

hrvatsko
dizajnersko
društvo

HDD



krivotvorine,
dezinformacije &
smrznute slike
– dizajn
dalibora martinisa
70-ih i 80-ih

23/2. –
11/3/2017.



HDD galerija
Boškovićeva 18
Zagreb
www.dizajn.hr

UOKVIRENI DIO FOTOGRAFIJE NE PREDSTAVLJA RAD DANIJELE BLIJDENAR PHOTOARTISTOVIĆ, DESIGN: MARTINIS, SITOTISAK: STUDIO S

▶ Ovaj pregled dizajnerskih radova **Dalibora Martinisa** koji smo nazvali *Krivotvorine, dezinformacije i smrznute slike* slijedi niz recentnih izložbi¹ u pozadini kojih je načeta tema odnosa dizajna i neoavangardne umjetnosti sa specifičnim fokusom na konceptualnu umjetnost, odnosno novu umjetničku praksu 70-ih godina, i to na barem dvije razine. Prva razina tiče se problema historiografije hrvatskog dizajna, iz koje nam nerijetko izmiču imena autorica i autora čiji je rad dominantno vezan uz područje vizualne umjetnosti, iako su iza sebe ostavili kvalitetne, u nekim slučajevima i vrlo opsežne dizajnerske opuse. To je dijelom pitanje diskontinuiteta u dizajnerskom djelovanju ili nedostatka interesa, a dijelom vjerojatno ima veze i s tim da se generacija stasala kasnih šezdesetih i početkom sedamdesetih godina, za razliku od svojih generacijskih prethodnika, velikih modernističkih umjetnika i dizajnera poput **Ivana Picelja**, nije oslanjala na koncepciju “sinteze”, odnosno funkcionalne integracije disciplina. Da to nije niti mogla, pokazuje nam druga razina koja se tiče umjetničkog svjetonazora te generacije koja je kod nas najčešće označena pojmom “nove umjetničke prakse” i koja eksplicitno dovodi u pitanje tradicionalno poimanje umjetnosti, umjetnika i umjetničkog djela, kritički nastupa spram institucija, prepoznaje društvenu i političku dimenziju umjetnosti, napušta navodno neutralne, a ideološki duboko obilježene galerijske prostore i zamjenjuje ih ulicom, javnim i medijskim prostorom, odnosno sferom svakodnevice.

■ Stoga nije teško razumjeti da je autorima poput **Martinisa, Sanje Iveković, Gorana Trbuljaka, Jagode Kaloper, Gorkoga Žuvele** i drugih, grafički dizajn bio privlačan ne samo iz sasvim razumljivih egzistencijalnih nego i programatskih i taktičkih razloga. Umjetnost koja se odupire kultu originalnosti i neponovljivosti lako se prepoznaje u multiplikaciji, ponovljivosti, razmjernoj demokratičnosti, ali i efemernosti artefakata grafičkog dizajna. Neka od ključnih djela konceptualne umjetnosti ranih sedamdesetih u Hrvatskoj tako nastaju u mediju plakata (**Goran Trbuljak**), publikacija (**Sanja Iveković**), letaka i umjetničkih knjiga (**Grupa šestorice**), a čitava scena gradi neformalnu komunikacijsku mrežu onkraj institucionalnih kanala, putem umjetničkih časopisa, ali i koristeći se mrežom postojećih omladinskih i studentskih publikacija, novina i časopisa. To naravno ne znači automatski da je bilo što od te produkcije imalo dizajnerskih pretenzija – naprotiv, često vrijedi i posve suprotno – ali ona se jest nedvojbeno služila sredstvima dizajna ili dizajnom kao instrumentom. **Dalibor Martinis** danas kaže kako je njegova generacija u grafičkom dizajnu vidjela priliku za “proširenje polja djelovanja”,² no to nipošto ne znači da su i njihovi profesionalni dizajnerski radovi bili ekstenzija njihovog “umjetničkog” djelovanja³ na način na koji je to prisutno u para-

