

## Ocjene i prikazi / Izložbe i skupovi

### Motrišta plakata – izvori za proučavanje lokalne povijesti na primjeru izložbe »Plakat za plakat« u Muzeju Slavonije Osijek

U travnju 2008. godine u Muzeju Slavonije otvorena je izložba »Plakat za plakat«. Predstavljen je dio bogate Zbirke plakata Odjela Hemeroteke – koji broji više tisuća primjeraka. Izložba je bila postavljena više od godinu dana, iznimno dobro posjećena i prihvaćena. Gostovala je u Gradskom muzeju Bjelovar, a do kraja 2010. godine planirano je izlaganje u Muzeju Grada Zagreba.

Prikupljeni plakati svjedoče o životu grada više od stotinu i pedeset godine. Mozaik prošlosti Osijeka ostao bi nepopunjen bez ovih papirnatih svjedoka, stoga svaki od njih, ma koliko krhak i godinama obremenjen, ima svoje mjesto u povijesnoj priči grada.

Zrcale su u njima kazališna događanja, filmski programi, političke parole i pozivi, reklamiraju se raznovrsni proizvodi i poziva Osječane na sajmove.

Stoga i plakat valja promatrati kroz sve njegove slojeve temeljene na činjenici da objedinjuje likovne komponente i estetske kriterije umjetničkog djela te snagu i uvjerljivost autentičnog dokumenta... Plakat je odraz gospodarskih, političkih i kulturnih prilika i gotovo svih pratećih zbivanja koja se mogu uz njih svrstati... on je ogledalo društva, jer se kroz njega očitavaju vrlo realistično i objektivno sva relevantna događanja na polju

politike, gospodarstva, kulture, zabave i sporta...<sup>1</sup>

Plakat bilježi, možemo reći, život pojedine sredine, prije svega urbane sredine, jer gradovi su mjesta bogatijeg društvenog, privrednog, kulturnog i obrazovnog života, napose kroz institucije koje djeluju u njima.<sup>2</sup> Svaki segment bavljenja i življenja komunicira s ljudima- publikom, potencijalnim kupcima, đacima, biračima, ...njima se nudi, njih se poziva, njima se prijeti i zabranjuje, njih se obrazuje.

Umjetnici su, posebno oni na prijelazu stoljeća, plakatu su dodali i iznimnu umjetničku dimenziju. Secesija, Jugendstil, Art Nouveau, različita imena za stil koji je slici oduzeo dubinu i stvorio joj život u neslućenom bogatstvu dvodimenzionalnog svijeta plohe bio je idealan da plakat inaugura kao popularnu sliku novog vremena, kao scenografiju gradskih ulica i trgova, a tiskarska tehnika litografije to je omogućila.<sup>3</sup>

Kako nekada, tako i danas likovno zanimljiva i sadržajno provokativna kombinacija na uvećanom listu papira, javno obznanjena, zaustavit će prolaznika, prenijeti mu poruku. Ubrzo stiže nova poruka, bogatija, sadržajnija,

1 Lada Kavurić, *Hrvatski plakat do 1940.* (Zagreb: Institut za povijest umjetnosti; Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 1999), 7-8.

2 Ibid., 10.

3 Lada Kavurić, *Stoljeće hrvatskog plakata* (Zagreb: Kabinet grafike HAZU, 2001), 6.



Naslovni plakat izložbe *Plakat za plakat*

ona izaziva gnjev, ogorčenje, euforiju, manji ili veći interes, znatiželju, nakon nekog vremena i ona će biti prelijepljena novom, svježijom, boljom informacijom. No, koliko god plakat efemerno doživljavali, njegova kulturno-povijesna vrijednost ne prestaje dan nakon najave koncerta ili otvorenja izložbe. Marno prikupljane i pohranjene u muzejima i galerijama, zbirke plakata svjedoče, izražajnije, intimnije i neposrednije

o pojedinim segmentima življenja određene sredine, zato su neprocjenjive u traganju i oslikavanju prošlosti.<sup>4</sup>

Prigodom izložbe načinjen je odabir svake cjeline, tako da su plakati podijeljeni u skupine **kazališni, filmski, prigodni, komercijalni i politički**. Dakako da je ova gruba podjela zanemarile neke tematske cjeline koje smo mogli i posebno izdvojiti, poput koncerata ili pak otvorenja izložbi. Nužno je bilo odrediti vremensku granicu, te u našem pregledu zastajemo kod poslijeratnih plakata. Najveći dio zbirke plakata Muzeja Slavonije Osijek otkupljen je tijekom 1929. i 1930. godine, zajedno s još velikim brojem osječkih tiskovina, od Oskara Frimla Antunovića, Osječanina, velikog bibliofila i sakupljača.

