

Esej

LAURENT GERVEREAU
Président de l'Institut des Images

Na raskrižju medija

BORIS BUĆAN
Redoviti član Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti

Essay

LAURENT GERVEREAU
Président de l'Institut des Images

À la croisée des médias

BORIS BUĆAN
Fellow of the Croatian Academy of Sciences and Arts

Autor prezentira skup plakata Borisa Bućana oblikovanih u osamdesetim godinama 20. stoljeća za potrebe oglašavanja glazbenih događanja u Zagrebu: koncerata, opera, baleta. Uspoređujući Bućanom izričaj s djelima protagonista umjetnosti plakata (Jules Chéret, Raymond Queneau, Henryk Tomaszewski, Michel Bouvet) autor zaključuje: Bućan se poziva na zahtjevnu tradiciju koja potječe od prvog zlatnog doba plakata. Ali taj hrvatski umjetnik unosi zamjetnu stilsku raznolikost i ljubav prema nesuglasju naglašenu činjenicom da se nalazi unutar visokostandardiziranog sustava kompozicije.

Ključne riječi: Boris Bućan, Lurent Gervereau, glazba, plakati, 1980.

The author presents a group of posters by Boris Bućan designed in the 1980's as advertisements for musical events in Zagreb: concerts, operas, ballets. Comparing Bućan's form of expression with the works of the protagonists of poster art (Jules Chéret, Raymond Queneau, Henryk Tomaszewski, Michel Bouvet), the author concludes...

Key words: Boris Bućan, Lurent Gervereau, music, posters, 1980.

Izložba radova Borisa Bućana u Francuskoj prilika je za promišljanje statusa ove vrste djela u vremenu oslabjelih granica i krize u grafičkom dizajnu. U kasnom 19. stoljeću Jules Chéret izumio je kromolitografiju pomoću koje su se šareni oglasni plakati lijepili po zidovima diljem Europe, a kasnije i svijeta. Chéret se koristio dvjema metodama koje se i dan-danas primjenjuju u grafičkom dizajnu: plastičnim stvaranjem kompozicije te metaforičkom transpozicijom poruke. Proizvode su neizravno predstavljale ljupke djevojke zvane *chérettes*, iako ima i nekoliko drugačijih primjera prikazanih u katalogu koji su uredili Réjane Bargiel i Ségolène le Men, kao što je plakat iz 1880. godine protiv filoksera u čijoj je sredini bio parni stroj Hermann-Lachapelle.

Poput Chéreta, Bućana ne zanima ilustriranje u užem smislu. Preferira grafički sustav u kojemu kocke izguravaju podatke prema periferiji, uslijed čega slika postaje izravni šok i središte kompozicije. Chéreteva je tehnika drugačija: koristio se stiliziranim slovima identičnih formata koja sliku razrađuju i sudjeluju u njoj. U konačnici, i na Bućana i na Chéreta utječe određena kvaliteta prikaza zasnovana na ilustracijama (grafika i knjige).

Bućan se poziva na zahtjevnu tradiciju koja potječe od prvog zlatnog doba plakata. Ali taj hrvatski umjetnik unosi zamjetnu stilsku raznolikost i ljubav prema nesuglasju naglašenu činjenicom da se nalazi unutar visokostandardiziranog sustava kompozicije. U tom smislu Bućan je 'oulipijan' (iz *OuLiPo*, *Ouvroir de Littérature Potentielle*, Radionica za potencijalnu književnost koju su osnovali Raymond Queneau i François le Lionnais 1960. godine). Također je 'oupeinpijan' (iz *Ouvroir de Peinture Potentielle*, Radionica za potencijalno slikanje, osnovana 1964. godine): samom sebi zadaje ograničenja formata i organizacije tipografije unutar kojih eksperimentira s raznolikim prikazima.

La présentation de l'œuvre de Boris Bućan en France est l'occasion pour nous de réfléchir au statut de ce type de travail dans un temps où les frontières sont fragiles et le graphisme en crise.

La chromolithographie fut inventée par Jules Chéret à la fin du XIXe siècle. C'est lui qui lance ainsi sur les murs d'Europe puis de la planète les affiches publicitaires en couleurs. Dès l'origine, il pratique deux exercices qui resteront ancrés dans la pratique des graphistes: la transposition métaphorique du message (le produit est vendu indirectement pas des jeunes filles affriolantes, les «chérettes», même si quelques contre-exemples existent¹) et l'invention plastique des compositions.