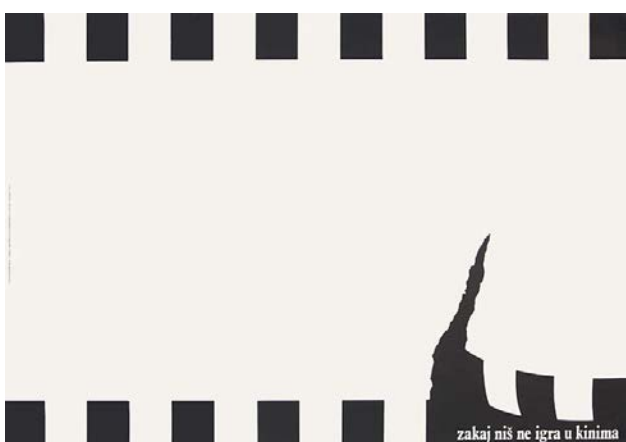
1 Riječ je o izložbama *Neoavangardni umjetnički časopisi i Informacija: Dizajn za kulturu Željka Borčića 70-ih i 80-ih*. Dok je prva problematizirala neformalne umjetničke komunikacijske mreže i vizualne jezike dizajna i umjetnosti, a druga pokušala sučeliti dizajnerski i rani umjetnički opus Željka Borčića, Martinisova miniretrospektiva tematski je usredotočena isključivo na autorove dizajnerske radove i u tom je smislu najkonvencionalnija.

2 Vidi intervju Marka Goluba s Daliborom Martinisom na stranici HDA-a • <http://dizajn.hr/blog/dalibor-martinis-u-grafickom-dizajnu-vidjeli-smo-priliku-za-prosirenje-polja-djelovanja/>

3 Osim poneke sitne diverzije Gorana Trbuljaka koji u katalogu koji dizajnira za jugoslavenski nastup na Venecijanskom bijenalu 1976. pored svog imena u impressumu umeće znak za fusnotu koji će reaktualizirati 30 godina kasnije kad i sam nastupa na istoj manifestaciji. Vidi <http://www.culturenet.hr/UserDocsImages/attachmenti/10134.doc>



“Plakat je poziv na izložbu ali on postoji i za one koji je nikad neće vidjeti i stoji na nekom plotu kao dokument nečijeg, u ovom slučaju mojeg, vizualnog iskaza.”



Mogućnosti za 1971.
GSU, Zagreb
1971.

*Zakaj niš ne igra
u kinima?*
plakat /
samoinicirani rad
1973.

*Sanja Iveković –
Dokumenti
1949–1976*
GSU, Zagreb
1976.



“Mi koji smo nastojali razvijati medijske prakse i djelovati sa sviješću o društvenom i urbanom kontekstu u kojem živimo, vidjeli smo u grafičkom dizajnu priliku za proširivanje polja djelovanja. Plakat je nešto što pripada urbanom prostoru i komunicira izravno s prolaznicima i to mi je svakako bilo zanimljivo jer sam sedamdesetih godina razvio vrlo jasan kritički odnos spram umjetničkih institucija, muzeja, galerija, akademija i slično.”

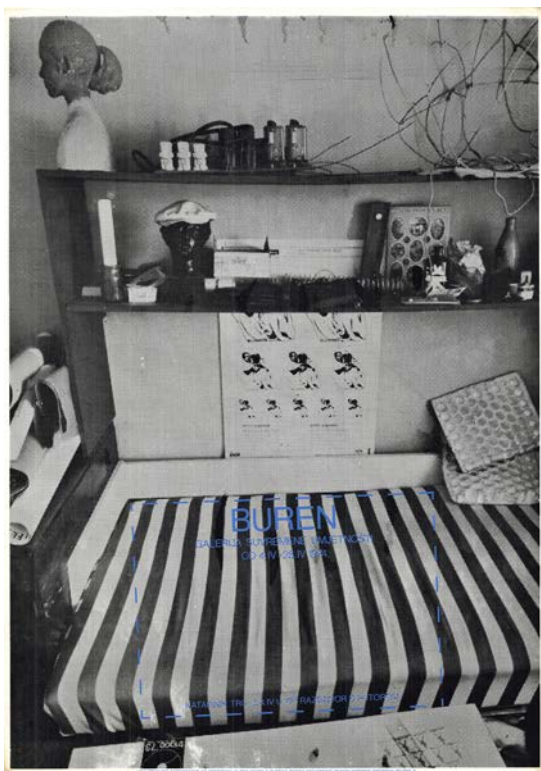


Victor Papanek–
Dizajn za stvarni svijet
GSU, Zagreb
1974.

“Plakat za izložbu **Victora Papaneka Dizajn za stvarni svijet** mi je posebno drag jer predstavlja meni omiljeni ironijski *understatement*. Arak *letraseta* predstavljao je onaj ‘švicarski’ totalno sređeni dizajn s perfektnom tipografijom i univerzalnim znakovljem, a

Papanekov dizajn se odnosio na Treći svijet siromaštva i gladi. U mojoj verziji arak *letraseta* sastoji se od različitih veličina lika gladne žene s djetetom, pa bi eventualna upotreba lika u nekoj od veličina uredno ukazala na veličinu problema gladi u svijetu, sve prema procjeni korisnika.”

