



VUKIĆ, FEĐA 'TRANZICIJSKE MEDITACIJE'

UBU 145 Vukić

Foto: Dora Bilić

VUKIĆ, FEĐA 'TRANZICIJSKE MEDITACIJE'

U&U 146 Vukić



ISUSE, KOLIKO JE SATI?

Mjerenje vremena za novu globalnu duhovnu akciju.

Naslovno pitanje dnevno izgovara veliki broj ljudi u zemljama kršćanske kulture, a neki od njih odnedavna u trgovinama s kineskim proizvodima imaju prilike za malo novaca (u Hrvatskoj - devetnaest kuna) nabaviti predmet koji će im pomoći da svaki puta kada potraže odgovor na pitanje odmore pogled na licu Božjeg sina. Shvate li da imaju vremena možda će zahvaliti Stvoritelju na oprezu i mudrosti u raspolaganju vremenom, no ako kasne mogu potražiti utjehu u nestvarnom miru Njegovih crta lica.

Predmet za koji prodavačice u trgovini kažu da se odlično prodaje jest digitalni mehanizam postavljen iza podloge od plastične imitacije staklenog okvira s imitacijom ukrasa koji je pak imitacija vezene čipke. Ideja o ideji na ovom predmetu je međutim samo okvir za glavni «proizvod» - lik Isusa predložen je u duhu američkih popularnih zamisli iz knjiga tipa «Biblija u stripu» u kojima Božji sin izgleda poput hipija sa zapadne obale a ne kao pripadnik plemena Izraelovog. Pri dnu slike, međutim, postavljen je okrugli brojčanik sata, prikladno opremljen kazaljka u duhu kasnog francuskog osamnaestog stoljeća.

Vizualni dio ovog predmeta je neobična mješavina značenja. Koji su joj sastojci? Pitanje vrijedi postaviti jer je upravo podloga na koju je nalijepljen brojčanik ono što predmet čini posebnim, bez čega bi bio samo još jedan u beskrajnom nizu satova.

Najprije o slici Isusa. Prikazivanje njegova lica i figure, kao i drugih likova kršćanske mitologije, posve je legitimno još otkako su završeni ranosrednjovjekovni prijepori oko prikladnosti korištenja «niske» materijalne razine oslikavanja da bi se opisalo uzvišeno i

duhovno. Lice kao i figura, jasno, simbol je ljubavi i žrtve a ne opis fizičkih karakteristika. Ipak, općim trendom popularizacije prikaza svetačkih likova pa tako i Isusa u dvadesetom stoljeću, a na valu komercijalnih interesa pojedinaca koji svetačke slike stavljaju u promet, i ti su likovi poprimili moderne oznake koje više upućuju na kontekst koji ih stvara negoli na sam sadržaj svetačke poruke. Odnosno, preplanuli plavooki Isus simbol je posvjetovljene kršćanske ideje u kontekstu liberalnog društva.

Satni mehanizam kao i brojčanik od dvanaest (ponekad i dvadesetičetiri) jedinice koje čine dan jest novovjekovni izum, a nastao kao posljedica tisućljetnih napora pojedinih kultura da dadu mjeru prirodnim pojavama i vlastitim aktivnostima. Lewis Mumford tvrdi da je sat najsavršeniji stroj moderne civilizacije, no kako je konceptijski nastao u redovničkim zajednicama srednjega vijeka, sat na novi način danas prenosi kolektivnu kršćansku želju da se osigura blaženstvo redovitim molitvama i pobožnostima. Pravilni ritam dnevnog rasporeda u samostanu utemeljio je osnovu mjerenju vremena i navikama u vremenskom redosljedju. Potom su svjetovne vlasti slobodnih gradova istaknule sat na gradskim tornjevima kao pandan crkvenim zvonnicima. I sat je zvonio u javnom prostoru, ali s bitno drukčijom porukom povezanom uz nove gospodarske interese srednjovjekovnih komuna – «vrijeme je novac». Usavršavanjem tehnike mjerenja i simbolizacije apstraktno je vrijeme postalo glavni medij egzistencije u modernoj kulturi, prije svega utemeljeno na ideji o podjeli rada po vremenskim i prostornim segmentima. A to je kao «scientific management» dobilo teorijsku osnovu u spisima F.W. Taylora, praktičnu u inovativnoj proizvodnoj tehnologiji Henry Forda, a ironijsku u Chaplinovom filmu Moderna vremena.