Comme Chéret, Bućan refuse d'*illustrer* au sens direct. Il choisit un *système* graphique avec ses carrés permettant de rejeter en périphérie (sur du noir généralement) les éléments d'information, pour recevoir le choc de l'image en direct et au cœur de la composition. D'une manière différente, Chéret stylisait son lettrage dans des formats identiques pour qu'il *rentre* dans l'image, qu'il participe à l'image. Enfin Bućan comme Chéret sont influencés par une certaine qualité d'image issue de l'illustration d'art (estampes et livres).

Bućan s'inscrit dans une tradition exigeante de l'affiche, apparue dès le premier «âge d'or» du genre. Ce que Bućan y ajoute est une grande variété stylistique et un goût pour le *décalage* d'autant plus fort qu'il s'inscrit au sein d'un système de composition extrêmement normé. Dans ce sens, Bucan est oulipien (en référence à l'Oulipo, Ouvroir de Littérature Potentielle créé par Raymond Queneau et François le Lionnais). Il est d'ailleurs oupeinpien (de l'Ouvroir de Peinture Potentielle, créé en 1964): il s'impose une contrainte de format et d'organisation typographique à partir de laquelle il expérimente des images très variées.

Čajkovski, Labuđe jezero, Zagreb 1988.
Serigrafija na papiru, 195 x 204 cm

Tchaikovsky, Le lac des cygnes, Zagreb 1988
Serigraphie sur papier, 195 x 204 cm



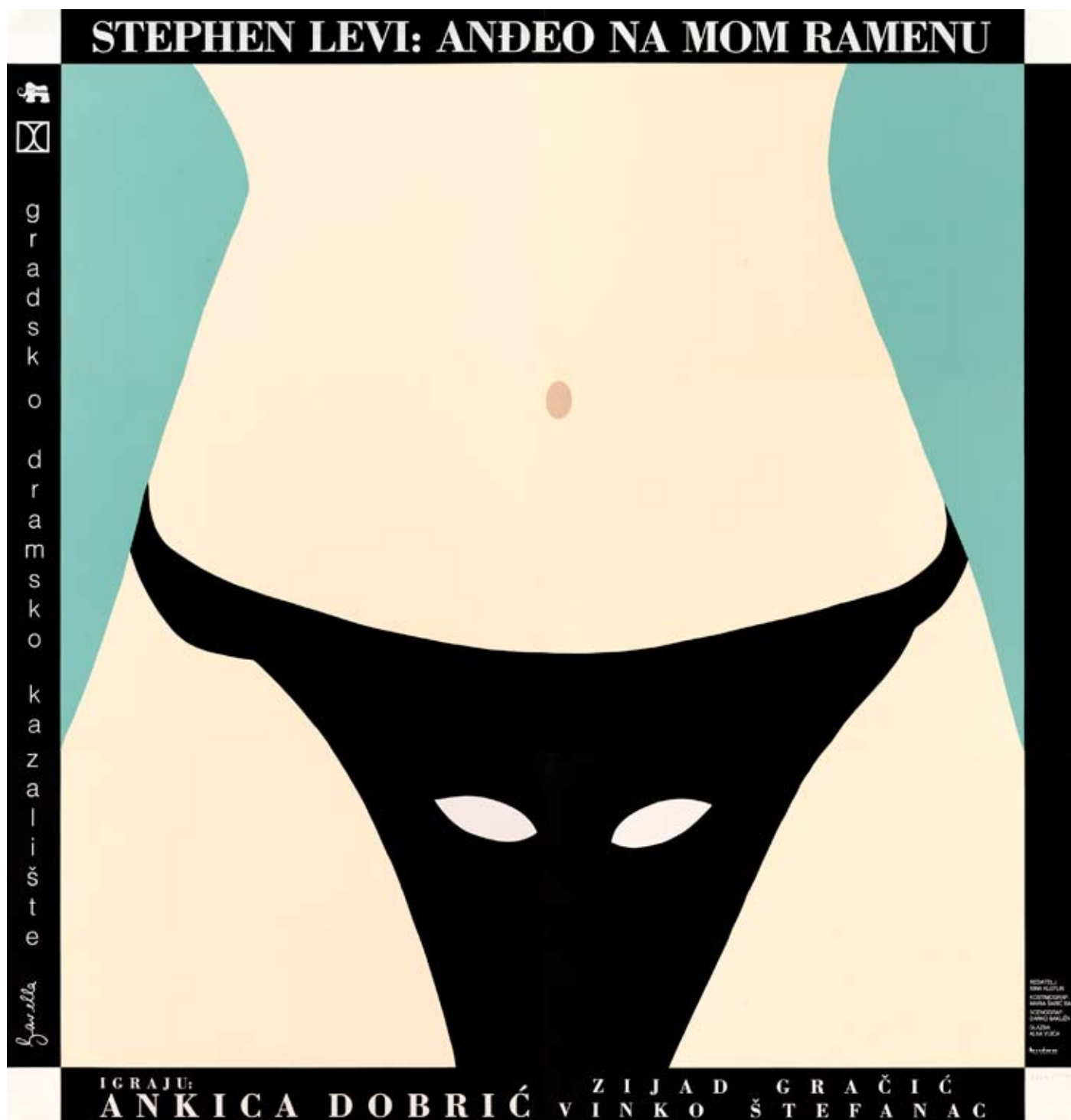
Aristofan, Lizistrata, Zagreb 1982.
Serigrafija na papiru, 204 x 195 cm

