

# Snježana Pavičić

## Čitanje političkog plakata

Usmjeri li netko u vas kažiprst znači da vas je našao, odnosno »naci-ljao«. Time vam jasno saopćava zabranu, prijetnju, poziv, upozorenje. Time vam direktno i nedvosmisleno daje do znanja da ste baš vi taj na koga se odnosi poruka i da je stoga baš vi morate provesti.

»Kažiprst kao prst suda, odluke, ravnoteže i šutnje, ali i kao prst života i gospodara riječi<sup>1</sup>, s pratećim odlučnim i strogim izrazom lica (uglavnom muškog lica), postali su s vremenom jedan od vrlo čestih i prepoznatljivih ikonografskih simbola, naročito na političkom plakatu. Uvjerljivost, odnosno ikonografska funkcionalnost (dakako i ikonološka) spomenutog prizora, koji poput strelice pogađa svoj cilj, opravdava njegovo relativno dugo trajanje, a ujedno pokazuje kvalitetu metaforičnih svojstava što su se, ovisno o kontekstualnoj situaciji (od parafrazirajuće do apokrifne), mijenjala, ali ne i potrošila<sup>2</sup>.

Naime, usmjereni kažiprst direktno komunicira s promatračem pokazujući mu da se poruka odnosi baš na njega, te da ga »prst sudbine« nije mimoišao. Često je taj figuralni element naglašen izrazitim povećanjem riječi »TI«, koja osim što se vizuelno ističe (boja, veličina, položaj u kadru...), djeluje i svojim neposrednim sadržajnim smislom, jer, naravno, »ti« nije »vi«.

Spomenimo nekoliko konkretnih primjera plakata koji će pojasniti prethodne teze i precizirati smisao teme.

Prvi i svakako najznačajniji primjer je plakat *Alfreda Leeta iz 1915. godine (F-1)* »Your country needs YOU« (»Potreban si svojoj zemlji«). U krupnom prvom planu prikazano je strogo, ozbiljno i zabrinuto lice muškarca s ukočenim, prodornim pogledom. Ističu se veliki, gusti brkovi. Na glavi ima mornarsku kapu, »šapku«, čiji ukrasni listići po obodu šilta jasno kazuju da je riječ o višem vojničkom činu. Glava je postavljena na čvrsti okovratnik koji izgleda poput postamenta neke herojske biste. Ruka, točnije podlaktica, smještena je u donjoj lijevoj četvrtini verti-

kalno postavljenog kadra i prikazana u izrazitom perspektivnom skraćanju s uperenim kažiprstom. Kažiprst je pak postavljen, tj. približen toliko da zapravo prelazi zamišljenu prednju granicu i gotovo dotiče promatrača. Svjetla rukavica također upućuje na dostojanstvo, autoritarnost i ozbiljnost lika. Pažljivim promatranjem triju navedenih figuralnih dijelova: ruke, glave i vrata postaje očito da je riječ o potpuno osamostaljenim, imputiranim, »nakalemljenim« formama, koje su komponirane po adicijom, kolažnom principu. Radikalnim eliminiranjem svega nepotrebnog, odnosno korištenjem samo najvažnijih dijelova kao nosioca poruke, Leet je uspio na najdirektniji način, bez suvišnog, opisnog uvjeravanja, ulagivanja, dotjerivanja, pridjeva i priloških oznaka, prenijeti smisao poruke. Tekstovni dio čine štampana slova raspoređena u dva reda, a smještena u donji (više desno) dio kadra. Povećanjem je naročito istaknuta riječ »ti«. Položaj slova u kadru likovno uravnotežuje kompoziciju, odnosno gradi »poprsje« (još jedno), tj. širu bazu figuralnim formama, koje bi se, da je to izostavljeno, raspale ili pak djelovale vrlo nesigurno.