Moglo bi se ovaj predmet «čitati» na dvije razine. Na prvoj to je samo još jedan od bezbrojnih proizvoda koji na Zapad stižu iz Kine u milijunima primjeraka, a nastali su na osnovu istočnjačkog viđenja zapadnog shvaćanja kulture, vremena pa i Boga. Na drugoj razini možda ovaj predmet upućuje na predkršćansko pa i predreligijsko podrijetlo mjerenja vremena kada su, kako tvrdi Jacques Attali, astronomijski brojčanici bili «istovremeno sprave za mjerenje vremena i slike boga-vremena».

Ako ovaj predmet pokazujući moderniziranog Isusa zapravo upućuje na vrijeme prije božanske specijalizacije, onda je to možda i jedan od predmeta nove globalne duhovne akcije, u kojoj tradicijska kultura narodne predaje, elitna umjetnička ostvarenja akademske vrijednosti u muzejima i galerijama kao i kič predmeti iz China Shopa mogu jednako sudjelovati u raspodjeli zadovoljavanja potreba za duhovnim sadržajima. Gideonova Biblija u ladicu noćnog ormarića u indonezijskom hotelu i kupovanje dionica na burzi u Frankfurtu,

sjedanje doma za stolom negdje na Balkanu i pretraživanje sadržaja vezanih uz najbolje crno vino s mesom rakova s Bahama... globalna razmjena informacija stvara potrebu i podlogu kulturnim hibridima poput Isusa sa satom.

Komu je predmet namijenjen? Samo onima koji u slici doista vide poruku – odnosno: obje. Jednu o trenutnom stanju mjerenja vremena i drugu o božanskoj kontroli emocionalnog uloga gledatelja u tu mjeru. Zašto se predmet odlično prodaje u Hrvatskoj? Kazati da je Hrvatska katolička zemlja kao razlog bilo bi nezaoobilazno, ali uz to se brojčanik sata može povezati s tranzicijskim društvenim procesima koji su predmet i donijeli u lokalni kontekst. Jer božanska kontrola ujedno je i utjeha osjećaju pojedinca prema poštivanju zadatosti mjerenja vremena kojim gospodari, zna se, netko drugi kojem gledatelj ovog jeftinog surogata iznajmljuje svoj rad.



DIZAJN NA ULICI

Simbolizacija nacionalne kulture u javnom prostoru

Kao u drugim tranzicijskim zemljama tako se i u Hrvatskoj gradski i prigradski prostor dinamično mijenja, u odnosu privatnog i javnog interesa. Poput drugih tranzicijskih zemalja i Hrvatska pokušava uključiti intervenciju educiranog dizajna u razmjenu simboličkih poruka o prometu materijalnih proizvoda. Za razliku od drugih tranzicijskih zemalja Hrvatska u javnom prostoru gradova i naselja još uvijek prolazi kroz iskustvo nejasne slutnje o načinima uspostavljanja vrijednosti tradicije i komuniciranja te tradicije u svrhu komercijalnog interesa.

Dva su primjera ilustrativna za rečenu misao, a usporedna u ovom trenutku kraja turističke sezone i početka nove nastavne godine. Primjer prvi: prodaja plodova zemlje na neslužbenom mjestu u gradu na jadranskoj obali. Primjer drugi: prosvjed studenata Studija dizajna pred zgradom Rektorata Sveučilišta u Zagrebu drugog rujna ove godine.