Buren
GSU, Zagreb
1974.



“Plakat za inače odličnu izložbu **Daniela Burena** nosi fotografiju dijela sobe s krevetom i policom iznad njega. Prugasto platno kojim je krevet presvučen može, ukoliko se gledatelj koncentrira na dio slike unutar tankog okvira, možda korespondirati sa Burenovim radom koji se sastojao od aplikacije prugastog uzorka u različite kontekste. Slika je, dakle, neistinit prikaz Burena, ali detalj možda i nije. Usput, ako još pažljivije pogledate, na toj istoj fotografiji nalazi se i plakat za Papanekovu izložbu nastao ranije iste te godine.”

digmatskom primjeru opusa **Ivana Picelja**, nego da potencijalno nastanjuju isti prostor debate i komunikacije.

¶ **Dalibor Martinis** prve dizajnerske angažmane pronalazi, poput brojnih prije i poslije njega, u tzv. omladinskom tisku pa tako 1971. s **Gorkim Žuvelom** oblikuje omladinski časopis *TLO*. I kasnije je oblikovao nekoliko publikacija i niz kataloga, no glavni dio njegovog dizajnerskog opusa čine izložbeni i filmski plakati realizirani od ranih 70-ih do kraja 80-ih godina, kada **Martinis** uglavnom prestaje s dizajnerskim djelovanjem. Možda pomalo ironično, nedavna retrospektivna izložba u Muzeju suvremene umjetnosti u Zagrebu – koja kvalitetno i uvjerljivo pozicionira ovoga umjetnika kao jednog od pionira i centralnih imena hrvatske konceptualne i medijske umjetnosti – nije uključivala ništa od njegovog dizajna, premda ista ta središnja nacionalna institucija suvremene umjetnosti u svojoj zbirci vjerojatno ima više njegovih dizajnerskih negoli umjetničkih radova. Naime, upravo angažman za Galeriju suvremene umjetnosti (kako se tada zvala) predstavlja opsegom najveću pa i najkonzistentniju cjelinu u **Martinisovom** dizajnerskom opusu.

¶ Prvi plakat za jedan od programa GSU radi već 1971. godine, za izložbu *Mogućnosti za 1971.* na kojoj sudjeluje i kao umjetnik. Taj je rad s jedne strane, kao “čisti vizualni znak”, dijelom još uvijek u tradiciji pristupa dizajnu plakata koji je kod nas ustanovio i promovirao **Ivan Picelj**,⁴ dok s druge strane svojom modularnom strukturom gotovo doslovno ukazuje na težnju mladog autora za proširenjem formata plakata u sadržajnom, idejnom ali i čisto formalnom smislu. Prvi ‘modul’ plakata nosi svu tekstualnu informaciju, a svi naredni moduli s istom geometrijskom strukturom mogu se, ovisno o željama i mogućnostima, ponavljati pri lijepljenju plakata i osvajati prostor unedogled.⁵ Pritom, taj plakat ne samo da iz jedne “iskošene” vizure uspostavlja odnos prema temi izložbe – umjetničkim intervencijama u urbanom prostoru – nego i sam djelatno participira kao jedan od izložaka, što jasno dolazi do izražaja na novinskoj fotografiji Jezuitskog trga gdje u prvom planu vidimo rad **Jagode Kaloper**, a u pozadini, na zidu crkve sv. Katarine, **Martinisov** plakat. U načinu razmišljanja, odnosu prema mediju plakata, pa i namjeri da se plakatom “intervenira” u sam izložbeni koncept, **Martinisovom** plakatu *Mogućnosti za 1971.* duhovno je blisko i maestralno rješenje **Borisa Ljubičića** za *7. Zagrebački salon* (1972.), uske crvene trake koje se intervencijom šire, markiraju i sjedinjuju s prostorom grada.⁶

¶ **Martinis** je 1973. realizirao i nekoliko u užem smislu “umjetničkih”, samoiniciranih konceptualnih plakata, u određenim elementima povezanih s radovima iz njegove serije radova pod nazivom *Krivotvorine*. Dok su *Krivotvorine* predstavljale kolažnu intervenciju u planove gradskih ulica (intervencije na tramvajskim kartama koje

⁴ Takva veza nije toliko čudna kao što danas na prvi pogled može izgledati, s obzirom na to da su Martinisovi rani radovi nastajali pod izravnim utjecajem zbivanja oko *Novih Tendencija*.