Aristophane, Lyzistrata, Zagreb 1982.
Sérigraphie sur papier, 204 x 195 cm



Levi, Anđeo na mom ramenu, Zagreb 1988.
Serigrafija na papiru, 202 x 196 cm

Levi, Un ange sur mon épaule, Zagreb 1988.
Sérigraphie sur papier, 202 x 196 cm



Laurent Gervereau: Na raskrižju medija / À la croisée des médias

Lotka, Đavo u selu, Zagreb 1986.
Serigrafija na papiru, 202 x 195 cm

Lhotka, La diable à la campagne, Zagreb 1986.
Sérigraphie sur papier, 202 x 195 cm



Bućanov je svijet svijet slike. U tom smislu njegov je opus sličan slavnoj poljskoj školi plakata i ličnostima kao što je Henryk Tomaszewski. Tomaszewski je svoju karijeru započeo kao ilustrator, a na njega je utjecao apsurdan, tih i kreativan humor jednog Steinberga. Valja imati na umu da se u vrijeme komunizma kreativnost nije poticala u propagandi i komercijalnom oglašavanju. U tom su kontekstu uspijevale kulturne slike koje nisu nužno kritičke, ali čija živahnost i apsurdnost prelaze navodnu racionalnost režima.

Umjetnici su se koristili kulturnim plakatima, ilustracijama iz knjiga (posebice iz dječjih knjiga) i stripovima (češki su stripovi vrlo kreativni) kao paralelnim načinom kulturnog izražavanja. U Francuskoj su 1950-ih godina umjetnici kao što je Savignac oblikovali komercijalne plakate, dok je stvarna promjena dolazila od crtača kao što su André François, Chaval, Bosc, Siné ili Sempé. Šezdesetih godina prevladali su stripovi (iz časopisa *Hara-Kiri* i *Pilote*), ali je procvatila i kreativnost u plakatima za scenske umjetnosti (teatar i film). Drugi igrači, kao što su Roman Cieslewicz ili Peter Knapp, protresli su svijet grafičkog dizajna u ženskim časopisima dočaravajući citatima i vrlo miješanim elementima izvanredan osjećaj slobode.

Bućan u svome radu primjenjuje visoke standarde, njegov serijalni aspekt (sličan današnjemu grafičkom sustavu Michela Bouveta) podsjeća na zapajnu kreativnost dječjih knjiga. Stoga je to pitanje uporabe i publike. On stvara 'ulične prizore', ali u njih ubrizgava određenu brigu o dojmu koji oni ostavljaju na gledatelja, a koju inače pronalazimo u umjetničkim grafikama. Od 1960. do 1990. godine Bućan takve slike uspijeva prenijeti i na gradske zidove. Kao i njegovi poljski suvremenici, održavao je velike izložbe u inozemstvu, a dobro ga prihvaćaju i kritičari. Treba spomenuti da se mora biti oprezan s trendom 'festivalskih autora' – kao što je slučaj s mnogim filmskim režiserima, primjerice in-

Car le monde de Bućan est un monde de l'image. Dans ce sens, son travail est proche de la célèbre école polonaise de l'affiche et de personnages comme Henryk Tomaszewski. Tomaszewski a débuté comme dessinateur, influencé par l'humour absurde, silencieux et inventif d'un Steinberg. Il faut comprendre que dans les pays sous régime communiste, la propagande ou la publicité commerciale de produits ne pouvaient donner de débouchés à la créativité. Dans ce contexte, le domaine culturel a permis l'épanouissement d'images qui n'étaient pas *critiques* mais qui débordaient la rationalité supposée du régime par l'exubérance et l'abscons.