Ostavimo li sada spekulacije o uspjehu turističke sezone po strani, u očekivanju argumentiranih rezultata, lokalna ekonomija turističkih središta na hrvatskoj obali Jadrana u najvećoj je mjeri određena ponudom plodova mora i zemlje – ribom, voćem i povrćem. Ako uz to ostavimo za neki budući tekst problem polu legalnih apartmanskih gradnji po obali, moguće je samo zaključiti da je poljoprivreda još uvijek važan čimbenik standarda stanovnika jadranskih dijelova Hrvatske.

Primjer komunikacije vrijednosti proizvoda zemlje i radišnih ruku zemljoradnika, a simbolički postavljen u opoziciju prema «uvozu» tih proizvoda vrlo je ilustrativan. Prije svega jer je nastao samostalnom

inicijativom prodavača koji svako jutro u dalmatinski grad dovozi i prodaje voće i povrće u oronulom automobilu, iskorištenom i za prodajno mjesto. Skromna kartonska podloga s porukom o potrebi kupnje domaćih proizvoda nadopunjena je jasnim elementima političkog identiteta koji bi trebali podržati identifikaciju kupaca i tako pospješiti prodaju. Istovremeno na službenim i od agencija održanim oglasnim mjestima po Hrvatskoj pojavljuju se veliki plakati koji suprotstavljaju hrvatske prehrambene proizvode i Europsku uniju. Jasno – u svrhu promocije političke partije.

No, skromni prodavač voća i povrća na starom automobilu nije predstavnik političke partije, on samo povezuje elemente nacionalnog identiteta i suprotstavlja ih nadnacionalnom identitetu, a u svrhu osobnog probitka i financijske dobiti.

Istovremeno, početkom rujna studenti zagrebačkog Studija dizajna izašli su na ulicu. Nakon trideset i šest godina studenti su ponovno na ulici u Hrvatskoj! Zašto? Traže od nadležnih institucija da im se da prostor za nastavak edukacije. U tu svrhu izveli su ispred Rektorata Sveučilišta u Zagrebu performance kojim upozoravaju na problem. Koji je to problem? Jednostavno – tri tjedna prije početka nastave oni i njihovi profesori ne znaju gdje će održavati nastavu, na jednom sveučilišnom studiju koji djeluje petnaest godina s nemalim tuzemnim i inozemnim referencama. Čemu bi njihova edukacija trebala služiti u društvu? Možda baš artikulaciji poruka kakve želi posredovati i lokalni prodavač voća i povrća u Dalmaciji. Kada bi bilo mogućnosti da se intervencijom dizajna poruka o prodaji plodova hrvatske zemlje komunicira potencijalnim kupcima, onda možda ne bi bilo potrebe da se u tu svrhu angažiraju simboli totalitarnih ideologija iz neposredne prošlosti. Možda bi školovani dizajneri znali naći primjereniji vizualni repertoar komunikacije kako bi potencijalnim kupcima priopćili ono što lokalni prodavač želi: da je njegov proizvod čist i GMO slobodan te potpuno prirodan.

No, zasada mali proizvođači u segmentu poljoprivrede i industrijske proizvodnje nisu povezani sa školovanim dizajnerima i dizajnericama. Osim što ih povezuje ulica. Na koju iznose svoje proizvode i probleme.

