

Goran Tomčić

Partizanska karikatura 1941 – 1945.

*Muzej revolucije naroda Hrvatske
2. veljače – 2. travnja 1989.*

Osnovni je princip karikature, po Gombrichu, reinterpretacija teme, pri čemu se, ako je riječ o portretnoj karikaturi, od karikaturista zahtijeva da pronade neoboriv »znak identiteta« koji je u danom trenutku sveprepoznatljiv.

Dakle, karikaturu odlikuje sposobnost sažetog tumačenja izabrane teme koja recipijentu omogućuje uštedu mentalne energije. Zato i ne čudi pojačana produkcija karikature u vrijeme velikih društvenim previranja, revolucija ili ratova. Karikatura posjeduje moć razotkrivanja ili demaskiranja, zbog čega i služi kao sredstvo borbe između različitih društvenih snaga. Kao posebna vrsta karikature u takvim uvjetima rađa se politička karikatura.

Prvu veliku produkciju političke karikature donijela je francuska revolucija 1789 – 1799, kada se mnogi anonimni, ali i veliki francuski slikari (npr. Jacques-Louis David) okušavaju u toj grani likovnog izraza.

U Hrvatskoj se produkcija političke karikature može kontinuirano pratiti od ilirizma. Najnovija izložba u Muzeju revolucije naroda Hrvatske pokazala je tu produkciju iz drugoga svjetskog rata pod nazivom »Partizanska karikatura 1941 – 1945«.

Na izložbi saznajemo da se karikatura u NOR-u javlja od 1942. da bi kulminirala 1943, nakon pada Italije, pa i kasnije, a zadržala je tematiku (neprijatelj) i neposredno nakon rata.

Mete su partizanskih karikaturista ratni neprijatelji (Adolf Hitler, Ante Pavelić, Draža Mihailović i drugi) i društveni neprijatelji (P. Karađorđević). Tip političkog vođe dobio je standardne obrasce »opterećenosti« znakom identiteta, koji variraju po kvaliteti primjene. Internacionalni znak identiteta Hitlera, karakteristični brčići, nos i razdjeljak, iskorišteni su na svim karikaturama na tu temu. Najinteresantnija je karikatura Vladimira Kristla koja prikazuje nemoćnog i zabrinutog Hitlera sa svim njegovim atributima prepoznatljivosti, ali je uz to iskorišteno i jedno drugo tradicionalno sredstvo karikiranja – prerusavanje. Travestirani Hitler uzalud pokušava oživiti poljuljane pozicije fašizma u Italiji nakon njezine kapitulacije.

»Pozdrav iz Kaira«, crtež Vladimira Kristla,

štampan kao letak, također se drži načela prerusavanja.

Kralj »karakterističnog nosa« prikazan je u egipatskoj nošnji, što upućuje na tadašnje kraljevo izbjeglištvo u toj zemlji.

Mehanizam koji pokreće Hitlera jest smrt. Kao takvog – kao stroj koji proizvodi smrt – najzanimljivije ga je prikazao nepoznati autor savezničkog letka, uvrštenog u ovu izložbu jer ga u ratnim godinama nalazimo u džepnim novinama sobe 22 bolnice u Gravini gdje su se liječili naši borci, i u dnevniku slikara Vladimira Potočnjaka. Na letku su tri mrlje i vješala, od kojih je poprečna greda ukomponirana kao prepoznatljiv Hitlerov razdjeljak. To je tipičan primjer »Töpfferovog zakona«.

Pravi karikaturni linearizam, brz i skicozan, daje Vanja Radauš portretima Petra Karađorđevića i Ante Pavelića, ali i portretima partizana Vladimira Nazora i drugih.

Maurovićev sažeti graficizam, omogućen brzim uočavanjem karakterističnih gesta pojedinih fizionomija, predstavljen je karikaturama partizana.

Najuspješniji crtani vic, nakon oslobođenja, sadrži slikovnica Vilima Svečnjaka »Bio jednom jedan kralj (Perica se zvao)«. Tu je propala monarhija prikazana kao infantilni svijet jednoga kralja.

Kulminacija grotesknosti ostvarena je u skulpturama od papier-mâchéa kojima su na izložbi »Nema povratka na staro« u Splitu 1945. prikazani likovi narodnih neprijatelja Vlatka Mačeka, Ante Pavelića, Ivana Grola, Draže Mihailovića i Petra Karađorđevića.

Ti radovi, od kojih su mnogi prvi put izloženi, ukazali su na potrebu da se pri mogućem zasebnom istraživanju političke karikature u Hrvatskoj, kao i karikature općenito, obradi posebno poglavlje karikature u vrijeme NOR-a, jer je i ona, usprkos svojoj spontanosti, u službi političkih zadataka.



Feđa Vukić

Goodbye Marcel

*Žarko Vijatović,
Galerija Doma JNA, Zagreb*

Ova izložba potvrđuje nekoliko činjenica, potkrepljuje čak i neke markantne teze: sve to tiče se ovog vremena koje je, kažu, prispjelo poslije moderne. I više od pukog simptoma ili uzorka, Vijatovićeva je izložba jedan od najdojmljivijih galerijskih postava posljednjih nekoliko godina u Zagrebu. Zašto? Prvenstveno zbog toga što je galerijski prostor shvaćen kao područje atrakcije, dakle ne samo gledanja već i spektakla. Pasivni pogled uobičajenoga posjetioca maksimalno je angažiran, preobražen u aktivnog sudionika događaja u galeriji. Kako? Prostor je podijeljen na manje sastavne dijelove od kojih svaki funkcionira kao segment postave/iskaza ili kao kadar filmske trake – iako postava ima svoj početak i kraj, organizirana je na tape loop sistemu: možete je obilaziti i obilaziti... bes-krajno. Organizirajući prostor na takav način, Vijatović postavlja osnovne premisses cijele

