ΚΑΛΙΓΥΛΑ



XVIII Мртви разред (Украи класа)

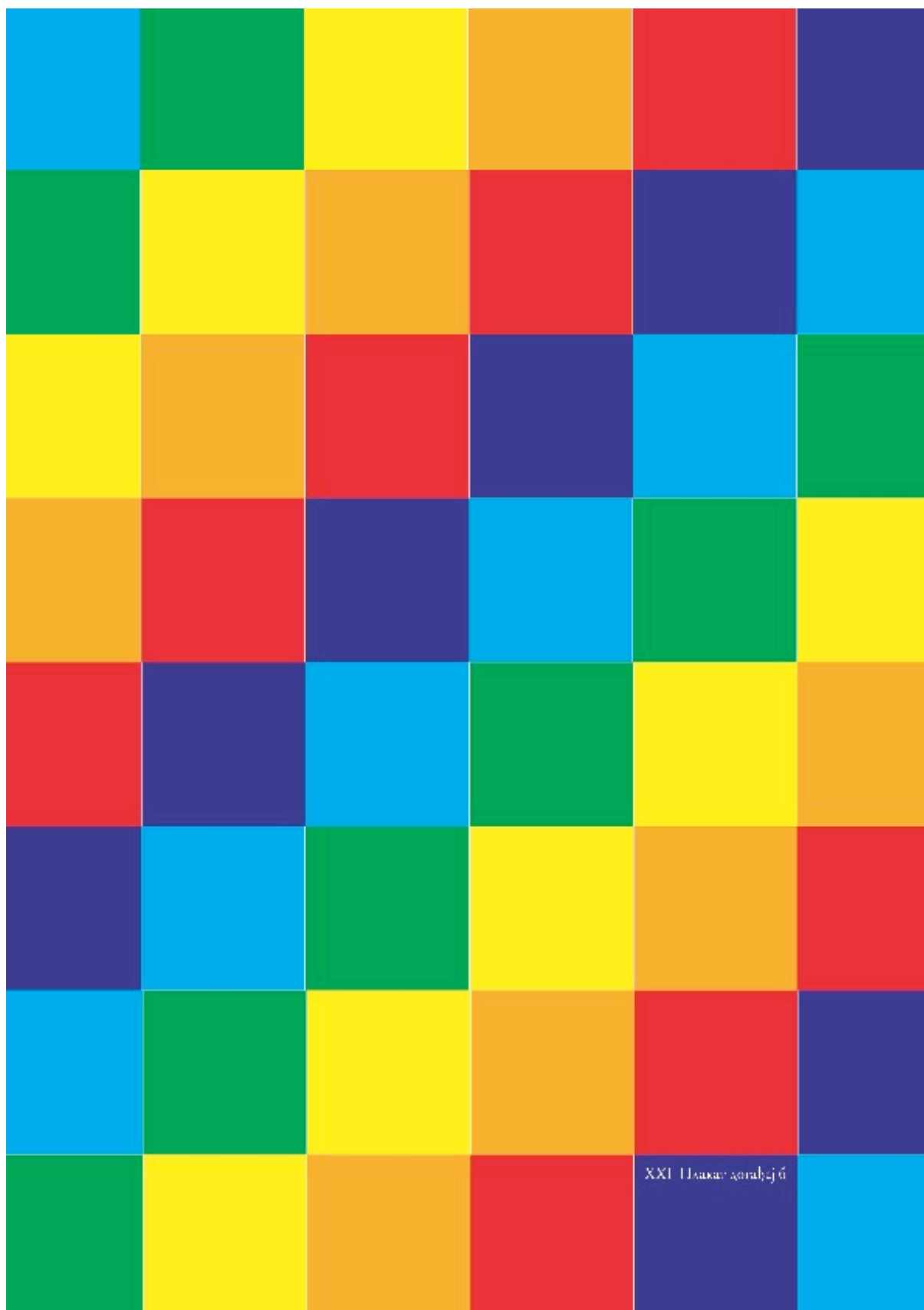


XIX XXVIII Сусрети позоришта





XX Veliki dan/XXIII Susreti pozorišta





XXII Casuma (Sacama)