Ako se proizvodi zemlje i dizajn mogu motriti kao dio nacionalne kulture, onda se dva opisana primjera smještaju u domenu javnog prostora, jer se tu trenutno komuniciraju – kao tržišna činjenica. No, oba segmenta kulture žive zaseban život, nepovezani strategijom koja bi, eventualno, mogla doprinijeti učinkovitijoj komunikaciji u svrhu isticanja konkurentnosti lokalne proizvodnje. Dakako da je moguće raspravljati što je nacionalna kultura danas, što je konkurentna proizvodnja u kontekstu europskih integracija i, naposljetku, što je kultura uopće. No, jasna je već i prije početka takve rasprave činjenica da proizvodnja karakteristična za hrvatske uvjete i proizvodnja simboličkih vrijednosti tipična za metodu dizajna, naprosto, nisu povezane. A to upućuje na zaključak da posebnosti lokalne kulture i materijalne proizvodnje još nisu prepoznate od društvene (političke) elite, a kako bi se komunicirale prema lokalnom i globalnom potrošaču. To stoga jer mogućnosti metode dizajna u Hrvatskoj još uvijek postoje u prostoru alternativne kulture, na ulici, čak i kada su nominalno dio visokoškolske edukacije kojom elita upravlja.



TUĐMAN I FRANJO Dva kiparska lika jedne osobe

Lako ih je sresti. U okolici Zadra, dvadesetak kilometara od središta grada smještena su oba. Tuđman i Franjo. Jedan državnički ozbiljan i odmjeren u pokretu, za života označen prezimenom, drugi s trijumfalnom gestom za narod koji ga zove imenom. Ali oba su kiparska lika zapravo prikaz iste osobe – Franje Tuđmana. Tek što je onaj postavljen u Škabrnji prilično različit od drugoga u Pridragi, a postavljeni su u slično vrijeme nakon smrti osobe i u naseljima koja su sa svojim stanovnicima teško stradala tijekom rata. Zašto se razlikuju?

Odgovor na pitanje moguće je potražiti u obliku kipova.

Onaj u Škabrnji postavljen je na središtu glavnog gradskog trga koji također nosi ime osobe, neposredno do nedavno posvećene nove mjesne crkve. Kip je brončani a stoji na profiliranom postolju visokom taman toliko da očiče promatrača poravna s donjim dijelom figure. Tako je kip moguće vidjeti izdaleka, a iz blizine gleda ga se iz izrazito niske točke pogleda. Sama je figura rađena u ponešto izduženom klasičnom omjeru dimenzija s osloncem na jednu nogu. Glava kipa podignuta je i kompozicijski dominira nad tijelom. Kip u Škabrnji, zaključilo bi se, rezultat je školovanog, akademskog, pristupa kreaciji trodimenzionalnih prikaza osobe, a s neskrivenim formalnim aspiracijama prema dojmu uzvišenosti, posredovanom dimenzijama, visokim postamentom i stavom kipa.

Kip u Pridragi posve je drukčiji. Smješten je na malom uređenom prostoru uz glavnu mjesnu ulicu, a izrađen od cementa. Nisko postolje kompozicijski je smješteno u osnovu u obliku povijesnog hrvatskog grba i u mali cvjetnjak. Figura osobe je viša od prirodne veličine ali neujednačenih proporcija. Stav kipa je frontalni, oslonjen na obje «noge», a evocira jednu od poznatih komunikacijskih poza pokojnog predsjednika kojom je otpozdravljao okupljenoj masi. Kip ima i naočale.

Kip u Škabrnji djelo je školovanog umjetnika, a onaj u Pridragi anonimnog autora, odnosno svih mještana. Oba kipa prikazuju istu osobu no razlike u formi i smještaju u neposrednu okolinu očite su. Otkuda te razlike ako su povod i motiv postavljanju spomenika bili isti? Možda razlike proizlaze upravo iz trenutka u kojem kip postaje spomenik, odnosno kada iz radionice prijeđe u javni prostor. Taj trenutak, međutim, tek je finalni čin prethodno dogovorene namjere u kojem kiparsko oličjenje fizičke osobe pomaže uspostavljanju simboličke memorije. Budući da spomenika nema bez javnog prostora, bez u tom prostoru uspostavljenog značenja kipa prema zajednici, sama bi izlivena forma ostala tek galerijska umjetnina izvan javnosti. A upravo je dimenzija javnosti, odnosno

NOSTALGIA

– stradalnička patnja u naseljima gdje su postavljeni - za oba spomenika, i za Tuđmana i za Franju, jednaka u oba primjera.