Affiches culturelles, illustrations de livres, notamment pour enfants, dessins animés (très inventifs chez les Tchèques), les artistes se sont infiltrés dans toutes ces voies parallèles. En France, si certains comme Savignac ont pu occuper le terrain de l'affiche commerciale dans les années 1950, le dessin d'humour avec André François, Chaval, Bosc, Siné, Sempé a permis de faire sauter les barrières. Puis la bande dessinée a pris le relais (avec *Hara-Kiri* et *Pilote*) dans les années 1960, tout en laissant des espaces de créativité aux affiches de théâtre et de cinéma. Certains (Roman Cieslewicz ou Peter Knapp) bouleversaient alors le graphisme des magazines féminins avec une magnifique liberté en agrégeant, comme Bućan, des citations et des éléments très divers.

La grande exigence de Bućan dans ses compositions, leur aspect sériel (comme le système de Michel Bouvet aujourd'hui pour le domaine culturel), évoque aussi l'incroyable créativité des livres pour enfants. Alors, la question qui se pose est celle des usages et des publics. Bućan compose des «peintures de rue» mais avec un souci de l'impact, dans une ligne qui est celle de l'estampe d'artiste. Il réussit à imposer ce travail sur les murs des années 1960 aux années 1990. Comme ses collègues polonais, il est

Pogorelić, klavir koncert, Zagreb 1986.
Serigrafija na papiru, 204 x 196 cm

Pogorelić, piano concert, Zagreb 1986.
Sérigraphie sur papier, 204 x 196 cm



Zagrebački simfoničari i zbor RTZ,
Zagreb 1988.
Serigrafija na papiru, 202 x 195 cm

Orchestre symphonique de Zagreb et ensemble RTZ,
Zagreb 1988.
Sérigraphie sur papier, 202 x 195 cm



