

# Oblikovanje stripa u stilu pop art-a

---

**Brkić, Martina**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2012**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:535131>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-04-02**



*Repository / Repozitorij:*

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
GRAFIČKI FAKULTET

MARTINA BRKIĆ

**OBLIKOVANJE STRIPA  
U STILU POP ART-a**

DIPLOMSKI RAD

ZAGREB, 2012.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
GRAFIČKI FAKULTET

SMJER:  
DIZAJN GRAFIČKIH PROIZVODA

**OBLIKOVANJE STRIPA  
U STILU POP ART-a**

DIPLOMSKI RAD

Mentor:  
Izv.prof.dr.sc. MAJA BROZOVIĆ

Student:  
MARTINA BRKIĆ

ZAGREB, 2012.

## SAŽETAK

Pop art se smatra reakcijom protiv ozbiljnosti apstraktnog ekspresionizma i pobunom protiv prevladavajućih konvencija u umjetnosti i životu općenito. Od stripa i reklamnih oglasa, naljepnica na konzervama s hranom ili bocama, likovima u ilustriranim časopisima, do izrazito primitivnih i masovno proizvedenih predmeta svakidašnje uporabe – sve je postalo temom umjetničke slike. Umjetnici, svaki na svoj način, nastoje uključiti publiku u aktivno sudjelovanje u opažanju i stvaranju djela. Pop art je u komentiranju banalnosti masovne kulture, koje je tretirao čas ironijom čas s razumijevanjem i sućuti, stvorio vrlo učinkovitu umjetničku poruku. Roy Lichtenstein je najpoznatiji po svojim slikama baziranim na stripovima, s temama strasti, romanse, znanstvene fantastike, nasilja i rata. U njima je koristio tehnike komercijalne umjetnosti: projektori povećavaju točke koje rade pištolji za špricanje boje kako bi slike izgledale kao novinski stripovi gledani kroz povećalo. Tema diplomskog rada inspirirana je Lichtensteinovim radom kao i cijelim pop art pokretom, u cilju prijedloga autora za izradu modernog, svima poznatog stripa u stilu novinskih točkica. Kao rezultat ovakvog stripa, očekuje se reakcija publike koja će biti uključena u svaki segment izrade ilustracija za strip u cilju prihvaćanja ovog stila u oblikovanju stripa. Kombiniranjem ilustriranja na način pop arta i drugačije tematike stripa nego do sada viđene u toj tehnici, želi se postići određeni val svježine u stripovskoj industriji i privući ljude koje inače strip možda ni ne zanima.

**Ključne riječi:** dizajn, posebnost, poruka, strip



## **ABSTRACT**

Pop art is considered a reaction against the seriousness of abstract expressionism and rebellion against the prevailing conventions in art and life in general. From comics and advertisements, labels on cans of food or bottles, the characters in the illustrated magazines, to the very primitive and mass-produced objects of everyday use - all became the subject of artistic images. The artists, each in its own way, trying to involve the audience in active participation in the perception and creation works. Pop art is to comment on the banality of mass culture, which is treated with irony and class with understanding and compassion, has created a very effective artistic message .. Roy Lichtenstein is best known for his paintings based on comic books, with themes of passion, romance, science fiction, violence and war . They used the techniques of commercial art: projectors increase the point that guns do spray paint to make pictures look like newspaper comics viewed through a magnifying glass. Theme is inspired by Lichtenstein's work and whole pop art movement, in order to create a modern, well-known to everyone comic in the style of newspaper dots. As a result of this comic, audience reaction is expected to be included in each segment of illustrations for the comic to the acceptance of this style in shaping the strip. Combining illustration of pop art and comic book themes differently than ever before seen in this technique, aims to achieve a wave of freshness in comic industry and attract people who otherwise are not even interested in comics.

**Key words:** design, uniqueness, message, comic

## SADRŽAJ:

1.	Uvod.....	1
2.	Pop art.....	3
2.1.	Njujorški pop art.....	9
2.2.	Masovni mediji i umjetnost.....	30
3.	Roy Linchenstein.....	32
4.	Pop art u dizajnu.....	37
5.	Strip.....	39
5.1.	Povijest stripa.....	41
5.2.	Hrvatski strip.....	43
6.	Predmet i cilj istraživanja.....	46
6.1.	Metodologija istraživanja.....	46
6.2.	Cilj i hipoteze istraživanja.....	47
6.3.	Anketa i rezultati.....	48
7.	Praktični dio.....	50
7.1.	Izrada stripa iz fotografije.....	50
7.2.	Određivanje teme stripa.....	57
7.3.	Nastanak stripa.....	58
7.4.	Prikaz stripa.....	62
8.	Rezultati i rasprava.....	63
9.	Zaključak.....	66
10.	Literatura.....	67

## 1. UVOD

Sam naziv pop art je zapravo skraćenica od engleskog "popular art", a moglo bi se slobodno prevesti kao popularna, svima dostupna umjetnost, tražeći već u svojem imenu prihvaćanje veće populacije. Radi se o umjetničkom stilu, koji se javio u Velikoj Britaniji i SAD-u pedesetih godina, da bi svoj vrhunac dosegao šezdesetih godina XX. stoljeća, a vrlo jak utjecaj ima i danas. Zasnovan je na prikazivanju, izražavanju i upotrebi simbola, vrijednosti i značenja masovnog, potrošačkog, kasnoindustrijskog društva visokog modernizma, a odnosi se na visoku umjetnost koja za motiv, temu i sadržaj uzima potrošačku popularnu i masovnu umjetnost i kulturu. Sam termin pop art je skovao kritičar Lorence Alloway, pri opisivanju poslijeratnog potrošačkog načina života.

Nakon prve pojave u Velikoj Britaniji tijekom 1950-ih, prepoznajući se u radovima brojnih umjetnika na slikama iz masovnih medija, oglašavanju, stripovima i proizvodima za široku potrošnju, nešto kasnije, pop art se na svoj način javlja i u SAD-u, usmjeravajući ukus šire publike u više popularnu, a manje akademsku umjetnost. Taj zapravo prijezir prema visokoj umjetnosti, izaziva duboko razočaranje velikog broja umjetnika i kritičara jer je uništio nade u uzlet novog humanizma poznatog u Americi pod imenom "nova slika čovjeka", a u Europi "nova figurativnost". [1]

U ikonografskom smislu, međutim, postoji velik broj predhodnika pop arta, kako europskih tako i američkih. Pedesetak godina je prošlo otkako su sjeme pop arta posijali kubistički kolaži; ako se gleda u nazad, izgleda nevjerovatno što komercionalni predmet nije bio znatno ranije otkriven kao osnova umjetnosti.

U početku orijentirani na vrijednosti masovne potrošačke kulture, pop umjetnici su u svoje radove uključili tehnike slikanja znakova i komercijalne umjetnosti, pokušavajući kombinirati elemente popularne i visoke kulture kako bi izbrisali granice između njih, približavajući na taj način umjetnost "običnom čovjeku". U stvari, pop art je odveo umjetnost u nova tematska područja razvijajući nov način prikazivanja tih tema u umjetnosti.

Nakon početnog zamaha pop art je postao vrlo privlačan za mlade ljude širom svijeta, koji su sa zanimanjem reagirali na pojavljivanje jednog takvog neposrednog medija. No, privukao je i srednju generaciju, koja je sa uživanjem pomatrala omladinu kako strastveno sudjeluje i u umjetnosti i u zabavi, ali i dio ostale populacije, koja je priznavala vrijednosti njegovih novih nepotrošenih oblika. On je zapravo i hibrid, proizvod dva stoljeća kojima je dominirala apstrakcija, pa je kao takav naslijednik prije jedne apstraktne nego figurativne tradicije.

Za razliku od uobičajene umjetnosti, čovjek više nije bio u središtu umjetnine, pojavljujući se s vremena na vrijeme na platnima pop arta ali samo kao robot, kontroliran izdaleka od indeksa potrošača, ili kao sentimentalna parodija jednog ideala.

Za umjetnike pojedinačno, pop art stil bio je jednostavno način da počnu s jednim osobnim umjetničkim izrazom koji neće ništa dugovati raznim modama koje su prevladavale. U početku, najčešće nesvjesni svojih kolega u istom gradu ili u drugim zemljama, nekoliko Njujorskih umjetnika naišlo je na zajednički stil savim slučajno. Oni nisu tada još čuli za svoje britanske kolege, pa razvoj pop arta u Europi nije imao značajnijeg utjecaja na njihovu aktivnost. Usprkos izvjesnoj vezi između umjetnika u Europi, Americi i Engleskoj, zreli pop art specifičan je za Ameriku, naročito za New York i Los Angeles, pa će stoga ovaj daljnji rad biti usmjeren ka tome.

## 2. POP ART

Pop art možemo podijeliti na dva osnovna pravca:

1. neodadaistika i kritička linija pop art-a, koja djeluje u različitim domenama izražavanja od slikarstva preko ready made-a i asamblaža do ambijenta i hepeninga. Za nju je karakteristično parodijsko prikazivanje vrijednosti i značenja masovne kulture. Za razliku od dadaizma\*, pop art nije motiviran očajanjem ili gađenjem na današnju civilizaciju, već on komercijalnu kulturu promatra kao svoju sirovinu, neiscrpan izvor slikarskih sadržaja, prije nego kao neko zlo koje treba napadati. Pop-art osim toga nema dadin agresivan stav prema ustanovljenim vrijednostima moderne umjetnosti;

2. prikazivački ili ikonični pop art, koji neutralno, doslovno i dokumentarno prikazuje simbole, vrijednosti, značenja i oblike izražavanja masovne kulture.

*\* Dadaizam je jedan od prvih modernih globalnih umjetničkih pokreta 20. stoljeća, koji prenosi umjetnički izraz u provokativno djelovanje. Dadaisti su otvoreno antielitistički nastrojeni, daju prednost neracionalnom nad racionalnim i deklariraju se kao anarhisti. Izražavaju se u više različitih umjetničkih disciplina negirajući u isto vrijeme sam koncept umjetnosti. Rezultat svoga djelovanja direktno svrstavaju u kontekst antiumjetnosti. Pojam „dada“ (dadá) dolazi od francuske riječi, koja u prijevodu znači „drveni konjić“. Samo ime je nastalo u Zürich-u, 1916. godine, kada su Richard Huelsenbeck i Hugo Ball, tražeći ime za svoje kazalište, do njega došli procesom slučajnog otvaranja francusko-njemačkog rječnika. Razočarenje posljedicama koje donosi Prvi svjetski rat, dovelo je do nastanka pokreta, čiji su principi jasno određeni protiv ustoličenja u kulturnom, političkom i javnom životu. Kontradiktornost između životne prakse i tradicionalne umjetnosti u kojoj vlada „harmonija i ljepota“, koja je po umjetnicima grupe nepodnošljiva, dovodi do njenog omaložavanja. Dadaisti istražuju nove načine izražavanja u novonastaloj situaciji koristeći se satirom i ironijom kao umjetničkim izrazom, protestiraju, šokiraju i skandaliziraju publiku. Sve ono apsurdno i bezvrijedno u stvarnosti dobija novo značenje u umjetničkom izrazu dadaista, počev od rušenja tradicionalnih umjetničkih formi, fonetske poezije, muzičke buke i montaže polomljenih predmeta iz svakodnevnog života. Time se unosi pojam kaosa kao put za revitalizaciju ustoličenog umjetničkog izraza. [1]*

Inicijatori pop arta u SAD-u su Jasper Johns (1930.-) i Robert Rauschenberg (1925.-2008.).

Jasper Johns je u jednom od svojih prvih značajnih radova pop arta naslikao američku zastavu od ruba do ruba slike drevnom slikarskom tehnikom – enkaustikom (slikanje pomoću voska). Kako je zastava potpuno sukladna slici, poput kakva otiska ili preslike, dolazi do izjednačavanja slike kao predmeta i prikazanog predmeta (zastave). On je rođeni slikar koji je rijetko kada radio u trećoj dimenziji. Njegove limenke piva i konzerve s olovkama izlivenne u bronci i zatim oslikane, djeluju na minimal art ponajviše zato što dokažu da slike mogu biti objekti i obrnuto.



*Slika 1: Flag, Jasper Johns*

Robert Rauschenberg je prvi umjetnik u čijem se djelu ogleda američko masovno potrošačko društvo. Nakon Schwitersa (Merz art) ni jedan umjetnik nije s toliko žara pristupao otpadu. Poput Duchampa, odbacuje razmišljanje da je samo odabrani materijal prikladan za umjetnost. Počeo je s kolažiranjem izrezaka časopisa i reklama na slike u duhu apstraktnog ekspresionizma, a završio s ubacivanjem svakojakih pronađenih predmeta i proizvoda – otpadaka potrošačkog svijeta (francuski: object trouve). Pri tome se pronađeni otpadak ne unosi u djelo kao samostalna činjenica, već se od niza otpadaka stvara novi predmet/skulptura, višeznačna oblika i značenja (asamblaž). Tako oslikava i slaže "Combine Paintings", koje nadopunjava fragmentima uličnih znakova, odbačenim namještajem, životinjskom kožom i reprodukcijama iz časopisa. Skulpturu – objekt "Monogram" radi od daske oslikane debelim potezima kista i preparirane kože provučene kroz automobilsku gumu. Njegova djela pripadaju neodadaizmu, a sam Rauschenberg svoja djela naziva "combines" čime je naglašava kako njegova djela nisu ni slika ni skulptura. Njih dvojica su pokazali put nastupajućim pop art generacijama umjetnika.



*Slika 2: Retroactive I, Robert Rauschenberg*

Najpoznatiji Pop Art umjetnici su Roy Lichtenstein (1923.-1997.), i Andy Warhol (1930.-1987.).

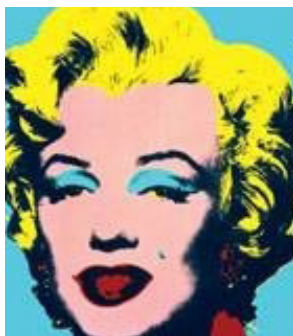
Roy Lichtenstein koji ironično uvećava vinjetu iz stripa do galerijskih formata slike koja je dobila novo značenje i svojom nas uvjerljivošću podučila da prestanemo prelistavati i “gutati” sve što nam nudi tisak te da trebamo usporiti i pomno se suočiti s vizualnom zbiljom u kojoj živimo. Njegovi najreprezentativniji radovi su slike bazirane na stripovima, s temama strasti, romanse, znanstvene fantastike, nasilja i rata, u kojima je koristio tehnike komercijalne umjetnosti: projektori povećavaju točke koje rade pištolji za špricanje boje kako bi slike izgledale kao novinski stripovi gledani kroz povećalo. Njegov postupak je istovremeno hladno reproduktivan i ironičan.



*Slika 3: Woman in bath, Roy Lichtenstein*



Andy Warhol bio je vodeća osoba u pokretu pop umjetnosti i jedan od najutjecajnijih umjetnika kasnog dvadesetog stoljeća. Warhol se usredotočio na površinu stvari, birajući svoje slike iz svijeta svakodnevnih predmeta kao što su dolarske novčanice, limenke juhe, boce gaziranih pića i kutije za sapun. Naizmjenice mu se pripisuje ismijavanje i slavljenje vrijednosti američke srednje klase brisanjem razlika između popularne i visoke kulture. Monotonija i ponavljanje postali su znakovi prepoznavanja njegovih višeslikovnih, masovno proizvedenih slika na svilenom platnu, kao što su portreti Marilyn Monroe, Jacqueline Kennedy, Che Guevare i mnogih drugih ikona toga doba, kao i njegovi autoportreti.



*Slika 4: Marilyn Monroe, Andy Warhol*

Od ostalih utjecajnijih umjetnika pop arta ističu se još neki:

Kipari Claes Oldenburg, širem krugu publike najpoznatiji po svojim objektima koji prikazuju enormno uvećane predmete iz svakidašnjega života: telefone, bejzbol palice i sl. ili ogromne hamburgere, kornete za sladoled, kolače, pržene krumpiriće kako se prosipaju iz škarnicla i sl. te George Segal koji (re)kreira ključna mjesta američkog potrošačkog društva - benzinske pumpe, kina, restorane i sl., koristeći se stvarnim inventarom takvih mjesta – sveprisutnim automatima za Coca – Colu, stelažama, automobilskim gumama, kištrama, prozorskim izlozima, zidnim satovima i sl., i u te, „iskopirane“ interijere stavlja posve bijele, gipsane ili u bijelo obojane modele ljudskih figura pravih dimenzija.



*Slika 5: The apple core, Claes Oldenburg*



Među značajnije američke predstavnike valja još svakako uvrstiti Jamesa Rosenquista, kojega mnogi likovni kritičari zbog njegove jednostavne upotrebe tipičnih elemenata američkog potrošačkog društva i njegove pop kulture, smatraju najtipičnijim slikarom pop arta, Edwarda Rushu, kojega kao fotografa umjetnika, poglavito konceptualista, majstora kolaža, dakle autora kojem je u fotografiji primarna ideja, zanimaju dokument prostora u kojem djeluje, istraživanje, akcija te izražavanje ideja i Jima Dinea koji je poznat po svojim happeninzima - javnim multimedijским likovnim događajima u kojima su promatrači bili izravno uključeni u stvaralački proces. Ti spontani, kabareu srodni događaji su likovnu umjetnost slobodno povezivali s različitim medijima: pjesništvom, kazalištem, plesom i dr. Cilj je bio da gledatelj bude uključen, kako bi osjetio kreativnu energiju trenutka, što svakako valja povezati s ranijim htijenjima dadaizma i nadrealizma, a to u ozračju stalno rastućeg otuđenja i posvemašnje automatizacije koja kao da je zarazila i ljude (pa čak i umjetnike, što se opaža u opusu Franka Stelle), svakako ne iznenađuje.

Najvažniji predstavnici britanskog pop arta su Richard Hamilton, koji je poznat po svojim kolažima i slikama, zatim Eduardo Paolozzi, čiji se zreli radovi odlikuju pročišćenim grafičkim izrazom, koji uz pop artističke, sadrži i brojne nadrealističke elemente. O on oblikuje brojne plakate, te se bavi akcionim slikarstvom i skulpturom protkanom elementima kubizma, zatim Peter Blake koji je poznat po neobičnim, frontalnim pozama likova, koji su prikazani vrlo ukočeno, što sve spada među odlike pop arta, koji je inkorporirao u osnovu svojeg djela, možda iskrenije i potpunije od ijednog drugog pop umjetnika. Tu su i Ronald Brooks Kitaj, čiji je opus uglavnom kolažistički, umnogome blizak literaturi koju je odlično poznaje (ponekad i doslovno uključenoj u njegove radove upotrebom stranica knjiga ili dokumenata), i na kraju David Hockney, koji se smatra jednim od najutjecajnijih britanskih umjetnika 20. stoljeća na čiji opus je snažno utjecala sinestezija (neurološki fenomen zbog koga određene boje povezuje s glazbom).



*Slika 6: Pearblossom highway, David Hockney*

U Njemačkoj je glavni predstavnik pop arta Sigmar Polke koji se kao pripadnik post-modernog realizma u radovima često ismijavao potrošačkom društvu i poslijeratnoj politici. Volio je eksperimentirati i kritizirati, te je 1961. s trojicom njemačkih umjetnika osnovao skupinu 'Kapitalistički realizam', njemačkiju inačicu pop-arta.

U SAD-u se osim Njujorške škole (koju ću detaljno obraditi u nastavku), ranih šezdesetih godina pojavljuje na zapadnoj obali SAD-a kalifornijski pop-art, koji karakterizira asamblažna, konceptualna i sirova ikonografija djela. Glavni predstavnici su Edward Ruscha (kojega sam već ranije spomenula), Wayne Thiebaud, koji je poznat po prikazu torti, slastica, čizama, zahoda, igračaka i ruževa za usne te Jess Collins čije slike i kolaži imaju teme izvučene iz kemije, alkemije, okultnog i muške ljepote. Također je stvarao kolaže od ilustracija iz starih knjiga i komičnih stripova (osobito 'Dick Tracy', koji je iskoristio kako bi napravio vlastiti strip 'Tricky Cad'). No, kao izuzetan umjetnik ipak se može izdvojiti Edward Kienholz, čija se djela poput „Državne bolnice“, odlikuju mističnošću, morbidnošću i cinizmom. Njegova izražajna sredstva mogu biti pop-art, ali njihov je cilj isti kao i kod grčke tragedije. Kao svjedok nevidljive bjede nad površinom savremenog života, on danas nema premca u svijetu.

## 2.1. NJUJORŠKI POP ART

Za iniciranje pop-arta na istočnoj obali SAD-a, odnosno u New Yorku zaslužni su neodadaistički, višemedijski i slikarski eksperimenti Jaspera Johnsa, Roberta Rauschenberga i Georga Brechta, a određuju ju radovi Andyja Warhola, Roya Lichtensteina, Toma Weselmana, Jamesa Rosenquista, Klesa Oldenburga, Roberta Indiane, Georga Sigala itd.

Prava polazna točka pop arta u New Yorku bilo je djelo Jaspera Johnsa. Njegov smisao za slikarsku ironiju povezuje ga sa Duchamp-om, mada je Johns, kao i većina najboljih američkih slikara, na prvom mjestu slikar, pa tek onda ideolog. "Oduvijek sam smatrao da se u slikarstvu ideje prenose onako kako se vide, i ne nalazim načina da se to izbjegne, a mislim da ga ne nalazi ni Duchamp", rekao je on 1964. Čvrsto povezan sa Rauschenbergom, koji je sredinom pedesetih godina stanovao s njim u istoj zgradi, Johns se odvojio od svoga kolege i njegovog spajanja stvarnih, trodimenzionalnih predmeta sa apstrakcijom, obezličavajući svoju vlastitu tehniku akcijskog slikarstva. Pravilan, skoro šablonski (mada još fini) potez četkom upotrebljavao je da pokrije zastavu, metu, ili brojke koje je slikao. Kroz "krizu identiteta", do čega je došao slikajući dvodimenzionalne predmete u dvije dimenzije, Johns je obuhvatio tri glavna toka apstraktne umjetnosti: površinu apstraktnog ekspresionizma, pojednostavljenu kompoziciju neracionalne ili simbolične umjetnosti i postnadauralistički asamblaž. Duchamp je pretvorio ready made u umjetnost no sada je Johns otišao dalje, pretvarajući predmet u sliku i osporavajući na taj način glavnu tradiciju kolaža, po kojoj su faktički predmet svakodnevne upotrebe ili slika bili dodavani na površinu, u fragmentarnom obliku, maskirani ili drukčije potčinjeni jednoj drugoj estetici. Dok su asamblaži svih vrsta u svojoj nesavršenoj sintezi motiva i tretmana djelovali u raskoraku između života i umjetnosti, Johns je premostio taj jaz. Onog trenutka kada je shvaćeno da na pitanje "Je li to zastava ili slika?", nema odgovora, da to zapravo i nije važno, put ka pop-artu bio je otvoren. [1]

Između Johnsovog prvobitnog korištenja pojedinačnih dvodimenzionalnih popularnih motiva i pojave pravog pop-arta, nailazimo na asamblaž, sekundarnu pojavu, koja je poslužila za brisanje razlika između čitavog niza sveobuhvatnih raznovrsnih manifestacija. Asamblaž, koji neki miješaju sa pop artom, je jedan širok termin za trodimenzionalni kolaž ili kolaž-skulpturu, gdje se upotrebljava predmet umesto papirnate aplikacije. Ime i kohezivnost asamblaž je uzeo sa izložbe Williama C. Seitzera »Umjetnost asamblaža«, održane u Muzeju moderne umjetnosti, u jesen 1961. Kao obimna i povijesna cjelina koja obuhvaća mnoge aspekte "kulture otpadaka", široki pojam kolaža i mnoge vidove postapstraktnog impresionizma, on je primljen kao početak jedne tendencije kada je u stvari bio

njen kraj. Predstavljajući iscrpan pregled jedne aditivne tradicije, ova izložba je zaista usmrtila asamblaž i pripremila put za novu umjetnost.