Što je onda različito? Naizgled ništa osim forme samih kipova. No smještaj u prostoru naselja kao i «oprema» kipova upućuju i na druge razlike. Tuđman je u Škabrnji u središtu glavnog trga, čime je naglašena posebna važnost osobe prikazane kipom u žarištu pogleda svakog tko stiže prema mjesnoj crkvi. U Pridragi je pak Franjo smješten uz glavnu ulicu, kao napomena putniku namjerniku i vidi ga se tek iz neposredne blizine, kada se automobilom priđe mjestu postava. U oba se naselja spomenike može gledati s terasa ugostiteljskih lokala. Dok u Škabrnji pogled obuhvaća spektakl kipa i crkvene građevine, u Pridragi se vidi spomenik u skromnom okruženju nekultivirane vegetacije. Upravo ambicija postava spomenika u jednom i smjerna nepretencioznost u drugom primjeru kao da upućuju na dva tipa odnosa prema nekad živoj osobi. U jednoj inačici, moglo bi se reći s obzirom na formalne kvalitete i postav u prostoru, kiparski lik simbolizira strogog i mudrog oca, a u drugoj dobroćudnog suseljanina koji je postao predsjednikom. Ako je povod za postavljanje bio jednak, otkuda razlike u kiparskom oličavanju iste osobe?

Svako postavljanje spomeničkog kipa u javni prostor nastaje kao posljedica akcije neke zainteresirane skupine ljudi. Sudeći prema obliku i postavi kipova, u Škabrnji je akcija podržana intervencijom školovanih pojedinaca koji su kiparskom liku Franje Tuđmana nasotjali dati oblik nadahnut načinom prikazivanja važnih državnih i političkih osoba iz povijesti, od rimskih careva do novovjekih kraljeva. U Pridragi je, reklo bi se, akcija bila posljedica namjere mještana da sami prikažu onoga tko im je važan pa su ga tako označili kiparskim likom koji je jednostavan i svatko ga lako «čita». Tuđman u Škabrnji je distanciran u visini svoje povijesne misije, a Franjo u Pridragi samo što nije sišao među mještane i zapitao ih kakva je ovogodišnja berba. Posrijedi su, dakle, dvije razine čitanja značenja iste osobe pa stoga i dva različita kiparska lika. Ako je tako mogu li onda Tuđman i Franjo uputiti na dvije razine kulture u Hrvatskoj? Jednu školovanu i drugu narodnu.

Naposljetku može se pitati: je li to ista osoba? Nakon što je prestao materijalni život osoba postaje uspomena, kako u educiranoj umjetnosti i znanosti, tako i u narodnoj predaji. Pa se Franjo Tuđman iz jedinstvene dimenzije vlastitog života seli u dvije nove simboličke razine hrvatske kulture istovremeno: postaje strogi Tuđman u ideji školovanih kulturnih djelatnika i simpatični Franjo u viziji pučanstva.

SVASTIKA, SRP I ČEKIĆ Ideologije se ponavljaju kao – spomenici.

Prije otprilike osam godina poljski grafičar Lex Drewinski izradio je i objavio plakat vrlo jednostavne forme. Na crnoj podlozi ispisao je slovnim znakovima riječ s ukomponirana dva grafička simbola koji su, stjecajem povijesnih okolnosti, također postali znakovi, odnosno simboli čija je forma utvrđena i nepromjenjiva. Ispisana riječ tako je grafičkom intervencijom postala pojam. Ali kakav? Nostalgija je pojam grčkog porijekla nastao iz korijena riječi *nostos* – povratak, a u modernoj kulturi označava težnju ili čežnju za drugim koje nije prisutno u neposrednom prostoru i vremenu. Ipak, plakat Drewinskog ne opisuje nježna prisjećanja na bolja vremena, nego upozorava na nešto posve drugo. Ako uopće i želi nešto reći o vremenu, onda je osjećaj povijesnog zbivanja utemeljen u društvenu sferu opisanu s dva znaka ugrađena u riječ umjesto slova – svastika, srp i čekić. Ta sfera jest politika, ili preciznije –ideologija.