Laurent Gervereau: Na raskrižju medija / À la croisée des médias

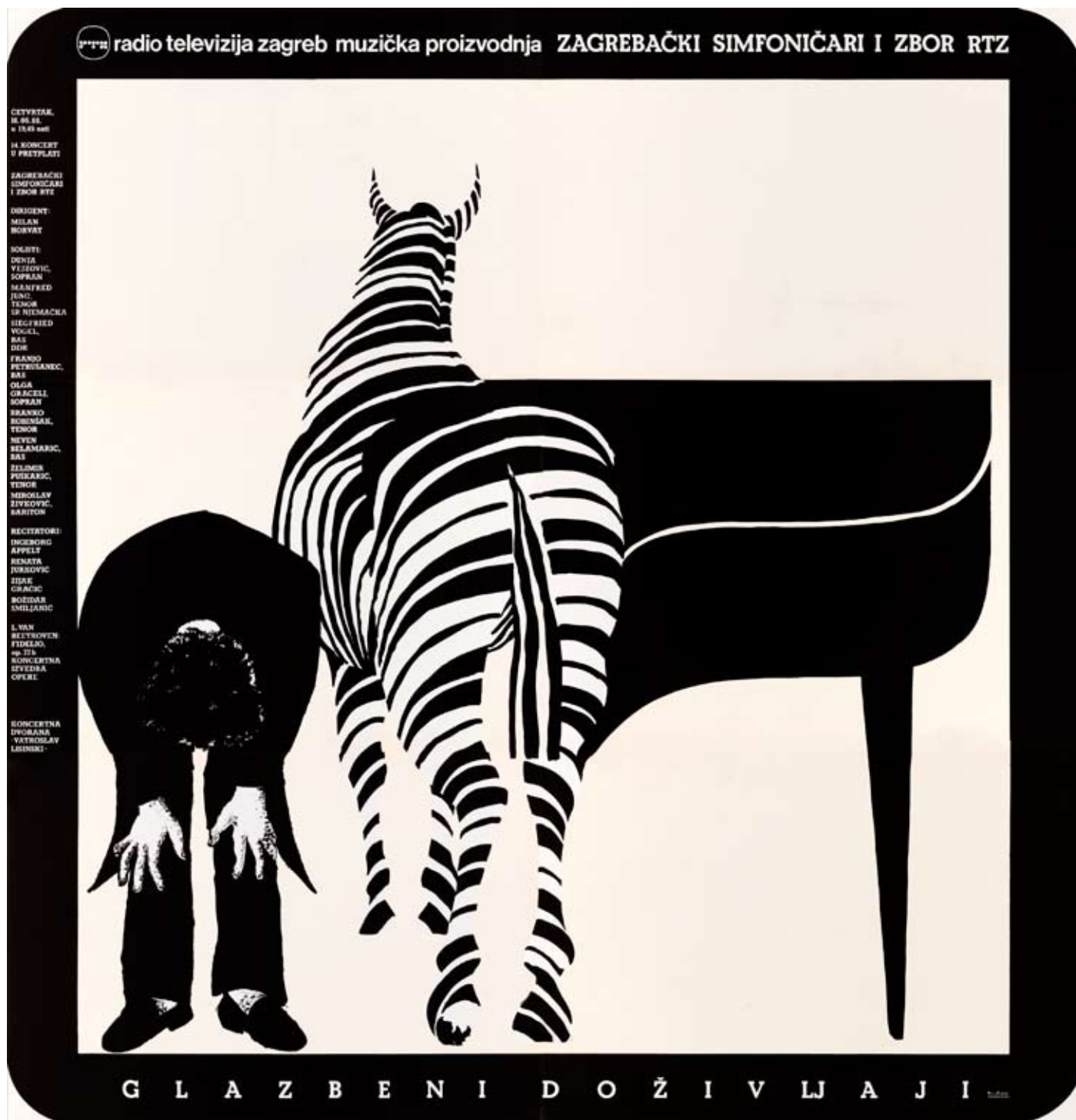
Zagrebački simfoničari i zbor RTZ,
Zagreb 1986.
Serigrafija na papiru, 204 x 195 cm

Orchestre symphonique de Zagreb et ensemble RTZ,
Zagreb 1986.
Sérigraphie sur papier, 204 x 195 cm



Zagrebački simfoničari i zbor RTZ,
Zagreb 1988.
Serigrafija na papiru, 202 x 195 cm