Impersonalan oblik naredbe »potreban si (ti) svojoj zemlji«, dakle uopćeni oblik naredbe-konstatacije, prividno je jednostavan i kratak, ali zapravo semantički vrlo složen, te psihološki bogato i slojevito nijansiran. Značajno je, naime, prije svega to da si uopće nekom potreban, jer tada logično nisi sam, kao što u krajnjoj konzekvenci »s cigaretom nisi sam«.<sup>3</sup> Ako si pri tom potreban vlastitoj zemlji, koja je tradicionalnim obrascima postala utjelovljenje vlastite majke, dakle snažne, uzvišene, religiozno i moralno mistificirane snage, sigurnosti i pripadnosti, onda je i tvoje postojanje doista »pun pogodak«.

Već na slijedećem primjeru (F-2), na plakatu *Jamesa Montgomeryja Flagga*, »I want you for U.S. Army« (»želim te za američku vojsku«) iz 1917. godine, uočiti ćemo bitnu razliku od prethodnog. Naime, kada izričemo, odnosno zapovijedamo »želim te«, u tom kontekstu prevodivo sa: »JA ti naredjujem...«, znači da ti se direktno JA obraćam, a ja nisam

3

Reklamni slogan »s cigaretom nisi sam«, kakav primjerice nalazimo na cigareta-ma »York«, samo je prividno naivan i humoran.

1 J. Chevalier – A. Gheerbrant, NZMH, Zagreb 1989, str. 539.

2 Gillo Dorfles, Oscilacije ukusa i moderne umjetnosti, Mladost, Zagreb 1963.





nepersonalna emanacija nepoznate i neprepoznatljive snage, nego ja lično ili netko meni sličan. Ličnim obraćanjem, dakle spomenutom vrstom naredbe, kreiraju se stanja prkosa, iritantnosti, potlačenosti, degradiranja, itd., pa utisak može biti potpuno oprečan željenom. Osim toga, na Flaggovom plakatu nalazimo »višak« i nekih drugih, u širem smislu, ikonografskih informacija. Pođimo redom. Vertikalno postavljanim kadrom dominira muškarac zahvaćen do visine struka. Prijeteći izraz lica, iako malo »westerniziran«, te upereni kažiprst direktno i nepogrešivo ciljaju u promatrača. Muškarac ima svijetlu, srednje dugu kosu što se vidi ispod visokog cilindar šešira s trakom, čiji je dizajn preužen sa američke zastave (boje i zvijezde). Obučen je u neku vrstu fraka i košulju s podignutim ovratnikom i mašnom (građansko američko odijelo s kraja prošlog i početka ovog stoljeća). Forme nisu reducirane nego upravo pokazuju izrazitu težnju objedinjavanja, iluzioniranja, tj., s obzirom na imanentni plakatni jezik, pokazuju znakove »gubljenja ravnoteže« (naročito odnos bitno-nebitno). Vjerojatno je stoga ova *Flaggova varijanta plakata*, dakle ponešto »pričljivija i razblaženija« varijanta, bila prihvatljivija za kasnije plagiranje, parodiranje, ukratko reinterpetiranje. Ne čudi da će se, primjerice, sedamdesetih godina baš taj plakat koristiti kao obrazac antiratnog, antipropagandnog plaka-



ta, na kojemu je tijelo opisanog muškog lika pretvoreno u kostur, a glava, osim krajička oka, u lubanju. Posljedice odlaska u američku vojsku postale su tako vrlo jasne: »Idite, čeka vas smrt.« (*F-2-a*)

Slijede primjeri iz Italije, Poljske, Rusije i Jugoslavije. Poput nekih drugih simboličnih pokreta, situacija, uprizorenja ili gesta, kao što su na primjer: stisnuta pesnica, podignuta ruka, figura muškarca u iskoračku sa zastavom ili puškom, itd., upereni kažiprst ima također šire geografsko, »internacionalno«, značenje, što dakako upućuje na sugestivnost, odnosno komunikativnost, njegovih referenci.

