

plakati ivana picelja

muzej
primenjenih umetnosti
beograd
studen 1970.

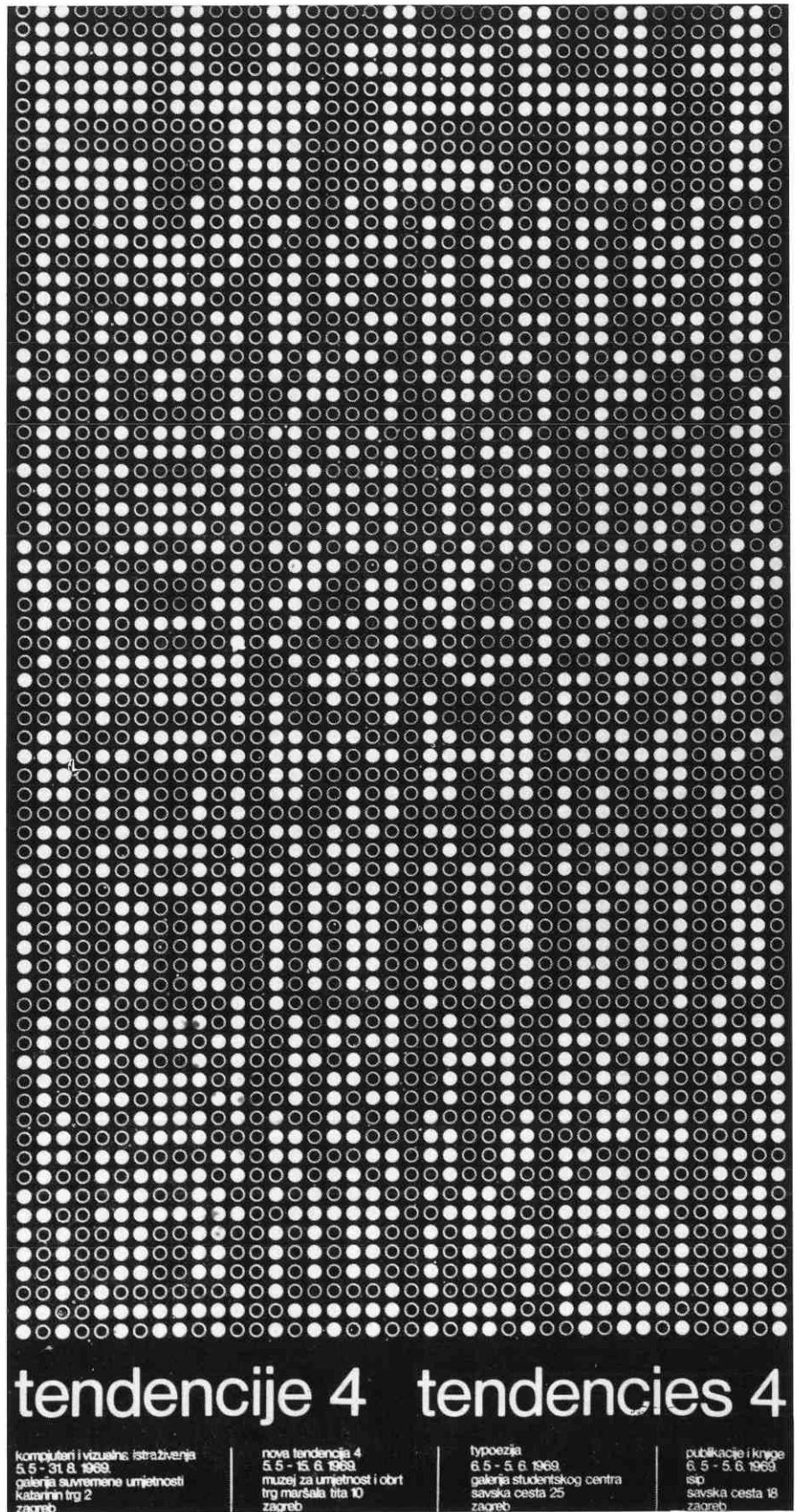
ješa denegri

Istovjetna vizuelna kultura povezuje Piceljev rad na oblikovanju plakata s njegovim radom slikara, grafičara i konstruktora programiranih reljefa: jer, on nije grafički dizajner koji se uz to bavi i plastičkim istraživanjima, a ni plastičar koji se usput bavi grafičkim dizajnom, nego se naprotiv obje ove komponente njegova djelovanja očituju kao dva aspekta jedne jedinstvene izražajne volje. Korijeni takvog načina Piceljeva gledanja sežu još u vrijeme formuliranja teza EXAT-ova manifesta, po kome su njegovi potpisnici svjesno i upravo programski težili prevladavanju ograda koje su i u teoriji i u praksi dijelile područja tzv. čiste i tzv. primijenjene umjetnosti.

Pridržavajući se tog uvjerenja, Picelj je od samog početka svoga rada znao da rješavanje jednog konkretnog oblikovnog zadatka praktičkog karaktera i jednog oblikovnog pothvata u oblasti autonomne plastičke problematike ima niz zajedničkih osobina, od kojih na prvo mjesto treba staviti nu-

žnost homogene strukturalne organizacije osnovnih vizuelnih podataka neovisno o njihovim mogućim značenjskim porukama. Oslanjajući se na ovu provjerenu pretpostavku Picelj je branio gledište po kome svaka operacija oblikovanja plastičkih cjelina, bez obzira na to je li riječ o objektima čistog ili primijenjenog karaktera, mora biti zasnovana na čvrsto definiranom formativnom sistemu: Picelj je, dakle, prije svega metodičar koji vjeruje u postojanje nekih mjerljivih vrijednosti i odnosa, pa upravo stoga svoj kreativni ulog nikada ne traži u specifikiranju sadržajne osnove nego u osmišljavanju onih oblikovnih mogućnosti što proizlaze iz osjetljive upotrebe konstantnih plastičkih termina.

