

KSENIJA BERK¹

Avantgardni vektor oblikovanja: Sestop historičnih avantgard v polje vsakdanjega življenja

Izveček: V članku analiziram nekatere smernice historičnih avantgard in njihov sestop v polje vsakdanjega življenja skozi oblikovanje. Kot primer avantgardnega vektorja na področju oblikovanja razgrinjam oblikovalski manifest *First Things First 2000*, ki na način postmodernističnega kolaža reciklira ideje historičnih avantgard in razkriva utopično stanje duha sodobne družbe. Raziskovanje manifesta *FTF 2000* ne pomeni iskanja naslednika historičnih avantgard, ampak logično posledico sestopa iz samega polja umetnosti v prostor industrijske proizvodnje in neoliberalnega kapitalizma.

Ključne besede: historične avantgarde, oblikovanje, manifest, blagovna estetika, upor, situacionizem.

UDK 74:7.01

The Avant-Garde Vector of Design: Historical Avant-Gardes Entering the Everyday Sphere

Abstract: The paper analyses certain trends of historical avant-gardes and their entry into everyday life through the practice of design. In the era of postmodernism, they have re-emerged as an alternative to high modernism and legitimised a wide range of neo-avant-garde initiatives. Such avant-garde vectors in the field of design are exemplified by the manifesto *First Things First 2000*, which recycles the ideas of historical avant-gardes in the manner of a postmodernist collage, thus revealing the Utopian mentality of contemporary society. Rather than a successor of historical avant-gardes, the *FTF 2000* manifesto is the logical result of art being transplanted to industrial production and neoliberal capitalism.

Key words: historical avant-gardes, design, manifesto, commodity aesthetics, rebellion, situationism

¹Mag. Ksenija Berk je doktorandka filozofskega modula na podiplomskem programu Interkulturni študiji – Primerjalni študij idej in kultur, Politehnika Nova Gorica. E-naslov: ksenija.berk@siol.net.

Najspektakularnejših razkazovanj modernizma ne najdemo v muzejih ekspresionistične umetnosti, ampak v avantgardnih političnih kolaboracijah na polju vsakdanjega življenja, kot ugotavlja Fritzsche.² Če se na tem mestu nekoliko navežem na zgodovino oblikovanja,³ bi lahko rekli, da jo zanima predvsem oblikovani izdelek. Pri tem je izdelek ne zanima kot točka določene perfekcije, ki bi jo narekovali muzeji moderne umetnosti, ampak kot specifičen proces, ki generira procese in okoliščine. Če bi se zgodovina oblikovanja, kljub neprestanim zahtevam nekaterih institucij, osredotočala samo na nagrajene ali drugače izstopajoče projekte, bi lahko odločno zatrdili, da gre za pisanje historičnega projekta globalizma *par excellence*. Znašli smo se na točki, ko moramo enkrat za vselej demistificirati pisanje znotraj teorije oblikovanja in vsak teoretski doprinos na omenjenem polju umestiti v teoretske kontekste tudi kot genealogijo idej, ki lahko v nekem historičnem trenutku locirajo kulturne dimenzije globalizacije. Pri tem ni manifest *First Things First 2000*, na katerega se sklicujem v pričujočem članku, nobena izjema.

Oblikovalski manifest *FTF 2000*⁴ je pravzaprav nastal že leta 1964, ko ga je spisal in objavil britanski oblikovalec Ken Garland. Nato ga je leta 2000 Kalle Lasn, tedanji član aktivistične skupine Adbusters, na novo obudil in ga lansiral na medmrežno platformo aktivistične skupine, ki ji je pripadal. Manifest naj bi konceptualno zajel in interpretiral vlogo oblikovanja vizualnih komunikacij s perspektive družbene in politične moči⁵ in kot nekakšna samorefleksija stroke je postal orodje upora in kulturnega protesta oblikovalcev. Manifest *FTF 2000*, četudi obnovljen iz leta 1964, se kljub svoji jasno začrtani usmerjenosti v prihod-

² Fritzsche, 1996, 12.

³ Pri uporabi definicije oblikovanje vizualnih komunikacij se navezujem na definicijo, ki jo je podala ICOGRADA: "Razvoj tehnologije je izraz grafično oblikovanje omejil. Ustreznejši je izraz oblikovanje vizualnih komunikacij. Oblikovanje vizualnih komunikacij postaja stroka, ki povezuje sloge in pristope različnih disciplin s slojevito poglobljeno vizualno zmožnostjo. Meje med disciplinami sicer postajajo zabrisane, a oblikovalci morajo nenazadnje prepoznati tudi omejitve svojega poklica" (www.icograda.org).

⁴ V nadaljevanju za poimenovanje manifesta *First Things First 2000* uporabljam okrajšano obliko *FTF 2000*.

⁵ "Moč ni nekaj, kar bi se dalo doseči, zgrabiti ali deliti, nekaj, česar bi se lahko oklepali ali bi nam lahko spolzelo iz rok: moč je izpeljana iz neštetihih točk v medsebojni igri neenakovrednih in mobilnih odnosov." Foucault, 1977, 94. Moč lahko beremo kot obliko manipulacije in navzkrižne strategije družbenih institucij, igro taktik in strategij.