Odabrani plakati značajni su dokumenti određenog razdoblja, njegova kulturno-povijesna odrednica no ujedno estetski zanimljivi i dopadljivi i danas komuniciraju s publikom.<sup>5</sup>

Muzejska izložba i jest najvažniji oblik komunikacije s posjetiteljima, a muzejski predmet u središtu je motrišta posjetitelja. Muzejskim predmetom, izložkom, bio on arheološki artefakt, umjetnička slika ili pak – šareni komad papira – plakat, komuniciramo s prošlošću, spoznajemo i učimo, vraćamo se izvorištu i postajemo suvremenici svijeta kojeg više nema. Stoga svaka tematska cjelina, »izgovorena« jezikom olovnog sloga, likovno manje ili više dopadljiva,

4 Marina Vinaj, *Plakat za plakat: katalog izložbe* (Osijek: Muzej Slavonije, 2008), 2.

5 Marija Malbaša, »Osječki bibliofil i bibliograf Oskar Friml Antunović« *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 18, 1-2 (1972): 49-56.

jezično tek prepoznata, postaje važan segment u proučavanju osječke prošlosti.

Svjedočili smo brojnim skupinama osnovnoškolaca, njihovih srednjoškolskih kolega, te studenata Filozofskog fakulteta, Umjetničke akademije, budućih profesora povijesti, hrvatskog jezika, likovne kulture, budućih informatologa i kulturologa koji su odabrane plakate iščitavali na različite načine.

Tematskoj skupini kazališnih plakata pripadaju najstariji primjerci Zbirke – oni iz prve polovice 19. stoljeća iz vremena njemačkog teatra. Vrijeme je to kada se javljaju i prve osječke tiskare, čiji vlasnici svoje ime zapisuju na rubu tiskovine. Razvoj osječkog kazališnog života od prvih putujućih kazališnih družina, bogatog opernog i operetnog repertoara, preko gradnje kazališne zgrade šezdesetih godina 19. stoljeća, do nacionalnog kazališta 1907. godine. Plakati i cedulje izvorišta su informacija o predstavama, glumcima i redateljima, jeziku i stilu onoga vremena, zabilješcima na marginama, pečatima i biljezima.

Jednako tako povijest osječkih kina, brojnijih no danas, niže se u višebojnim otiscima, secesijskih ukrasa i zvučnih najava.

Kulturna, sportska događanja, djelovanje brojnih udruga i društava, ostavilo je traga u tiskanim najavama, najčešće dvojezičnih do kraja Prvog svjetskog rata.

Prije pojave **političkog plakata** na našoj povijesnoj pozornici dominiraju politički proglašeni i leci. Stvaranjem Kraljevine SHS proširuje se biračko tijelo i stvara potreba za masovnijim propagandnim djelovanjem, u to doba nastaje



Zvonimir Agbaba, Plakat *Udarničkim radom ubrzajmo obnovu zemlje*, Izdanje Predsjedništva ZAVNOH-a 1945.

velik broj političkih plakata kojima političke stranke nastoje pridobiti što više ljudi. Najčešći motiv na plakatima hrvatskih stranaka jest hrvatska trobojnica – pojavljuje se kao okvir, kao traka preko ugla plakata ili je pak njegova pozadina.<sup>6</sup>

Primjeri političkih plakata naše izložbe doista pokazuju oglasno razdoblje do Drugog svjetskog rata, kada je vlast komunicirala naredbama, pozivima, zabranama, pa i izrazima oduševljenja i ushita (prilikom rođenja *prestolonasljednika*) ili općom tugom (prilikom ubojstva Stjepana Radića). Autorski plakati Zvonimira Agbabe te Marijana Detonija prikazuju radnike i seljake u združenom