Kao umjetnik koji ne teži isticanju subjektivnih motivacija nego formuliranju plastičke tematike koja vrijedi objektivno, Picelj se po sâmoj prirodi svoga mentaliteta mogao s onom nužnom mjerom pozitivne impersonalnosti prihvatiti zadatak rješavanja plakatâ namijenjenih oglašavanju pojedinih kulturnih i izložbenih priredbi. Naime, zahvaljujući pohvalnim stimulansima što ih je u posljednjem desetljeću dobivao najprije od Muzeja za umjetnost i obrt, a zatim, sve do danas, od Gradske galerije suvremene umjetnosti, Picelj je mogao na polju umjetničkog plakata razviti kontinuiranu djelatnost u toku koje je postepeno izgradio svoj karakterističan izražajni jezik. Svjestan da plakat toga tipa nema masovnu publicitarnu primjenu, a niti se po sâmoj prirodi svoje informativnosti može uključiti u najširi urbani dekor, nego nužno ostaje uvjetovan nakladama relativno malih serija i gotovo komornog načina komuniciranja, Picelj se u rješavanju svojih zadataka koncentrirao na postizanje onog vizuelnog učinka koji, uz svoju neminovnu informacionu komponentu, nosi u sebi osobito odnjevovanu mjeru planski i precizno organizirane likovne cjeline.



Ne treba, naravno, takav koncept smatrati zaobilaznjem osnovne komunikativne funkcije plakatskog medija nego, naprotiv, treba istaći da se u toj osobini upravo i nalazi jedna od bitnih specifičnosti one vrste plakata (tzv. Art poster) kojom se Picelj gotovo isključivo bavi.