*Slika 7: Time cover u asamblažu*

Poslije izbijanja antiapstraktno-impresionističkih žestokih napada početkom 1962., postalo je jasno da se povlačenje od principa apstraktnog ekspresionizma u najvećoj mjeri zasnivalo na divljenju i poštovanju toga pokreta; radilo se suviše dobro da bi se moglo nastaviti. Ipak, apstrakcija je bila moda toga vremena, i bilo je ostavljeno umjetnicima da pronađu nove uvjete pod kojima bi joj se trebalo približiti. Dok je starijim slikarima sve veća popularnost pop arta bila odbojna, "suzdržani" ogranak apstraktnog ekspresionizma - Rothko, Still, a naročito Barnett Newman - postao je glavna snaga u novoj apstrakciji; izvjesni vidovi ovoga stila izgledali su podjednako primjenljivi i na slikanje anonimnih predmeta, koji nemaju svoje povijesti niti evokativnih opterećenja.

Na izložbi »Asamblaž« uzeli su učešća i Lucas Samaras i George Brecht iz galerije Reuben, kolijevke pop arta i avangardne umjetnosti u istočnom djelu Manhattna, koja je takođe tada predstavila Oldenburga, Reda Groomsa, Jima Dinea, Rosalyn Drexler i Roberta Whitmana., galerija Reuben se specijalizirala za uličnu umjetnost koja ne traje dugo i koja brzo propada, koja je otišla dalje od nadrealizma u svojoj vezanosti za gradski industrijski predmet, i to njega samog radi. Neki od prvih hepeninga priređivani su u ovoj galeriji, a grupa umjetnika oko nje bila je u bliskoj vezi sa vrlo plodnim pokretačem ovoga medija, Allanom Kaprowom, kao i sa Segalom i Lichtensteinom, koji su u to vrijeme predavali na univerzitetu Rutgers - Wattsom. Mnogi od njih su bili aktivni u zadružnoj galeriji Hansa (1952—59), koja

je kasnije preko Bellamyjeve galerije Green također imala veze sa počecima pop arta. Galerija Reuben nasljedila je puno od ambijenta galerije Hansa a kao i velik broj njenih članova, i njeni umjetnici su predstavljali stupove dvije izložbe u galeriji Marthe Jackson: "Novi oblici, novi mediji" (1960.) i "Sredine, situacije, prostori" (1961.). U proljeće 1961. Robert Indiana, Stephen Durkee i Richard Smith priredili su jednu nezapaženu izložbu "nagrađenih" djela u Studiju za igru. Pojavio se prikaz jedino G. W. Swensona, koji je primjetio da oni "život uzimaju previše ozbiljno da se njime ne bi zabavljali". Na izložbi su bile i Indianine drvene konstrukcije od sirovih greda sa naljepljenim slovima i američkim amblemima, inspirirane kružnim uzorkom kojeg je pronašao na svome brodu. Durkee, čija je veza sa pop artom bila neznatna i kratka, uzimao je neke komercijalne motive, uključujući i šaku koju je naslikao profesionalni firmopisac - što je zapravo bio akt nepriznavanja, (kao što je učinio i Duchamp u svom čuvenom djelu "Tu m" 1918.). Richard Smith, englez koji živi u New Yorku, radio je u stvari u apstraktnom stilu, na osnovu jako uvećanih slika predmeta – neki ručni sat ili kutija cigareta. Njegovo djelo duguje svoju jarku boju i blistavu površinu foto-reklamama pomodnih časopisa, a svoju dimenziju i rješenje Newmanu i Rothku. Iako su ova tri umjetnika bili u krajnjoj liniji nefigurativni slikari, oni su predstavljali najjače eksponente pred-popartovske poruke. Drugi umjetnici koji su se u to vrijeme koristili masovnim predmetima u svojim djelima bili su George Brecht, koji je punio kutije i medicinske sandučiće igračkama i drugim raznim stvarima, i Ray Johnson, koji šalje i prima (svoje) kolaže poštom, služeći se tako američkom poštanskom službom kao medijem za prenošenje konglomerata ideja, od kojih su neke vezane za pop-art. Dan Flavin je montirao zgnječene limene kutije na slikanu osnovu; Yayoi Kusama je preduhitrio Warholove nizove konzervi juhe, novca, zelenih kupona i fotografija svojim vlastitim nizovima poštanskih etiketa predstavljenih apstraktno; Robert Watts i Robert Morris koristili su predmet na jedan složen pojmovni način, mnogo bliži Duchampu.

Do 1959. Andy Warhol se koncentrirao na pojedine karaktere iz stripova i primjenjivao takozvanu »drippy« tehniku - boja se razliva, curi niz platno. Lichtenstein se inspirirao stripovima, Rosenquist je bio naslikao svoje jedino prijelazno platno, nešto između surog apstraktno-ekspresionističkog načina slikanja i stila reklamnih ploča; Oldenburg je napravio neku vrstu puške u obliku falusa za uspomenu na kompaniju koja ih proizvodi, a Wesselmann, koji je zajedno sa Dineom izlagao kod Judsona 1958., radio je sada svoje "portrete-kolaže".

Uz ove i druge događaje koji su visili u zraku u vrijeme izložbe "Asamblaž" pažljivi promatrač je mogao primijetiti postepeni zaokret u razvoju asamblaža, od grube, stare, gnjile, ljuskave površine ka čistije ocrtanom, jednostavnijem, zvonkijem, određenijem,

uzdržanijem izrazu. Godine 1958-1959.. Jasper Johns je napravio džepnu lampu, sijalicu, četkicu za zube i naočale na metalnoj pozadini; zatim zastave, sijalicu i obojenu limenku "Savarin" sa četkama od bronce u njoj; godine 1960. naslikao je dvije brončane limenke piva "Ballantine", kao odgovor na vic de Kooninga da Leo Castelli može prodati bilo što-čak i dvije limenke piva. Godine 1961. ove limenke su izgledale kao preteče jedne potpuno zrele tendencije. Ali već 1962. činile su se kao antikvitet u usporedbi sa pop artom koji se tek pojavio, jer su te limenke piva bile jasno rukom slikane, i ni u kom slučaju nisu točno reproducirale komercijalne etikete, pa čak ni točan oblik ili veličinu stvarnih limenki, a što je još značajnije, bile su montirane na brončanu podlogu i razdvojene.

Slijedeći korak sastojao se u tome da se ove konzerve ili slični predmeti još više približe stvarnosti daljim brisanjem "artističkih" ostataka. Sam Johns nije otišao tako daleko. Jedan od mnogih razloga što Johns nije nikada postao pop umjetnik jest taj što njegovi predmeti nisu potpuno novi. Njegov slikarski prikaz površini odvaja ga od novosročene i masovne arome, tako tipične za pop art. Patina na Johnsovim predmetima nije ni sentimentalne ni slikovito-evokativne prirode, kao ona kod nekih asamblažista, ali sugerira da nečemu služi. To njeno značenje, sa svoje strane, sadrži u sebi prošlost, a prošlost, opet, čak iako je nedaleka, evocira uspomene. Predmeti pop arta se sasvim odlučno odriču jedinstvenosti koju stvara vrijeme. Oni još nisu pohabani niti ih je vrijeme pregazilo. Svaka Cainpbeliova konzerva juhe slična na svaku drugu Campbellovu konzervu juhe, jer nije imala vremena steći neki karakter; svaka televizijska reklama na jednom kanalu u jednom određenom trenutku ista je, bez obzira na to da li se gleda u Saugatucku ili u Sioux Cityju.

Djela Oldenburga, Wesselmana, Indiane, Smitha i Dinea bila su često izlagana, a na grupnim izložbama moglo se nazrijeti da se i drugi kreću sličnim pravcem. Negdje u proljeće 1961., Richard Bellamy iz galerije Green te Ivan Karp i Leo Castelli iz galerije Castelli (koja je već predstavila Rauschenberga i Johnsa) vidjeli su djela Rosenquista, Lichtensteina i Warhola i shvativši njihov značaj, također su shvatili da ovi umjetnici predstavljaju onu kariku koja je nedostajala između asamblaža i "hard-edge" (tvrđi obris) apstrakcije i da su nezavisno došli do nečeg novog. Do početka 1962. Lichtenstein, Dine i Rosenquist već su imali svoje samostalne izložbe, i nova umjetnost je izišla na svjetlost dana. Nazivali su je neo-dada, komonizam, OK-art, umjetnost svakodnevnih predstava, pop-kultura, i još kojekako. No mali broj tih naziva mogao se shvatiti kao kompliment. Na kraju je ipak preovladao britanski termin pop art, kojeg je skovao Lawrence Alloway, misleći prije na izvore pop arta (stripove, reklamne panoe, kaubojske filmove) nego na njihovu manifestaciju u oblasti lijepe umjetnosti.



Pop-art se opredijelio za sve ono za šta se dotle smatralo da nije vrijedno nikakve pažnje: svaka vrsta reklame, časopisne i novinske ilustracije, neukusne tričarije i gizdavi nameštaj, obična odjeća i hrana, filmske zvijezde, pin-up djevojke, stripovi. Ništa nije bilo sveto, i što jeftinije i niže, to se smatralo boljim. Nisu se poštovali ni stari metodi u stvaranju umjetnosti. Lichtenstein i Warhol nisu čak ni "izumjeli" svoje slike; opće je mišljenje da na njima nisu radili više ništa nakon što su ih jednom izabrali. Warhol je u početku rukom slikao svoje "proizvode", a onda se počeo služiti svilenim sitom, komercijalnom tehnikom, iznajmljujući druge da umnožavaju, pa čak i da izrađuju njegovo djelo, koje bi se pojavilo u više izdanja. Rosenquistova industrijska slikarska tehnika, neugodno meke površine i slatke boje s bijelom osnovom, još više je razljutila poznavatelje umjetnosti. O njemu su govorili kao o "slikaru reklamnih panoa", i u početku je zaključeno da zapravo nije umjetnik, već vanjski reklamni agent koji je otkrio dobru stvar. [1] Roya Lichtensteina su nazivali "čovjekom stripova", a časopis "Life" ga je proglasio za "najgoreg umjetnika u SAD-u". Andy Warhol je bio "dečko Campbell juhe" i golicao stručnjake nonšalantno se potpisujući ispod običnih konzervi, prodajući ih kao suvenire.



*Slika 8: Campbell's Soup Can, Andy Warhol*

Još i danas mnogi ne znaju da je ono što izgleda kao satira što se često odbacuje kao samozadovoljno odobravanje, u stvari nov način shvaćanja života i umjetnosti. Od realista devetnaestog stoljeća pa do "škole kante za smeće", opisivani su obični predmeti; ta njihova neznatnost bila je sredstvo da se pomoću njih nešto kaže. Za svakog pojedinog pop artistu cilj je različit, pa ipak za sve njih on nema ništa zajedničko sa pripovjedanjem ili društvenim komentaram. Neki traže visok stupanj fantazije, neki apstrakciju, neki čisto ide-

jni trijumf. "Što se mene tiče", kaže Oldenburg, "ja imam vrlo visoko shvaćanje umjetnosti. Još sam romantičar u tom pogledu, a ovaj proces srozavanja naprosto je jedan test; treba svesti sve na istu mjeru, pa onda vidjeti što će se dobiti." Ovi umjetnici ne smatraju sebe uništiteljima umjetnosti, već davateljima neophodne transfuzije da bi se osujetilo djelovanje proriježene atmosfere apstraktnog ekspresionizma. "Umjetnost je od Cezannea na ovamo postala krajnje romantična i nerealna, vampirska; ona je utopijska" [1], rekao je Lichtenstein. "Ona ima sve manje veze sa svijetom; okrenuta je u sebe... Svijet je vani. Pop art gleda van, u svijet, on se javlja kako bi prihvatio svoju sredinu, koja nije ni dobra ni loša, već jedno različito, novo stanje duha." O riječi "jedi" na svojim slikama, Indiana kaže: "Riječ jesti umiruje, ona označava ne samo hranu već i život. Kao kad majka hrani djecu. Taj je čin pretvara u nekoga ko zrači blagošću, nekoga tko daje život, i ljubav, i dobrotu." [1] Tako, usprkos grubosti njihovog prilaza stvarima, izvjestan broj ovih umjetnika prihvaća metaforu koja se skriva iza svakog, pa čak i iza najnepokornijeg motiva.

Roy Lichtenstein je rekao prelazeći sa crtanih filmova na stripove "sa ozbilnijim sadržajem", kao što su Oružane snage u ratu i Pubertetska romansa: "Vrlo je teško bilo ne pokazati sve što znam o čitavoj jednoj tradiciji. Teško je bilo odoljeti nijansama dobrog slikanja". Na optužbe koje su u pogrdom tonu podignute protiv pop arta u vezi sa neangažiranošću, on je govorio: "Mi o posljednjoj generaciji mislimo kao o generaciji koja je pokušala doseći svoju vlastitu podsvijest, dok se pretpostavlja da umjetnici pop-artisti pokušavaju izaći iz svoga djela. Želim da moje djelo izgleda programatsko i bezlično, ali ne vjerujem da sam ja bezličan dok ga ostvarujem. Cézanne je govorio o gubljenju samog sebe. Mi smo skloni miješanju stilova završenog djela sa načinom na koji je ono rađeno. Svaki umjetnik nameće sebi disciplinu neangažiranosti, što mu omogućava da uopće postane umjetnik." Claes Oldenburg je dodao da "To što je neangažiranost postala stil je karakteristika pop arta u najčistijem smislu".

Njujorške pop artiste često pitaju da li im se sviđaju predmeti koje opisuju ili im se ne sviđaju. Ovo je, po Dorothy Seckler, isto toliko irelevantno kao i pitati da li su se Cézanneu dopadale jabuke, ili Géricaultu leševi, ili Picassu gitare. Jedino Warhol dobroćudno prihvaća sve; on kaže da: "pop art znači voljeti stvari". Parodija u pop artu izgleda da velikim dijelom ovisi od reakcije gledatelja, a rijetko predstavlja intenciju umjetnika; ili, pak, ako je satirični humor namjeren, može biti samo od sekundarnog značaja, podređen poanti slike. Ako se gledaocu ne dopada predmet slike, on će biti odbijen odmah u početku, bez obzira na to kako je umjetnik taj predmet predstavio. Umjetnik može samo izolirati predmet, da ga predstavi na jedan dosad neviđen način da bi gledatelj imao priliku da ga "vidi novim očima".



Pa ipak, pop-artisti ne idealiziraju naivno svoje predmete. Oni znaju šta imaju pred sobom, s obzirom na to da su se svi bavili reklamnom umjetnošću. Warhol se sa uspjehom bavio ilustracijom modnih cipela; Rosenquist je učio zanat plakatnog slikanja; Lichtenstein je radio na dizajnu i aranžiranju izložaba. Oldenburg na ilustriranju časopisa i na dizajnu, a Wesselmann se spremao za rad na crtanom filmu. Svi su oni, međutim, posvetili svoje snage ozbiljnom slikarstvu. Svjesni su nejasnog odnosa između reklame i lijepe umjetnosti i činjenice da postoje područja koja nisu ni dotakli. Svi su se udaljili od pseudo-šik reklame, koja podržava modernu umetnost.

Za razliku od Chardina, Courbeta i drugih realista, koji su pomenuti kao prototipovi, pop artisti ne prave naprosto portrete predmeta svakodnevne upotrebe, niti crpe stilske putokaze iz narodnih kultura; oni se nastoje udaljiti od stvarnosti. Život onakav kako je predstavljen u stripovima i reklamama ima malo sličnosti sa pravim životom. Odjeljen već od života celofanskom preprekom komercijalizma, pop art se može udaljavati, a da pri tom još utječe na emocionalne i čulne reakcije gledatelja.

Što je pop artist bliži stvarnom životu (za razliku od umjetnog života sredstava za masovnu komunikaciju), to više naginje satiri i humanizmu. Lichtenstein i Warhol održavaju rastojanje, ali Oldenburg, zalažući se "za umjetnost koja uzima svoje oblike iz života, koja se grči i isteže, koja se nagomilava, i pljuje, i curi, koja je slatka i glupa kao i sam život", kombinira u svome djelu ljubav prema svojim predmetima i izvjestan cinizam, koji se može uzeti kao osnova za naglašenu parodiju. Praveći slikane predmete prije nego slike, Oldenburg je bio u mogućnosti da ovom linijom ode još dalje, dok Peter Saul zadržava jednu tehniku u stilu De Kooninga, oštru boju bez obzira na predmet kojim se bavi, uokvireni tekst iz stripova, zahodske školjke, noževe, puške, simbol dolara, ili sveprisutne falusne prominencije. Njegova namjera je sasvim drukčija od namjere pravih pop artista, mada su ga ubrajali među njih u početku ovog pokreta. Saul je, međutim, zaista novi humanista, što potvrđuju njegove izjave, i vrlo širok satiričar, što potvrđuju njegova djela. On navodi one "okrutne činjenice" koje se nalaze u časopisima i novinama - užase i senzacije, koji se toliko doimaju svakoga u današnje vrijeme. U ovome ide usporedno s Warholovom serijom Smrt i nesreća, koja opisuje birmingemske pse, automobilske ili avionske nesreće ili sudare vlakova, pogibiju tuna... Saul pokušava još više pojačati doživljaj: "Ovo nisu nježna vremena. Izgleda vrlo teško da se ikakva sreća učini ubjedljivom. Ali ja sam meka srca. Želim pokazati da je sa ljudskim bićem stvarno sve kako treba." [1]

Warhol, s druge strane, odbija komentar, on se stavlja u isti red s gledateljem koji promatra užase modernog života kao neki televizijski film, bez učešća, sa nekim neznatnim razdražajem kad film prekine reklama, ili nekom neznatnom emocijom kad naiđe koji tužan

ili koban događaj. I u ovom pogledu Warhol je kudikamo vjerniji nego Saul stavovima našeg tehnološkog društva. Nisu svi toliko ravnodušni da će promatrati silovanje ili ubojstvo a da ništa ne poduzmu kako bi ga spriječili, ali mnogi jesu. Većina nas je neosjetljiva za javne i osobne nesreće, koje su tridesetih godina uzbuđivale i razjarivale umjetnike i mislioce. Poslje drugog svetskog rata suzne žljezde su presušile od pretjerane uporabe.

I to je svijet čiji je glasnogovornik Warhol: mali je broj onih koji mogu baciti prvi kamen. Možda činjenica da je humanizam u vizualnoj umjetnosti u posljednje vrijeme uglavnom tako bijedno podbacio, svojim užasnutim povlačenjem, izmučenim ekspresionizmom ili protestom unakažene žrtve, ima za razlog to što njegovu navodno univerzalnu osnovu nije prihvatila njegova publika. Budući da svatko razumije proces dehumanizacije, koji je Warhol tako jasno i tako bezlično opisao, vjerojatnije je da će njegovo djelo podstaknuti pozitivan stav prije nego opravdanu indignaciju onih koji su bili protiv svega i ni za šta drugo do za nejasnu, staromodnu nostalgiju. Kao što je Warhol istakao: "Oni koji govore o individualnosti najčešće su oni koji su najviše protiv odstupanja, a za nekoliko godina možda će biti obrnuto. Jednoga dana svi će vjerojatno misliti slično; izgleda da se upravo to događa." Ove se ideje mogu usporediti sa idejama francuskog slikara Dubuffeta, koji je rekao: "Moj sistem počiva na identičnom karakteru svih ljudi... Kad bi svi slikari potpisali svoja djela jednim jedinim imenom - čovjek, pitanje razlikovanja, klasifikacije, mjerenja ljudi raznim standardima postalo bi besmisleno... Mene ne zanima kolač, već kruh", i potvrđuje svoj antikulturni stav rekavši da je njegov cilj dovesti "potcjenjene vrijednosti u centar pažnje". Izjave kao što su ove izazvale su isto tako velik antagonizam u ranim pedesetim godinama kao što to kasnije čine Warholove, mada se njihovi umjetnički rezultati dijametralno razlikuju.

Iako je Warhol možda najbezličniji od svih pop-artista, on također crpi svoju inspiraciju iz svog osobnog iskustva, onog iskustva iz druge ruke, koje je "naše zajedničko iskustvo". On je obuhvatio sve predmete pop arta, s tim što mu je stalno omiljena tema ostala komercijalizacija i vulgarizacija ljubavi. Warholu se sviđa misao da je njegov život ovladao njime. Njegove slike iz ciklusa Smrt i nesreća su uprkos, ili, bolje reći, baš zbog svoje "mehaničke" izvedbe, postale jedan od malobrojnih snažnih izraza ovoga vida američkog života, koji se može naći u novijem američkom slikarstvu. Isto onako kao što smo fascinirani kad vidimo u nekom časopisu ili novinama fotografije koje su njegov izvor, tako smo dvaput više uzbuđeni kad se nađemo pred tim fotografijama u manje slučajnom umjetničkom kontekstu, kao što Warhol kaže, "kad neku jezivu sliku gledate opetovano, ona više zaista nema nikakvog efekta".