nost ne more znebiti svojega parazitskega odnosa do preteklosti. V svoji manifestni drži mu je vseeno za politiko ali filozofijo modernizma ali za karkoli, kar bi lahko bilo pod površjem videza. Čeprav sicer kritizira oblikovalski prestiž, instantne sloge, naročnike in nagrade, kar pa je tudi skorajda vse. Lahko bi rekli, da manifest *FTF 2000* gradi na modernizmu kot nostalgiji. Pesimističen je glede sedanjosti, ki jo z manifestno strukturo odklanja v korist preteklosti. Ob prebiranju manifesta se vedno bolj kaže način, na katerega kot postmodernistični kolaž in kulturni pastiš reciklira ideje historičnih avantgard, ki se prav zaradi nove forme zdijo še modnejše kot v času svojega nastanka. Prav razkol v postmodernističnem diskurzu je omogočil historičnim avantgardam, da so se pojavile retrospektivno kot alternativa visokemu modernizmu in legitimizirale celo paleto neoavantgardnih iniciativ. Lahko bi rekli, da je bil celoten modernizem zelo optimističen glede vloge, ki naj bi jo imelo oblikovanje. Friedman⁶ vidi modernizem celo kot iskren poskus, kako s pomočjo oblikovanja spremeniti svet. Tudi najbolj besni avantgardisti, če jih lahko tako poimenujem, med katerimi zagotovo prednjačijo dadaisti in futuristi, so verjeli, da je v oblikovanju skritih veliko možnosti in načinov za prenašanje novih sporočil.

ANARHISTIČNI MODERNIZEM IN MANIFESTACIJA POLITIČNEGA ZNOTRAJ OBLIKOVANJA

Avantgardna umetniška gibanja z začetka stoletja, kot razlaga Proudhon,⁷ temeljijo oz. izvirajo tudi iz anarhistične estetike. Premišljanje o odnosu med modernizmom, postmodernizmom in oblikovanjem nas v tej točki napeljuje na levičarsko usmerjene modernistične debate tridesetih let prejšnjega stoletja, v katerih so sodelovali Brecht, Lukács, Bloch, Benjamin in Adorno, ter na njihovo nikoli zares odvrženo skrb o vprašanih estetske vrednosti in percepcije v odnosu do politike, zgodovine in izkušenj. Podrobnejšim navezavam proučevane problematike skozi naštete avtorje se bomo na tem mestu izognili. Ne smemo pozabiti, da se nam pri proučevanju različnih gibanj znotraj polja vizualnih umetnosti včasih izmuzne iz naših teoretskih konceptualizacij. Dejanski značaj gibanj znotraj polja vizualnih umetnosti lažje prepoznamo in ocenimo, če pozornost z njihovih deklaracij, manifestov in provokativnih akcij preusmerimo na njihov njihov iztek.⁸

⁶ Friedman, 1994.

⁷ V Erjavec, 1998, 129.

⁸ Erjavec, 1999, 129.

A ker tega v primeru manifesta *FTF 2000* še ne moremo storiti, tudi ne moremo govoriti, ali je manifest že izpolnil svoj smoter in uporni namen znotraj polja oblikovanja.

Jameson⁹ se v svojem tekstu o globalizaciji in politični strategiji, ki je izšel v *New Left Review*, vprašuje, kaj se dogaja s politično kategorijo upora znotraj kulture, ki tako ali drugače vključuje obrambo načina, na katerega živimo svoje lastno življenje. Ob tem ne pozabi opozoriti, da gre lahko velikokrat za močan negativni program, ki omogoča načine in pogoje za vse vidne in nevidne oblike kulturnega imperializma, še posebej skozi estetske forme. Odločitev, ali bo oblikovalec skoncentriral svoje profesionalne kreativne potenciale na korporativne projekte, oglaševanje ali družbene teme, je vedno politična. Osnovno gibalno politike sta moč in kontrola. Pri grafični agitaciji, tudi s strani oblikovalcev, gre za upor proti določeni moči in kontroli. Ne glede na način, s katerim pristopamo k manifestu *FTF 2000*, se nam razkrije, da je notranji upor, ki ga razkriva listina, usmerjen proti politični in upravljaljski moči korporacij, s čimer ne moremo niti ne smemo zanemariti, spregledati ali celo eliminirati političnosti njihovega upora. Upor, skoncentriran okrog manifesta *FTF 2000*, ni upor posameznika proti sistemu, ampak je kolektivno, javno, manifestativno dejanje, ki za svoje politične akcije uporablja sredstva množičnih komunikacij, saj imajo mediji s svojo lastno konstrukcijo realnosti imanentno moč posredovanja in resonance sporočila.

Če bi hoteli potegniti vzporednico med retroavantgardami in oblikovalsko avantgardo okrog manifesta *FTF 2000*, bi lahko stično točko morda našli v neprestanem opozarjanju na pomembnost njenega začetka¹⁰ in ne na iztek oz. konec, kar je bilo pomembno pri historičnih avantgardah. Seveda če retroprincip razumemo kot način obnašanja in delovanja, ki gradi na reinterpretaciji, poustvarjanju modelov preteklosti in se distancira od trendov, česar pa pri proučevanju fenomenu oblikovalskega manifesta *FT F2000* zaradi prevelike bližine dogodka in polja, znotraj katerega je nastal, še ne moremo trditi. Avantgardna gibanja so se pogosto integrirala v polje umetnosti, kjer so doživela estetizacijo ter se na koncu izkazala kot povsem nemočna pri doseganju svojih ciljev v vsakdanjem življenju. Italijanski futurizem¹¹ je pokazal, da poteka politični ideološki boj tudi

⁹ Jameson, 2000.

¹⁰ Erjavec, 1999, 131.

¹¹ Erjavec, 1988, 96.

preko umetnosti. Še več, pokazal je tudi, da je umetnost, brž ko prestopi v polje politične akcije, vedno nujno izigrana, saj politična akcija po svoji naravi nasprotuje umetniški, čeprav lahko izhaja iz podobnih izhodišč in nazorov.