U traženju mogućih polazišta, koja su Picelju poslužila kao temelj pri izgrađivanju vlastitog stajališta, mogu se možda navesti primjeri plakata dvojice umjetnika s kojima on i inače pokazuje određenu duhovnu srodnost: slično, na primjer, rješenjima Maxa Billa (za izložbu *Bianco e nero* u Luganu 1960. i za njegovu samostalnu izložbu u Stuttgartu 1960) ili Almira Mavigniera (za izložbu *Getulija Alvianija* u Schwenningenu 1962), tako se i mnogi Piceljevi plakati zasnivaju na strogoj odijeljenosti polja verbalne od polja vizuelne informacije. Najčešće smještena u gornjoj četvrtini površine plakata, verbalna informacija prenosi samo nužne podatke posredstvom tipskog i standardiziranog pisma koje autor nikada ne upotrebljava kao sredstvo plastičke transpozicije: slovni su znakovi na Piceljevima plakatima uvijek podređeni vizuelnom motivu, i on se nikada ne upušta, kao što to na primjer rade E. Terrazas i P. Teubner, u plastičko artikuliranje same verbalne informacije.

Središnje polje plakata Picelj definira kao čisto vizuelnu informaciju jezgru: u tom prostoru donosi jedan od onih karakterističnih motiva koji nagovještava konkretan sadržaj određene izložbe ili neke druge kulturne manifestacije. Kako se prihvaćao zadatka oblikovanja plakata za individualna izlaganja mnogih umjetnika, Picelj se suočio s problemom iznalaženja što adekvatnije označujuće šifre koja bi izravno korespondirala s nekom od tipičnih komponenti njihovih različitih plastičkih jezika. Kad sâm karakter izloženog materijala nije Picelju nudio dovoljno podataka ili stimulansa za stvaranje nove zna-

kovne cjeline, on se služio totalom i fragmentom fotografija pojedinih djela projiciranih u krupnom rasteru. Mnogo češće, međutim, Picelj je tražio vlastiti stilizirani znak one forme koju smatra karakterističnom za djelo pojedinog autora, a u tom je smislu pokazivao posebno razumijevanje za umjetnike čiji mu je način vizuelnog mišljenja i inače bio blizak (Vasarely, Soto, Krist, Bakić, Richter, Srnec, Damnjan, Knifer), ugrađujući u cjelinu svog plakata odgovarajuću znakovnu kraticu istodobne plastičke i informativne funkcionalnosti. Uz ova dva dominantna izražajna načina Picelj se povremeno služio i drugim zamislima, pa je tako u 1969. dao primjer jedne nove formativne mogućnosti u građenju strukture informacionog znaka: naime, rješavajući plakat za izložbu *Tendencije 4 — Kompjuteri i vizuelna istraživanja*, on je između velikog broja približnih sekvenci odabrao jednu od niza varijanti »kompjuterskih slika«, u kojoj alternacija punih i praznih kružnih modula stvara situaciju totalne optičke zasićenosti, sugerirajući time kompleksnost funkcije toga novog plastičkog medija. Tako je ovaj plakat ne samo po svom izgledu nego i po načinu svoje konceptualizacije ostvario punu mjeru informativnosti o karakteru materijala koji objavljuje, a visoki nivo toga Piceljevog rješenja potvrđen je i uključivanjem u izložbu »Mostra internazionale del manifesto d'arte« održanu u Veneciji u rujnu 1969, i registriranjem u važnoj kritičkoj raspravi E. L. Francalancija o problematici suvremenog umjetničkog plakata (»Il manifesto d'arte strumento informativo privilegiato«, *La Biennale 66*, 1970). Posljedice Piceljeva višegodišnjeg bavljenja oblikovanjem umjetničkog plakata očituju se danas u nekoliko osobina: pažljivo njegujući ovu inače »potrošnu« disciplinu, on je izbjegavao skretanje u polje improviziranih rješenja, a zalažući se ujedno za racionalni i metodički pristup problematici grafičkog di-

zajna dolazio je do rezultata u kojima se prepoznaju termini cjelovitog i homogenog jezika. I zahvaljujući upravo toj komponenti Picelj je ovom svom poslu izvojevao status punopravne plastičke aktivnosti: jer, najuspješniji prijedlozi njegovih plakata potvrđuju shvaćanje po kome nema bitne kvalitativne razlike između »velikih« i »malih« umjetničkih ciljeva, a svaki oblikovni pothvat, ako je doista mišljen normama suvremenosti, s podjednakim udjelom sudjeluje u građenju fizionomije nove plastičke realnosti postojećeg historijskog trenutka.