<sup>6</sup> Ibid., 4.

radu. Pojavljuju se traktor, električni stup, tvornički dimnjak, kran i dizalica – simboli novog vremena, novog poretka, uz slogane: *Omladino, u izgradnji domovine budi na prvom mjestu! Svi na front obnove! Izgradimo opustošenu zemlju!*<sup>7</sup>

Skupina političkih karikatura, prema zapisima Oskara Frimla Antunovića, pojavila se na gradskim pročeljima uoči izbora 11. rujna 1945. godine. Upravo su ove političke oglasne karikature poslužile učenicima osječke gimnazije kao povijesni, poticajni, vizualno izniman izvor pri obradi nastavne teme vezane uz razdoblje prvih izbora nakon Drugog svjetskog rata u nas. Zamijenivši učionicu izložbenim prostorom, koji plakatima dočarava stvarnu namjenu – oglašavanja i prijenosa informacija, učenici su postali sudionici prošlosti, promišljajući i analizirajući moguće učinke.

Jačanjem industrijske proizvodnje krajem 19. i početkom 20. stoljeća, masovnijom proizvodnjom te potrošnjom pojavljuju se tzv. **komercijalni plakati**. Oni promoviraju i pozivaju na privredne manifestacije (izložbe i sajmove), reklamiraju pojedine proizvođače i njihove proizvode te nude raznovrsne usluge. Osijek je kao značajno trgovačko i prometno središte od davnine imao poznate godišnje i dnevne sajmove na koje su dolazili domaći i strani trgovci i donosili raznovrsnu robu.<sup>8</sup>

Tradicija se nastavlja preko stalnih gospodarskih izložbi i velesajma. Ime Ivana Rocha, čiji je umjetnički rad vezan

uz Osijek od 1921. do Drugog svjetskog rata,<sup>9</sup> nalazimo na plakatima *Trgovačko-obrtničke izložbe* 1925. godine. Ovaj plakat najavljuje izložbu na hrvatskom, srpskom (ćirilica), njemačkom i mađarskom a u gornjem dijelu nazire se Osijek u silueti. Roch je autor i plakata za *Velesajam i izložbu* u Osijeku 1926., 1927. i 1928. godine.<sup>10</sup>

Upravo su Rochovi plakati Osječkog velesajma te brojni plakati koji promoviraju pojedine proizvođače i njihove proizvode najbolja slika gospodarstva Osijeka u razdoblju od kraja 19. stoljeća do Drugog svjetskog rata. Raskošni kolorirani plakati brojnih *Schichtovih*<sup>11</sup> proizvoda odraz su toga vremena.

Skinuti plakat s oglasnog stupa pohranjen u muzeju postaje, poput ostalih muzejskih predmeta, dio povijesne priče jednoga grada. Svaki njegov segment, jezični, likovni, grafički, izvorište je brojnih spoznaja. Dojmljivije od napisanog ili izgovorenog teksta, plakat sa svojim jezičnim, likovnim i grafičkim elementima upotpunjuje kulturno-povijesna motrišta, vežući svakim segmentom svoga izričaja posjetitelja, učenika, znanstvenika, istraživača na dublju i potpuniju spoznaju. U primjeru izložbe »Plakat za plakat« spoznaja je to povijesti jednoga grada.

Marina Vinaj

7 Vinaj, *Plakat za plakat : katalog izložbe*, 5.

8 Zlata Živaković-Kerže, »Sajmovi i gospodarske izložbe grada Osijeka na prijelazu 19. u 20. stoljeće«, *Anali Zavoda za znanstveni rad u Osijeku* 13 (1997):53

9 Njegov bogat opus čine likovni radovi te tiskovine (mape, plakati, razglednice, katalogi izložbi) i oprema knjiga.

10 Vesna Burić, »Oprema knjiga, plakati,« u *Ivan Roch: akvareli, grafike, tiskovine*, ur. Ivan Roch (Osijek: Galerija likovnih umjetnosti, 1998): 78-79.

11 Nakon Drugog svjetskog rata tvornica mijenja ime u Saponija.