»*Fatte tutti il vostro dovere!*« (obavljajte svi svoje dužnosti) plakat je talijanske provenijencije iz 1917. godine, autora *Achillea Luciana Mazzana (F-3)*. Istodoban je s Flaggovim, ali mnogo narativniji. U prvom planu prikazan je vojnik u punoj visini, a dijagonalnog usmjerenja. Desnim koljenom oslanja se na zemljano povišenje, a lijevom nogom prati kosi rub zemlje. U jednoj ruci drži pušku, a drugom strelovito i odlučno pokazuje na gledaoca. Lice je strogo, čvrstih obrisa, s prodornim, goto-

4  
Naravno da se poruka u ovom slučaju ne odnosi samo i doslovno na američku vojsku, već na sve vojske svijeta. To je zapravo antimilitaristički plakat par excellence.



vo fanatičnim pogledom i euforičnim »sjajem u očima«. Obučen je u vojničko odijelo. Na glavi ima šljem, na nogama visoke čizme, oko struka opasač, a preko lijevog ramena prebačena je torba. Drugi je plan preskočen kako bi se izražajnije sugerirala udaljenost, a u trećem se razabire kolona siluetno prikazanih vojnika što odlaze u daljinu. Veći dio pozadine čini razvedena, svijetla površina koja sugerira oblak dima što se nadvio nad bojištem. Time je ambijentirana situacija i naglašena dramatičnost prizora s prepoznatljivim, patetično-baroknim reminiscencama tipičnim za talijansko područje. Već je iz opisa jasno da taj plakat koristi mnogo više informacija nego što je potrebno. O svakom bi se, naime, pojedinačnom elementu kompozicije mogla ispričati duga priča. Na primjer, odnos glavnog lika i sporednih (kako funkcioniraju u toj statičnoj situaciji s direktnim utjecajem filmskog jezika), potom opis ambijenta (utjecaj slikarstva), zanimljiv je također odnos ilustrativnog i tekstovnog dijela (ovdje se tekstovna poruka odnosi, prije svega, na civilno stanovništvo koje se upućuje na kreditiranje vojske), itd.

Plakat ruskog autora *Dmitrija Stahijeviča Moora*, iz 1921. godine, »*Jesi li se upisao u dobrovoljačku vojsku?*« (F-4), već je znalcima plakatnog medija vrlo poznat, budući da se često pojavljuje u katalozima ili stručnim tekstovima i publikacijama o plakatu. Interesantno je pri tom spomenuti da je 1981. godine, u izdanju Centra za kulturnu djelatnost SSO Zagreb, objavljena *razglednica* (F-4a) s identičnim plakatnim motivom, a kojom se regulirala pretplatnička aktivnost za časopis »Gordogan«.

U prvom planu prikazan je vojnik do visine nogu. Drugi plan ne postoji a u trećem je vrlo shematiziran i pojednostavnjen prikaz tvorničke arhitekture. Obučen je u tradicionalnu rusku narodnu košulju s kapom na kojoj se ističe velika crvena zvijezda petokraka. Ispruženom desnom rukom i kažiprstom vojnik jasno ukazuje na zadatak koji bi svi morali ispuniti, tj. upisati se u dobrovoljačku vojsku. U lijevoj ruci drži upaljevu baklju. Perspektivno skraćeno ruku riješeno je vrlo problematično, a hipertrofirani prsti nedorađeni su i nediferencirani. Širom otvorena



usta i jako razjapljene oči pojačavaju temperamentnost i »glasnost«, dakle važnost poruke koja se prenosi. Retoričko pitanje »zar se ti još nisi uključio...?« pojašnjava likovni prizor, a ujedno ukazuje na značajne retoričnosti koju ćemo uočiti i na narednim radovima.