Da li je Warhol indiferentan ili nije prema svome motivu, to ne utječe na našu reakciju. On hoće umjetnost koja je pristupačna svakome, i njegovi "proizvodi" sežu od juhe, do kolača sa sirom, od deterdženta "Brillo" do Marilyn Monroe, od plastične operacije nosa do Jacqueline Kennedy. On je najpopularniji među pop-artistima: napravio je naslovnu stranu za tinejdžersko izdanje lista Time, pa ipak je njegovo delo "Najtraženiji ljudi" izbrisano sa zgrade njujorške svjetske izložbe zato što je izazvalo suviše veliku polemiku. Warhol nije ni izdaleka najbolji umjetnik u konvencionalnom smislu, ali je jedan od najznačajnijih umjetnika, zahvaljujući vodećem položaju koji zauzima u beskompromisnoj pojmovnoj grani apstraktne umjetnosti. On je neobično cijenjen među mnogim mlađim umjetnicima, mada je istovremeno središnja figura jednog pomodnog kulta, koji ga tako pretjerano hvali da neizbježno izaziva podozrenje.



*Slika 9: Jackie, Andy Warhol*

Još dva umjetnika su se u početku povezala sa pop artom, ali su se kasnije posvetila satiričnim vrijednostima i "humanom zanimanju" izvan njega; to su Marisol (Escobar) i George Segal. Marisol duguje svoju tehniku bojene drvene skulpture svome učitelju Williamu Kingu, ali je ona otišla dalje u oblast asamblaža, dodajući druge predmete i gipsane odljeve i vrlo vješto radeći u tri dimenzije, crtajući, oblikujući i slikajući na svojim drvenim figurama. Njena je umjetnost znalačka i teatralna folklorna umjetnost, u kojoj se sasvim opravdano odražava i njeno vlastito lijepo lice. Međutim, ona nema mnogo veze sa pop artom, osim suzdržanog prilaza stvarima i tragovima humora. Marisol vrlo rijetko upotrebljava reklamni motiv, mada njen John Wayne i Porodica Kennedy spadaju u ikonografiju pop arta, kao i njena duhovitost, koja je mondenska i aktualna.

Segal napušta i grubost pop arta i njegov humor. Njegovi gipsani odljevi su pravljani sa živih modela, tako da je prava sličnost sa unutrašnje strane, i nije vidljiva. Njegova estetika je estetika iskrenog fotografa stvaratelja. "Ljudsko biće je sposobno za beskrajno puno

pokreta i položaja”, rekao je Segal. “Moj najveći posao je da izaberem i fiksiram pokrete koji najviše govore, i ako u tome uspijem... Nadam se otkriću, pravom uvidu u stvari... Nastojim predstaviti osobu u svojoj njoj ozbiljnosti i dostojanstvu... Da bih postigao pun utisak, ovisnik sam o duhu onoga koji preda mnom sjedi.” [1] Segalove figure, bilo da su same ili u grupi, mogu biti izvanredno sugestivne, a njihova bezglasnost potječe manje od njihove neutralnosti nego od udaljenosti izazvane njihovim sablasnim izgledom. On je pravi žanr-slikar dvadesetog stoljeća, zainteresiran za jednostavne, svakodnevne aktivnosti, iz kojih izvire jedna uopćena humanost.



*Slika 10: Street Crossing, George Segal*

Drugu struju njujorškog pop-arta, koja se usredotočila na društveni protest, treba također ovdje spomenuti, ako ni zbog čega drugog, a ono zato da bi se odstranila zabuna time što ću ju staviti izvan pop-arta. Riječ je, naime, o grupi galerije March, koja se okupila oko 1959. u Desetoj ulici, a kasnije se premjestila u galeriju Gertrude Stein. Na čelu sa Borisom Luriem, Samom Goodmanom i Stanleyjem Fisherom, ova skupina umjetnika asamblaža ili “Sudbine” predstavlja političke satiričare, što pop artisti zapravo nisu. Oni su upravo sve ono što pop artisti nisu. Uostalom, i sami su se proglasili “anti pop artistima”. Oni su nespokojni, ljutiti i žestoki tamo gdje je pop art hladan, nepristrasan i samopouzdan. Ne izostavljaju ništa iz svojih konglomerata od otpadaka, boje, kolaža i predmeta, dok pop artisti izostavljaju sve u svom neposrednom tumačenju; u osnovi su pesimisti tamo gdje su pop artisti optimisti. Umjetnici galerije March suprotstavljaju ciljeve političke karikature

ciljevima reklame. Njihovi predmeti, koncipirani da šokiraju, potpuno su zavisni od jezivih prizora protestnih plakata protiv atomske bombe; to su krvave i osakaćene lutke, polomljene igračke, primitivni seksualni fetiši, sadomazohističke fotografije iz časopisa National Examiner ili pornografski magazini. Svi umjetnici ove grupe skloni su da rade slično, i svaka njihova izložba je u stvari bila kaotična i samo povremeno efektna. U ovom kontekstu njihovo djelo ima mnogo zajedničkog sa umjetnicima koji rade u Parizu, kao što su Jean-Jacques Lebel i Ferro. (Neki su ih uspoređivali takođe sa Kurtom Schwittersom, mada je on vrlo strogo raspoređivao svoj raznovrsni materijal.) Ratoborno romantični, oni se kao skupina, najviše što je moguće, približavaju neo-dadi. Njihov stvarni izvor je post-apstraktni ekspresionizam - naročito Kaprov i Rauschenberg. I oni su "netrpeljivi prema umjetnosti odvojenoj od života."

Treću parodističku struju koja nije pop-art predstavlja jedan jedini umjetnik, Jim Dine. Mada ga često uključuju u listu pop artista, svaki njegov rad i svaka izjava pokazuju da je beskrajno daleko od strogog ikonoklazma i isticanja forme. Složenosti Dineove duboko osobne i u krajnjoj liniji destruktivne umjetnosti proturiječne su, no jednoj dužoj analizi ovdje nema mjesta. Dine je mnogo bliži Johnsu, Rauschenbergu, R. B. Kitaju i europskim neonadrealistima nego pop artu. Zabuna u vezi sa pop artom vjerojatno je i nastala onda kada je on kao jedan od prvih izložio svoje slike predmeta za svakodnevnu uporabu u galeriji Marthe Jackson, u proljeće 1962. Njegove ogromne kravate, kaputi, kosa ili tričarije sa natpisima, nedvosmisleno u duhu koji nije ni nalik na Magrittea, prikazani su u tehnici i stilu sličnim Jasperu Johnsu, na jedan nezdrav način, mada je primjećeno da je i Johns, sa svoje strane, preuzeo izvjesna otkrića od Dinea. S obzirom na divovske razmjere ovih slika i na činjenicu da ti predmeti nisu kataloški, već novokupljeni, po riječima Lawrenca Allowayja, njegova djela su dovođena u vezu sa Oldenburgom, sa kojim je Dine bio zajedno u galerijama Judson i Reuben, i nešto manje sa djelima Rosenquista, Lichtensteina i Warhola.

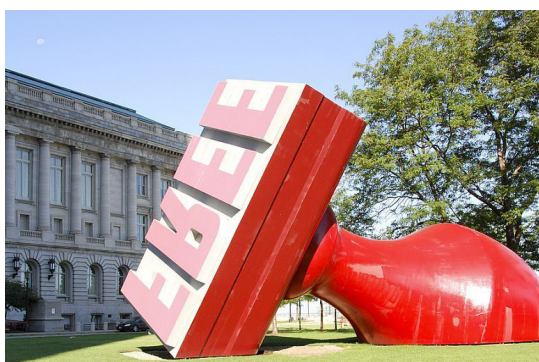


Slika 11: Merry Snow, Jim Dine



Dakle, ako Dine nije pop artist, zašto se onda, moglo bi se s pravom upitati, Oldenburg smatra za pravog? Oldenburg je jedan od prvih koji je iznio stav pop arta i upotrebio "čiste" motive pop arta. On je 1961. pisao: "Ja sam za umjetnost crvenih i bijelih benzinskih crpki i za svijetleće reklame biskvita... Ja sam za umjetnost cigarete »Kool«, bezalkoholnih pića »7-up« i »pepsi cole«, za umjetnost naranči »Sunkist«, umjetnost od 39 centi i od 9 dolara i 99 centi i slično." On se dosljedno koristio "komercijalnim" motivom, i svi njegovi predmeti su za prodaju. Oldenburg nije činio nikakav napor da prikrije ekspresionističko - nadrealističke izvore svoje umjetnosti, jer je njegova inventivna snaga dovoljno velika da ih upije. Godine 1958. slikao je prilično konzervativne aktove i portrete, ali godinu-dvije kasnije njegova strastvena povezanost sa velegradom dala je jednu originalniju umjetnost. Njegova izložba "Ulica", 1959, u galeriji Judson, odisala je utjecajem Jeana Dubuffeta i romanopisca Celinea. Ali dok je Dubuffetova primitivnost bezvremena, Oldenburgova se odnosi baš na modernost i vulgarnost Amerike: New York, Manhattan, Lower East Side. Započeo je sa sivim, crnim, smeđim predmetima od kartona ili "papier machea" i reljefima od novina, grotesknom figurom. Kao i Dubuffet, Oldenburg posjeduje talent da otkrije umjetnost i u najnižim oblicima materije - u prašini, prljavštini, otpacima; njegova rana djela podsjećaju na Dubuffetove figure izrađene od tutkala, novina, čelične vune ili korijenja (sl. 58). Oldenburg, kao i Max Ernst, posjeduje dar da nađenim ili slučajnim oblicima, materijalu ili tkaninama, podari maštu i formu. On kaže: "volim materijal koji otisak života prima brzo i neposredno... kao i one materijale koji, poput žice, kao da žive svojim vlastitim životom - koji vam uzvrate ako ih udarite. Ja volim pustiti materijal da odigra svoju ulogu u određivanju forme." Međutim, za razliku od većine nadrealista i njihovih sljedbenika "zbrkane" varijante, Oldenburg nije sklon suprotstavljanju predmeta jednih drugima radi efekta. Kao i svi pop artisti, on uzima svoje predmete cjelovite i neukrašene. Ali, za razliku od većine njih, nikad nije napravio potpun prijelaz sa grubog na čist tretman. Njegove površine su donedavno bile ekspresionistički izdubljene ili nezgrapne i nevješto rađene. Kao i Dubuffet, i Oldenburg vidi umjetnost kao "svetkovinu", i njegovi gipsani predmeti inspirirani su željom da se samom životu dade druga dimenzija putem akcije. "Slikarstvo, koje je tako dugo spavalo u zlatnim kriptama i staklenim grobnicama, pozvano je da pođe na plivanje, dana mu je cigareta, boca piva, kosa mu je razbarušena, gurnuto je i spotaknuto, naučeno da se smije, dana mu je raznovrsna odjeća, krenulo je na vožnju biciklom..." Našavši da boja suviše ograničava takvu slobodu, Oldenburg je nastavio raditi u "punom prostoru" na hepeninzima, zatim je dodao gips svojim platnima, da bi dobio reljef, i najzad je počeo praviti slobodne predmete. "Ne zanima me baš puno da li je nešto kornet za sladoled ili slamka, itd... činjenica da sam želio vidjeti kako nešto leti na vjetru natjerala me je da napravim komad tkanine, činjenica da sam želio vidjeti

kako nešto teče, natjerala me je da napravim kornet sa sladoledom. Umjesto da stvar naslikam, ja je učinim dodirljivom, oči pretvaram u prste". Kad Oldenburg upotrebljava jedan stvaran ready made, onda je on potpuno uklopljen u završnu "scenu" ili ambijent, što nije slučaj kod Rauschenberga, Johnsa, Dinea, pa čak ni kod Wesselmana. Njegova "Peć" iz 1961, na primjer, nije "transformirana" kao u asamblažu, niti je ostavljena da sama za sebe govori, kao kod ready made-a ili nađenih predmeta, ona je ponovo stvorena. Umjetnost i stvarnost su sjedinjene, ali je svaka zadržala svoja vlastita svojstva. Ova vrsta preplitanja predstavlja osnovu Oldenburgovog stvaralaštva. Njegovi korneti i pljeskavice, njegovo pecivo, povrće, sendviči i meso u živim bojama izazivaju ponekad čak i glad dopadaju se zato što su kombinacija veselosti i slonovske tuge. Do 1965., njegov pop-art je pripadao prije subkulturi nego superkulturi.



*Slika 12: Free, Claes Oldenburg*

Sa nameštajem je Oldenburg ušao u fazu "Doma", u jednu više aerodinamičniju liniju koja odražava Los Angeles, gde je ostvarena, i stopila se sa jednom drugom vrstom mondenstva. U avetinjski umjetnoj veleljepoti "Spavaće sobe", izloženoj kod Sidneya Janisa ili u kinetičkoj sugestivnosti "Stola za ping-pong", on je počeo proširivati suzdržano pop-artističko likovno predstavljanje na novu oblast. Njegovi sjajni "meki predmeti" od plastike i njihove grube "avetinjske" makete spadaju u ostvarenja pop-arta koja se najviše pamte.

Wesselmannovo uklapanje predmeta u vlastita platna znatno se razlikuju od Oldenburgovog, Dineovog, Rauschenbergovog ili od onoga što su radili asamblažisti. Njegovi enterijeri u jednoj ravni ne predstavljaju ambijent ("moji tepisi nisu da se po njima hoda") niti su to dekorativna platna sa trodimenzionalnim dodacima. To je možda "isječak iz života". Wesselmann nije morao radikalno prekinuti sa svojim ranijim stilom da bi postao pop artist. Njegovi mali portreti-kolaži sasvim su logično izrasli u "Velike američke aktove", po kojima je najbolje i poznat. Sjedinjujući arabeske i blistavu Matisseovu boju sa vijugavom linijom Modiglianija, u jednom strožem sklopu koji podsjeća na Mondriana, Aktovi su prvi put izloženi 1960. u galeriji Tanager, u Desetoj ulici. Za razliku od drugih umjetnika o kojima

je ovdje riječ, Wesselmann nije slikao prema reklamama iz časopisa, reklamnim panoima ili predmetima, već ih je direktno uzimao na svoja platna, slijedeći tako konvencionalne metode kolaža-asamblaža. Tek je 1964. - 1965., napustio svoj prirodni materijal, i to iz nužde, jer su njegova djela postajala sve veća i veća i najzad prerasla zadane mogućnosti. U prvi mah se koristio reklamama iz časopisa, pa zatim sa plakatnih panoa; predmeti su sve više rasli, počevši od radio-aparata i ventilatora, zatim su došli prozori, pa hladnjaci, pa radijatori. Ukoliko su se platna širila, predmeti su se sve više zbijali: "Boje su postajale ravnije, čistije, svjetlije; rubovi su bivali sve tvrdi, jasniji... Zvuk slike je postajao sve oštiji. Osjećao sam potrebu da povežem svoja platna tako čvrsto da se ništa ne može pomaknuti. Na taj način, postajući statična i pomalo anonimna, ona su istovremeno bivala nabijenija energijom."



*Slika 13: Bathtub, Tom Wesselmann*

Od 1962. do 1964., veliki američki aktovi sve su smjeliji i efektniji, uključujući sada telefone koji zvone, radio-aparate i televizore koji rade. Stalno se mijenjajući, slika je bila čas sentimentalna, čas satirična, čas nostalgična, ili prosto luckasta, ovisno od toga da li se davala Lassie, ili je na programu bio neki politički zbor, neki stari film, ili reklame. Kao kontrast sjajnom novom namještaju ili spravama, opscenarskim slikama-kolažima na zidu (George Washington, Mona Lisa, Kennedy, Mickey Mouse) i pogledu kroz prozor, aktovi i slikane kulise bili su nespojivo ravni i stilizirani, često bez lika, ili smjelo išarani zvijezdama i prugama. Wesselmannu se dopada "odjek" pri sudaru slikanih površina i kolaža, povijesti umjetnosti i reklame, optičkih varki i stvarnosti.



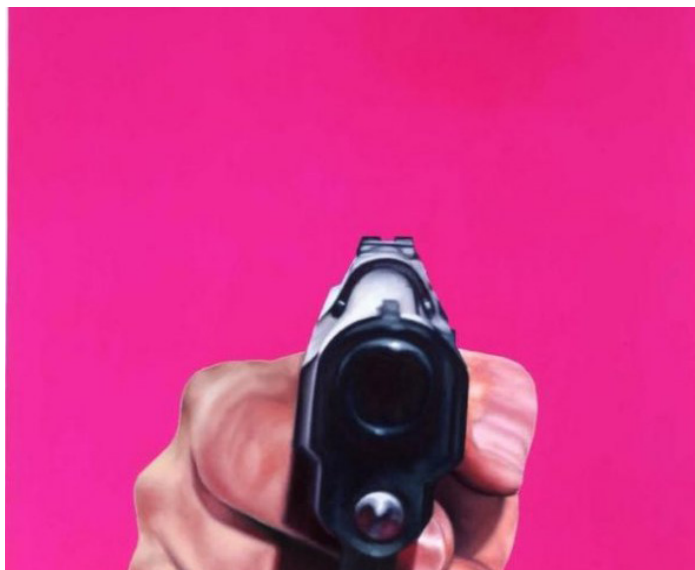
Paralelno sa Velikim američkim aktovima pojavila se jedna serija manje apstraktnih mrtvih priroda, u kojima su primjenjivani slični elementi, ali više kolaž od etiketa. Jill Johnston ih je hvalio 1962, kad je rekao: "Ako trgovačka reklama zaista želi da publiku natjera da nešto kupuje, mogla bi upotrijebiti neku Wesselmannovu sliku." Neke od njih su bile isto toliko netransformirane kao i ma koje platno pop arta, mada su se majstorski crtež i boja "Aktova" mogli nazrijeti iza potpuno neprivačnog niza proizvoda. Wesselmannova boja, primarna i blještava, je bila jedan od najzanimljivijih elemenata njegovog djela, ali se on osmjelio da je napusti i da, 1964—1965, napravi čitav niz mrtvih priroda u sivim tonovima. U početku su u njih ugrađivani pravi predmeti, ili modeli sivih naranči i etiketa, a podsjećale su na paradoksalne slike Johnsa, Wattsa i Morrisa u jednom tonu. Najzad su konstrukcije potpuno prerasle stvarne predmete. Samo pejzaži - sa "Volkswagenom" izrezanim u skoro prirodnoj veličini - upotrebljavaju materijal sa plakatnih panoa. S njima je Wesselmannovo djelo postalo prkosno jednostavno, više nalik na djelo Warhola i Lichtensteina nego na njegova vlastita ranija dela. Ova "modernizacija" ide usoredo sa razvojem ovih umjetnika i sa Oldenburgovim pseudošik namještajem. Wesselmannove ogromne limenke piva bez etiketa, radio-aparati, boce, lažni predmeti poredani na plitku policu šuplji su, konkavni ili konveksni, postavljeni na strogo pravolinijsku osnovu. Ova djela posjeduju jasnoću i čvrstu liniju Aktova, ali im nedostaje njihova životna radost (joi de vivre) i njihov vedri šarm. U trenutku kada se izvjestan broj pop artista kreće u smjeru jednog više estetskog ili apstraktnog stila, Wesselmann se sve više udaljava, težeći čistom komercijalnom izrazu. Njegova nova strogost može se shvatiti kao opće pročišćavanje pop arta.

Teško je na ovako malom prostoru sumirati djelo ma kojeg od ovih umjetnika, a pogotovo Rosenquista. Njegovo djelo je kompleksna, višestruka umjetnost. Svako njegovo platno zahtjeva detaljnu analizu i u odnosu na formu i u odnosu na emocionalni sadržaj. On je recimo u razdoblju od pet godina upotrijebio veću raznovrsnost i tehnike i materijala nego bilo koji drugi pop-artist. Osim što ogromne podijeljene slike (na kojima može biti dva ili dvadeset i dva dijela) ostaju kostur njegovih eksperimenata, on nije postavljao sebi nikakva druga ograničenja. Od 1962., Rosenquist je upotrebljavao različite materijale, kao što su prozirna plastika, ogledala, pleksiglas, neonsko i električno svjetlo, bojom zaprljane ili raznim bojama poprskane komadiće drveta ili konopca, da bi opet otpočeo ostvarivati jedan vrlo ambiciozan plan koji se bavi efektima periferne moći vida. Slobodne konstrukcije (sl. 100), platna raznih oblika, površine na pantama ili isprobijane na razne načine, novi industrijski materijali, sve to on godinama upotrebljava. njegova razmahana inventivnost čini druge pop artiste (osim možda Oldenburga) konzervativnim, pa ipak ga nazivaju doajenom ove grupe, zbog njegovog kvazi-fotografskog stila i obrnuto usmjerenog iluzionizma. Ono

što on postiže svojom tehnikom, međutim, mnogo je važnije. Odbijajući prihvatiti bilo kakva ograničenja, često napuštajući nove ideje prije nego što ih je čestito i načeo, on neprestano zahtjeva sve više od samog sebe i od svoje umjetnosti. [2]

Rosenquist, na primjer, kaže da njegove predstave imaju svoju "potrošnu vrijednost". Ipak, kad je izbor jednom napravljen, između predstava i umjetnika počinje podsvjesni dijalog. "Suvremeni način reklamiranja, sublimacija i napadna reklama vrše nasilje na našu intimnost", rekao je on. "To je kao kad vas neko udari čekićem; čovjek obamre. Ali posljedica može biti i prelazak u jednu drugu stvarnost. Ovakva metoda rada može biti nezgodna u obliku u kome postoji, ali ako ju slikar upotrijebi kao oruđe, ona može postati maštovitija" Utemeljeno na koncepciji obojenog kolaža, gdje se predstave postavljaju nasuprot jedna drugoj, njegovo slikarstvo ima izvjesnu sličnost sa nadrealizmom no namjera mu je međutim, sasvim drugačija. Rosenquista ne zanima simbolizam nikakve vrste; njegovi fragmenti postavljeni jedan nasuprot drugom ne djeluju na gledatelja međusobno već neposredno. Ta mu je ideja pala na pamet dok se izdržavao slikajući reklamne panoje u New Yorku početkom pedesetih godina. U to vrijeme njegov stil je bio sumoran, ali je počeo shvaćati da mnogo više mogućnosti za nešto novo ima u njegovom zanatu nego u njegovoj umjetnosti. Navikao je gledati ogromne figure, predmete i puno boje kraj samog lica. Kao apstraktan slikar bio je živo privučen činjenicom da takve slike gledane izbliza gube svako značenje i svoj identitet. S obzirom da je iz iskustva s reklamnim panoima sagledao fantastične mogućnosti razmjere, razmjera je ključ za njegovo djelo. Ogromne slike, koje se koji put ne mogu razaznati, proističu iz jedne inverzije iluzionizma. One se pri prvom susretu rasprskavaju sa zida pred očima promatrača, ali kad prođe taj prvi utisak, vješta uklopljenost i suptilna prostorna rješenja, koja ih drže na površinskoj ravni, pružaju bogat vizualni doživljaj. Kompleksni vrtlog raznoliko postavljenih predstava uklapa se u jedno složeno jedinstvo, gdje su svi elementi čvrsto, a nenametljivo povezani i uključeni u cjelinu. Prozirnost, sivi tonovi, reljefni panel, kromatske dislokacije, podsvjesni nagovještaji i, iznad svega, jedna suštinski apstraktna senzibilnost - to su, između ostalog, izumi kojima se on služi. Kada se, recimo, neka nejasna površina na jednom Rosenquistovom platnu proglasi za dio kišobrana, onda se linije na njemu mogu shvatiti kao tragovi kiše. Svaki dio ne sadrži odvojenu predstavu, ali geometrijska podjela dirigira čitavim orkestrom promjena. Noga od sedam stopa, kao što je na slici "Iznad trga", dovodi u pitanje realnost cijeloga platna. Vrhunac ovog stila dijelova dostignut je na fresci F-111, prikazanoj u galeriji Castelli u travnju 1965.. Na ovoj osamdeset šest stopa dugoj i deset stopa širokoj slici, glavna tema je položaj umjetnika u jednoj eri neizmjernosti, mlaznih ratnih zrakoplovnih i novih kolekcionara (nouveaux collectionneurs). Oko promatrača leti preko zida brzinom mlaznog

bombardera i zastaje kod četiri jake vertikale koje još više naglašavaju vodoravni pokret blještave boje i aluminijske. On hoće otići što je moguće dalje od prirode i uznemiruje ga ono što osjeća kao tešku ruku prirode na umjetniku.