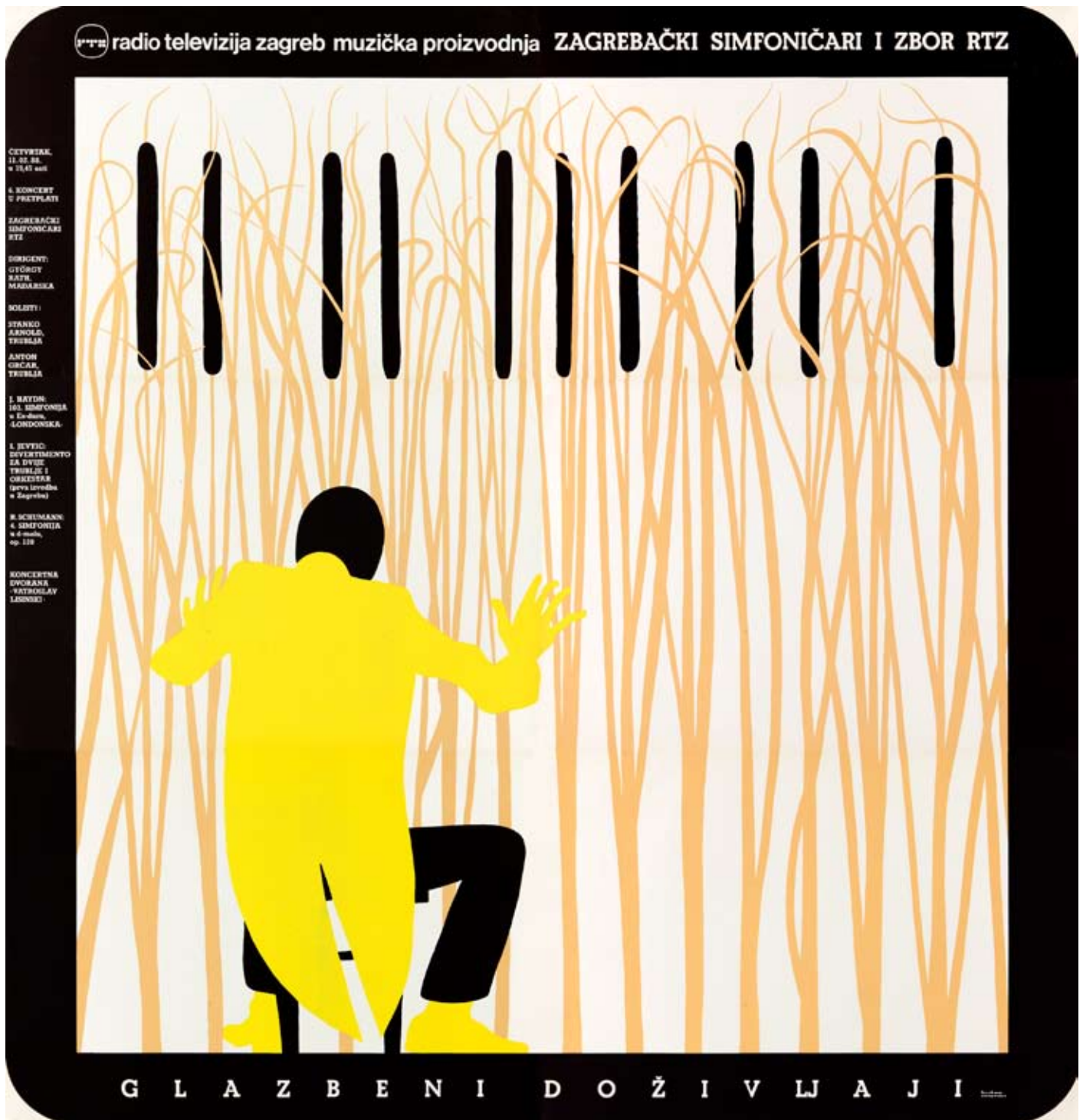
Orchestre symphonique de Zagreb et ensemble RTZ,
Zagreb 1988.
Sérigraphie sur papier, 202 x 195 cm



Laurent Gervereau: Na raskrižju medija / À la croisée des médias

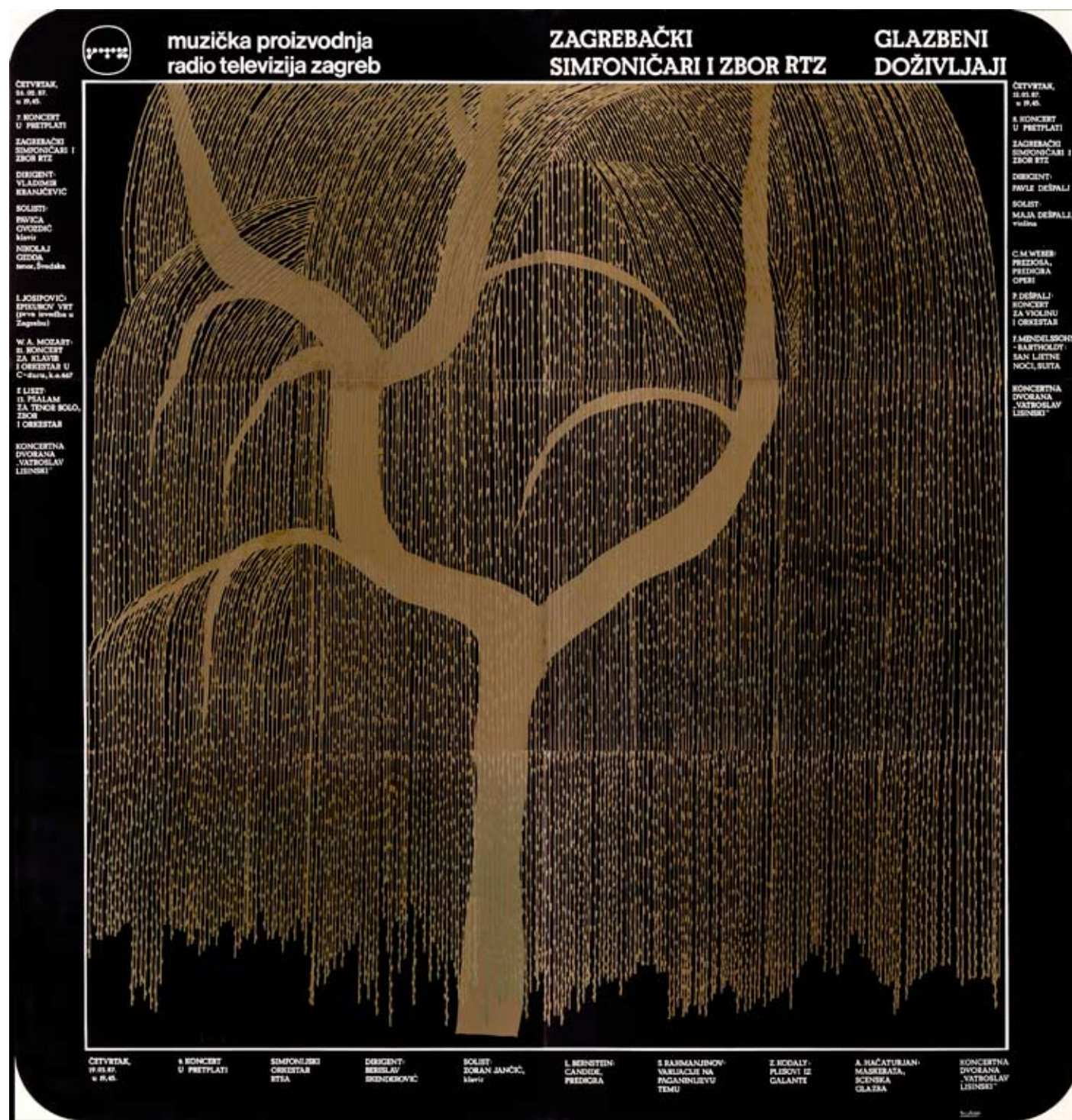
Zagrebački simfoničari i zbor RTZ,
Zagreb 1988.
Serigrafija na papiru, 202 x 195 cm