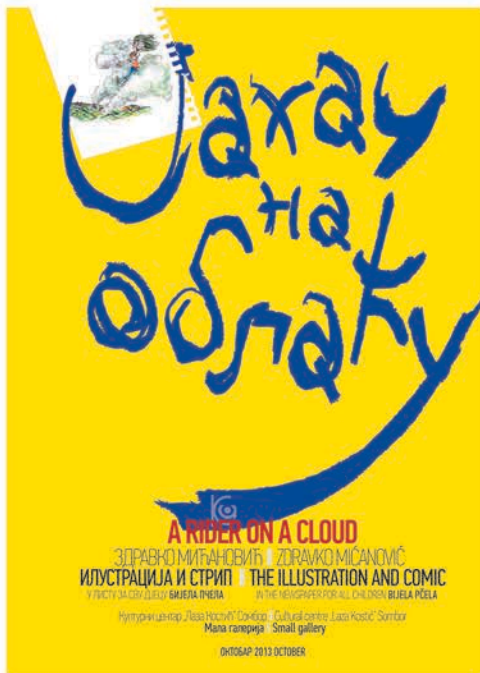
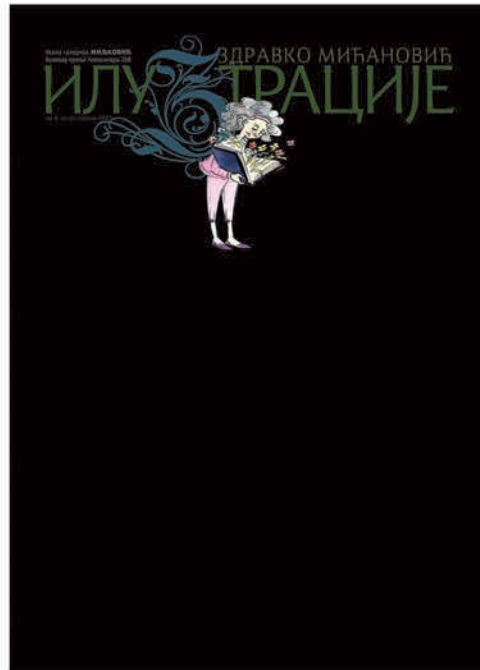
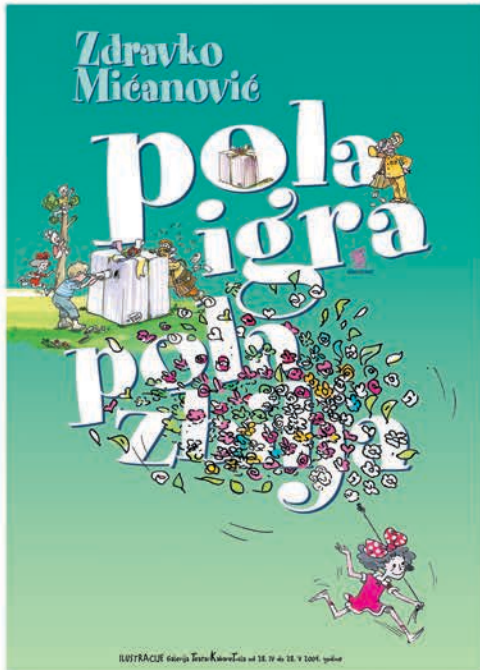




XXIII Сучеловања



XXIV Серија а

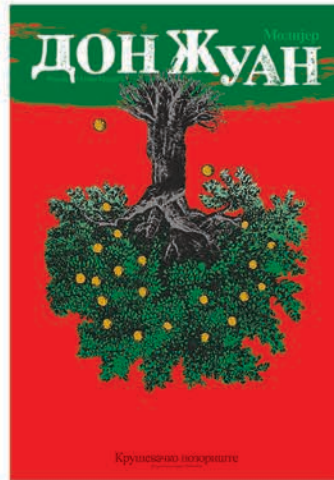


XXV Серија 6



XXVI Сучљавања а





XXVII Сучљавања б



## Изјава о ауторству

Потписани Здравко Мићановић

Број индекса: 21 / 2013

Изјављујем,

да је докторска дисертација / докторски уметнички пројекат под насловом:

### **ПЛАКАТ ДОГАЂАЈ**

#### **Од испразног стецишта до генератора смисла**

- резултат сопственог истраживачког / уметничког истраживачког рада,
- да предложена докторска теза / докторски уметнички пројекат у целини ни у деловима није била / био предложена / предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

У Београду,

септембар, 2019. год.



Потпис докторанда

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске  
дисертације / докторског уметничког пројекта

Име и презиме аутора: Здравко Мићановић

Број индекса: 21 / 2013

Докторски студијски програм: Примењена уметност и дизајн

Наслов докторске дисертације / докторског уметничког пројекта:

**ПЛАКАТ ДОГАЂАЈ**

**Од испразног стецишта до генератора смисла**

Ментор: Растко Ђирић, ред. проф, Факултет примењених уметности у Београду

Потписани (име и презиме аутора) Здравко Мићановић

изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације / докторског уметничког пројекта истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука / доктора уметности, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

У Београду, септембар, 2019. год

потпис докторанда



Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум  
Универзитета уметности унесе моју докторску дисертацију / докторски уметнички  
пројекат под називом:

**ПЛАКАТ ДОГАЂАЈ Од испразног стецишта до генератора смисла**

која / и је моје ауторско дело.

Докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат предао сам у електронском  
формату погодном за трајно депоновање.



Потпис докторанда

у Београду,  
септембар, 2019.