DEDIŠČINA SITUACIONISTOV

Upor proti ekonomskemu prevzemu vsakdanjega življenja in profesij se ni pričel z anarhistično skupino Adbusterji, ki so na medmrežni platformi lansirali manifest *FTF 2000*, in njenim bojem proti prevladi korporacij, kar številni oblikovalci nekritično razširjajo v skorajda mitološke razsežnosti. Zasledimo ga lahko že pred več kot štiridesetimi leti v Parizu, kjer je skupina z imenom situacionisti (1957–1972) začela protestirati proti naraščajočemu ekonomskemu prevzemanju vsakdanjega življenja ter proti umetnikom, ilustratorjem, fotografom, art direktorjem in grafičnim oblikovalcem, ki so bili po njihovem mnenju krivi za ustvarjanje *statusa quo*, v katerem se je znašla takratna družba. Morda zveni ironično, vendar so številni uspešni oglaševalski slogani izšli prav iz situacionizma in njihovih družbenih parol. Adbusterji¹² in situacionisti se razlikujejo v načinu diskurza, s katerim izražajo svoje ideje.

Pri situacionistih¹³ se v časopisih, revijah, grafitih ali manifestih skupine ni pojavljala skrb za okolje. Prav tako niso imeli izdelane družbene agende, njihov moto je bil upiranje kulturnemu imperializmu, dolgčas je bil njihov sovražnik, sreča njihov cilj. Situacionisti so vztrajali, da imajo t. i. *navadni ljudje* vsa potrebna orožja za izvedbo revolucije. Edino, kar jim manjka, je zaznavni premik, tisti mučeniški pogled na novi način bivanja, ki nenadoma postavi vse v središče. V svojih analizah so situacionisti ugotavljali, da je kapitalizem spremenil vse odnose v kupčije, in da se je življenje zreduciralo v spektakel, ki je tudi ključni koncept njihove teorije na čelu z Debordom.¹⁴ V nekaterih pogledih so prevzeli in predelali Marxova teoretiziranja¹⁵ o odtujitvi, kot jih je razvijal v svojih zgodnjih spisih, v katerih trdi, da je delavec odtujen od produkta, ki ga proizvaja ter od so-delavcev in se zaradi tega znajde v odtujenem svetu, kjer ne producira več same-

¹² "Mi antipotrošništvo povezujemo z okoljskim gibanjem. Bralci razumejo korelacijo med nakupovanjem preveč neuporabnih produktov in izčrpanjem naravnih virov planeta," pojasnjuje art direktor Adbusters Magazine Chris Dixon (www.adbusters.org).

¹³ <http://www.yorku.ca/kathy/sithistory.html>

¹⁴ Debord, 1999.

¹⁵ Rockmore, 2002.

ga sebe, ampak neodvisno moč. V klicu h *konkretni transcendenci države in vseh oblik odtujevalnih kolektivitet* ter svoji viziji komunistične družbe, lahko rečemo, da so v tem pogledu situacionisti zelo blizu anarhistom. Ne samo, da so se spogledovali z Bakuninovim kolektivizmom, ko so napadali avtoritarne strukture in birokracijo, Debord je celo trdil, da je "... anarhizem leta 1936 v Španiji privedel do socialne revolucije in do, čeprav v grobih obrisih, najnaprednejše oblike proletarske moči, kar jih je kdaj bilo."¹⁶

Situacionisti se od tradicionalnega anarhizma razlikujejo v svojem elitizmu kot ekskluzivna skupina ter v svoji prevladujoči skrbi za združevanje teorije in prakse. V svojem ozkem vztrajanju pri proletariatu kot edinem revolucionarnem razredu so spregledali revolucionarni potencial drugih družbenih skupin, še posebej študentskih gibanj. Šli so celo tako daleč, da so zavračali anarhizem kot še eno obliko ideologije, vsiljeno delavskemu razredu. Kljub aktualnosti kritike, usmerjene k sodobnemu kapitalizmu, so situacionisti napačno pojmovali začasen gospodarski uspeh, ki se je v Franciji pojavil po drugi svetovni vojni, kot trajno obdobje v kapitalističnih družbah. Njihovo prepričanje v gospodarsko obilje se nam danes zdi naivno optimistično. Kljub številnim slabostim so situacionisti brez dvoma obogatili anarhistično teorijo s svojo kritiko sodobne kulture, njenim čaščenjem kreativnosti in osredotočenjem na takojšnje transformacije vsakdanjega življenja. Situacionisti so se razpustili leta 1972 zaradi notranjih razhajanj. Ne glede na to imajo njihove ideje velik vpliv na anarhistične in feministične kroge, prav tako so dale inspiracijo panku ter sodobnim antipetrošniškim gibanjem, ki v oblikovanju vizualnih komunikacij vidijo posedovanje vizualne moči neposrednega nagovora javnosti in posameznikov. Strehovec recimo iz Baudrillardovega pisanja v *Družbi spektakla* povzema njegovo kritiko Foucaulta, ki naj bi bila v preztju simulacije moči, "... se pravi skrivnih in zamaskiranih mehanizmov znakov moči, ki nadomeščajo aktualne artikulacije sile nasilja in discipline".¹⁷

Prav to moč imajo pri svojem vizualnem aktivizmu v mislih Adbusterji in lahko bi rekli, da je vpletena tudi v diskurz manifesta *FTF2000*. Boj za moč se namreč manifestativno odvija med enakostjo in prepoznavnostjo, kar je v osnovi boj proti avtoritetam vladajoče elite oz. sistema. Nekateri vidiki grafične agitacije so lahko povsem osebni, povezani z iskanjem individualne identitete ali kot navdih

¹⁶ Marshall, 1992, 551.

¹⁷ Strehovec v Baudrillard, 1999, 362.

in težnja po ustvarjanju novih vrednot. Vizualni jezik protiglobalističnih revolucij želi šokirati in izzivati tabuje. Anarhistično videnje oblikovanja vizualnih komunikacij skuša le-to osvoboditi utrujenega imidža elitističnega orodja korporacij, tako da lahko znova postane množično sredstvo individualnih ekspresij.