⁵ Isti “trik” će desetljeće kasnije, 1982. godine, iskoristiti Stipe Brčić i tim CIO u plakatu za 9. kongres SKH

⁶ Govoreći o odnosu umjetnosti i dizajna, Boris Ljubičić i sam često ističe kako je usprkos vlastitom formalnom umjetničkom obrazovanju na ALU, za razliku od ove skupine protagonista nove umjetničke prakse, njegovih kolega s Akademije, kao svojevrsni otklon prema tradicionalnim koncepcijama umjetnosti u cijelosti odabrao profesionalno bavljenje dizajnom. “Dizajnom se mijenja svijet, dok je umjetnost stvar povijesti. Za mene je prva prava dizajnerska realizacija bila čovjekovo slijetanje na Mjesec, događaj kojeg je uživo gledao cijeli svijet”, vidi npr. intervju <http://dizajn.hr/blog/boris-ljubicic-ima-li-dizajner-svoj-alat-nema-dizajn-je-nacin-misljenja/>

su tada sadržavale mapu tramvajskih linija Zagreba) i plan samog kozmosa (druge *Krivotvorine* rađene su na zvjezdanim kartama neba), ovi plakati intervencija su u sam urbani javni prostor grada i tematiziraju stanje u zagrebačkom kulturnom i javnom prostoru porukama koje su i danas podjednako aktualne – *Zakaj ništa ne igra u kinima? Zakaj je Zagreb tak zmazan? A uspinjača?* – četrdeset godina kasnije i dalje ništa nema u kinima i zagrebačke ulice su “zmazane”. Uspinjača doduše radi, ali mnogi drugi javni servisi ne, pa tako, na primjer, ni žičara za Sljeme.

¶ Nešto kasnije će na formatu plakata otisnuti tadašnji standardni poštanski formular za predaju telegrama. Na tu osnovu je rukom dopisivao različite poruke za koje je smatrao da ih treba odaslati. Dok je jedan od sačuvanih brzozava “upućen” **Marshallu McLuhanu** s porukom *The Medium is the message is the medium is the message is the medium...*, drugi je prazan, a u rubrici “Broj riječi” je samo napisano *Bez*.

¶ Nije jednostavno u kratkim crtama opisati sve predmete **Martinisovog** autorskog interesa od sedamdesetih do danas. Općenito, to su teme statusa umjetnika i umjetnosti, uvjeta njene institucionalne reprezentacije, problemi komunikacije u javnom i medijskom prostoru, pitanja odnosa prirodnog i tehnološkog, biološkog i tehnološkog, “životnog” i medijski posredovanog, razlučivanja stvarnog i virtualnog, ‘objektivne’ istine i medijskog privida. Pritom se često i sam služi kopiranjem, reprodukcijom, ponavljanjem, rekontekstualizacijom i medijskom manipulacijom, mijenjajući značenje i izvrćući smisao u prvi mah uočljive poruke. Gotovo uvijek je riječ o intervencijama u “medijski” prostor ili o njegovom dovođenju u izravnu uzročno-posljedičnu vezu s akcijom ili poretkom stvari u stvarnom prostoru. Pritom sve može biti “medij” – od tehnologije videa (*Open Reel*), do nepredvidivih algoritama financijskog tržišta (*Krajolik promjenjivog rizika*). Stoga nije nimalo čudno da posredovanjem **Matka Meštovića** i CIO-a upravo **Dalibor Martinis** i **Sanja Iveković** sredinom sedamdesetih dobivaju zadatak izrade grafičkog dizajna telopa za Radioteleviziju Zagreb u sklopu tada aktualnog redizajna vizualnog identiteta RTZ-a. Telopi, koji i sami, ironično, imaju “interventnu” funkciju unutar televizijskog medija, odnosno služe tome da gledatelju signaliziraju prekid programa, tehnički problem u emitiranju, suspenziju protoka medijskih slika, pokazali su se kao idealan materijal za ovo dvoje autora. Štoviše, jedan od vodećih likovnih kritičara tog vremena, **Marijan Susovski**, tada piše kako **Martinis** i **Iveković** kao grafički dizajneri telopa za RTZ “ostvaruju najbolje primjerke televizijske grafike u sedamdesetim godinama na zagrebačkoj televiziji.”⁷

¶ U kontekstu pitanja odnosa dizajna i likovne umjetnosti ne treba zaboraviti da u našoj sredini tada, pa sve do pokretanja Studija dizajna 1989. godine nije bilo mogućnosti integralnog formalnog visokoškolskog dizajnerskog obrazovanja, tako da činjenica da su se dizajneri regrutirali mahom među umjetnicima i arhitektima nipošto nije egzotična. Rijetke iznimke predstavljaju jedna generacija odškološana na Akademiji primijenjene