*Slika 14: Pink condition, James Rosenquist*

Robert Indiana (rođen kao Robert Clark u Indijani) od samog početka je premostio jaz između ikonografije pop-arta i apstrakcije. Nisam ga ni uvrstila među prave pop artiste, jer je oduvijek bio u osnovi nefigurativni slikar. S druge strane, on je možda najliterarniji od svih njih, a njegovi stavovi su u potpunom skladu sa programom pop arta. Bio je među prvima koji su počeli ispitivati nove motive, i to u svojim geometrijskim apstrakcijama proisteklim iz pinnball-automata i prometnih znakova; pođe li se tragom njegovih boja i heraldičnog stila, može se doći do Ellswortha Kellyja. Kada je tendencija pop arta krenula prema apstrakciji, Indianu možemo ponovo staviti na prijašnje mjesto, mada je formalno doneo manje novina od druge petorice o kojima je ovdje bilo riječi. Njegov se doprinos sastoji u spajanju poezije i geometrijske jasnoće putem uklapanja američke povijesti i književnosti u nefigurativnu umjetnost. Usprkos svom prividno purističkom stilu, Indiana je potpun romantičar. Njegova poetična prizivanja Mellvillea i Whitmana i njegove aluzije na sve ono što je tipično američko, a naročito na povijest brodogradilišnog kvarta u donjem Mannhatnu, podređeni su koncentrično obojenim krugovima u koje su utisnuti: kada se tekst pročita, platno se preobrazi i krugovi postaju kotači umesio čiste forme, a literarni sadržaj izbija na površinu. Ako se tekst ne pročita, slika ostaje čista apstrakcija. U Indianinim djelima sa natpisima "Jedi" i "Umri", poruka se može pogrešno protumačiti, mada je oblik još sadržajniji i još jednostavniji, a predmet - američki san o lakom životu i smrti - još više naglašen. Na ovaj način

on je mogao unijeti u svoje djelo mnogo više od uobičajene količine komentara društvenog sadržaja. Iako to čini samo s vremena na vrijeme, kao što je slučaj sa slikom Alabama ("Kao i čovjek, i svaka nacija ima svoj stražnji dio"), ili sa aluzijama gdje se jednom jedinom riječi evocira aktualna tema.

Do izložbene sezone 1962.-1963., pop art je već bio privukao nove pristalice, ali je samo nekoliko njih moglo dati neki vrijedan prilog prije nastupanja trećeg vala. Drugi val je uključio umjetnike koji su težili stilu pop arta do 1961. i one koji su bili pod utjecajem pravog pop-arta, ali nisu bili potpuno njime obuzeti. Među prvima se nalazio John Wesley, koji je 1960., došao iz Californije u New York i izlagao u galeriji Robert Elkon 1962. Njegovi maštoviti amblemi, skriveni u cvijetnim ili dekorativnim bordurama i slikani u jednom varljivo sladunjavom plakatskom stilu, slave staromodne sportske figure, indijance, aktove, vjeverice i predsjednike, često u svjetloplavoj i bijeloj boji sa ružičasto-zelenim flekama i crnim konturama. Godine 1965., dekorirao je namještaj lakrdijaškim figurama - trudnim ženama i brkatim muškarcima na biciklima. Snaga Wesleyjevog djela proističe iz njegove prividne nevinosti, čak sramežljivosti, koja se stapa sa naglašenim erotizmom. Njegova duhovitost je neobična, djelimično suptilna i nadrealistička (usporedba krava i golih igračica, bejzbolista i vijenaca), ali je isto tako duboko komična u tradiciji gega. Mada odražavaju reklamne likovne predstave manje nego umjetnost porodičnih albuma, njegova platna su izrađena u potpuno određenom "hard-edge" stilu. [2]

Allan D'Arcangelo je 1962. priredio izložbu u galeriji Fischbach, i tu preuzeo ultra popartistički motiv: američku autocestu koja vrtoglavo juri u budućnost - put obilježen tankom linijom uz koju se mjestimično redaju reklamni panoi, prometni znakovi i oznake za ograničenje brzine, a povremeno i poneka privlačna autostopistica. Daljina juri u smjeru promatrača i naglašava brzinu. Služeći se konvencijama nefigurativne "hard-edge" umjetnosti, siluetama oblika i dosta ograničenom, ali blistavom paletom, D'Arcangelo često postiže fantastičnu jednostavnost, što ga čvrsto povezuje sa pop artistima. Oko 1964., uvodi pravu žičanu ogradu (sl. 110), venecijanske žaluzine ili prugaste drvene zaštitne ograde, paralelno sa sve apstraktnijim predstavama. Tijekom 1965., poravnava perspektivu, napuštajući iluzionizam u korist ravne, pročišćene površine, i radi u ovom smjelom izrazu, koristeći se motivima na jedan čistiji, crtački način.

Ljepotice kupačice Marjorije Strider imale su svoj debi na Prvoj međunarodnoj izložbi striptiza 1963., u galeriji Pace. Istakle su se, bukvalno, svojim isturenim stražnjicama, usnama i grudima izrezanim od drveta, a kasnije od lakše mase stiropora, što je umjetnici omogućilo da gradi i veće stvari koje prkose zemljinoj sili teži. Poluslike, a poluskulpture, ostvarene u jednom grubom komercijalnom izrazu nalik na Lichtensteinov, ove figure su

zamišljene kao određeni oblici, što je postalo još vidljivije kad su pin-up djevojke 1964., ustupile mjesto ogromnim cvjetovima i povrću, a 1965., velikim slobodnim ili visećim skulpturama elemenata pejzaža (oblaci, mjesec, plaža) sa pravocrtnim okvirom prozora slikanim na njima. Ovi glomazni oblici su dosad i najbolje i naj originalnije djelo Striderove.



*Slika 15: Green Triptych, Marjorie Strider*

Robert Watts, je jedan od najekscentričnijih umjetnika koji se vezuje za pop art, koji ga je predvidio i sudjelovao u njegovom nastajanju. Njegovi strojevi za poštanske marke, koji izbacuju serije predmeta koji nemaju veze s markama, predstavljaju kreaciju koja će se pamtili. Poput umjetnika koji su tretirali predmet na Duchampov i Johnsonov način, Watts se bavi paradoksom, otkrivajući u svojim predmetima za svakodnevnu upotrebu i prirodu percepcije i varke. Njegovi "teški prehrambeni artikli" načinjeni od olova obloženog kromom, redovi bijelih, sivih i crnih kruhova, prozirni sendviči ili lizalice od umjetnog krzna mogu se uporediti sa Oldenburgovim motivima, mada napuštaju robusne kvalitete u korist privlačnosti.

Pored toga, postoji i treća vrsta pop artista, koji su beznačajni i koji se uglavnom ponavljaju, a koje treba pomenuti najviše zbog toga da se pokaže da se pop artom, kao i ma kojom drugom umjetnošću, čovjek ne može baviti samo zato što joj je naklonjen. Nije dovoljno samo izabrati jednu bučnu reklamnu sliku i na nju se usredotočiti. Među ovim slikarima postoji težnja ka prostoj i često neukusnoj šali ili smjeloj pornografiji, a njihovi se stilovi najčešće odvajaju od čistog pop arta i vraćaju se općenitijem načinu izražavanja asamblaža.

Kad se pop art prvi put pojavio na sceni, razmišljalo se o tome da li će se on moći razvijati, i, ako bude mogao, u kojem pravcu. Iako je četiri godine bio osuđivan kao prolazna moda, njegovi potcjenjivači još nisu doživjeli zadovoljštinu da prisustvuju njegovom pogrebu. Istina je da je treći val pop arta, kao i treći val apstraktnog ekspresionizma, bio suvišan; površne konvencije se lako pretvaraju u manirizam. Snaga prve grupe još više dolazi do izražaja kad se posmatra u svjetlu njenih imitatora.

U međuvremenu je pop art započeo otvoren dijalog sa postojećom apstrakcijom. Forsirajući promjenu stava u pogledu "umjetnosti", "umjetničkog materijala" i "predmeta vrijednih pažnje umetnika", prvi pop artisti, kao i svi oni koji su prije njih donijeli nešto novo, izmijenili su način na koji vidimo svijet. Ne samo da su neki pravi pop artisti krenuli u pravcu apstraktnijeg stila, već su se pod uticajem tog stila našli i neki drugi, koji se ni uz pomoć najluđe mašte ne bi mogli nazvati pop artistima. Nova koncepcija masovne proizvodnje Andyja Warhola, anti-skulpturalne strukture Donalda Judda i Roberta Morrisa, platna Franka Stelle i Larryja Poonsa - čije je djelo, kao i pop art, mnogima izgledalo suviše razređeno da bi bilo umjetnost - doveli su do onoga što je Max Kozloff nazvao "prikriveni pop art". Atraktivan sandučast namještaj Richarda Artschwagera, Flemingera Podzemna željeznica, 1964., jedna bijela vaga, narandžastoplava kanta za smeće i plastični automat za žvakaće gume, ukazuju na ove obične predmete više u jednom općem nego u deskriptivnom smislu, ili pak paneli Roberta Smithsona, koje je radio 1965. od plastike poprskane metalom, a koji su isto tako vulgarni kao i holivudska moderna barska skulptura. Reljefne ploče Johna Chamberlaina od sjajnog kroma poprskane emajlom, rezultat su njegovog boravka u Los Angelesu, gdje je moderna zanatska estetika dostigla vrhunac. Oslobođena pop-artom, a naročito Billyjem A1 Bengstonom; apstraktna platna "naučne fantastike" od Nicholasa Krushenicka bila su vjerovatno prva nefigurativna platna pop arta, mada je on bio manje pod neposrednim uticajem pop arta, a više Matissea. Nefigurativna platna Roberta Mangolda prvobitno su inspirirana napisima na kamionima, a njegovi "Zidovi" montažnim zgradama.

Industrijski materijali, kao što su krom, aluminijumske i Day-Glo boje, imitacije drva ili zidnih tapeta, jeftini tekstil, razni automobilski lakovi, plastika i neonsko svjetlo, doprinijeli su formalnim mogućnostima nove umjetnosti. Rosenquistova platna u raznim oblicima, plakatne boje i "izmišljeni materijal" (kao što je kromirana bodljikava žica), Lichtensteinova emajlirana izdanja njegovih slika, Warholova izložba u kutiji i srebrni jastuci napunjeni helijem - sve je to imalo svog odjeka. Oldenburgovo djelo je posebno izvršilo velik utjecaj, nadasve njegova "Spavaća soba". Nekoliko vrlo originalnih umjetnika (koji mogu, ali ne moraju, smatrati Oldenburga kao svoj izvor) upotrebljavaju tkaninu ili slične materijale kao apstrak-

tan skulpturalni medij, sažimajući vidove pop arta, nadrealizma i nefigurativne umjetnosti; takvi su Frank Lincoln Viner, Eva Hesse, Alice Adams, Jean Linder, Anne Wilson i Marc Morrell. Neki umjetnici kao što su Chryssa, Darr Flavin i Steve Antonakos koriste se neon-skim i fluorescentnim svjetlom, a drugi, opet, upotrebljavaju jednu neslikarsku paletu koja se sastoji od bljutavih sladoledastih tonova ili boja lizalica koje svjetle u mraku, nijansi koje se mogu vidjeti u slastičarnici Howarda Johnsona ili kod dekoratera javnih objekata, boja kao što su tirkizna, ljubičasta, boja lavande, pistacije i breskve, dotad smatranih suviše bezizražajnim u lijepoj umjetnosti.

Popularnost predmeta agresivnih za oko, motiva kao što su koncentrični krugovi ili pruge, odnosno cik cak oblici i tvrde konture, izvjesna blještava grubost predstavljanja, zanemarivanje kompozicije i čisto estetskog uživanja, sve su to glavne karakteristike jedne "nepristupačne umjetnosti", koja odbacuje dekorativnu sigurnost, i dio su iste pojave koja je dovela do pop arta.



## 2.2. MASOVNI MEDIJI I UMJETNOST

«Medij je poruka» - ovo je bila Marshall McLuhanova dijagnoza psiholoških i socioloških posljedica masovnih medija. Šezdesetih je njegova teza postala sloganom. Walter Benjamin je analizirao učinke tehničke reprodukcije na naše razumijevanje umjetnosti i pokazao "masi" karakter naše moderne kulture. Generaciju kasnije, Marshall McLuhan preuzeo je ovu analizu i došao korak dalje. McLuhan istraživanje znakova vremena opisuje kao rođenje novog medijskog prostora. On je ustvrdio da su masovni mediji i industrije promijenili kulturu, umjetnosti i ponašanje društva, promjenom svijesti ljudi u njemu.

Masovno gomilanje informacija i pakiranja sve u skladu sa standardiziranim potrošačkim dizajnom je razvoj koji će se pokazati koban za čovječanstvo. Sredstva ovisnosti, proizvodi koji svojom vanjštinom upravljaju ljudskim bićima, koja mogu pomicati okolo kao figure na velikoj šahovskoj ploči društva. Mediji su mehanički proizvodi u industrijskoj suradnji između anonimnih studija i tvornice. «Medij je poruka» - kako se to reflektira u kulturi šezdesetih i slikovnom svijetu pop arta? Koncept "masovnih medija" se odnosi na one koji proizvode industriju zabave, potrošačku robu, informacije i svijesti. Medij nije samo transporti poruke, nije samo oblik i sredstvo komunikacije, on je i svoj predmet ili tema sam po sebi. Oni su ključni u svim komunikacijama u društvu, oni su motor kulture, bez njih ništa ne funkcionira. „Uspjeh” masovnih medija, povijesno i gospodarski, leže upravo u njihovom razvoju tehnologije i strategije za razdvajanje ljudi od sebe samih, od autohtone kulture i čineći ih ovisno o genijalnoj ambalaži, atraktivnim pružanju informacija. Povijesna misija masovnih medija je vrsta univerzalnog re-obrazovnog program, osmišljen kako bi ušli što dublje moguće u ljudske živote i da dobije najšire mogućnosti distribucije. Tim preprogramiranim oblicima komunikacije, kojim je ubrzo obuhvaćeno svako područje ljudskog života, promijenio je status umjetnosti. Umjetnost se počela okretati trivijalnim svakidašnjim aspektima robe široke potrošnje i industrije zabave. Komunikacija između proizvoda i potrošača postiže visoke brzine od koje je umjetnost distribuirana i producirana. Prihvatanje umjetnosti je usklađeno sa visokim brzinama percepcije funkcionalizma, preformiranim dizajnom. Pop art utjecao je na oglašavanje, dizajn svih vrsta od grafike do dizajna interijera i na raznolike industrije, stvoren od parazitske masovne komunikacijske industrije. Slika masovnih medija, od novina, radija i televizije, bila je sama tema pop arta, a pop umjetnici su tako razvili vlastite opsežne, suvremene ikonografije. Zanimljivo je ovdje napomenuti tradicionalni karakter većine medija masovne komunikacije, koji upotrebljavaju konvencionalna sredstva reprezentacije i zastarjele formule propagiraju u "nove". Djela



Petra Blakea koji koristi tradicionalne tehnike u kombinaciji sa suvremenim temama, osiguravaju otkrivanje slikovitost ove kontradikcije. On nam pokazuje suvremene, čak i moderne oblike proizvedene na tradiciji i konvergenciji. Zahtjeva da se modernost izražava u obliku dodavanja aplikacija; socijalna neminovnost, jer kako drukčije masovnim medijima zamijeniti popularnu potražnju za tradiciju npr. za narodnu umjetnost. Nove narodne umjetnosti dizajnirane su da budu popularne i bile su prilagođene "nacionalnom karakteru". To jedino može funkcionirati dovodeći proizvode da ga prodaju u skladu sa uobičajenim zahtjevima i vizualnih i estetskih navika. [4]

Proučavanje komercijalnih medija i njihovu eksploataciju popularnih idola također je dovelo da Andy Warhol i Roy Lichtenstein mijenjaju svoje tehnike. U svojim slikama Lichtenstein simulira stilizirani efekt i točku obrazaca mehaničkih grafika, a Warhol se zapravo okreće korištenju bezličnih tehnika mehaničke reprodukcije. Nedvosmislena stilizacija usana Marilyn Monroe ili Liz Taylor naći će svoje seksualne dvojnike u Elvis Presleyevoj energičnosti, u srčanoj agresivnoj pozi, kao heroj sa zapada s pištoljem nacrtanim u ruci. Crno srebrni tisak na platnu ostavlja beznačajan karakter, gotovo otrcane kvalitete. Warhol je jedan od onih čarobnjaka koji je ne želeći mijenjati svijet, učinio mnogo da se on promjeni. Služeći se umjetnošću kao svojevrsnim alkemijskim sredstvom, on je stvari svoje okoline pretvarao u zlato. Obična boca Coca-Cole, limena konzerva, nepoznata djevojka ili mladić, preoblikovani u Warholovom unutrašnjem laboratoriju mogli su postati zlato. Čitava tajna Warholove dubinske alkemijske laboratorije bila je u tome da približi socijalno biće čovjeka njegovom udaljenom nebeskom biću. Takvo približavanje Warhol je nazivao popom. Pop umjetnici pokazuju da su mediji postali prijeteća i nezaobilazna stvarnost koja je radikalno promijenila naše svijesti i naše percepcije, naš osjećaj za vrijednosti i naš odnos prema svijetu i sebi.

### 3. ROY LICHTENSTEIN

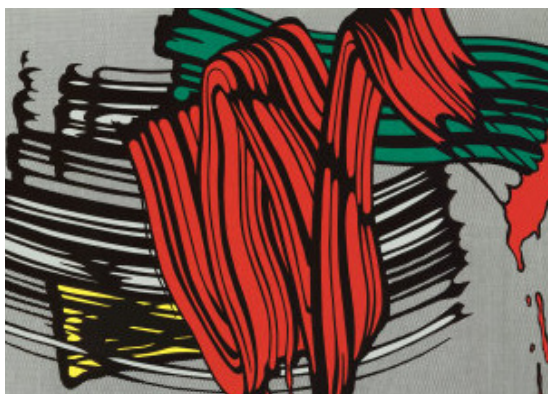
Zašto sam između svih navedenih umjetnika pop arta, za temeljitu analizu i presjek njegovog rada izabrala upravo Roya Lichtensteina? Čim sam se po prvi puta susrela sa njegovim radovima, koji su me isprva privukli banalnošću i jednostavnošću, smješnim porukama sa isječaka iz stripova, na kojima se raster rabi na sasvim jedan neuobičajen i neobičan način, shvatila sam da je drukčiji, poseban, te zaželjela o njemu saznati malo više. Nakon prilično detaljnog upoznavanja njegovog djela, shvatila sam da su moja prvobitna razmišljanja bila pomalo površna i da njegova djela mogu biti jednostavna i pitka ali i višeslojna, višeznačna i da sadržavaju vrlo snažne, često skrivene poruke, teške za shvatiti na prvi pogled.