Zašto se taj plakat nudi pogledu i danas? Na razini Europe njegova se aktualnost potvrđuje postojanjem istih društvenih tendencija koje su izvorno navele Drewinskog da objavi plakat – agresivno ponašanje društvenih grupa (uglavnom –mladih) na obnovi totalitarnih ideologija. Sredinom devedesetih ujedinjena je Njemačka doživjela neonacističke skupine i teror nad doseljenicima i gastarbajterima. Danas istu zemlju prožima društveni trend obnove interesa za komunističku prošlost: u umjetničkim medijima poput filma (Lenjin i ja) i u objavljenim

(donedavno javno nezamislivim) knjiškim uspomenu ključnog čovjeka tajne policije Stasi.

Ali nostalgija za prošlim totalitarnim sustavima i njihovim obilježjima nije ograničena samo na Njemačku nego i na cijelu tranzicijsku Europu, gdje god je u povijesnim slojevima modernosti ostao upisan takav tip društvenog ponašanja. Svastike, srp i čekić mogu se vidjeti kao grafiti u svim srednjeeuropskim gradovima na putu u neoliberalni kapitalizam. Nije li i Hrvatska posljednjih mjeseci ispunjena dijalogom oko podizanja i rušenja spomenika protagonistima totalitarnih sustava, odnosno pitanjem jesu li fašizam i komunizam jednako nepoželjne ideologije?

Kreativni zahvat Drewinskoga u riječ sastavljenu od slova upućuje na njegovu misao, odnosno poruku plakata. Kako su formom svastika, srp i čekić prikladni da zamijene slova S i G, dizajner ih je ugradio u riječ jer hoće naglasiti kako su ti simboli postali poput znakova – njihova forma komunicira značenja koja bi trebala biti posve jasna svakome tko ih gleda, a na osnovu povijesne svijesti. Drewinski misli kako su totalitarne ideologije, bez obzira kojim

znakom se identificiraju, u jednakoj mjeri stvar prošlosti, odnosno da su oblika društvene svijesti kakav više nitko ne bi trebao željeti obnoviti. No činjenica da je oba znaka ugradio ravnopravno u riječ koja označava svjesnu ili nesvjesnu želju za nemogućim – povratkom prošloga, može uputiti na misao kako je ponavljanje ideologija posve moguće. Kao forme znaka, svakako. No kako znakovi u javnoj sferi ne funkcioniraju kao sebi dostatne činjenice, onda se i obnova povijesnih ideologijskih oznaka uvijek odnosi na neku vrstu ponašanja pojedinaca u zajednici.

Iako je dakle na razini iskustva moguće tvrditi kako je ponavljanje povijesnih situacija nemoguće, suprotno tomu je moguće zaključiti kako se pojedini oblici ideja – u formi ideologijskih sustava mišljenja – mogu uvijek iznova materijalizirati u nekom obliku. Taj oblik može biti (i uglavnom jest) neka vrsta spomeničkog obilježja, ali i neka društvena akcija. Teror nad ljudima koji se po nekom rasnom ili kulturnom obilježju razlikuju, također se može dogoditi uz znakove totalitarnih ideologija.

Rimsko carstvo, kao razvijenija inačica zajednice kakvu je patentirao Aleksandar makedonski, je u svojim upravljačkim mehanizmima vrlo dobro znalo važnost spomeničkog i nostalgičarskog obilježavanja ljudi i događaja. Jasno, u optici kulturne znanstvene discipline povijesti umjetnosti kipovi careva su podloga kontemplaciji o mijenama oblika i društva, no u vrijeme nastanka to su bile ideologijske ikone božanske moći u ljudskom obliku. Drugim riječima – simboli manipulacije. Kolika je važnost tih spomeničkih obilježja bila svjedoči brisanje spomena (Damnatio memoriae) koje su novi i nerijetko u krvi ustoličeni carevi poduzimali ne bi li iz povijesti uklonili spomen na morskog prethodnika i protivnika.