POSEGANJE AVANTGARD ZUNAJ POLJA UMETNOSTI

Če je bila v estetiki vsaj do izteka modernizma uveljavljena teza, da lahko predmeti, šele ko izgubijo svojo praktično in uporabno funkcijo, pridobijo estetsko,¹⁸ lahko rečemo, da je pri oblikovanju tako vizualnih komunikacij kot industrijskega oblikovanja teza ravno nasprotna. Pri tem ne moremo mimo spoznanja, da so številna avantgardna gibanja šla z roko v roki s sočasnim razvojem, če lahko na tem mestu uporabim Haugov¹⁹ izraz, blagovne estetike.

Od sredine devetnajstega stoletja je izraz avantgarda označeval *radikalno napredno dejavnost* tako na umetnostnih kot družbenih področjih. Pojem *avant-garde*²⁰ je bil najprej del vojaškega izrazoslovja, ki je označeval prvo bojno linijo pehote oz. jurišno linijo. Širši pomen so mu pripisali Saint-Simon, Matei Calinescu, Olinde Rodrigues in njihovi somišljeniki. Bili so namreč mnenja, da je umetnik bolj podoben generalu kot pa navadnemu pehotnemu vojaku, saj umetnik ustvarja bojni načrt, pehotni vojak pa zgolj sledi ukazom. Veliko avantgardnih umetnikov tistega časa je začelo zavračati vlogo družbenega vizionarja in so se raje izolirali v sfero, ki se je ločila od družbenega življenja, kjer so lahko branili svoje ideje. Na tem mestu Bürger²¹ zaznava korelacijo med upadajočim zanimanjem avantgard v splošnih družbenih zadevah in njihov umik na polje estetike, kamor osredotočijo svoje cilje in hotenja. To je tudi točka, na kateri se razhajata Bürgerjeva estetska in družbena ali politična avantgarda.

Del umetniških avantgard z začetka tega stoletja predstavlja svojevrsten anahronizem v razvoju modernizma, zavestno namreč posega iz umetnosti v vsakdanje življenje, biti hoče integralni del projekta revolucioniranja družbe, zaradi česar razume vztrajanje v sferi apartne umetnosti kot meščansko ideologijo. Zlasti oktobrska revolucija v Rusiji je v družbi materializirala zamisli, na katere se lahko s svojimi idejami neposredno navežejo tudi umetniki. Tudi Bauhaus je posred-

¹⁸ Erjavec, 1999, 127.

¹⁹ Haug, 1981.

²⁰ Margolin, 1997, 2.

²¹ Bürger, 1973.

na posledica izvirnega dogodka²² nastanka nove družbene ureditve ter z njim povezanih idej, ki so bile enakovredno umetniške in politične kot tudi širše družbene. Carter²³ pri tem opozarja, da nastopata estetska in družbena avantgarda v različnih stopnjah, vendar ne vedno skupaj. Družbena avantgarda prepozna pomen povezovanja inovativnih odkritij v umetniški praksi z drugim pomembnim tehnološkim in ideološkim razvojem tega časa. Oblikovanje tako vizualnih komunikacij kot industrijskega oblikovanja uporablja sredstva/prakse zgodnjih Bürgerjevih historičnih avantgard. Trajni vpliv klasičnih avantgard se je na področju oblikovanja razvil v najširšem pomenu tega izraza: od tipografije do arhitekture. Naj ob tem spomnim, da Bernik²⁴ v posebnem katalogu z imenom *Tank* o avantgardah in avantgardizmu na Slovenskem omenja tesno prepletenost arhitekture in oblikovanja v času zgodovinskih avantgard, ki je ne bi smeli prezreti.

Iztek tistih umetniških avantgard, ki niso doživele politične eliminacije, nadalje izpričuje, da so postale integralni del uveljavljene kulture, kar velja tako za francoski nadrealizem kot tudi za futurizem med obema vojnama.²⁵ Futuristični moment v oblikovanju morda najbolje predstavlja Marshall Berman v svoji knjigi *All That Is Solid Melts Into Air*. V njej izpeljuje tezo, da je problem oblikovanja v njegovi nekritični prisvojitvi futuristične ideologije kapitalizma. Tako razlaga, da je glavni problem modernističnih tradicij, ki so se navezovala na futurizem ali iz njega izšle, da so povsem nekritično slavile vladavino strojev in pri tem popolnoma pozabljale na vlogo človeka v njem. Futurizem ni skušal subvertirati institucije umetnosti. Vedno si je podajal roko z vladajočo ekonomijo, oblastjo in oglaševanjem. In tu so tista vrata, skozi katera avantgarde sestopijo na polje neumetniškega s simbolno transformacijo, navidezno samoukinitvijo, v resnici pa izjemno premišljeno in perfidno manipulativno gesto izživijo v vsem svojem blišču.

Raziskovanje manifesta *FTF 2000* ne pomeni iskanja naslednika historičnih avantgard, ampak logično posledico sestopa iz umetnosti v industrijsko proizvodnjo, politiko, neoliberalni kapitalizem. Tržne razmere kapitalističnega modela in mehanika trga so v svoje okrilje s širokimi rokami sprejele avantgardno miselnost in jo integrirala v svoj sistem kot njegovo kritiko, ki s svojim modelom zagotavlja nenehno perpetuacijo in model načrtovane zastarelosti kot vodilni na-

²² Margolin, 1997.

²³ Carter, 2004.

²⁴ Bernik, 1998.

²⁵ Erjavec, 1998, 130.

čin neprestanega produciranja vedno novih izdelkov in storitev. Avantgardni moment radikalnega reza z vsem starim postane eden vodilnih motivov produciranja industrijskih izdelkov. Morda bi lahko rekli, da je oblikovanje postalo poosebljena ironična avantgarda, črni humor kulture. Oblikovanje, kakršno poznamo danes, kljub številnim intervencijam postmodernizma ne more izstopiti iz večne ujetosti v modernizem.