Telopi, RTZ, rane 1970-e

⁷ Marijan Susovski, *Inovacije u hrvatskoj umjetnosti sedamdesetih godina*, str. 23 [fusn. 13, str. 40], GSU, Zagreb, 1982.

umjetnosti, dakle tek uvjetno rečeno dizajnera, i nekolicina autora koji su se školovali ili usavršavali na zapadu, poput **Željka Borčića** i **Danijela Popovića**. U tom svjetlu treba gledati činjenicu da ti autori (uključujući i **Martinisa**) ne pokazuju poseban interes ili sklonost za tipografiju. Takav interes se javlja gotovo isključivo kod **Arsovskog**, koji je i sam autodidakt na području dizajna. K tome, sedamdesete su još uvijek doba sveprisutne *helvetice* – kako zbog dominacije visokomodernističke ideologije tako i objektivnih razloga razmjerno oskudnog izbora pisama u tiskarama, bilo da je riječ o visokom tisku ili fotoslogu.

¶ Još jedan aspekt u kojem je **Martinisov** angažman u području dizajna karakterističan za to razdoblje jest potpuna usmjerenost radu za naručitelje u području kulture – GSU, RANS Moša Pijade, Jadran film itd. Od 1974. do kasnih osamdesetih, ne računajući prekid 1978./79. zbog boravka na stipendiji u Kanadi, **Martinis** je kontinuirano oblikovao plakate i kataloge za ipak centralnu instituciju suvremene umjetnosti u Zagrebu i Hrvatskoj, Galeriju suvremene umjetnosti. Na tim zadacima nasljeđuje velikane poput **Picelja**, **Arsovskog** i **Zorana Pavlovića**, a izmjenjuje se s generacijski bliskim **Bučanom**, **Goranom Trbuljakom**, **Željkom Borčićem** i **Mladenom Galićem**. Galerija suvremene umjetnosti je kao institucija u to vrijeme, kao i Galerija Studentskog centra, ažurno pratila, promovirala i podržavala progresivne, nove umjetničke prakse koje otvoreno kritički nastupaju spram tog istog institucionalnog okvira umjetnosti. Premda **Martinis** svim dizajnerskim zadacima, pa i onima u okviru GSU, pristupa izuzetno profesionalno i distancirano, upravo u takvoj poticanoj polemičkoj atmosferi nastaje niz, za današnje pojmove, prilično subverzivnih plakata. Ako je za autore nešto starije generacije, poput **Picelja**, plakat čista vizualna senzacija, autonomni oblik koji prije svega funkcionira kao signal, a ne eksplicacija ili ilustracija izložbe, **Martinis** ide i korak dalje tako da prema sadržajima i temama koje interpretira na plakatima uspostavlja aktivan intelektualni, kritički odnos. Najjednostavnije je to ilustrirati plakatima za izložbu **Victora Papaneka** *Dizajn za stvarni svijet* i izložbeni nastup slavnoga francuskog konceptualnog umjetnika

Daniela Burena. U prvom slučaju naglavce se ubacuje u Papanekov dalekosežno utjecajan diskurs o etičkim prioritetima dizajna kao profesije. Budući da je, parafrazirajući **Papaneka**, dizajn najmoćniji alat kojim čovjek danas oblikuje svoje okruženje, **Martinis** uzima list *letraseta* kao elementarni instrument prosječnog grafičkog dizajnera tog vremena i preoblikuje ga hinjenom naivnošću u alat “društveno odgovornog grafičkog dizajnera” tako što u nje ga umjesto slovnih znakova umeće slikovni znak siromaštva u različitim standardnim veličinama. Zanimljivo, isti taj plakat pojavljuje se i na fotografiji korištenoj za plakat za spomenutu **Burenovu** izložbu svega nekoliko mjeseci kasnije. **Burenov** rad prepoznatljiv je po korištenju obojenih prugastih uzoraka koje aplicira u različitim javnim ili galerijskim prostorima kako bi (između ostalog) ukazao na napetu relaciju umjetnosti i njenog neposrednog fizičkog i društvenog okruženja. **Martinis** pak prepoznaje sličan prugasti uzorak na madracu u svom tadašnjem životnom prostoru, fotografira takvu pronađenu “situaciju” i simbolično uokviruje uzorak na fotografiji sugerirajući gledatelju da je, na neki način, nešto slično **Burenu** pronašao kod sebe doma. Za svaki slučaj, na donjoj margini plakata sitnim slovima ispisana je i napomena da “uokvireni dio fotografije ne predstavlja rad Daniela Burena”. Takav pristup doima se drskim i provokatorskim, no upućenijem promatraču neće promaknuti činjenica da su **Burenove** pruge kao znak i same prisvojene iz konteksta svakodnevice i masovne industrijske



Mladi kubanski slikari
GSU, Zagreb
1983.