Slika 16: *Girl with ball*, Roy Lichtenstein

Roy Lichtenstein, pionir Pop Art pokreta i umjetnik koji je postao planetarno slavan zahvaljujući svojim slikama nalik na goleme reprodukcije strip prizora, napustio nas je u ponedjeljak, 29. rujna 1997., u 73. godini života u University Medical Centeru, New York. Svoju strast ka pop umjetnosti otkrio je 1961., kada je, promatrajući oмотnicu žvakaćih guma sa strip prizorom, odlučio načiniti sudbonosan korak te spremio je papirić u džep da bi potom od njega načinio golemu interpretaciju na pozamašnom komadu platna! Legenda bješe tada rođena, a Roy Lichtenstein je vremenom postao najznačajniji i najupečatljiviji predstavnik pop arta. Naravno, njegovu umjetnost nisu odmah prihvatili i umjetnički kritičari. Kao što to obično i biva, bilo im je potrebno malo više vremena...[1]

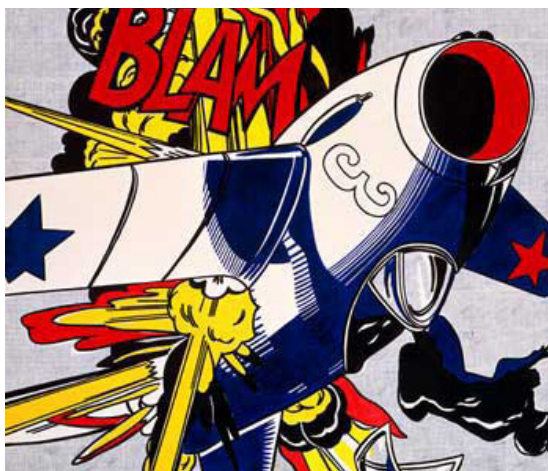
Lichtenstein je rekao: "Što je moje djelo bliže originalu, to je više prijeteći i kritički njegov sadržaj." Istovremeno, baš ta blizina "originala" i Lichtensteina izaziva napetost i dramatičnost u njegovim najboljim djelima. Iz nekog razloga, o problemu "transformacije" govori se mnogo češće u vezi sa Lichtensteinom nego sa Warholom, možda i stoga što Warholovo djelo tako definitivno odbacuje angažiranost da mora primiti kao svršen čin (fait accompli), dok je Lichtensteinovo još "umjetnost", pa utoliko više razdražuje. S obzirom na to da proizilaze u prvom redu iz malih slika - stripova i loše crtanih i jeftinih reklamnih slika - Lichtensteinova djela, kad se reproduciraju, gube puno više nego djela drugih umjetnika, ne samo zato što izgleda kao da je veličina jedino što je umjetnik izmijenio u odnosu na original već i zato što su apstraktna upotreba prostora i boje, kao i neposredni efekat, drastično smanjeni, a često i totalno nevidljivi na smanjenim crno-bijelim ilustracijama. Tako se mnogim ljudima njegovo djelo čini naročito odvratno na reprodukcijama, a možda bi kudikamo povoljnije reagirali pred samim platnima. Ali Lichtensteinova umjetnost je takođe teška za razumijevanje i zato jer su njegov humor i upotreba predstava neočekivano suptilni s obzirom na bučno sredstvo izražavanja; s vremena na vrijeme to je "humor trenutka", koji se zasniva na aluzijama na prijatelje ili neka druga platna. Primjer za to su četiri njegova identična portreta čovjeka koji se smije, a od kojih svaki nosi drugačiji naslov: Portret Ivana Karpa, Portret Allana Kaprowa, itd. Ili pak njegova Velika slika iz 1965., izrađena u velikim grubim potezima, kao parodija na akcijsko slikarstvo. [12]



*Slika 17: Big Painting, Roy Lichtenstein*

Pored ovoga tu su i poznata Lichtensteinova platna gdje je on na bezosjećajan način preveo čuvena remek-djela moderne umjetnosti, kao što su Cézanneov čovjek sa prekrštenim rukama. Picassova Žena s cvijetnim šeširom, nefigurativni Mondrian. Još veći ekstrem, i to tipični pop-art, predstavlja jedna dvostruko prenijeta slika - rađena prema jednom objavljenom dijagramu, koji je opet rađen prema jednom Cézanneovom platnu, gdje je Lichtenstein otišao dalje nego što je Duchamp otišao "ukrašavajući" Mona Lizu. Na jednoj

komičnoj slici iz 1961., neki časnik u odori "misli": "Trebam podnijeti izvještaj izvjesnom g. Bellamyju. Kakav li je to čovjek?" Jedno mračno lice pod šljemom bulji sa drugog platna i kaže: "Što? Zašto to pitate? Što vi znate o aparatu za umnožavanje moga lika?" Većina pop artista povremeno je ubacivala ovakve gegove i zabavne komentare u svoja djela, ali šala nikada nije kod njih glavna stvar, kao što nije ni kod Lichtensteina. Možemo se samo nadati da je većina njihove publike kadra uživati u ovim trenucima, a da ne bude potištena strašnom mogućnošću da ono smiješno možda i nije umjetnost. Mnogi su vjerovatno imali isto osjećanje kao i Leo Steinberg kada su se početkom 1962. prvi put našli pred platnima nalik na stripove. "Lichtensteinovom djelu", kaže Steinberg, "prisustvo motiva tako je intenzivno da nisam uspio osjetiti ništa od onoga što bi mogao biti slikarski kvalitet." Lichtensteina u stripovima uzbuđuje "duboko emocionalan sadržaj" ljubavi, mržnje, ili rata, "tretiran na jedan bezličan način", i on smatra da je njihova pikturalna struktura važnija od emocionalne. Onima koji se žale na nedostatak "transformacije" Lichtenstein je odgovorio da umjetnost ništa ne transformira, ona jednostavno formira. Umjetnici nikada ne rade sa modelom, već sa slikom. U jednom tiskanom stripu ili knjizi predstave imaju "svoje oblike, ali tu nije učinjen napor da se one intenzivno ujedine. Prema tome, namjera je različita: tu se teži opisivanju, a ja težim ujedinjavanju". Sinteza je u stvari ključ za njegovo djelo. On izostavlja detalje koji odvrćaju pažnju, linije, figure ili riječi koje narušavaju formu u njegovim izvorima, i predstavlja tu formu, preinačenu, u njenoj izvornoj jasnoći. Od jedne zbrkane i opširne priče on pravi jasan i precizan umjetnički oblik, u kome je poruka tako nametljiva da čovjek trenutno može osjetiti njen humor ili užas i da je isto tako brzo zaboravi. Za umjetnike koji se profesionalno bave stripom stilizacija je skraćena, a ne sredstvo za apstrakciju; tamo gdje oni interpretiraju prirodno stanje putem stenografije, da bi to prirodno stanje učinili lakše čitljivim, Lichtenstein uopćava, svodi i pojednostavljuje.



Slika 18: Blam, Roy Lichtenstein

Lichtensteinova su djela bila nadahnjivana komercijalnom umjetnošću te je, na neki način, komercijalna umjetnost zauzvrat prihvatila i njega. No zanimljivo je vidjeti što se događalo na drugoj strani pozornice, u polju „nekomercijalne“, „čiste umjetnosti“.

Lichtensteinova umjetnost? Nisu se svi kritičari složili s izjavom da je njegovo slikanje umjetnost. Brian O. Doherty je tako 1963. godine u *The New York Timesu* Lichtensteina proglasio “jednim od najgorih umjetnika u Americi”, koji je “energičan u proizvodnji smeća na temu smeća”. Ipak, kritike su vremenom postajale kudikamo blaže. Dok se glavna kritičarska imena isprva nisu zanimala za njegov rad, kolekcionari jesu, i to zbilja nevjerojatno. Lichtensteinova prva samostalna izložba Pop Art slika u Leo Castelli galeriji 1962. godine rasprodala se prije negoli se službeno otvorila.

Kako to da je Roy Lichtenstein postao toliko popularan? Todd Brewster je 1986. napisao za *Life* magazin da je Lichtenstein “uvijek bio najpromišljeniji pop umjetnik... i koji je imao najviše toga za reći. Te goleme strip kompozicije možda jesu uznemiravale kritiku, ali kolekcionari, umorni ukočenosti apstraktnog ekspresionizma, bili su spremni za nekakav, makar i stripovski spas. Zašto ne bi i strip bio dostojna umjetnost?”

I sam bi Roy katkada znatiželjnicima rastumačio svoje nedoumice i svoj životni izbor: “Kada sam i ja ponekad promatrao svoja ostvarenja, uistinu bih u sebi osjetio vrijeđanje vlastitoga osjećaja za dobar ukus. Ta su djela, bez ikakve sumnje, suprotna svemu onome što je itko ikada naučavao o umjetničkom stilu, srži i drugim pitanjima”, povjerio se Roy Lichtenstein u jednom intervjuu s kritičarem Johnom Gruenom. “Ali”, nadodao je, “jednom kad sam naslikao sve te slike, nisam više mogao poći drugim putem. I zbilja nisam razmišljao hoće li one nekoga zanimati - uopće nisam mario. Ta dimenzija mi zaista nije bila važna. Ono što je bilo važno jest stvarati.” U intervjuu *ARTnews-u* 1963. Lichtenstein je izjavio: “Teško je pronaći sliku koja bi bila toliko nedostojna da se objesi na zid - jer, svatko voli vješati zbilja svašta na svoje zidove... Jedina stvar koju je svatko prezirao bila je komercijalna umjetnost; no, čini se, mnogi niti nju nisu dovoljno mrzili”.

Njegova prva Pop Art slika imala je, kao i sve ostale, neobičan naslov: “*Look Mickey, I’ve Hooked a Big One*” (Pogledaj Mickey, uhvatih jednu veliku!!)



Slika 19: *Look Mickey, I've Hooked a Big One*, Roy Lichtenstein



Lichtensteinovim Pop Art kompozicijama dominirale su djevojke. 1963. naslikao je sliku "Drowning Girl" (Djevojka pred utapanjem) koja je mnogim Royevim štovateljima ostala u pamćenju zbog izrazitog teksta smještenog u klasični strip balončić: "Briga me! Radije ću potonuti, negoli zavikati Bradu da mi pomogne!". Također i rat: na slici "Whaam" u balončiću s tekстом piše: "Pritisnuo sam lansirno dugme..i ispred mene su rakete zablještile nebom ...". [1]



Slika 20: *Drowning Girl*, Roy Lichtenstein

Stvaranje stripovskog ugođaja na golemom platnu Bey Dayevim rasterskim točkicama (halftone) dočaravao je na sljedeći način: prislonio bi metalnu šablonu na platno, potom je premazao valjkom boje i trljao četkicom za zube. Reprodukције njegovih djela u katalozima i umjetničkim knjigama bi tako izgubile na čari izvornika jer bi izgledale kao pravi pravcati novinski strip - osnovni elementi njegovog slikanja, točkice, pri smanjivanju na knjiški format postajale bi sitne i ne bi se razlikovale od rastera iz običnog, nedjeljnog novinskog stripa. [12], [13]

Pop artisti su u svoja djela, odnosno u sve čega bi se uhvatili, uvijek unosili nekakav prepredeni, ali istančani smisao za humor. Često su interpretirali ostvarenja drugih slavni h umjetnika s velikom dozom duhovitosti i inteligencije. Toga se nije libio ni Roy Lichtenstein: njegove interpretacije Van Gogha, Picassa, Matissea i drugih slikara odišu originalnošću i dinamičnošću.



## 4. POP ART U DIZAJNU

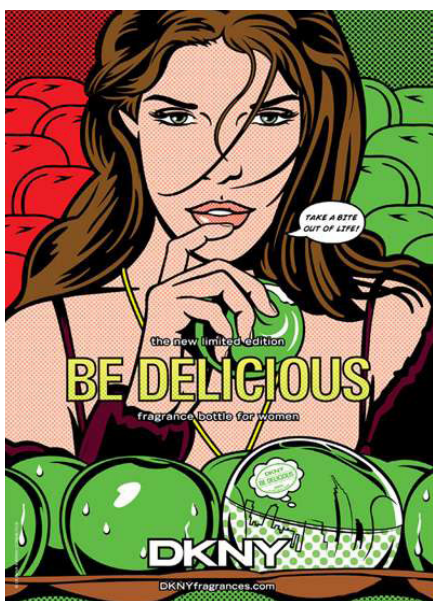
Moda i umjetnost su jako utjecale na produkte u dizajnu i nijedan umjetnički pravac nije imao takav snažan dojam na komercijalni dizajn kao pop art. Pop art umjetnici kao Andy Warhol, Jasper Johns, Roy Lichtenstein i Robert Indiana su okrenuli svijet umjetnosti naopako prikazujući svakodnevicu i reciklirajući je kroz ironiju, irelevantnu umjetnosti (npr. njihovo oslikavanje nove linije BMW automobila iz 1975.). Ironično, ali proizvođači počinju upotrebljavati pop art u produkt dizajnu toliko da je to postalo dio svakodnevnog života s recimo poštanskom markom "LOVE" koju je izradio Robert Indiana.

Osnovna misao pop arta je fluorescentnim bojama, koje moderni čovjek lako prepoznaje s reklama i komercijalnih centara, transformirati svakodnevicu u jedan novi spektakl. Najbolji primjer za to su gigantski plastični telefoni Claesa Oldenburga koji se proslavio i stvaranjem monumentalnih torti te sendviča koje je potom izlagao na trgovima gradova kao javne skulpture. No, ipak najvažnije je zapamtiti da se ovdje radi o šarolikom stilu u kojem prevladavaju neobični oblici, najčešće krug, trokut i pravokutnik. Od boja su najzastupljenije zelena, narančasta, tirkizna te boja slonovače i lososa. Pop art vraća se u velikom stilu u naše svjetove. Još u doba kad se prvi put pojavio krajem pedesetih i početkom šezdesetih godina, znalo se da će taj pokret izazvati veliku revoluciju. Uslijedila su brojna kulturna previranja. Mladi su masovno počeli odbacivati ideale koji su im bili usađivani prošlih desetljeća i počeli poticati aktualna društvena i politička previranja. [2] U misiji usklađivanja novih težnji pomogla im je pojava novih medija; televizije i radija. Stil je postao barometar društvenih previranja koja su se osjetila na svim životnim područjima - u glazbi, načinu odijevanja i razmišljanja, ali i u grafičkom dizajnu, dizajnu interijera i eksterijera. Zapravo, slobodno se može reći da je rijetko koji umjetnički pravac imao tako snažan utjecaj na komercijalni dizajn kao pop-art. Primjeri dizajniranih radova pod utjecajem pop art umjetnika:

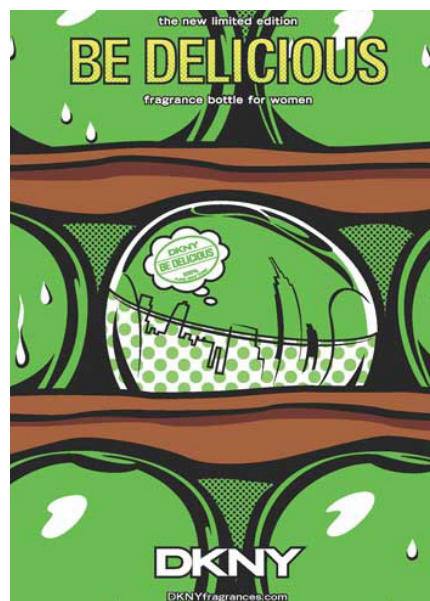


Slika 21: Hot Spot

Popularni parfem od DKNY ima novi ljetni dizajn



Slika 22: Be Delicious



Slika 23: Be Delicious 2

Jedan od umjetnika pop arta Mel Ramos, u svojim djelima uglavnom koristi žensko tijelo kao dodatak svakodnevnim predmetima koje koristi kao motiv, što je po nekim mišljenjima prikazivanje simbola ljepote, a po drugima seksističko napadanje ženskog spola.



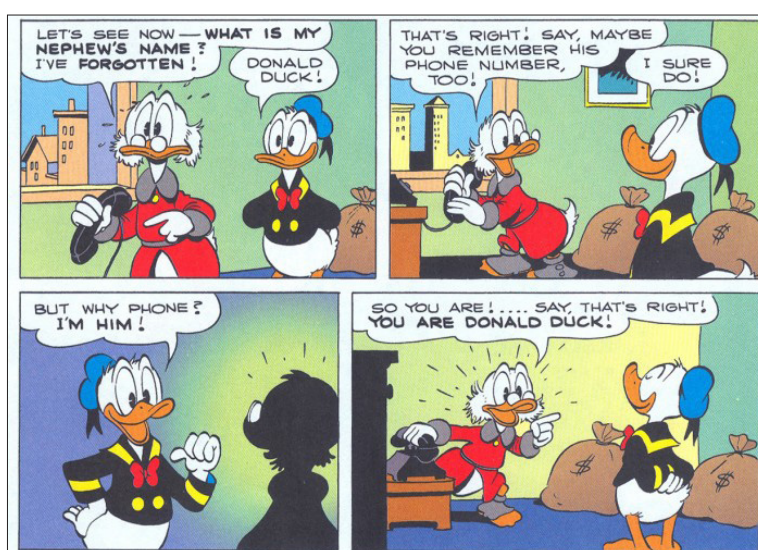
Slika 24: Coca-cola commercial

## 5. STRIP

Strip (engl. = traka), je vizualno sredstvo komuniciranja, nošen papirom na kojem su grafičkim tehnikama reproducirane linija, ploha i boja.

Prva važnija osobitost stripa je njegova vremenska dimenzija koja se ostvaruje nizanjem kadrova, što stvara sličnost između stripa i filma. Kadar je morfem stripovske forme, koji se montažnim postupkom povezuje u razgovjetnu cjelinu.

Druga osobitost stripa je (najčešće) istovremeno postojanje slike i teksta. Taj tekst je utilitaran, on mora biti jasno čitak i lako razumljiv. [9], [11]



Slika 25: Donald Duck, Carl Barks

Elementi stripa:

1. Tema označava ono o čemu se radi u stripu radi, i potrebno ju je osmisлити unaprijed. Tema može biti slobodna ili zadana, s time da i u zadanim temama ne treba zadavati završetak, kako bi autor ipak mogao imati prostora za vlastita kreativna rješenja.

2. Kadar je okvir u kojem se vizualizira neka radnja. Kadrovi se u pravilu (mada su moguća i druga rješenja) nižu s lijeva na desno, i odozgo na dolje kako bi njihovo čitanje bilo logično i jasno.

Nadalje, kadar je određen sa

- planom koji određuje blizinu objekata prema zamišljenoj kameri, ili oku crtača ili promatrača; razlikujemo krupni plan (glava čovjeka ispunjava cijeli izrez kadra, ostatak tijela se ne vidi (slično vrijedi i za predmete), bliski plan (poprsje čovjeka), srednji plan (cijeli

lik čovjeka), total (ambijent veći od čovjeka: kuća, trg, planina i sl.), detalj (neki dio, npr. oko čovjeka).

- rakursom koji određuje kut pod kojim zamišljena kamera ili oko crtača ili promatrača gleda u prizor, pa razlikujemo gornji rakurs, donji rakurs i visinu očiju ili razinu promatrača. Kadar, plan i rakurs su filmski termini.

3. Odnos slike i teksta može biti rješen na različite načine: često je tekst u "oblačiću", ali može biti i bez njega, ili na dnu kadra, ili čak izvan kadra. Glasnost zvukova ili govora može se označiti interpunkcijom (uskličnicima npr.), ali i veličinom slova, debljinom slova ili oblikom oblačića.

4. Linija, ploha i boja su gradivni element vizualizacije u stripu, i analiziramo ih poput drugih crteža i slika. Elementi su organizirani u kompozicije.

Vremenski faktor stripa vezuje ga uz film i sličnošću sa knjigom snimanja. U današnje vrijeme u kojem prosječnom konzumentu sve više opada koncentracija, pa mu čitanje teksta počinje dosadivati, u Japanu su se pojavili stripovi, tzv. mange, kojima se veoma povećao broj stranica (oko 300 u prosjeku) a smanjila količina teksta, pa se takav strip više ne čita, nego lista, stvarajući sličan efekt u mozgu poput crtanih filmova.

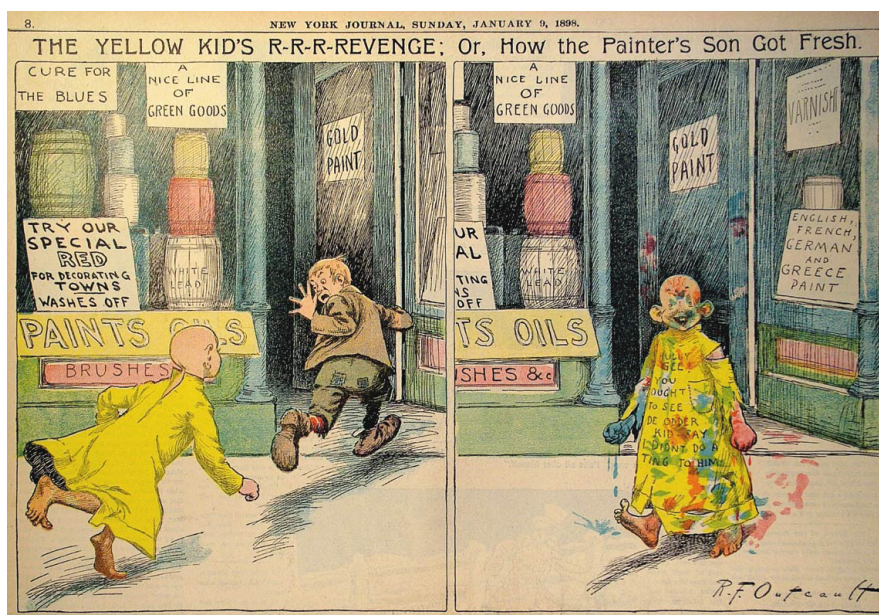


## 5.1. POVIJEST STRIPA

Ideju stripa kao sukcesivnog čitanja slika možemo prepoznati u egipatskom slikarstvu, ili na Trajanovom stupu u Rimu. Ipak, na pojavu stripa najviše je utjecao Guttenbergov izum tiskarskog stroja. U 18. st. engleski slikar William Hogarth stvorio je nekoliko slikarski narativnih sekvenci - nekoliko slika povezanih protagonistima i radnjom.

Tokom 19. st. rade se ilustrirani romani u nastavcima. Zbog pojave višebojne rotacije u novinskim nedjeljnim dodacima američkih listova (Sunday Comic Sections) objavljuju se komične anegdote okružene karikaturnim crtežom. Napokon, crtač Richard Felton Outcalt je u časopisima New York World i New York Journal počeo objavljivati anegdote i djeci iz irskog kvarta na Manhattnu; glavni lik je bio jednozubi ćelavi dječak u noćnoj košulji. Povjesničari se uglavnom slažu da epizoda "Veliki pseći cirkus u McGooganovoj aveniji" (The Great Dog Show in McGoogan Avenue) objavljena 16. 2. 1896. označava početak modernog stripa. [8]

Odjeća dječaka bila je uglavnom zelena i crvena. Dotada je tehnika tiska već bila usavršena, ali su postojali problemi sa sušenjem žute boje. U Pulitzerovoj tiskari odlučili su isprobati novu tehniku na osnovi sušila za boju na spavačici tog dječaka, pa je 5. 1. 1896. nastao Žuti dječak. Oba su časopisa, Hearst i Pulitzer, World i Journal započeli borbu oko prava na objavljivanje "Žutog dječaka" - tako je do danas ostao naziv za beskrupuloznost i senzacionalizam u novinama poznat kao žuta štampa.



Slika 26: The yellow kid, Richard F. Outcalt

Antologiju stripa činili su potom Harold Foster svojim "Princem Valliantom" i Hugo Pratt svojim "Corto Maltese-om". Danas su najjače strip kuće američki "DC Comics", i crtači (slikari?) kao Simon Bisley, Ashley Wood, Frank Miller, Bill Sienkiewicz i braća Hernandez.



Slika 27: Princ Villiam, Harold Foster



## 5.2. HRVATSKI STRIP

Otac hrvatskog stripa jest Andrija Maurović. 12. ožujka 1935. godine zagrebački dnevnik *Novosti* objavljuje prvi nastavak nečega što su svojim čitateljima predstavili kao “roman u slikama” – prvi hrvatski strip *Vjerenica mača*.



Slika 28: *Vjerenica mača*, Andrija Maurović

1950. godine javlja se grupa autora okupljena oko zagrebačkog humorističkog lista *Kerempuh*. Dok su Norbert i Walter Neugebauer bili već poznati publici, nova su imena-Borivoj Dovniković, Vladimir Delač, Ismet Voljevica i Oto Reisinger – uz Ivicu Bednjaneća i Julesa Radilovića zapravo okosnica “druge generacije” autora stripa u Hrvatskoj.