V tem duhu tudi Badiou²⁶ kara avantgarde dvajsetega stoletja. Očita jim namreč, da so bile le spremljajoče izkušnje sodobne umetnosti. Prepričan je, da so bile avantgarde le brezupno in nestanovitno iskanje posredovalne didaktično romantične sheme. Njihova didaktičnost se je kazala v poskusih in prizadevanjih razkrinkavanja neavtentičnega značaja umetnosti, romantičnost pa v njihovem prepričanju, da bi se umetnost morala roditi kot neposredno čitljiva resnica o njej sami. Na tem mestu postavi drzno trditev, da so avantgarde danes dokončno prešle. Badioujeva razmišljanja v marsikaterem pogledu spominjajo na Paula Manna²⁷ in njegovo *The Theory-Death of the Avant-Garde*. Mann predstavlja tisti kritični pol, ki konsistentno izpostavlja notranjo nestabilnost samega koncepta avantgard. Ne samo, da se avantgarde starajo, tako kot zastarevajo njihovi prodorni načini in metode, starajo, prilagajajo in rastejo tudi njihova občinstva. Avantgardna ideja pa včasih tudi zavestno postane del *mainstreama*. Ta pojemajoči pomen avantgarde vidi Carter²⁸ kot posledico poblagovljenja umetnosti. Manifest *FTF 2000* zahteva spremembo znotraj polja poblagovljenja, vendar ne pri uporabnikih, konzumentih ali potrošnikih izdelkov in storitev, kot bi lahko pričakovali, ampak na strani tistih, ki jih kreirajo – oblikovalcev. Carter gre v svojih trditvah tako daleč, da v avantgardah vidi arhetip kulturne produkcije. Trdi, da avantgarda ni kulturno specifična, saj nastopa tako kot kultura povsod po svetu in v različnih oblikah.

OBLIKOVALSKI MANIFEST KOT OBLIKA KULTURNEGA UPORA

Manifesti, izjave z namenom, idejo in pozivom k uporabi, so časovno naravnani načini uveljavljanja nasprotnih gibanj in utrjevanja, izkazovanja lastnih pozicij v nasprotju z vodilno ideologijo. Ne glede na to, da se lotavam pisanja o sodobnem

²⁶ Badiou, 2004.

²⁷ Mann, 1991.

²⁸ Carter, 2004, 50.

fenomenu v oblikovanju vizualnih komunikacij, se kljub temu ne morem izogniti širšemu družbenemu diskurzu. Veliko oblikovalcev je nezadovoljnih s sodobno prakso vizualnih komunikacij in se jim zdi v mnogih aspektih problematična, predvsem ko govorimo o moči. Osnovni ideji politike sta moč in kontrola, in večina vizualnega materiala Adbusterjev, se obravnava kot del boja za ali proti moči. Boj moči se ponavadi odvija med establišmentom oz. vladajočo stranko in posameznikom na ulici. Pojmovanje *ulice* se pojavlja kot simbol javne domene, forum ali arena za *množice* in njihovo izražanje z vizualnim.²⁹

Propaganda in protest imata nekaj sto let dolgo in turbulentno zgodovino na področju oblikovanja vizualnih komunikacij. Grafično oblikovanje je močno orožje protesta in propagande, šoka in subverzije.³⁰ Od revolucionarnih šestdesetih let preteklega stoletja raziskuje številne smeri in načine, v katerih se grafična umetnost in oblikovanje nanašata na socialne in politične teme. Vloga in funkcija tradicionalnih medijev, kot sta plakat ali bilbord, se je kot orožje protesta najbolje izkazala takrat, ko so komunicirali preproste ideje na vizualno napet način. Skupaj s filmom in radiem so postali uspešno orožje propagande, saj lahko hitro *potujejo* in se jih da preprosto in hitro zamenjati. Plakat je odigral veliko vlogo kot politično orožje v revoluciji in pri rekonstrukciji socialističnih družb; veliko vlogo je igral na področju solidarnosti in dviganja zavesti v osvobodilnih gibanjih šestdesetih in še danes ostaja odločilen format uporniških gibanj in družbenega komuniciranja.

Delovanje znotraj oblikovanja ne pomeni *a priori* politično in družbeno angažirane pozicije v smislu socialnih in anarhističnih gibanj. Oblikovalci, pa naj delujejo na področju prakse ali teorije, so v osnovi zelo diverzificirani posamezniki, ki prihajajo iz najrazličnejših socialnih, političnih in kulturnih okolij. Skupni imenovalec vseh posameznikov, ki se ukvarjajo z oblikovanjem, lahko potegnemo skozi obrtniške spretnosti ter teoretsko znanje. Čeprav se že pri slednjem oblikovalski praktiki izjemno razlikujejo, saj nekateri prihajajo iz oblikovalskih šol in akademij, drugi so arhitekti, spet tretji so samouki, brez uradne formalne izobrazbe. Izražanje političnih in družbenih stališč moramo opazovati kot pojav znotraj oblikovanja, s številnimi indici, vzroki in posledicami, nikakor pa ga ne moremo generalizirati na celotno profesijo. Družbena in politična angažiranost

²⁹ McQuiston, 1993, 7.

³⁰ McQuiston, 1993.

oblikovalca ni odvisna od poklica, ki ga opravlja, ampak od njegovega osebnega svetovnega nazora in individualne politične usmeritve. Skoraj vsi oblikovalski *uporniki*, pisci manifestov in zagovorniki etičnega v oblikovanju so po svojem političnem prepričanju levičarsko usmerjeni. Med njimi najdemo tako socialiste, komuniste, anarhiste, kot tudi antiglobaliste in nekatere zagovornike feminističnih študij, iz česar lahko sklepamo, da bi ti posamezniki, delovali podobno tudi, če bi opravljali drugačen poklic. Skratka, za vrednote posameznika, družbe, pravičnost, etiko, okoljsko problematiko, bi se po mojem mnenju zavzemali ne samo na področju civilne družbe, ampak znotraj katerekoli partikularne delitve dela.