Edita Schubert
GSU, Zagreb
1984.

Francusko slikarstvo
1960–1985.
GSU, Zagreb
1985.



“Katkada bih u sliku koja je reproducirana na plakatu uveo gledatelja koji je istovremeno upućivao na proces gledanja ali i ometao svojom prisutnošću izravni kontakt sa slikom. Možda sam samo nastavio ono što sam započeo s performansom ili akcijom *Čuvar na izložbi* iz 1976. u kojoj sam čuvao određena izložena umjetnička djela dajući im tako veći značaj, istovremeno zaklanjajući ih svojim tijelom.”





Bravo maestro
Jadran film /
Croatia film,
Zagreb
1978.



“Meni je bilo posebno zanimljivo pokušati prenijeti osnovnu poantu filma, ili ono što sam ja pročitao kao takvo, kroz jednu sliku ili kroz spomenuti sekvencijalni slijed. U **Bravo maestro** to su dvije faze pokreta ruku koje plješću ali kao da tim ‘spljeskaju’ Maestra, kojeg glumi Rade Šerbedžija, na sceni. Na plakatu filma **Samo jednom se ljubi**, u sekvenci jedna slika prikazuje odnos likova kakav propisuje ideologija – dakle posloženih profila poput radnika i komsomolke u znaku Mosfilma, a druga njihovu ljubavnu vezu.”



*Samo jednom
se ljubi*
Jadran film /
Croatia film,
Zagreb
1981.

proizvodnje (riječ je o popularnom i prilično raširenom tekstilnom uzorku). Osim toga, u katalogu iste izložbe otisnuto je i nekoliko umjetnikovih teorijskih tekstova upravo na temu muzeja, statusa umjetnosti, odnosa teorije i prakse, pa i pitanja stvarnosti i iluzije koje će zaokupljati i samog **Martinisa** sve do danas.

¶ Za razliku od plakata, u kojima se uvijek uspostavlja dijalog između dizajnera i sadržaja koji oblikuje, **Martinisovi** katalogi za GSU u oblikovanju djeluju razmjerno konvencionalno i ne suviše ambiciozno. Razlog tome je vjerojatno i institucionalna konvencija kojoj su se rukvodili kustosi, ali očito i dizajneri, prema kojoj je komentar na plakatu dozvoljen, pa čak i poželjan, dok je katalog “objektivna” publikacija kojoj je glavna namjena informativna i dokumentarna. S druge strane, oni upravo u tome reflektiraju i ponešto od duha umjetnosti koju je GSU tada promovirao. Naime, prva promjena koju **Martinis** unosi u dizajn GSU-ovih izložbenih publikacija je prelazak s visokomodernističkog kvadratnog formata koji je početkom 60-ih uspostavio **Picelj** na jednostavni, “vernakularni” format A4, koji je ekonomičan za tisak i fotokopiranje, ne-ekskluzivan i široko rasprostranjen u svemu od pisanja pisama, birokratskih formulara pa do, na koncu, karakterističnih tekstualnih iskaza konceptualnih umjetnika tog doba. Prvi katalog kojim najavljuje promjenu, za izložbu **Ivana Kožarića**, u tom je smislu jasan dizajnerski i umjetnički statement – kvadratni isječak iz A4 formata oblikovan je po uzoru na **Piceljev** standard, dok je “višak” do kraja formata ispunjen dizajnerovim komentarima same izložbe.