svoje priče, utemeljuje samu materijalnost, zbunjujući poziciju gledaoca, kako bi metodom simulacije preispitao neke kulturnopovijesne pozicije. Izložba kao »stvar po sebi« u tradicionalnom je smislu shvaćena kao mjesto »iskrenosti«, kao prostor intimnog ekskursa, kako je nasljeđuje modernizam i definitivno mijenja. Vijatović shvaća izložbu, pa je tako i izvodi, kao »priču o drugom«, kao prostor diskursa izrastao na nekim osnovnim parametrima općeprepoznatljivih kulturnih dobara i konvencija. Otud i filmičnost postave, stoga i atrakcija: funkcionalnost je izložbe u njezinoj metafikcionalnosti, u nadilaženju i prostora i autora, u odustajanju od ich-forme, u potpunom angažiranju posjetioca.

Svaki od pojedinih segmenata cijele »priče« predstavlja, upravo tako – predstavlja, neki od momenata kulturnog backgrounda, predodžuje, daje uvid u dobar dio modernističke tradicije. Od Mangelosa, Tatljina, preko Maljeviča, Mondriana, posebno Duchampa, pa sve do Gorgone prisustvujemo redanju nejasnih dojmova, prisustvujemo uvidu u avangardnost kao »stvar po sebi«. I to je zaista predstava, iako nije riječ o iluzionističkim slikama (ako ih i ima, tu su samo radi paradoksalnog obrata), već prije objektima ili ambijentima od kojih svaki daje jednu parafrazu, uspostavlja odnos s već postojećim slikovnim ili misaonim sustavima.

Vijatović, primjenjujući »zaobilazne strategije«, à la Duchamp/Eno, vrti svoj modernistički film koji, ipak, nije toliko osoben da lukavo ne istakne bitne karakteristike modernosti: racionalizam i iracionalnost, misticizam i materijalnost, konstruktivnost i dekonstrukciju, elitizam i masovnost, prirodu i društvo. I sve to u isto vrijeme. Sva su lica modernizma tu: sav kontinuitet i diskontinuitet modernističke teorije i prakse pokazuje se na djelu. I kič, naravno, kao važna odrednica i polazište moderne kulture uopće. Od kiča do campa proteže se linija duž koje se odvija cijela modernistička priča, duž koje se događaju svi »značenjski lomovi« – kičer je uvjeren da stvara visokoparnu umjetnost i tu poziciju ne može zamijeniti drugom. Camp, međutim, uživa u drugom ili poziciji drugog, pokušava se uživljavanje za kratko vrijeme. Kič je, dakle, govor u prvom licu, camp simulacija – govor o drugom u navodnim znacima. A to »navođenje drugog« znači i prenaplašavanje objekta, odatle na izložbi jedna preuveličana i preoblikovana sentimentalna slika. Vijatović zauzima upravo camp poziciju odnosa prema modernizmu, služi se već postojećim slikovnim sustavima dovodeći ih u sasvim nov, neo-



čekivani, međuodnos. Njegov osobni »značenjski lom« događa se u diskretnom mijenjanju uzorka, omogućujući, primjerice, posjetiocu da ventilatorom pokrene suprematističku kompoziciju, ili u direktnoj parafrazi, poistovjećivanjem s pozicijom konkretnog autora. Pretvarajući izložbu u montažu atrakcija Žarko Vijatović definitivno izlazi i zatvara vrata za prostorom unutar kojeg se odvijao njegov, već prepoznatljivi, sekvencijalni slijed odnošenja prema »tradiciji novog«. Time je i on pokazao da je modernizam dio stvarnog, povijesnog vremena: tradicija, dakle, čiji kontinuitet i diskontinuitet danas živimo u difuznoj primjeni.

Izložba je izvedena tako da njen referencijalni kontejner popušta na rubovima; toliku količinu informacija malokad podnosi jedna galerijska postava. Stoga nam se i čini da za autora počinje novo razdoblje, premještanje u medij koji će moći sublimirati informacijsku gustoću. Dovidjenja, Marcelle, vidimo se na ekranu.

Zlatko Perhoč

Slike Nenada Voriha

Galerija Nova, 10–26. ožujka 1988.

U stvaranju vizuelne drame suvremenog čovjeka i formiranju njegova socijalnog i kulturnog bića, konzumenta, umnogome sudjeluju emisije masovnih medija čija se snaga trgovačkom spretnošću iskorištava za pogon najrazličitijih reklamnih mašinerija.

Postmodernoj dinamici slike gotovo pervertiranu krajnost nalazimo u reklamnim porukama, u mnogim njezinim medijskim oblicima – gradskim neonskim instalacijama, plakatima i muralima, ilustriranim časopisima i filmskim spotovima – kao neizbježnom pandanu etablirane likovnoumjetničke produkcije. U tako vizuelno prezasićenom prostoru »nove osjećajnosti«, čija otupjela čutila reagiraju tek na agresivni impuls, životni sadržaji postaju sve jeftiniji i isprazniji. Masovno se proizvodi potrošački stil.

Vorih prihvaća provokaciju svoga vremena ne bi li nadišao takvo obezvređivanje svakodnevice, i time njegovo nastojanje dobiva suvremen značaj.

Prihvaća se banalnog sadržaja i patvorenih vrijednosti dnevno serviranih npr. s uljem za sunčanje na koketnim feminilnim pokretima ljetnih vampova ili sa snobovskim scenama