Macdonald³¹ opozarja na nevarnost inflacije debat, ki jih ustvarjajo samooklicani pravičniki, ki ne sprejemajo mnenj, nasprotnih tistih, ki jih producirajo sami. Pri tem naredi primerjavo, da samooklicani *pravičniki* obravnavajo *druge* na podoben način kot v srednjem veku katoliška cerkev, ki je obračunavala z vsakomer, ki si je drznil podvomiti v obstoj boga. Kako nevarno se je poklic oblikovalca približal ne le ničejanski smrti boga, ampak se skuša celo zavihetati na njegovo mesto, kaže pisanje Villema Flusserja³². V svoji knjigi *O oblikah stvari in filozofiji oblikovanja* razlaga, da je oblikovalec ne glede na politični sistem ali religiozno prepričanje, v vseh družbah sprejet in priznan kot izjemno pomemben ustvarjalec družbe v kateri deluje. S pridobljenim družbenim položajem mu namreč pripada tudi posebna moč. Flusser je prepričan, da je oblikovalec v današnjem času prevzel funkcijo, lahko bi tudi rekli, da ga obdaja avra čarovnika, zdravilca in maga:

“Mi smo tisti, ki lahko ustvarjamo drugačne, alternativne načine percepcije, občutja, želje in misli. Poleg v svetu, ki ga upravlja centralni živčni sistem, lahko živimo tudi v drugih svetovih. Lahko izkusimo multiplicirani tukaj in zdaj. Tudi sam izraz ‘tukaj in zdaj’ ima lahko več pomenov.”³³

Za oblikovalske manifeste je značilno, da precenjujejo moč oblikovanja, da mu podeljujejo status, ki je spodletel historičnim avantgardam v ideji združevanja umetnosti in vsakdanjega življenja, kar je brez dvoma uspelo tako oblikovanju vizualnih komunikacij kot tudi industrijskemu oblikovanju. V tem pogledu bi se lahko vrnili tudi k idejam De Stijla,³⁴ ki jih je Theo van Doesburg apliciral na ar-

³¹ Macdonald, 2001.

³² Flusser, 1999.

³³ Flusser, 1999, 37.

³⁴ Meggs, 1998.

hitekturo, kiparstvo in tipografijo. Zagovarjal je stopljenost čiste umetnosti znotraj uporabne umetnosti, skozi katere naj bi duh umetnosti pronical v družbo. Na ta način umetnost ne bi bila zreducirana na objekte vsakdanjega življenja, ampak bi se skozi vsakdanje življenje dvignilo na raven umetnosti. Monika Parrinder³⁵ ugotavlja, da manifest *FTF 2000* sicer priznava, da ima vsak od nas vlogo v ekonomiji potrošnje, vendar hkrati priznava, da ni preprostega, enotnega sistema, ki bi ga lahko *a priori* označili kot nekaj slabega in mu na ta način jasno nasprotovali z nečim dobrim, v primeru oblikovalcev – z obravnavanim manifestom. Korporativne mreže kapitalistične kulture je težko opredeliti na enovit način, zato se jim oblikovalec posameznik tudi toliko težje zoperstavi. Še posebej, če se spomimo Antonia Gramscija,³⁶ ki trdi, da je ideologija dominantne kulture inkorporirana v vse diskurze družbe, vključno z diskurzom upora!

Revolucionarna političnost zgodovinske avantgarde je tista mejna karakteristika, ki bi potegnila jasno razmejitev med umetnostjo in kulturo, kakršne se postmodernizem otepa. Te vloge pa ne more opraviti, dokler jo uporabljajo bolj kot strašilo, kaj se zgodi umetnosti in umetnikom, če prestopijo meje avtonomije in sežejo, npr. v političnost. Za razliko od kulture ima namreč umetnost v prestopanju meja vlogo, kakršno je Adorno pripisal kritični teoriji, Marcuse pa umetnosti: vnašanje kaosa v red. Umetniška ambicija po ustvarjanju nove družbene vloge umetnosti, takšne, v kateri ima umetnik aktivno vlogo pri organizaciji in gradnji družbenega življenja, se utrjuje tudi pri oblikovanju.

HEROJSKI IN CINIČNI MOMENT OBLIKOVALSKE AVANTGARDE

V družbenem kontekstu avantgarda praviloma vsebuje utopično komponento. Prišla sem do točke, na kateri skušam definirati ne samo utopično komponento manifesta *FTF 2000*, ampak odkriti nekatere fragmente, namige, dokaze, po katerih bi lahko ugotovila ali se je projekt tako ali drugače zaključil. Največja težava pri proučevanju in teoretski konceptualizaciji mi vsekakor predstavlja bližina dogodka, saj na tej kratki časovni osi še ne morem ugotoviti, kako se bo vsa manifestativnost projekta tudi končala. Tako lahko posledično izpeljem, da je do teoretskega zaključka fenomena manifesta *FTF 2000* pravzaprav nemogoče priti, ker do danes (beri: leto 2005) nimamo nobenega jasnega dokaza, namiga ali referen-

³⁵ Parrinder, 2000.

³⁶ Gramsci, 1973.

ce o njegovem izteku oz. koncu. Ker se želim izogniti nasilni historizaciji proučevanega koncepta, mi preostane le, da nakažem možni iztek manifestativnega gibanja in predvidim njegov zaključek. Ob tem se sicer navezujem na Poggiolijevo³⁷ teorijo avantgardne umetnosti, kdaj pa bom lahko izpeljala celotno reinterpretacijo, je odvisno od notranje evolucije projekta *FTF 2000*, ki je ne nameravam ugibati.