Europske devedesete su također obilježene rušenjem spomenika, kao što je bilo i nakon Drugoga svjetskog rata ili nedavno u Iraku. Rušenje spomenika u Hrvatskoj je početkom devedesetih obuhvatilo znakove bliske srpu i čekiću. Podizanje pa rušenje spomenika bliskih svastici aktualno je danas, uz javno pitanje koje teži prema zakonskoj proceduri: jesu li fašizam i komunizam u društvu jednako nepoželjne ideologije? Kako će se to pitanje razriješiti u Hrvatskoj još nije jasno. Na tragu grafičke ideje Lexa Drewinskog, koji semantički izjednačava ideologije i smješta ih u prostor povijesne čežnje? S obzirom da će se u Hrvatskoj taj problem raspravljati u domeni društvene svijesti koja se naziva politika, treba očekivati rješenje izvan znanosti i kulture, iako su to primjerena područja za raspravu o temi koja u konačnici označava ljudsku opsjednutost neponovljivim i strah od drugoga.



PUNI I PRAZNI SADRŽAJI

Kulturna baština neposredne prošlosti u nestajanju.

Kao najveći grad u Hrvatskoj Zagreb može poslužiti za ilustraciju jednog kulturnog trenda zbog činjenice da se tijekom proteklih pedesetak godina u njegovom urbanom prostoru događalo mnogo više nego u nekoliko hrvatskih županija zajedno. Trend: nestajanje kulturne baštine neposredne prošlosti modernizacije hrvatskog društva iz dvadesetog stoljeća.

Izložba «Pedesete godine u hrvatskoj umjetnosti» izlaže materijalne predmete koji još nisu postali dijelom opće kolektivne memorije. Da jesu onda bi se izložba, vjerojatno, održala još i koju godinu prije. No, kulturni poduhvat Zvonka Makovića i njegovih suradnika poprima puni smisao u širem kontekstu grada Zagreba i njegove urbane situacije danas. Izloženi predmeti nalaze se u muzejskim i privatnim zbirka, na sigurnom. Istovremeno tragovi kulture nestaju u javnom prostoru grada Zagreba unutar kojeg se i odvijao najveći dio umjetničke produkcije pedesetih godina. Tako je i u prostoru Studentskog centra, u Savskoj cesti 25, već skoro deset godina prazan prostor nekadašnjeg paviljona F, koji se tijekom devedesetih najprije urušio pod snijegom a potom i izgorio. Danas je tamo parkiralište.

Muzeji i galerije pokazuju pune sadržaje u zaštićenim prostorima, dok je u otvorenom prostoru grada sve više praznih sadržaja – prostora koji su služili svrsi, a sada su memorija lišena prvotne namjere i namjene. Puni i prazni sadržaji zajedno stvaraju novu sliku povijesti hrvatske moderne kulture i upućuju na njeno stanje danas. No kakva je još veza izložbe umjetnosti pedesetih godina i jednog prostora ispražnjenog od nekadašnje svrhe?

Izložba pokazuje materijalne predmete nastale u osanosu prema jednom ideologijskom okviru i nije prva a zacijelo niti posljednja koja se bavi tom iznimno važnom temom. Tema je odnos politike i umjetničkog stvaranja, značajna za shvaćanje kulturne baštine neposredne prošlosti današnje Hrvatske. Istovremeno ta je tema osjetljiva za istraživače jer su protagonisti vremena još živi i aktivni a arhivi često nedostupni. Uz to, ideologijska je svijest još uvijek aktivna u tranzicijskoj Hrvatskoj, iako je formalno samoupravni socijalizam nestao.