¶ Paralelno s radom za GSU i druge kulturne institucije, **Martinis** radi i plakate za domaću filmsku industriju, prije svega za Jadran film i eksponirane autore poput **Rajka Grlića** (*Bravo maestro* [1978.], *Samo jednom se ljubi* [1981.], *Štefica Cvek u raljama života* [1984.]...) i **Lordana Zafranovića** (*Okupacija u 26 slika* [1978.], *Pad Italije* [1981.], *Haloa – praznik kurvi* [1988.]). Filmski su plakati redovito, ne samo u našoj sredini, razmjerno konvencionalan, pa i najkonzervativniji žanr plakata, što je uglavnom bilo uvjetovano komercijalnim interesima producenstskih kuća koje su inzistirale na korištenju prepoznatljivih likova glumaca i scena iz filmova. I dok dio njegovih plakata zaista i jest u tom smislu formulaičan, neki od njih, posebno oni specijalne namjene koji su se tiskali povodom nastupa domaćih filmova na velikim svjetskim festivalima, predstavljaju vrhunska ostvarenja u kojima **Martinis** eksperimentira sa samim medijem plakata, no pritom ne gubeći iz vida da je riječ o tržišnom proizvodu. U nekima od najzanimljivijih primjera – poput *Samo jednom se ljubi* i *Bravo Maestro* otisnutima u monumentalnom formatu 140×200cm, ali i u nešto konvencionalnijem *Kud puklo da puklo*, plakati su koncipirani kao “animirana” sekvenca u kojoj gornja i donja polovica plakata funkcioniraju kao dva filmska kadra u slijedu, ili pak kao dvije kontrastne situacije jukstapozirane jedna uz drugu. Riječ je o ekspertno izvedenim vizualnim gegovima – glavnog lika filma *Bravo maestro* poput komarca ubija vlastiti uspjeh, dok se na protagonistima *Samo jednom se ljubi* sudaraju ikonografije socrealizma i filmske melodrame.

¶ Sličan je princip korišten i na nekim izložbenim plakatima (primjerice za izložbu **Ivana Kožarića** u GSU 1975.), a primijenjen je na neki način i na finalnom plakatu za izložbu *Animacija* posvećenoj zagrebačkoj školi crtanog filma i održanoj u GSU u organizaciji Zagreb filma 1974. Princip brze izmjene sličica u filmskoj animaciji **Martinis** u obje verzije plakata poistovjećuje sa seksualnim činom.



Animacija – Zagrebački film, prva verzija plakata, GSU, Zagreb, 1974.

U neslužbenoj (ali otisnutoj) verziji on je prikazan doslovno, dok je u službenoj, ali ne puno manje provokativnoj verziji, sugeriran strateški namještenim preklapanjem dviju “faza” inače posve statične animacije samog logotipa Zagreb filma (preklapanjem se zapravo simulira tehnika klasične cell animacije pomoću prozirnih folija).

¶ Između dizajnerskih radova iz 70-ih i 80-ih godina jasno je uočljiva izvjesna formalna razlika. Na samosvojan način, u dizajnerskom opusu DM možemo primijetiti onu istu razdjelnicu između uvjetno rečeno kasnomodernističkog i postmodernističkog perioda, kao i u opusu po plakatima daleko slavnijeg **Borisa Bućana**. U plakatima za GSU iz 80-ih jasno je uočljiv “postmoderni zaokret”. Svojevrsnu simboličku prijelomnu točku možemo vidjeti u plakatu za izložbu *Primarno slikarstvo* na kojem preuzima motiv **Vulpeovog** zaštitnog znaka tvrtke *Chromos*, i to u obliku u kojem je krajem 50-ih kao jedna od prvih pravih “animiranih” neonskih reklama bio postavljen na ondašnjem Trgu Republike. Kao što na plakatu izložbe *Mogućnosti za 1971.* mjesto umjetničkih intervencija u javnom prostoru zauzima stilizacija cestovne signalizacije, 1983. slikara zamjenjuje soboslikar, odnosno između soboslikara i slikara (koji u primarnom i analitičkom slikarstvu preispituje elementarne postavke samog čina slikanja)

više nema bitne razlike. Zanimljivo je da to rješenje nastaje upravo u godinama kad sam **Vulpe** kao autor nestaje iz vidokruga domaće dizajnerske scene. Privlačnost i značenje tog motiva za **Martinisa** potvrđuje i činjenica da se više puta na njega referirao i u svom umjetničkom radu – tako je 2009. u instalaciji *Umjetnik pri radu* rekreiran i na fasadi nove zgrade MSU.⁸ Nakon toga, od 1983. umjesto ranije dominantnog vertikalnog formata gotovo redovito koristi horizontalni format (kakav je i **Picelj** primjenjivao u seriji plakata za izložbe GSU početkom 60-ih, da bi sredinom 60-ih prešao na vertikalni format koji je od tada postao standardom i za druge autore koji su oblikovali plakate za programe Galerije). Naime, prva polovica 80-ih je doba onog što se nazivalo *novom slikom, transavangardom, slikarstvom memorije, novim ekspresionizmom...* pojmovima i imenima autora koje ćemo lako uočiti i na **Martinisovim** plakatima tog perioda, pa je smatrao da položeni format bolje odgovara ideji slike i slikarstva. **Martinis** kao autor drugačije orijentacije i interesa od tada dominantnog “povratka slici”, ima jasan kritički odmak prema tim pojavama, pa često i