1. listopada 1954. godine pojavio se *Plavi vjesnik*, za strip vjerojatno najznačajnije izdanje u hrvatskoj povijesti. Početkom 60-ih popularni *Plavac* ušao je u svoje najkvalitetnije razdoblje i do kraja 1966. grupa autora stripa objavit će oko 130 cjelovitih strip-pripovijetki.

Početkom 1974. godine pojavio se *Pegaz* – revija za povijest i teoriju stripa i ostalih vizualnih medija koji se izražavaju grafičkim putem. Godinu dana kasnije u istom se časopisu prvi put pojavljuje strip *Luna* Krešimira Zimonića.

U listopadu 1976. lansiran je *Polet*, čiji je prvi glavni urednik bio Pero Kvesić, a urednik stripa Mirko Ilić.

1977. pokrenuta je grupa *Novi kvadrat* koja okuplja “treću generaciju” autora stripa. Uz već spomenutog Mirka Ilića članovi grupe su bili i Krešimir Zimonić, Igor Kordej, Radovan Devlić, Ninoslav Kunc, Joško Marušić, Krešimir Skorzet, Nikola Konstadinović, Ivica Puljak, Emir Mešić. Pred kraj 1979. godine se razilaze, a u naslijeđe su nam ostavili sada

već klasike poput stripova Deja Vu Kordeja i Ilića, zatim Košmari jednog građanina koji nije platio porez Ninoslava Kunca te Anno domini 1527 Radovana Devlića.

1982. na stranicama vinkovačkog Omladinskog lista Dubravko Mataković objavljuje svoj prvi strip Crvenkapicu. Čovjek s apsolutno najboljim smislom za crni humor ikad viđenim na stranicama nekog stripa u sljedećih desetak godina objavljuje isto toliko albuma, puneći redovno stranice prvo Studentskog lista, zatim godinama Nedjeljne Dalmacije, da bi danas radio stripove samo po portalima, dok po novinama uglavnom objavljuje ilustracije. Antologijske likove koje je stvorio teško je nabrojati, a nedavno je dobio priznanje za svoj rad u vidu kazališne predstave postavljene prema motivima iz njegovih strip albuma.



Slika 29: Desmozgenes, Dubravko Mataković

Danijel Žeželj, koji prema nekim podjelama pripada Matakovićevoj generaciji, stvorit će jednako prepoznatljiv opus, ali i zaraditi međunarodno priznanje.

S Domovinskim ratom započinje nepovoljno razdoblje za strip. Nešto je objavljivala Slobodna Dalmacija, ali opet su to sve bili strani autori, domaći su ili dospjeli u zavjetrinu, ili su jednostavno potražili svoj kruh negdje na inozemnim tržištima. Trbuhom za kruhom (uglavnom u SAD) odlaze Darko Macan, Edvin Biuković, Goran Sudžuka i Esad Ribić pa američki superjunaci tijekom nekoliko godina izgovaraju ono što bi im Macan stavio u usta, izgledajući pritom onako kako bi ih ovi ostali nacrtali.

Najtalentiraniji i najvrjedniji od spomenutih, Edvin Biuković, umire u Zagrebu 5. prosinca 1999. nakon kratke i teške bolesti. U svojoj je kratkoj karijeri nagrađivan u nekoliko navrata: 1992. kao najbolji mladi autor na vinkovačkom Salonu stripa, a 1995. je u SAD-u

dobio nagradu Russ Manning kao "crtič koji najviše obećava".

Zadnjih desetak godina obilježilo je Novo hrvatsko podzemlje, fanzin/magazin Endem, redovno održavanje izdavačkog sajma Crtani romani šou, mladi Festival stripa u Makarskoj te, pogotovo u zadnje vrijeme, brutalna komercijalizacija tržišta, prevođenje kvalitetnih inozemnih izdanja te objavljivanje istih u pretežno tvrdim ukoričenjima, sve u nadi kako će se stvoriti kolekcionarsko tržište. Danas je potrebno spomenuti časopis "Q" kojeg vodi neumorni Darko Macan. [7]

## 6. PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA

### 6.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Prvi dio istraživanja proveden je usmenim anketiranjem o poznavanju pop art kulture i stripa. Anketom su obuhvaćene osobe u dobi od 15-35 godina, koje su svojim profesionalnim usmjerenjem ili jednostavno zanimanjem, direktno ili indirektno vezane uz strip. Ispitanici su bile osobe raznih područja djelatnosti dok je jedna posebna skupina iz područja dizajna, kako bi se komparativnom analizom prema dobivenim rezultatima, utvrdilo koliko profesija dizajnera utječe na poznavanje stripa uopće te da li ispitanici kojima je strip hobi, znaju nešto više o stripu kao mediju. Nakon toga je provedeno vizualno ocjenjivanje uzoraka različito ilustriranih stripova, a u cilju utvrđivanja koji je stil stripa najomiljeniji ispitanicima. Provedeno je putem društvenih mreža facebooka i twittera. Dobiveni podaci biti će statistički obrađeni, a na temelju istih moći će se kvalitetno izraditi prijedlog zamišljenog stripa. Autorski rad stripa biti će koncipiran tako da se u obzir uzmu rezultati istraživanja, naravno uz prepoznatljiv stil pop arta.

## 6.2. CILJ I HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja je utvrditi što bi se ispitanicima moglo novo ponuditi u svijetu stripa, a da bi ih ponovno ponukalo da počnu redovito čitati stripove, odnosno, kako u strip implementirati nove tehnologije, a da se opet ne izgubi važna veza sa pop artom. Na temelju dobivenih rezultata, izrađeno je vizualno rješenje stripa u stilu pop arta, primarno u cilju približavanja pop arta mlađim generacijama ali i podsjećanje starije generacije-suvremenika pop arta, na taj neobičan stil izražavanja, „upakiran“ na suvremen način.

Hipoteze istraživanja su sljedeće:

- novi način ilustriranja stripa mogao bi privući pažnju populacije koja do sada možda i nije bila zainteresirana za stripove;
- obožavateljima „klasičnih“ stripova ponuditi će se osvježenje u načinu prenošenja izražavanja, zadržavajući u isto vrijeme klasične odlike stripa, sa blagim zahvatima u smjeru pop arta, ali ne toliko radikalnim, da se ne bi postigao suprotan efekt;
- unešene promjene u samu radnju stripa, koje bi se uz vizuelni dio također približile pop artu, mogle bi privući nove poklonike stripa, kojima je uz klasičnu poruku stripa važan i umjetnički „štih“;
- na kraju ali ne i najmanje važno, distribucijom stripa putem društvenih mreža kao što su Twitter ili Facebook, te suvremenim temama, strip bi se mogao približiti novoj tehnološkoj generaciji, koja nema naviku kupovine i čitanja stripova na uobičajen način, već sve svoje potrebe za čitanjem ostvaruje putem društvenih mreža.

## 6.3. ANKETA I REZULTATI

Prije početka izrade stripa provedena je kratka usmena anketa sastavljena od 10 pitanja. Ispitanicu su birani nasumično a to su mladi ljudi u rasponu od 20-30 godina, različitih interesa. Istraživanje je bilo napravljeno u 3 dana na Grafičkom fakultetu u Zagrebu i u njegovoj neposrednoj blizini, a Ispitano je 20 ljudi. Od njih 12 ih je bilo ženskog, a 8 muškog spola. Osim glavnih pitanja iz ankete, postavljena su i neka potpitanja te su ispitanicima pokazane i neke pop art slike. Najvažnije kod ovog ispitivanja bilo je vidjeti u kojem smjeru krenuti, što će ljude privući. Rezultat je olakšao smišljanje tematike stripa. Na kraju su rezultati statistički obrađeni i prikazani u postocima.

Postavljena su ova pitanja i dobiveni odgovori grafički obrađeni i prikazani ispod svakog pitanja:

1. Čitate li stripove? da/ne



2. Kakve teme stripova volite? a) ljubavne, b) akcijske, c) sf, e) ostalo



3. Koliko vam je važan stil ilustriranja stripa? a) Nije mi važno, b) Svejedno mi je, c) vazno mi je, d) jako mi je vazno



4. Što bi vas moglo privući čitanju stripova: a) nove, moderne teme, b) različit stil likovnog izražavanja, c) ostalo?



5. Preferirate li kraće ili duže čitanje i zašto?



- |                                       |                                 |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| ■ zbog nedostatka vremena             | ■ više se može uživjeti u temu  |
| ■ mogućnost čitanja u kratkim pauzama | ■ tema može biti kompleksnija   |
| ■ lakšeg razumijevanja                | ■ jednostavno volim više čitati |



6. Znete li što je pop art? (definicija, najpoznatiji umjetnici) da/ne

DA 73%

NE 27%

7. Jeste li ikada bili u doticaju s nekim pop art vizualom? (pokazane su neke najpoznatije ilustracije kako bi znali o kakvom vizualu se točno radi) da/ne

DA 100%

8. Sviđa li vam se takva vrsta izražavanja? da/ne

DA 100%

9. Moderna tema u stilu pop arta? da/ne/mozda

DA 95%

NE 0%

MOŽDA 5%

10. Zašto?

- privuklo bi mlađu generaciju
- obnovilo bi zanimanje za strip
- privuklo bi druge skupine ljudi koji do sada nisu čitali stripove
- približio bi strip više umjetnosti

Nakon provedene ankete dobiveni rezultati su statistički obrađeni. Rezultati su prikazali da samo trećina ispitanika čita ili ponekad čita stripove a kad dobiveni rezultat stavimo u kontekst mjesta gdje je ono obavljeno, te osobe koje su intervjuirane, možemo zaključiti da stripove ne čita više od 15-20% građana. Nadalje, vidljivo je da je ispitanicima vrlo važan stil izražavanja te moderne teme. Isto tako važno je napomenuti da većina ispitanika preferira čitanje kraćih stripova uglavnom zbog nedostatka vremena. Zanimljivo je da je vrlo mnogo ispitanika upoznato s pop artom, da velika većina zna što je pop art i da se susretala s radovima temeljenim na pop artu kao i to da su prepoznali tu umjetnost. Rezultati bi vjerovatno bili drukčiji da se radila šira anketa, s obzirom da je većina anketiranih shodno tome gdje je ispitivanje obaljeno bila u doticaju s nekim vrstama pop arta. Mora se napomenuti da nekoliko isitanika nije dalo odgovor što je pop art sve dok im nisu pokazani neki radovi da bi tada ipak prepoznali o čemu se radi. Dobiveni rezultati su uzeti u obzir kod kasnijeg stvaranja stripa.

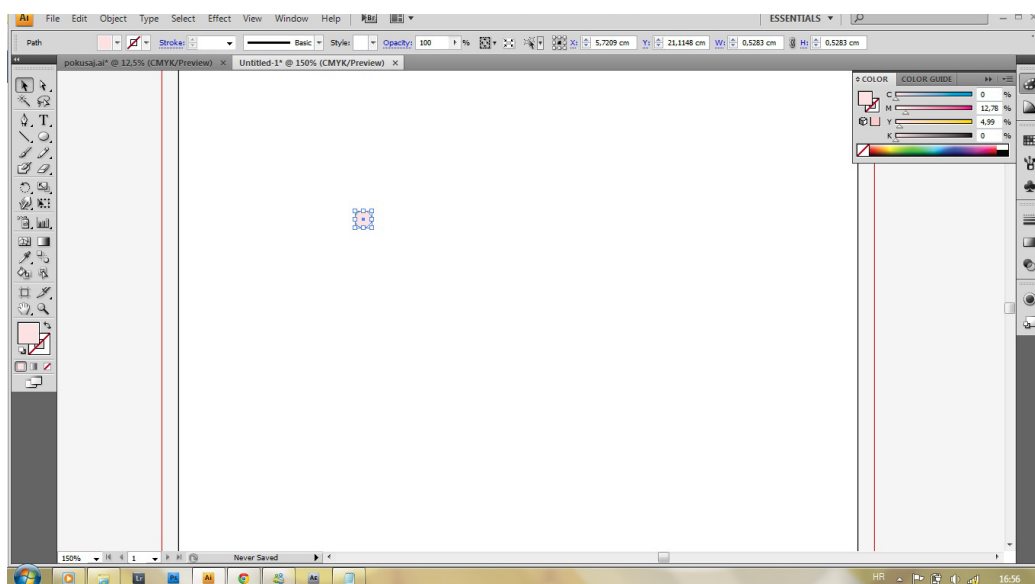
## 7. PRAKTIČNI DIO

### 7.1. IZRADA STRIPA IZ FOTOGRAFIJE

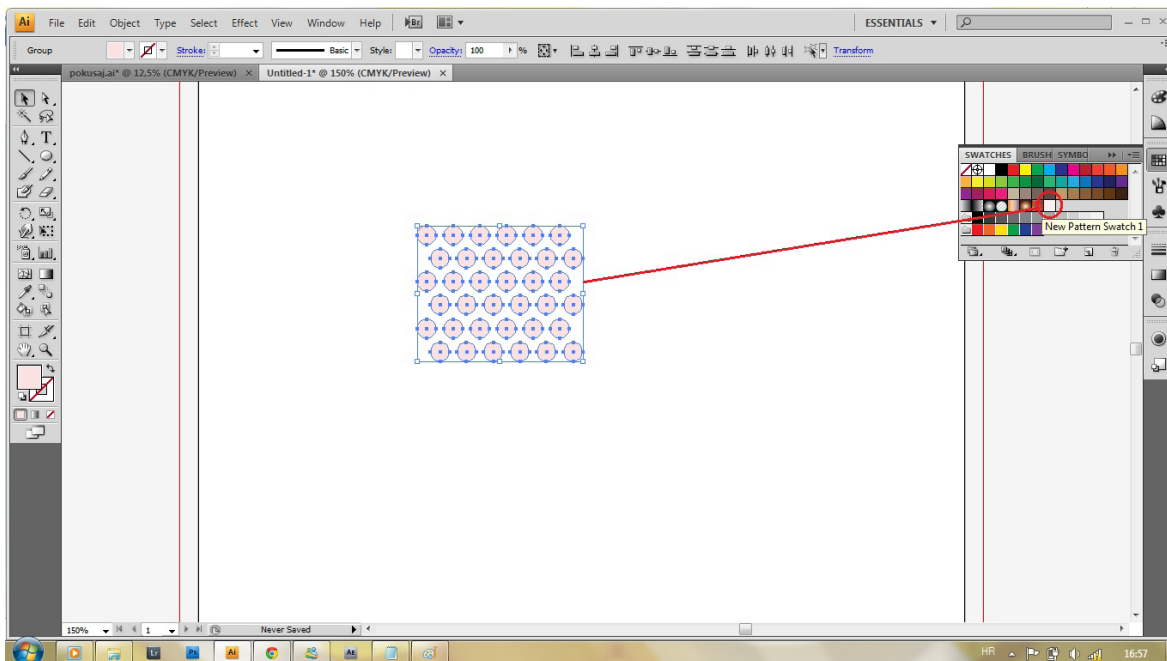
Cilj diplomskog rada bio je napraviti moderan strip po uzoru na Pop art ikonu Roya Linchesteina. Uzevši u obzir njegove raster prikaze životnih situacija, prilagođena je tema današnjice u taj stil. Cilj je bio približiti strip novim generacijama koje ne čitaju stripove te ih zainteresirati da ih počnu čitati i na taj način nauče nešto više i o samom pop artu.

Prvo je prikazano kako od fotografije napraviti ilustraciju za strip. Fotografija je upotrijebljena kako bi se bolje moglo oponašati fizionomiju čovjekova lica, izraz, držanje i sl.. Program u kojem je rađen strip je Illustrator jer se radi o programu koji ne nudi gotove brusheve i druge alate (kao Photoshop), čime se bitno povećava utjecaj autora na djelo, te prikazati kako od samih početaka i od praznog papira možemo dobiti vjernu reprodukciju stripa u stilu pop arta. Baza stripa je rasterska ilustracija, korištene su boje koje je koristio i Roy Linchestein s time da su u strip unešene i neke manje izmjene kako bi ga prilagodili današnjem tržištu, a i iz razloga što se nije htijelo u cijelosti kopirati Linchesteinov stil. Tematika je ljubavna, bliska njegovim tematikama, no izražena na moderniji, danas prihvatljiviji način. Sada je prikazano kako u 12 koraka doći do željene ilustracije:

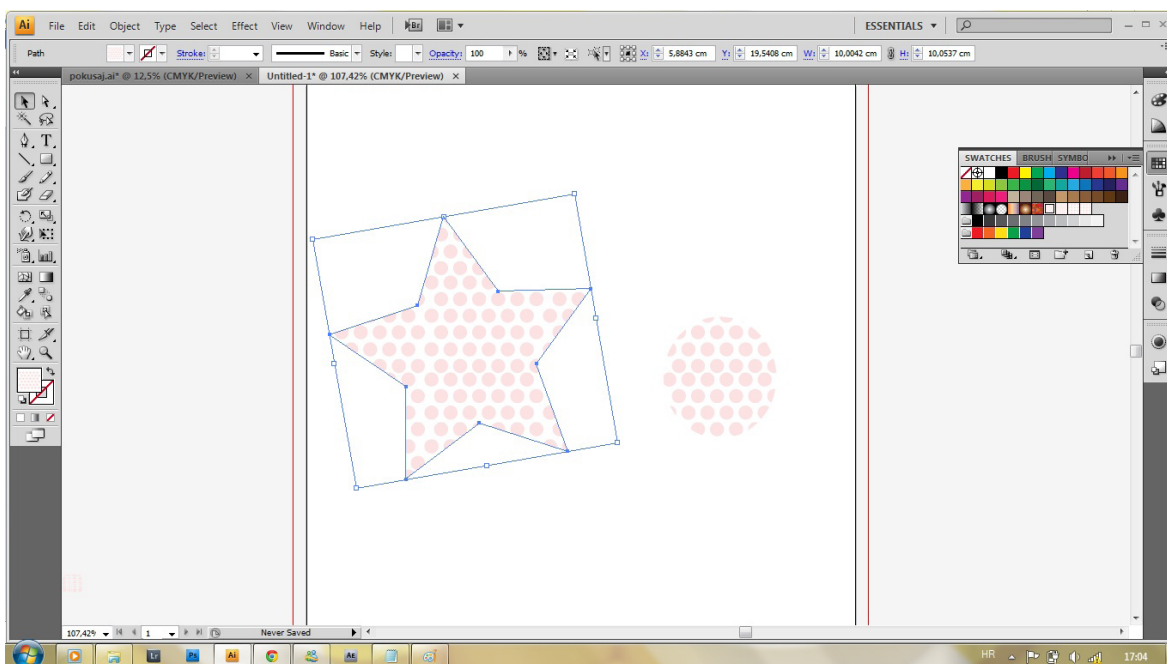
1. Prvo je nacrtana kružnica koju je u drugom koraku pretvorena u brush kako bi se kasnijom obradom dobio efekt rastera. Odmah je odlučeno da će boja kružnice biti svijetlo roza.



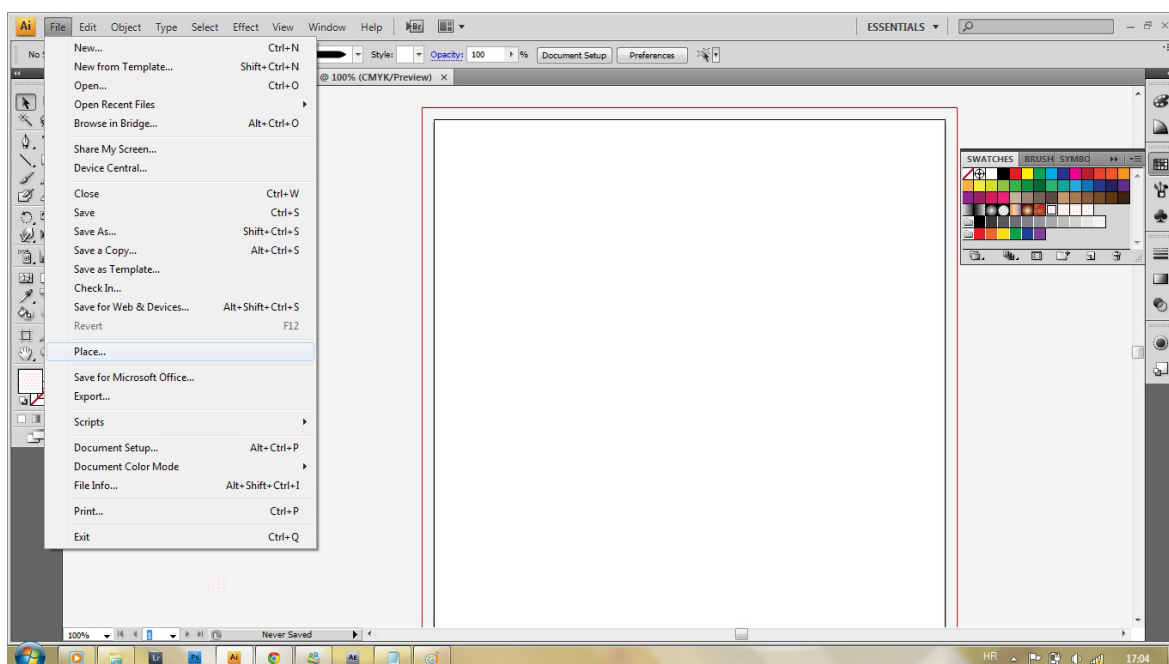
2. Dupliciranjem, kružnice posložimo u neki pattern, možemo ih slagati poravnate jednu ispod druge ili cik cak kao što je dolje prikazano. Nakon slaganja pattern označimo i odvučemo ga u swatches kao što je prikazano na slici. Na taj način smo dobili brush.