V nasprotju s teoretsko opredelitvijo avantgard, ki jo je nekoliko kasneje zastavil Peter Bürger³⁸ in je v veliki meri vplivala na sodobne teorije o avantgardah, po Poggioliju doseže avantgarda svoj vrh v italijanskem futurizmu. Avantgarde, ki jih omenja Poggioli, ustrezajo Bürgerjevemu konceptu zgodovinskih avantgard. Avtorja se razlikujeta tudi v pogledu, kaj je bilo pred zgodovinsko avantgardo. Bürger (nemško-ruski pogled) za predhodnika historičnih avantgard navaja esteticizem, Poggioli (italijansko-francoski pogled) pa predhodnice avantgard.

Če pa obe teoriji, Poggiolijevo in Bürgerjevo, tako ali drugače združimo, tako da se na enem mestu najdejo kubizem in futurizem, dada in ekspresionizem, suprematizem in konstruktivizem, dobimo praktično oportunistično mapiranje zgodovinske avantgarde na evropskem zemljevidu.³⁹ Poggiolijevo teorijo avantgarde bi lahko označili kot sociopsihološko, saj skuša iskati sociološke in psihološke razlage za pojav fenomena avantgard, v nasprotju z Bürgerjevim, ki jih skuša razložiti skozi filozofske koncepte. Poggiolijev cilj ni bil proučevati avantgarde same na sebi, ampak ga je bolj zanimalo, kaj avantgarde razodevajo o kulturni situaciji, znotraj katere so se konstituirale. Lahko bi rekli, da so ga bolj kot estetske kategorije gibanj zanimali kategoriji etičnega in političnega. Zanimal ga je tudi vpliv množične kulture na avantgardna gibanja, saj se je v ZDA, kjer je delal in poučeval, razkol med t. i. visoko in popularno kulturo zgodil prej kot v Evropi. Poglejmo si, kako utopično komponento avantgard vidi Poggioli in kako jo lahko apliciramo na oblikovalsko avantgardo okrog manifesta *FTF 2000*.

Utopično komponento avantgardnega gibanja, v mojem primeru herojski in cinični moment oblikovalske avantgarde, v osnovi izpeljujem iz opredelitev Edoarda Sanguinettija in Renata Poggiolija.⁴⁰ Pri tem Sanguinetti vpelje omenjena pojma, ki sta po njegovem prepričanju inherentna prav vsem avantgardnim gi-

³⁷ Poggioli, 1962, 1975.

³⁸ Bürger, 1974.

³⁹ Kreft, 1998, 10.

⁴⁰ Poggioli, 1975.

banjem, ne glede na kraj in čas nastanka. Tako izpeljuje, da le-ta na svojem vrhuncu doživijo svoj herojski moment, ki neizbežno vodi v ciničnega, ki ne pomeni nič drugega kot brutalno streznitev in spoznanje, da je avantgardni duh samoranjiv. Nekoliko širše razume cinični moment Poggioli, ki sicer ohranja herojski del kot Sanguinetti, vendar namesto ciničnega momenta vpelje kar tri momente: antagonistični, nihilistični in agonistični. Vsaka avantgarda, tako Poggioli, ima nujno tudi svoj konec, ki se kaže v samomoru, agoniji ali kulturnem mazohizmu.

Če Bürger umetnost vseskozi navezuje na revolucionarnost, na proletariat in proletarsko revolucijo, to za manifest *FTF 2000* drži le delno. Res je, da oblikovalski manifest uporablja metode in načine zgodovinskih avantgard, da za njim stoji skupina posameznikov, in da nagovarja t. i. oblikovalski proletariat, toda ne smemo spregledati, da lahko v ozadju manifesta razberemo tudi druge težnje. Politična revolucionarnost v primeru manifesta *FTF 2000* ni vezana na rešitve določenega estetskega konflikta, kaj šele, da bi govorili o estetski političnosti na način, kot je to počel Kazimir Malevič. Oblikovalci preko manifesta iščejo svoje mesto pod temnim nebom neoliberalnega kapitalizma. Utrjevanje in iskanje identitete oblikovalcev s preizkušenimi metodami historičnih avantgard, tudi retroavantgard, pomeni samo drugačen način utrjevanja in utemeljevanja položaja oblikovalcev v zahodnem svetu novega tisočletja. S pomočjo manifesta oblikovalci upravičujejo svoje mesto pod mrežo neoliberalnega kapitalizma, čeprav številni med njimi skušajo najti novo identiteto, ki ne bi bila povezana z gospodarsko-političnim sistemom kapitalizma, iz katerega izhajajo. Nekoliko naivno se v odnosu do končnih uporabnikov industrijsko proizvedenih izdelkov kaže sklicevanje oblikovalcev na nekakšno kvazi revolucionarno zavest ob spoznanju, da se ne glede na to, ali ustvarjajo za velike korporacije ali neprofitne organizacije, na koncu vedno znajdejo v vlogi promotorjev debordovske družbe spektakla.

BIBLIOGRAFIJA

- Badiou, A. (2004): *Mali priročnik o inestetiki*, Ljubljana: Društvo Apokalipsa.
Baudrillard, J. (1999): *Simulaker in simulacija. Popoln zločin*. Ljubljana, Koda.
Bernik, S. (1988): *Plakat in znak: vodilni temi slovenskega sodobnega oblikovanja vidnih sporočil*, Ljubljana, Art Directors Club, Revija Sinteza.
Bürger, P. (1974): *Theorie der Avantgarde*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.