autorima za čije izložbe u GSU radi plakate. Upravo to ističe i kao jedan od razloga gubitka interesa za takvu vrstu poslova, ali i poticaj za neka neuobičajena rješenja. Primjerice, u plakatima kao što su oni za izložbu *Minimalizam* (1983.) te samostalne izložbe **Edite Schubert** i **Radoslava Tadića** (obje 1984.) u simbolički prostor između gledatelja i sadržaja koji plakat komunicira ubacuje pojednostavljene siluete promatrača. Na plakatima za ove posljednje dvije



Primarno slikarstvo, umjetnosti, Zagreb,



Čka škola crtanog plakata za izložbu,

⁸ Dalibor Martinis, *Umjetnik pri radu, 1980.–2009.* Također, vidi katalog izložbe *O nepoznatim radovima*, kustosice Branke Stipančić, Galerija Nova/AGM, Zagreb 2006.



Galerija primitivne
1983.

izložbe reproducirana su i sama slikarska djela tih autora, što je **Martinis** u ranijem periodu gotovo programatski izbjegavao, ali im je pridodan taj još jedan “meta” sloj koji upućuje na proces gledanja i njegovo institucionalno posredovanje, a može se dovesti u vezu i s, primjerice, njegovim performansom *Čuvar na izložbi* (1976.).

U pripremama ove izložbe i izboru radova **Martinis** je jasno preferirao starije plakate, a pomalo se ironično odnosio prema tim “postmodernističkim”. Ipak, ti plakati iz 80-ih godina, koliko god u njima bili prisutni i danas jasno uočljivi formalni “tragovi vremena”, s vremenskim odmakom predstavljaju jedan od zanimljivijih i samosvojnih oblika postmoderne stilizacije 80-ih u domaćem grafičkom dizajnu. Tu se, uz već spomenute plakate iz prve polovice 80-ih posebno izdvaja niz plakata za različite nacionalne reprezentativne izložbe (*Novi europski i američki crtež, Mladi kubanski slikari, Suvremena finska umjetnost, Slikarstvo memorije, Francusko slikarstvo 1960. – 1985., Nova austrijska umjetnost, Onze de France [Jedanaestorica iz Francuske]...*), snažnih grafizama, često s arbitrarnim ponavljanjem uvijek istih elemenata

ili tekstura koje doslovce migriraju s jednog plakata na drugi, treći i tako redom. Premda nije nužno riječ o njegovim posljednjim dizajnerskim realizacijama (a i sam autor im je nesklon), takvo rasplinjavanje u mediju (plakata) čini se kao snažna “točka na i” jednog dizajnerskog opusa koji je od samog početka težio destabiliziranju granice između dizajna i sadržaja koji se njime interpretira i koji je toliko upućivao na spoznajni proces koji se na mjestu te granice odvija – sve do trenutka kada ni dizajner više nije potreban i ostaje plakat koji pravi sam sebe, unedogled. ✘

—MARKO GOLUB & DEJAN KRŠIĆ

KRIVOTVORINE, DEZINFORMACIJE I SMRZNUTE SLIKE: DIZAJN DALIBORA MARTINISA 70-ih i 80-ih

23.2. – 11.3.2017.

KUSTOSI IZLOŽBE Marko Golub • Dejan Kršić

POSTAV IZLOŽBE Marko Golub • Dejan Kršić • Dalibor Martinis

GRAFIČKI DIZAJN Dejan Kršić

PISMO Mote [HRVOJE ŽIVČIĆ]

ORGANIZACIJA Hrvatsko dizajnersko društvo

VODITELJ HDD GALERIJE Marko Golub

SPONZORI TISKA Cerovski print boutique • Ars kopija

CEROVSKI

 **ARSKOPIJA**
printamo nemoguće

HVALA Barbara Blasin • Kristina Bonjeković • Ivan Kuharić • Kulturno-informativni centar • Aneta Lalić • Dario Sabljak • ULUPUH

RADNO VRIJEME GALERIJE Pon – pet: 10 – 20h • Subotom 10 – 15h

PROGRAM HDD GALERIJE PODRŽAVAJU

- Ministarstvo kulture Republike Hrvatske
- Gradski ured za obrazovanje, kulturu i sport Grada Zagreba.

Program je sufinanciran sredstvima Zaklade *Kultura nova*.