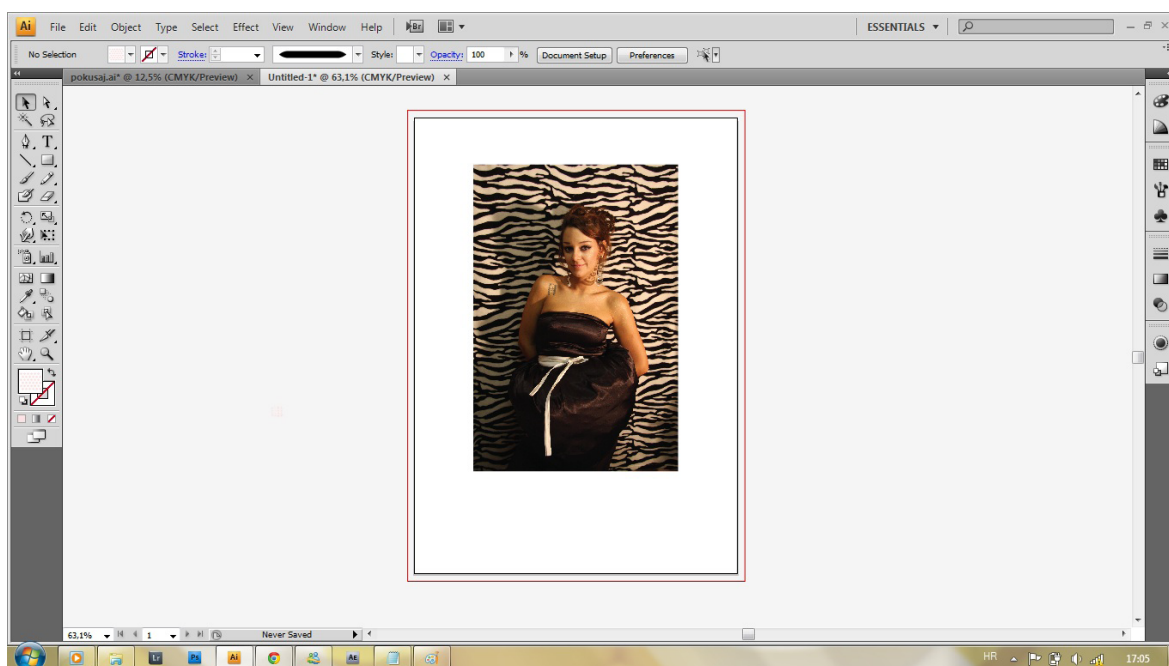
3. Sada taj brush možemo koristiti na bilo kakvom obliku kao ispunu, primjer prikazan ispod.



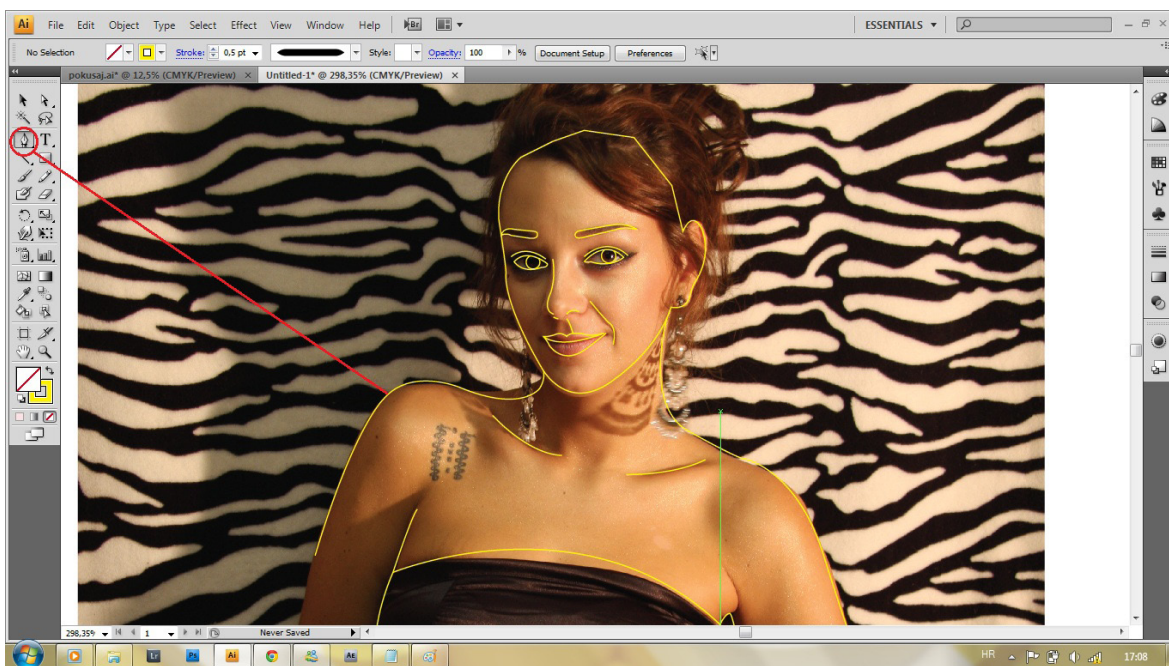
4. Nakon što smo izradili brush koji ćemo koristiti na ilustraciji, otvaramo fotografiju s kojom ćemo raditi. To učinimo s komandom File-Place.



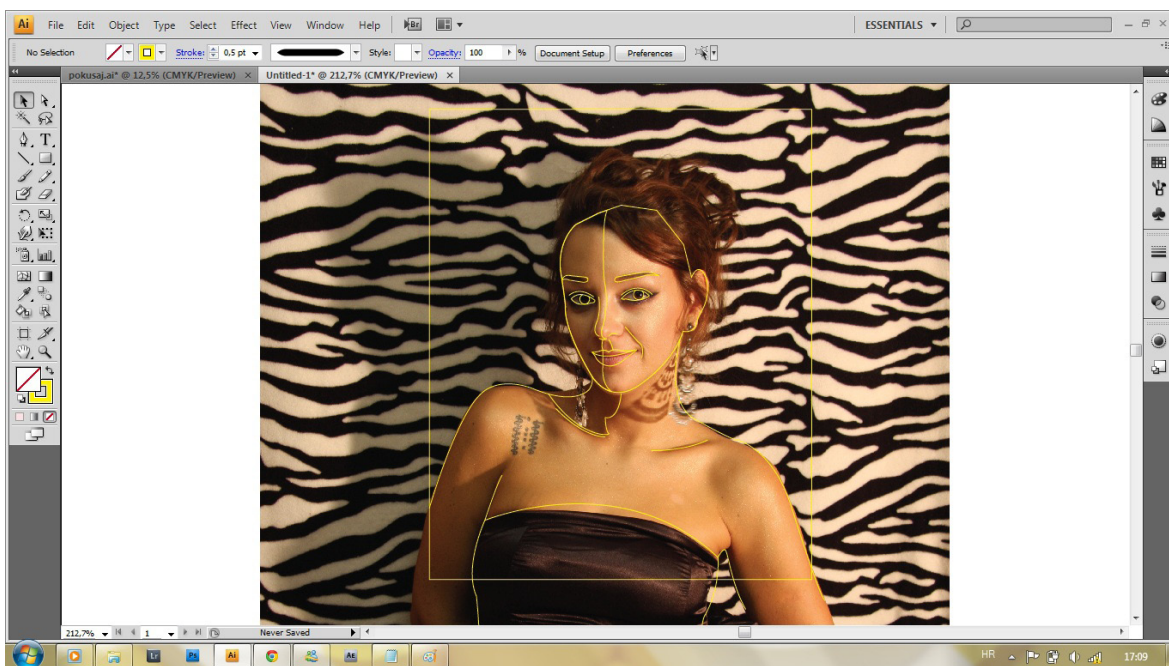
5. Fotografiju pozicioniramo na stranicu.



6. Počinjemo crtati outline uz pomoć pen toola, odredimo debljinu i boju linije da ju što bolje vidimo u procesu iscrtavanja, linijama istaknemo što želimo da nam bude istaknuto na ilustraciji, nabore, oblike...

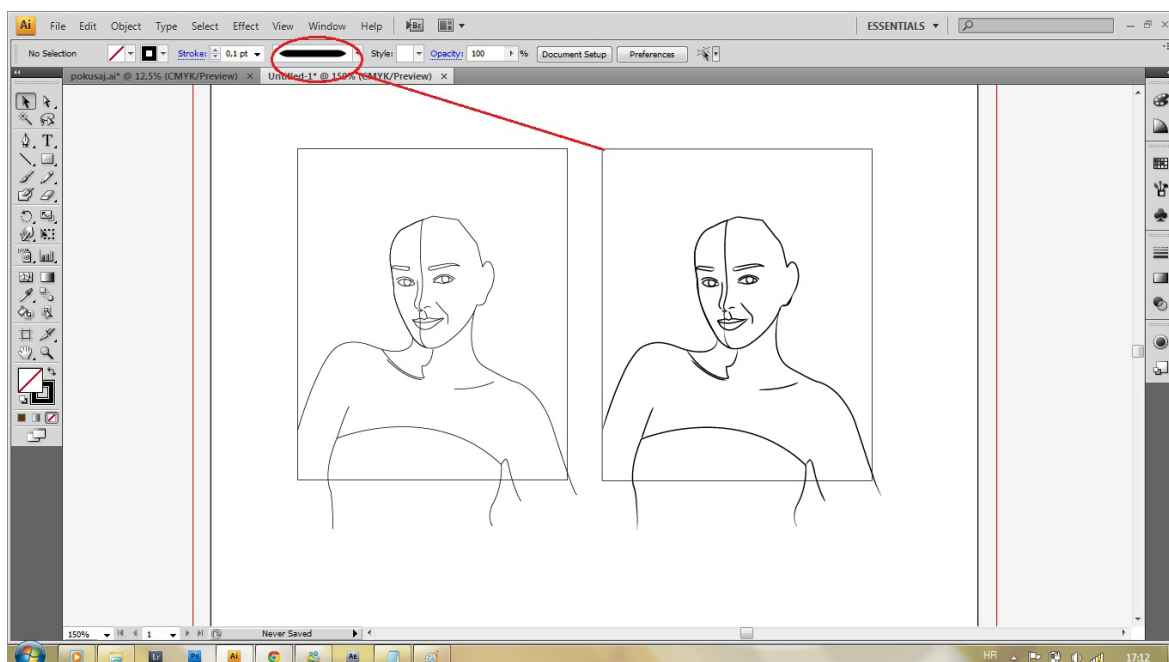


7. Posebnom linijom prikažemo kako ćemo postaviti sjenu na licu te si odredimo okvir kako bi znali do kuda napraviti outline. Outline koristimo samo na onom dijelu fotografije koji će mo kasnije koristiti.

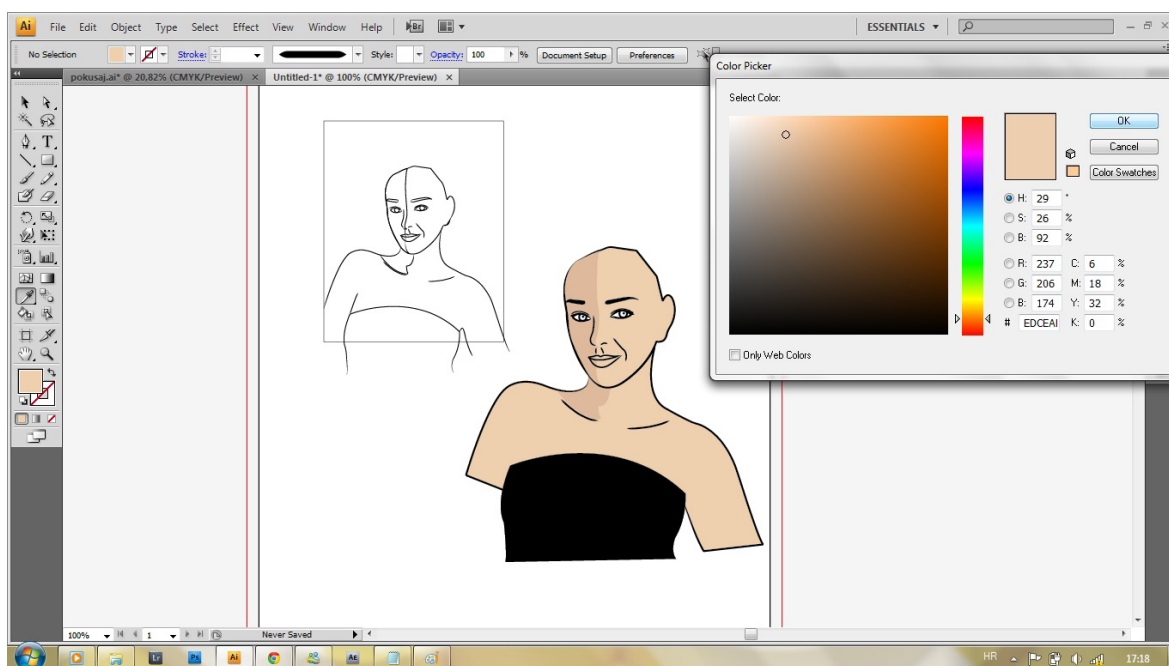




8. Maknemo fotografiju ukoliko smo zadovoljni dodanim linijama i promijenimo izgled same linije tako da izgleda kao potez kista.

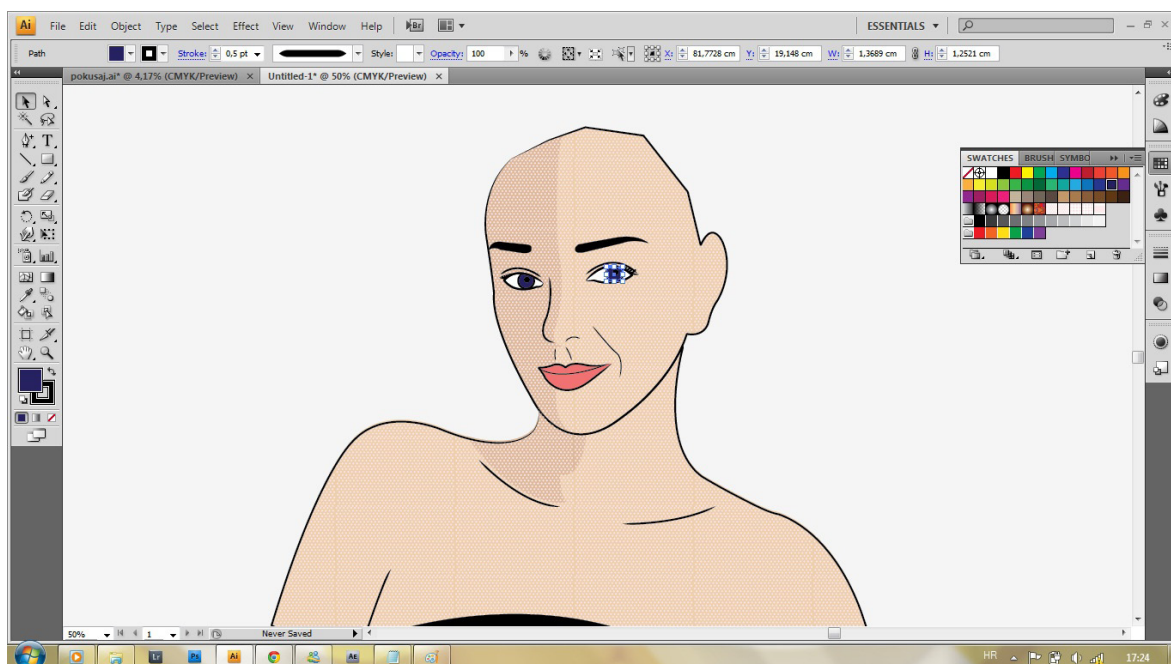


9. U color pickeru dodamo boju kože i sjena na licu, te odjeće.

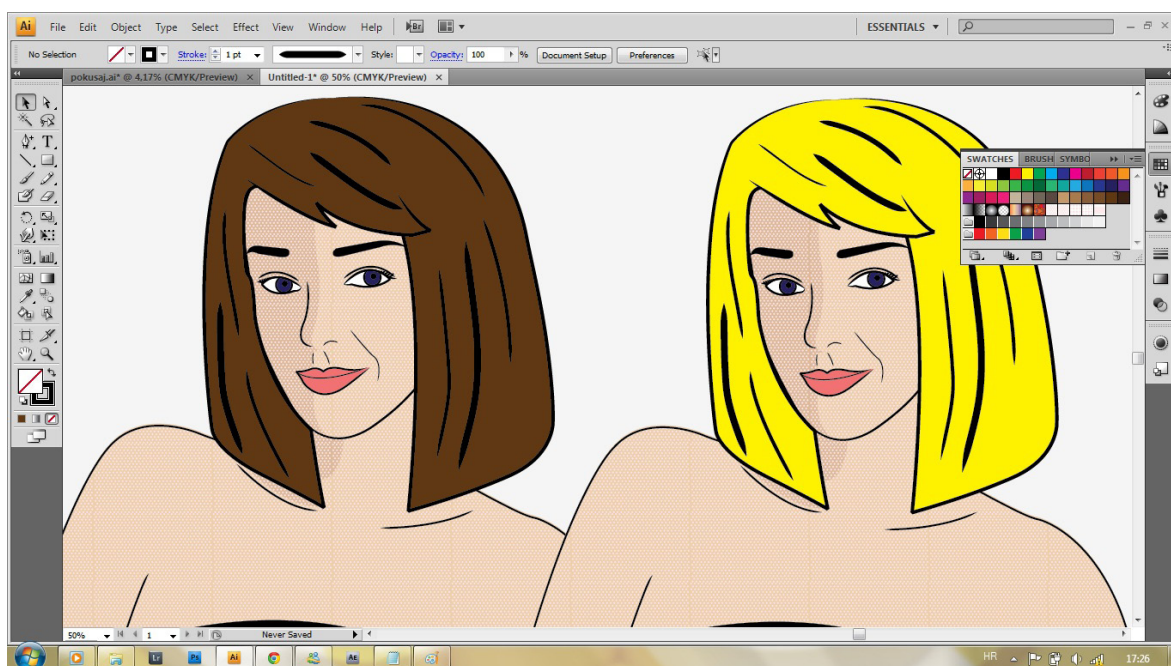




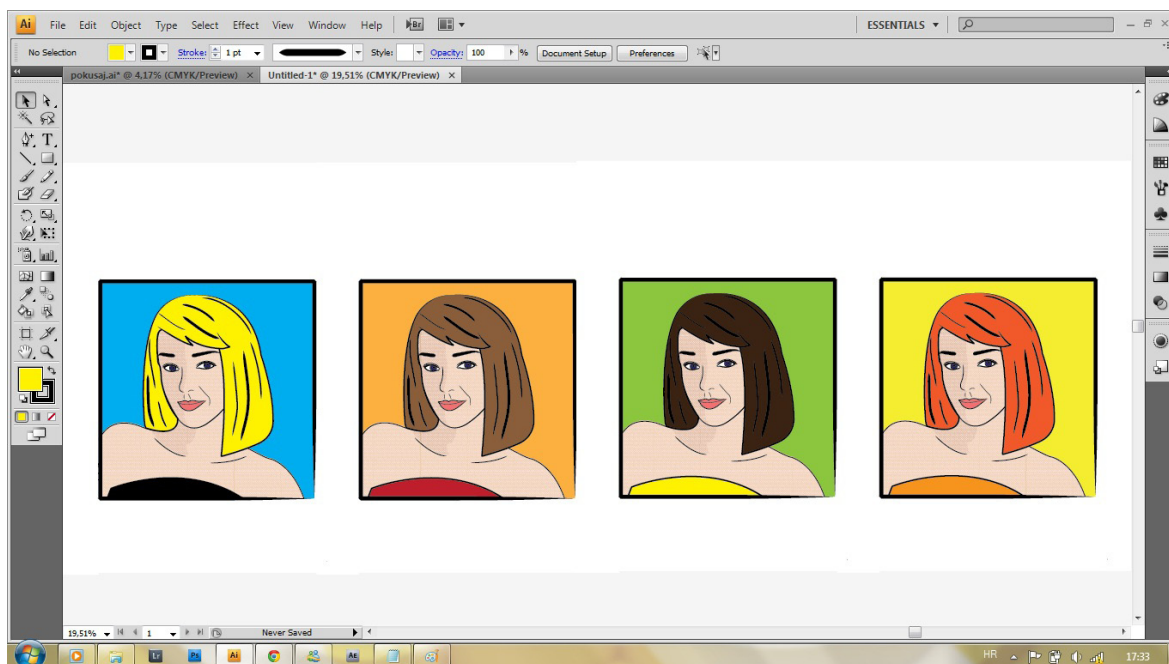
10. Dodamo boju šarenicama, usnama i ostalim detaljima, te primjenimo brush iz prve točke preko cijelog lica i dijelova tijela koji se vide.



11. Iskreamo kosu po želji te se možemo igrati bojama.



12. Dotjeramo kosu i još neke potrebne linije te pritom možemo kombinirati boje pozadina sa bojama kose, odjeće i dr.



Tako dobijemo ilustraciju za strip. Nakon toga dodajemo tekstove, oblačiće za tekst i ostale detalje.

## 7.2. ODREĐIVANJE TEME STRIPA

Nakon provedene ankete, lakše se krenulo u osmišljavanje tematike stripa. Rezultati ankete dali su jasniji dojam o onome što se treba raditi, daljnji rad je usmjeren ka izboru teme te se krenulo u izradu stripa.

Stvaranje vlastitog svijeta:

- Prvi korak je da se na papiru u grubo opiše tema stripa, osmisle likovi, kako žive, čime se bave, naprave opisi likova i njihovih načina života i otprilike odredi tjeck stripa. Inspiracija Royem Linchesteinom i proučavanje njegovih stripova pomoglo je za odabir teme. Treba li napraviti nešto potpuno drugačije, ili da se ipak držati Linchesteinovih tematika. Tema je zamišljena da bude moderan prikaz muško-ženskih odnosa. Na prvu pomisao, kada je zadana moderna tema, odmah su se istaknule društvene mreže poput facebooka ili twitera s kojima se služi gotovo sva današnja mladež pa se lako mogu prepoznati u tom radu. Puno ljudi danas na taj način komunicira i upoznaje druge. Odluka je bila donesena, prikazat će se muško ženski odnosi, provući kroz jednu od društvenih stranica te izraditi strip u pop art stilu. Tako će biti spojene sve želje autora od početka pisanja ovoga rada.
- Zatim je bilo najvažnije razraditi cijelu priču, od prvog do zadnjeg prozora, osmisliti tekstove kako bi se u daljnjem radu bolje pozicionirali likovi. Tekst mora biti kratak i jasan.
- Treći korak zahtjeva određivanje dizajna za strip, način na koji će biti ilustriran, stil koji će se koristiti. U ovom slučaju to je pop art. U ovom koraku pokušat će se vizualizirati pokret i prizori na prozorčićima.

### 7.3. NASTANAK STRIPA

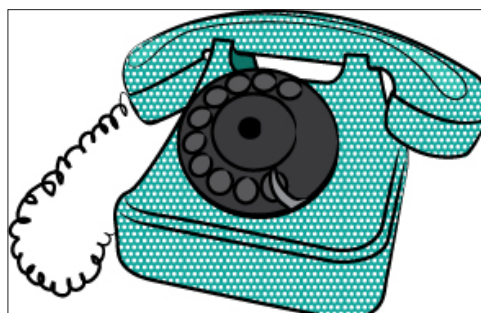
Kao što je već rečeno, strip je niz pričom povezanih prizora. Dolazi od američkog naziva Comic Strip što doslovno znači komična traka. Njegovo postojanje povezano je s pojavom masovnih medija. Iako u početku egzistira kao dodatna zabava za čitatelje novina ubrzo postaje neovisni medij ili kako se voli reći “deveta umjetnost”.