Umjetnički predmeti na izložbi «Pedesete godina u hrvatskoj umjetnosti» poprimaju dodatno značenje u odnosu prema predmetima svakodnevnog uporabe na istoj izložbi, a iz kolekcije Vladimira Dodića Trokuta. U tom odnosu pokazuju se obrisi punog značenja elitnog umjetničkog modernizma prema materijalnoj kulturi jednog oskudnog vremena poslijeratne obnove i ideologijskih zadataka. Kutija cigareta «Sutjeska» nije samo industrijski proizvod nego i politička poruka



– simbolički spomen za svakodnevnu potrošnju, s crvenom zvijezdom na svakoj cigareti. Staklenke za mlijeko i jogurt su funkcionalni predmeti iz pred-marketinških vremena planske ekonomije, bez simboličkih oznaka za tržište slobodne konkurencije. Umjetnički predmeti na izložbi koji su u vrijeme nastanka imali ambiciju promijeniti svijet nabolje (pa tako i društvo samoupravnog socijalizma), doista su doprinijeli promjeni. Barem se već sada može reći – na simboličkoj razini označavanja proizvoda vizualnim i verbalnim porukama.

Materijalna kultura toga vremena danas je pospremljena u muzeje. Međutim, situacije u urbanom prostoru koje su bile vrlo važan dio kulture neposredne prošlosti više ne postoje osim u naznakama ili bijednim ostacima. Danas nepostojeći paviljon F u Studentskom centru samo je jedan od materijalnih spomenika koji ukazuje na jednu važnu sastavnicu kulture pedesetih godina – tradiciju građanskog modernizma u potrazi za pravom postojanja. Prazni poslovni prostori, adaptirane kavane, uništene najamne stambene zgrade, obiteljske kuće i urbani ambijenti, izmijenjene zgrade javne namjene, uklonjeni i netragom nestali spomenici kulturi i ideologiji... to su neki od praznih sadržaja koji se tijekom modernizacije hrvatskog društva neprestano transformiraju do današnjeg stupnja fizičkog nestanka u novom okviru tranzicije prema neoliberalnom kapitalizmu. Dok u muzejima sačuvani predmeti jesu puni sadržaj i memorija modernizacijske povijesti. To je veza izložbe umjetnosti pedesetih godina i jednog nepostojećeg arhitektonskog objekta.

Povijest paviljona F je zrcalo modernizacijskih mijena u Hrvatskoj kulturi. Izgrađen polovicom tridesetih kao dio novog kompleksa Zagrebačkog zbora, paviljon je sve do 1945. bio mjesto gospodarskih izložbi koje su doprinosile ekonomskom okviru moderne kulture. Nakon drugog svjetskog rata Zagrebački velesajam preuzima prostor u Savskoj 25 a nova ideologija označava i samu zgradu muralom Ernesta Tomaševića. Nakon što Zagrebački velesajam krajem pedesetih seli južno od Save, u Savsku 25 useljava Studentski centar koji je i danas korisnik ostataka paviljona iz tridesetih godina: u međuvremenu bitno izmijenjenih ili: kao u slučaju paviljona F – nestalih. Uza zid tog paviljona slikali su se političari ali i rokeri. Tamo su bila skladišta hrane za studentsku menzu i papira za plakate i programe Galerije SC, Muzičkog salona, Multimedijalnog centra i Teatra S-TD. U okviru kulturnih djelatnosti Studentskog centra događao se tijekom šezdesetih i sedamdesetih pa sve do danas novi generacijski nastavak traženja prava društvene legitimacije građanskog modernizma.

Paviljona više nema, ni ostali nisu u najboljem stanju u Savskoj cesti 25. Preostale su sačuvane samo fotografije nekadašnjih situacija kao spomen na danas prazne sadržaje. Na njih upozoravaju puni sadržaji muzejskih fundusa i izložbeno-galerijskih projekata.