Orchestre symphonique de Zagreb et ensemble RTZ,
Zagreb 1988.
Sérigraphie sur papier, 202 x 195 cm



Zagrebački simfoničari i zbor RTZ,
Zagreb 1987.
Serigrafija na papiru, 204 x 195 cm

Orchestre symphonique de Zagreb et ensemble RTZ,
Zagreb 1987.
Sérigraphie sur papier, 204 x 195 cm



Laurent Gervereau: Na raskrižju medija / À la croisée des médias

dijskima, te autorima plakata – taj termin odnosi se na umjetnike koji su nevidljivi ili tek slabo poznati u svojim zemljama, ali su poznati u specijaliziranim međunarodnim medijskim krugovima. Međutim, to se ne odnosi na Bućana.

OD ULIČNIH IZLOŽBI DO UMJETNIČKIH GALERIJA

Velike promjene u Hrvatskoj devedesetih godina donio je ponajprije rat, a zatim i ekonomski liberalizam. Promijenili su se i naručitelji i oni koji su podupirali umjetnost. Potražnja se razvila, pa je čak i u svijetu kulture postala usredotočena na promociju. Budimo otvoreni: oglašavanje nije uvijek neprijatelj kulture. Dapače, dugo godina bili su jedno te isto, a autori plakata bili su Toulouse-Lautrec, Bonnard i Picasso. Pomak dalje učinjen je dolasko crno-bijele fotografije u oglašavanje (šezdesetih godina npr. televizija) te kasnije fotografije u boji (sedamdesetih). Volja za racionalizacijom poslovanja preko marketinga i komunikacijskih usluga promijenila je svijet komercijalnih plakata. Takva racionalizacija značila je gotovo smrt za kreativnu originalnost na više polja, ne najmanje u nepokretnim slikama.

Ipak, postoje područja u Europi na kojima ponešto prostora za povremenu kreativnost i dalje ostaje (npr. u televizijskim emisijama, u luksuznoj industriji, u filmskoj industriji, gdje kad u korporativnom dizajnu itd.). Devedesetih godina Boris Bućan okreće se slikanju i svijetu umjetničkih galerija i muzeja. Prestaje s 'uličnim izložbama', izrazom rođenim tridesetih godina u Francuskoj za radove Colina, Cassandra, Carlua i Loupota, koji su tada sloveli kao 'mušketiri' plakata. Format tih izložbi od 2 x 2 m bio je spektakularan. Zanimljivo je da se i puno fotografa okreće muzejima te ograničenim edicijama fotografija, jer više ne preživljavaju od onih koje prodaju medijskim organizacijama.