Plakat *nepoznatog ruskog autora* iz 1927. godine, »*Zar ti još nisi član kooperative? Odmah se upiši!*« (F-5) pokazuje izrazitu socrealističnost likovne provedbe. Kadrom dominira lice starca, u prednjem krupnom planu, s dugom sijedom kosom i bradom. Ističe se naborana koža i grimasa lica, s jako otvorenim ustima i stisnutim očima. Desnom rukom i kažiprstom starac cilja na promatrača, a lijevu je čvrsto stisnuo u pesnicu. Slova riječi »ТI«, iza koje lice starca proviruje kao iza rešetke, zauzimaju gotovo cijelu desnu gornju četvrtinu vertikalno postavljenog kadra. Ostatak tekstovnog dijela, također u formi retoričkog pitanja, nalazi se dolje lijevo.

Primjer iz Poljske (F-6) plakat je *Włodzimierza Zakrzewskog*, datiran 1944. godine. Ozbiljan, odlučan i siguran vojnik u stegnutoj, urednoj uniformi s kapom na glavi, zahvaćen je do visine nogu. Desnu ruku i kažiprst je ispružio prema promatraču, a lijeva je spuštena uz tijelo. »Zar ti još nisi u vojsci?« ponovo ukazuje na upotrebu retoričkog pitanja kojim se promatrači direktno uključuju u akciju.

U zbirci plakata *Muzeja revolucije naroda Hrvatske* (P-inv. br. 102) nalazi se i jedan skroman primjerak (F-7), naročito skroman u tehničkom smislu (izveden je naime u tehnici ručnog sitotiska) koji po ikonografskim odrednicama svakako ulazi u grupu prethodnih. U gornjem dijelu vertikalno postavljenog kadra prikazan je vojnik do visine prsa. Patetičnost, te banalnost i naivnost prizora pojačana je »ranom na čelu iz koje curi krv«. Tekstovni dio nalazi se ispod dominantnog ilustrativnog, a ispisan je rukopisnim, urednim, ali nesigurnim znakovima slova, što također govori o narodu kojemu se obraća, dakle narodu koji je nepismen i bez autentične kulturne tradicije. U tom je smislu neizostavna



upotreba retoričkog pitanja, ovdje još i prosto-proširena. »Koliko doprinosiš narodno-oslobodilačkoj borbi?« pitanje je, naime, nakon zapovjedne formulacije: »I Ti treba da budeš borac za slobodu svoga naroda.«

Očito je da svi navedeni plakati koriste isti ikonografski obrazac. Kraće analitičke deskripcije, međutim, jasno ukazuju i na bitne različitosti pojedinih radova, odnosno na njihove specifičnosti.

Najoriginalniji i najkvalitetniji je svakako primjer početnog Leetovog plakata koji je, zapravo, autentična paradigma i svih kasnijih radova, iako se često i pogrešno misli da je to Flaggov plakat.

Glavna je odlika Leetovog rada maksimalna koncentracija i prevođenje poruke, adekvatnim plakatnim jezikom, na najbitnije informacije. Time je primarna funkcija »zavođenja«<sup>5</sup> realizirana, promatrač je u akciji i upravo je opčinjen mislju da je doista potreban svojoj zemlji. Na kasnijim radovima primjećujemo kako raste broj informacija, broj svojstava, a time i broj »dešifriranja« poruke.

Indikativna je, primjerice, učestala upotreba retoričkog pitanja na poljskom, ruskom i jugoslavenskom plakatu, a potpuna odsutnost istog pitanja na američkom i engleskom. Time se zapravo otkrivaju i svojstva naroda kojemu je poruka upućena. Spomenuti primjer tako otkriva psihologiju nesigurnosti, podilaženja, uvjeravanja i narodnjačke demagogije na svim »istočnim« primjerima, a profesionalizam, autoritarnost i okrutnost na »zapadnim«.

Ovo je ujedno primjer koji pokazuje kako ikonografija postaje, tek objašnjenjem konteksta (od najmanjeg detalja do cjeline), ikonologija.

5 Susan Sontag, predgovor za knjigu Dugalda Stermera: »Umjetnost revolucije«, London 1970.

– »Svrha je plakata da zavede, da podstakne, da proda, ubijedi, apelira.«