- Carter, C. L. (2004): "Avantgarda in medijske umetnosti", *Filozofski vestnik*, XXV (3), 43–58.
- Debord, G. (1999): *Družba spektakla: Komentarji k družbi spektakla, Panegirik*, Ljubljana, Koda.
- Erjavec, A. (1999): "Avantgarda, danes", *Tank!*, Ljubljana, Moderna galerija, 126–134.
- Erjavec, A. (1988): *Ideologija in umetnost modernizma*, Ljubljana, Partizanska knjiga.
- Flusser, V. (1999): *The Shape Of Things. A Philosophy of Design*, London, Reaktion Books.
- Foucault, M. (1977): *Discipline and Punish: the Birth of the Prison*, New York, Pantheon Books.
- Friedman, D. (1994): *Radical Modernism*, New Haven and London, Yale University Press.
- Fritzsche, P. (1996): "Nazi Modern", *Modernism/Modernity*, 3.1, 1–22.
- Gramsci, A. (1973): *Problemi revolucije: intelektualci i revolucija*, Beograd, Beogradski izdavačko-grafički zavod.
- Haug, V. F. (1981, 1973): *Kritika robne estetike*, Novi Beograd, Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije.
- Jameson, F. (2000): "Globalization and Political Strategy", *New Left Review*, 4, jul/avg, 49–68.
- Krečič, P. (1989): *Slovenski konstruktivizem in njegovi evropski okviri*, Maribor, Obzorja.
- Krečič, P. (1998): "Delo Avgusta Černigoja in slovenske zgodovinske avantgarde v kritičnem zrcalu", *Tank!*, 49–51, Ljubljana, Moderna galerija.
- Kreft, L. (1998): "Rekvjem za avantgardo in moderno?", *Tank!*, Ljubljana, Moderna galerija, 4–13.
- Macdonald, B. J. (1999): *William Morris and the Aesthetic Constitution of Politics*, Oxford, Lexington Books.
- Madonaldo, N. (2002): "Can Designers Save The World? (And Should They Try?)", v: Bierut, M., Drenttel, W., Heller, S., *Looking Closer 4, Critical Writings on Graphic Design*, New York, Allworth Press, 17–22.
- Mann, P. (1991): *The Theory-Death of the Avant-Garde*, University of Indiana Press.
- Manzini, E. (1992): "Prometheus of the Everyday: the Ecology of the Artificial and the Designer's Responsibility", *Design Issues*, 9, no. 1, 5–20.

- Margolin, V., Buchanan, R. (1995): *The Idea of Design*, Cambridge, Massachusetts, London, England, The MIT Press.
- Margolin, V. (1989): *Design Discourse: History, Theory, Criticism*, Chicago, London, University of Chicago Press.
- Marshall, P. (1992): *Demanding The Impossible: A History of Anarchism*, London, Fontana Press.
- Margolin, V. (1997): *The struggle for utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy, 1917–1946*, Chicago, London, University of Chicago Press.
- Margolin, V. (1997): “The multiple tasks of design research”, *predavanje na Fakulteti za arhitekturo*, Ljubljana, 8. 12. 1997.
- McQuiston, L. (1993): *Graphic Agitation: Social and Political Graphics since the Sixties*, London, Routledge.
- Meggs, B. P. (1998): *A History of Graphic Design*, R. R. Doneley & Sons, New York.
- Parrinder, M. (2000): “Just say no ... quietly”, *Eye*, no. 35.
- Podoli, R. (1962, 1975): *Teorija avangardne umetnosti*, Beograd, Nolit.
- Rockmore, T. (2002): *Marx After Marxism: The Philosophy of Karl Marx*, Oxford, Blackwell Publishing.

Internetni viri:

<http://adbusters.org/information/foundation/>

Situationists:History <http://www.yorku.ca/kathy/sithistory.html>

www.icograda.org

PRILOGA – FIRST THINGS FIRST

Original version – written by Ken Garland, London, 1964.

We, the undersigned, are graphic designers, photographers and students who have been brought up in a world in which the techniques and apparatus of advertising have persistently been presented to us as the most lucrative, effective and desirable means of using our talents. We have been bombarded with publications devoted to this belief, applauding the work of those who have flogged their skill and imagination to sell such things as: Cat food, stomach powders, detergent, hair restorer, striped toothpaste, aftershave lotion, before shave lotion, slimming diets, fattening diets, deodorants, fizzy water, cigarettes, roll-ons, pull-ons, and slip-ons. By far the greatest time and effort of those working in the advertising industry are wasted on these trivial purposes, which contribute little or nothing to our national prosperity.

In common with an increasing number of the general public, we have reached a saturation point at which the high pitched stream of consumer selling is no more than sheer noise. We think that there are other things more worth using our skill and experience on. There are signs for streets and buildings, books and periodicals, catalogues, instructional manuals, industrial photography, educational aids, films, television features, scientific and industrial publications and all the other media through which we promote our trade, our education, our culture and our greater awareness of the world.

We do not advocate the abolition of high pressure consumer advertising: this is not feasible. Nor do we want to take any of the fun out of life. But we are proposing a reversal of priorities in favour of the more useful and lasting forms of communication. We hope that our society will tire of gimmick merchants, status salesmen and hidden persuaders, and that the prior call on our skills will be for worthwhile purposes. With this in mind, we propose to share our experience and opinions, and to make them available to colleagues, students and others who may be interested.

Edward Wright, Geoffrey White, William Slack, Caroline Rawlence, Ian McLaren, Sam Lambert, Ivor Kamlish, Gerald Jones, Bernard Higton, Brian Grimbley, John Garner, Ken Garland, Anthony Froshaug, Robin Fior, Germano Facetti, Ivan Dodd, Harriet Crowder, Anthony Clift, Gerry Cinamon, Robert Chapman, Ray Carpenter, Ken Briggs