Doživljava li grafički dizajn 'muzejifikaciju' zbog gubitka korištenja javnog prostora? Je li Bućan po-

exposé largement à l'étranger et apprécié, même s'il faut se méfier aussi du phénomène – pour beaucoup de cinéastes aujourd'hui, par exemple en Inde, ou d'affichistes – des «auteurs pour festivals» inconnus et invisibles dans leur propre pays, mais célébrés au sein des milieux spécialisés internationaux. Ce n'est pas le cas de Bućan.

DES SPECTACLES DE LA RUE AUX GALERIES D'ART

Durant les années 1990, la situation change en Croatie, pour des raisons politiques et commerciales. Les commanditaires ne sont plus les mêmes et la demande devient publicitaire même pour le culturel. Disons-le, l'ennemi du graphisme n'est pas forcément la publicité. Pendant longtemps, les deux n'ont fait qu'un, avec même des artistes publicitaires comme Toulouse-Lautrec, Bonnard ou Picasso affichiste. Il a fallu l'arrivée de la photo noir et blanc (dans les années 1960, comme la télévision) puis couleur (dans les années 1970) pour que le paysage bascule. Il s'est modifié par volonté de rationaliser l'acte commercial avec le marketing et les services de communication. Cette «rationalisation» a pratiquement condamné dans beaucoup de domaines l'originalité créative, du moins dans les images fixes.

Heureusement, des territoires permettent encore en Europe une marge d'inventivité occasionnelle (les spectacles, le luxe, le cinéma, parfois le design institutionnel...). Bućan, lui, s'est orienté dans les années 1990 vers la peinture et le monde des galeries et des musées. Il a abandonné les «spectacles de la rue» (expression utilisée déjà dans les années 1930 en France pour désigner les «mousquetaires» de l'affiche: Colin, Cassandre, Carlu, Loupot), spectaculaires aussi par leur format: 2x2 mètres. Signe des temps : aujourd'hui, certains photographes, ne pouvant plus vivre de la vente de leurs images à la presse, se tournent vers les installations muséales et les tirages limités.

kazatelj simptoma gubitka teritorija u vremenu kada umjetnici postaju multimedijom? Dakako, u doba interneta, koji omogućuje novu javnu vidljivost, vrlo je zanimljivo vidjeti kako dizajneri oplođuju svoj izričaj fiksiranim i pokretnim slikama, grafičkim dizajnom, slikanjem, ilustriranjem, fotografijom itd. Takva dualnost izričaja može predvidjeti začetak višestrukih poslova u globalnom/lokalnom prostoru (za više informacija, posjetite www.gervereau.com). Takvi će poslovi, bez sumnje, zahtijevati singularnost i visoke standarde jednog Bućana. Velika hvala *Lieu du Design* što je izlagao njegove radove.

Muséification d'un graphisme perdant l'usage de l'espace public ? Bućan est-il ainsi le symptôme de l'abandon d'un territoire, dans une époque où les artistes deviennent multimédias? En effet, au temps d'Internet –nouveau vecteur de visibilité publique–, il est frappant de constater combien les créateurs hybrident leurs modes d'expression entre images fixes et mobiles, graphisme, peinture, dessin, photo... Cette pluralité d'expressions est peut-être annonciatrice de métiers polyphoniques dans un espace local-global². Pour ces métiers, il sera –n'en doutons pas – toujours nécessaire de profiter de l'exigence et de la singularité d'un Bućan. Merci de le mettre en lumière à Paris au Lieu du Design.

Opaska: bilješke su uključene u tekst.

¹ Comme l'affiche de 1880 pour les pompes et machines à vapeur contre le phylloxera qui est un *Sachplakat* avant l'heure avec juste le dessin de la machine centré (voir Réjane Bargiel et Ségolène Le Men (dir.), *La Belle Epoque de Jules Chéret. De l'affiche au décor*, Paris, Les Arts décoratifs/BNF, 2010).

² Sur cet enjeu: Laurent Gervereau, *Le Local-global. Changer soi pour changer la planète* (voir www.gervereau.com / idées, philo...).