Izrada priče:

- Određen je broj prozorčića, u ovom slučaju strip će se odvijati u osam prozora. Zatim, koristeći samo olovku i papir, napravljena je gruba skica u svakom prozoru. Tako će biti lakše određeno koju skicu odabrati.
- Potom se dorađuju prozorčići te se istovremeno mora pripaziti na to da se ostavi dovoljno mjesta za oblačiće u koje će se naknadno upisati tekst.
- Nakon toga se u oblačiće napišu monolozi i dijalozi likova.
- Na kraju se doda malo boje kako bi se lakše vizualizirao finalni proizvod.

Nakon svih gore navedenih radnji izvršeno je fotografiranje modela korištenjem ranije napravljenih grubih skica. Fotografirana je ženska osoba u raznim položajima, sa raznim izrazima lica i sl. Svi položaji su ranije određeni na skici a fotografije su poslužile kako bi se kasnije moglo preko njih crtati u Illustratoru. Osim ženske osobe fotografirani su i drugi elementi koji će kasnije trebati, kao što su telefon, laptop, stol i sl. Fotografije nisu profesionalne, one služe samo kao podloga pri crtanju. U 5. poglavlju pokazano je kako se crta preko fotografije i kako se dobije finalna ilustracija za strip. To je isto rađeno i prilikom izrade finalnog stripa. Nakon što je uklonjena fotografija i ostavljene su samo linije obrisa lica ili tijela. Autor je dajući svoj osobni pečat učinio razne korekcije i prilagodbe, mijenjajući oblike frizure, boje kose, položaj zjenica, ruku i sl., neovisno o fotografiji.

Korištenjem fotografije telefona i laptopa napravljene su ilustracije koje se također nalaze u stripu. Na slici je prikazano kako je to učinjeno s telefonom.

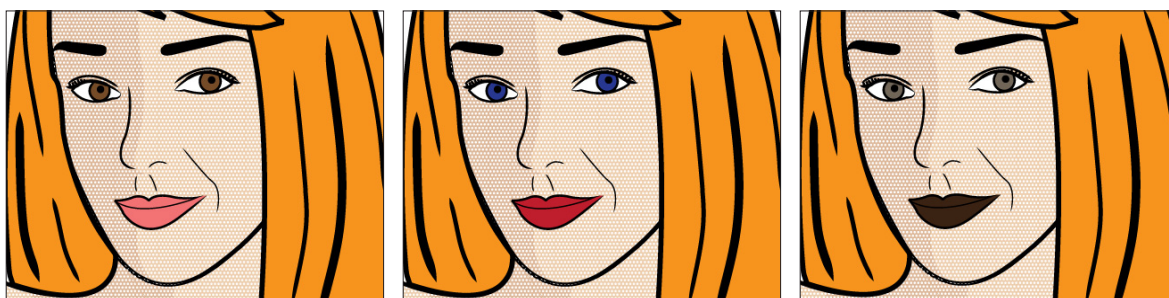


Nakon što je ilustriran telefon, koji je u stripu prikazan u četvrtom prozoru, trebalo je dodati i tekst te zvukovne prikaze kako bi se dočaralo da je telefonska slušalica upravo poklopljena. To je postignuto dodavanjem riječi SLAM koja znači zalupiti, i prikazom pokreta s dvije crte. Izmjenom pozadine i podloge dobiven je savršen prozorčić za strip!



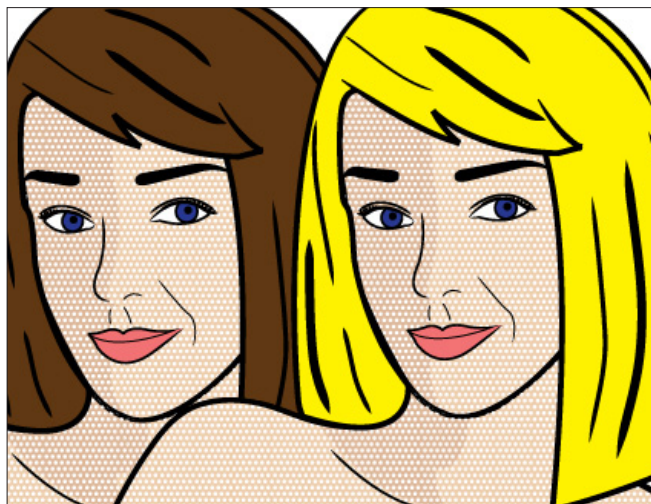
Odabrani su, kao što se vidi gore na ilustraciji, kvadratni oblici prozorčića i zelena pozadina. Font koji je korišten u cijelome stripu je isti, a to je Freestyle Script, dosta “stripovski” font i savršeno se uklopio u priču. Telefon je bila jedna od prvih fotografija koja se obrađivala, nakon toga se prešlo na likove. Prvo je osmišljen glavni lik. Nacrtna je silueta preko fotografije, izbrisana fotografija te se počelo s doradom finalnog izgleda.

Na ilustraciji možemo vidjeti kako se pokušalo mijenjanjem boja očiju i usana dobiti na dinamici lika:

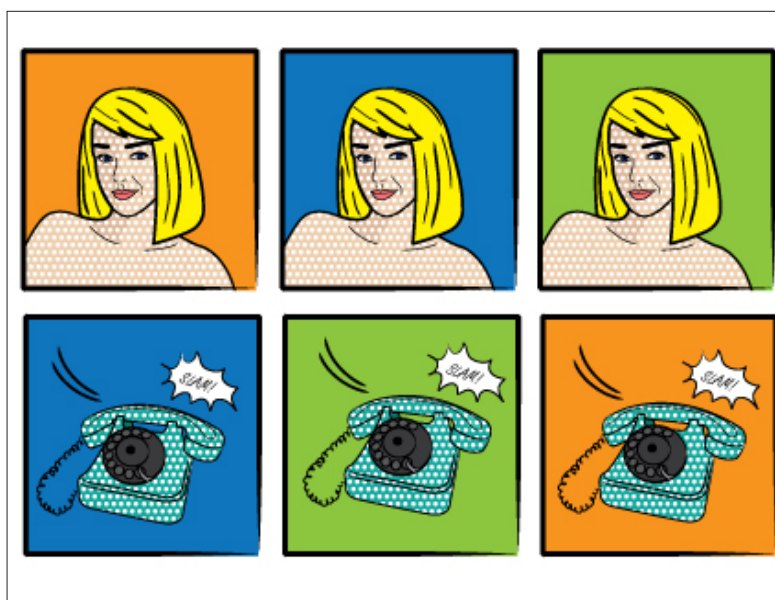




Isprobane su razne kombinacije boja i na kraju je odlučeno da će oči biti za plave, a usne ružičaste boje. Nakon toga su isprobane razne boje kose kako bi se vidjelo koja boja najviše odgovara crtanom liku:



Također je isprobano nekoliko boja pozadina uspoređujući ih sa već prije odabranim bojama očiju, usana i kose likova te je odlučeno da bi u kombinaciji sa ostalim bojama najviše efekta ostavila zelena boja pozadine.





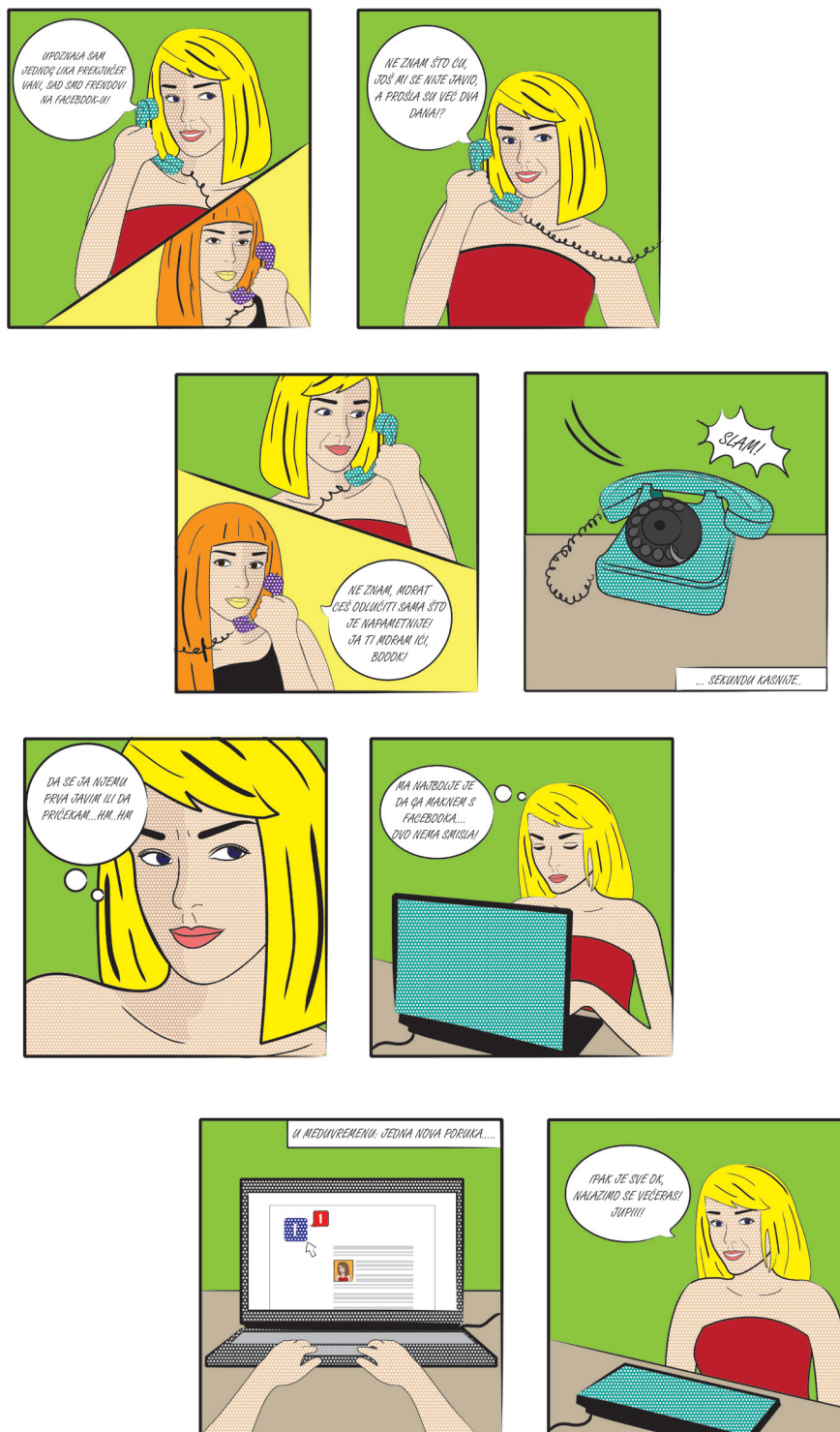
Nakon što je osmišljen glavni lik, započeta je izrada sporednog lika koji se prikazuje na dva prozora. Za podlogu se koristilo isto lice kao i za glavni lik, s tim što su promijenjene neke bitne karakteristike lica, boja očiju, stil i boja kose, te se dobio sporedni lik.



I tako korak po korak, izrađene su osobe, različitih izrazi lica i položaja tijela te predmeti za svaki prozorčić u stripu. Potom su postavljene stvari i likovi u okvire, dodane pozadine te oblačići u koje je kasnije unesen tekst.

## 7.4. PRIKAZ STRIPA

Na kraju je pred nama finalni izgled stripa. Strip u originalnoj veličini nalazi se u prilogu (prilog 1).



## 8. REZULTATI I RASPRAVA

Provedena je još jedna anketa, ovaj puta putem društvene mreže Facebook, obuhvaćeno je ukupno 39 osoba, od čega 24 žena i 15 muškaraca. Prema godinama starosti do 25 godina ispitano je 13 žena i 8 muškaraca, od 25-35 godina ispitano je 7 žena i 3 muškarca a preko 35 godina starosti ispitane su 4 žene i 3 muškarca.

Pitanja iz ankete:

1. Spol?

M

Ž

2. Dob:

Do 25

25 -35

Iznad 35

3. Što mislite o prikazanom stripu?

A) ne sviđa mi se

B) dobar je

C) sviđa mi se

D) jako mi se sviđa

4. da li bi u budućnosti voljeli ovakve kratke stripove čitati u novinama ili sl.?

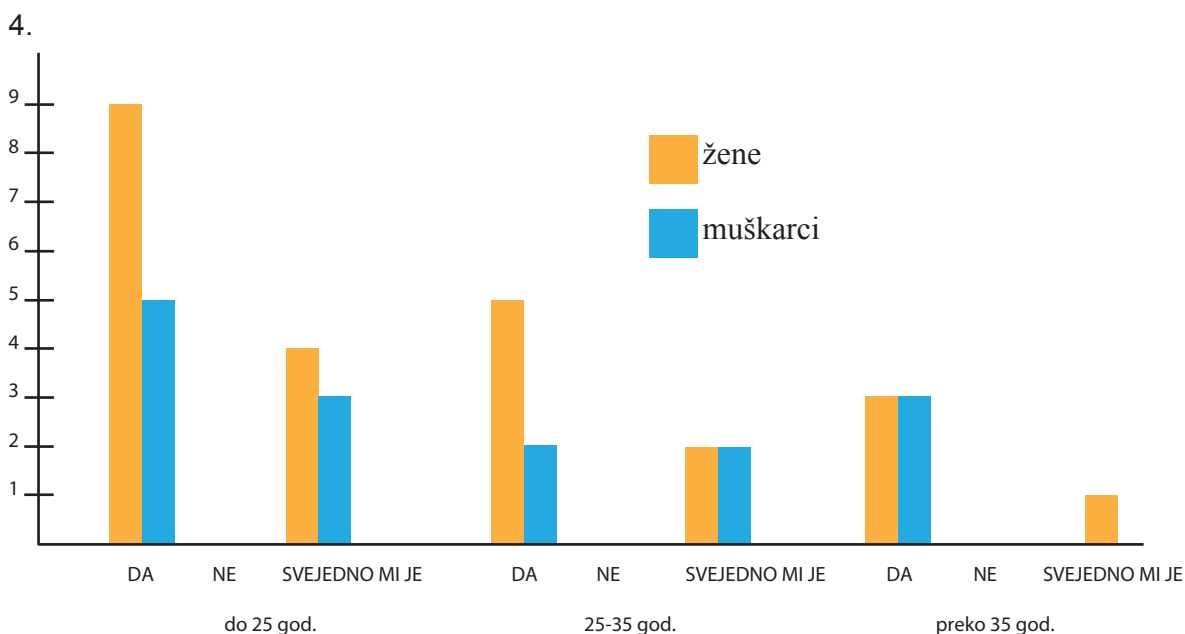
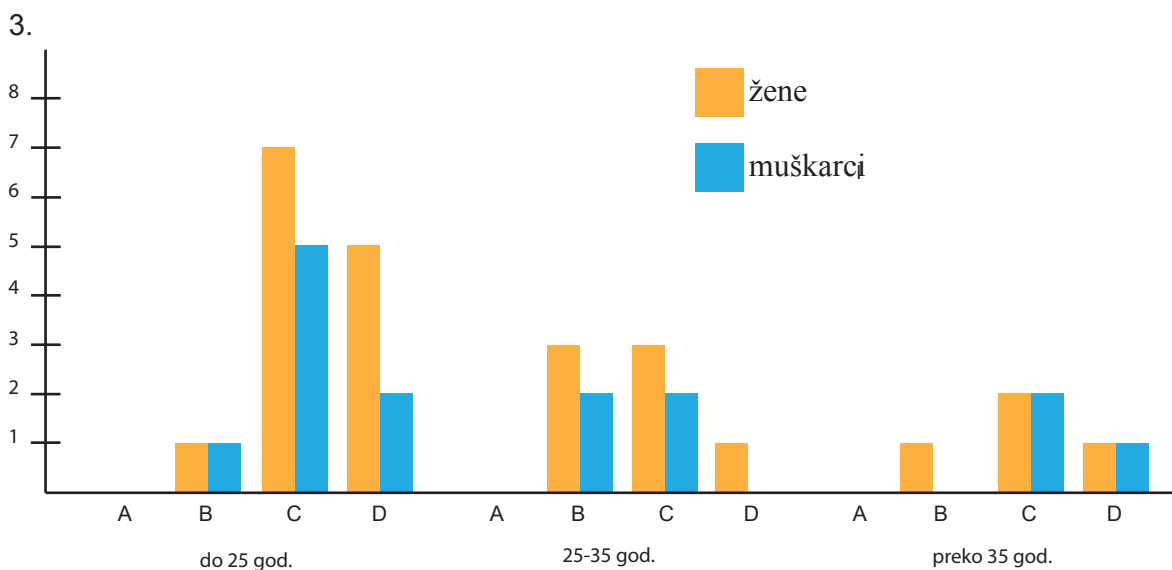
A) da

B) ne

C) svejedno mi je

5. Imate li kakvu primjedbu ili pohvalu? Ako da, napišite u prozorčiću ispod.

Grafovi dobivenih odgovora za 3. i 4. pitanje:



Iz dobivenih rezultata ankete je razvidno da se ovako izrađen strip u pravilu svi-  
ma sviđa, niti jedna osoba nije se izrazila negativno o stripu, dok ih je vrlo malo ostalo  
ravnodušno. Zanimljivo je da se strip više svidio mlađoj ženskoj populaciji (vjerojatno zbog  
same tematike stripa), a da se najmanje svidio muškarcima od 25-35 godina, koji su u pros-  
jeku dali nešto lošije ocjene. Također treba istaknuti vrlo pozitivne ocjene čak 10 anketiranih  
iz svih dobnih skupina oba spola (što iznosi ukupno 25,6 %), dok se istom ocjenom nije

izrazio samo jedan muškarac od 25 do 35 godina (2,5 %). Najviši postotak je dobio odgovor „sviđa mi se“, čak 54 %, dok je ocjenu „dobar je“ dalo 21,3 % anketiranih.

Na četvrto pitanje čak je 70 % anketiranih izrazilo želju vidjeti strip u novinama ili sl., dok je 30 % anketiranih bilo ravnodušno, no niti jedna osoba nije se negativno izrazila na to pitanje.

Na peto pitanje 17 anketiranih je odgovorilo, svi pozitivno, uz manje zamjerke temi, od čega je izabrano 7 najinteresantnijih:

„Super, kratko i jasno“ (Maja);

„Baš je fora, nastavi dalje“ (Zrinka)

„Cool, napravi cijeli strip“ (Alen)

„Sve je ok, ali mislim da je malo prebanalan, probaj nešto kompliciranije“ (BrK)

„Palac gore za prvi put, traži kolumnu u novinama“ (Maša)

„Bravo, sviđa mi se, tema je malo jednostavna, ali ostalo je super“ (Petra)

„Svidio mi se na prvi pogled, nešto novo s primjesama old fashion stripa, fora tema“ (Blanka)

## 9. ZAKLJUČAK

Pop-art nedvojbeno upućuje na pojavu brisanja granica između umjetnosti i masovnih medija . Površnost i masovnost pop-artističkih uradaka odraz je slike društva u cjelini te otkaćenog i izgubljenog pojedinca sjedinjenih u raznim proizvodima. Banalne, besmislene, depersonalizirane slike proizvod su manipulacije trendovski osviještenog tržišnog stratega: čin razotkrivanja ništavnosti suvremene umjetnosti i njezina svijeta.

Najbitnija oznaka pop arta nije korištenje svakodnevnih predmeta i preispitivanje realnosti, već to što je prihvatio reklamne i ilustrativne konvencije kao dio komercijalne pozadine i uveo ih u umjetnost.

Pop art je zasigurno jedan od najutjecajnijih umjetničkih pravaca uopće s najvećim utjecajem od sredine prošlog stoljeća do danas. U svom nastajanju, kao nova umjetnost, u početku neshvaćen i podcijenjivan, ubrzo postaje jedan od stožernih smjerova ne samo umjetnosti već i života uopće, donoseći nove, svježije, često intrigantne ali i šokantne teme u svakodnevni život.

Niti zainteresirani promatrač, aktivni ili samo pasivni sudionik, poklonik ili protivnik, nikako ne može ostati ravnodušan prema pop artu. Rijetko da postoji ijedno pop art djelo koje bi nekoga moglo ostaviti ravnodušnim. pop art može biti život ali i život može biti pop art.

Na svoj osebujan način u isto vrijeme promatrača privlači i odbija, mazi ga i tuče, ogoljuje, pojednostavljuje i komplicira, privlači i tjera, voli i mrzi...

Na kraju krajeva tema ovog rada je i izabrana kako bi se malo probudila pop art scena koja se u zadnje vrijeme malo "ulijenila", zapostavljajući zahtjeve novih generacija koje se koriste suvremenom tehnologijom. Pokušalo se privući pažnju poglavito mladih u smjeru stripa koji je osvježen u stilu po arta ali i druge generacije koje su bliže klasičnom stripu a na način da su se zadržale neke karakteristike klasičnog stripa u koje je implementiran stil pop arta. Ne samo da je strip osvježen već bi se u buduću trebao ponuditi, osim na klasičan način putem štampanog stripa, i putem interneta, odnosno društvenih mreža te također putem takozvanih elektronskih knjiga.

S toga bi svakako trebalo o svemu ovome u bližoj budućnosti voditi računa kako se strip nebi sveo na puko čitanje malog broja entuzijasta već ga upotrebom novih tehnologija i približavanjem umjetnosti pop arta ponuditi širem krugu čitatelja.



## 10. LITERATURA

1. Milica Drašković, Pop art, Beograd, Jugoslavija, 1967.
2. Tilman Osterwold, «Pop art», Taschen, Germany, 2008.
3. Radovan Ivančević, «Stilovi razdoblja život 3», Profil, Zagreb, 2001.
4. Masovni mediji, dostupno na: [http://translate.google.com/translate?hl=hr&langpair=en%7Chr&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Mass\\_media](http://translate.google.com/translate?hl=hr&langpair=en%7Chr&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media), 13.6.2012.
5. Pop art, dostupno na: [http://hr.wikipedia.org/wiki/Pop\\_art](http://hr.wikipedia.org/wiki/Pop_art), 23.5.2012.
6. Strip, dostupno na: <http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/strip.htm>, 19.6.2012.
7. Zvonimir Tošić, 60 godina Hrvatskog stripa, dostupno na: <http://comics.cro.net/hrstr2.html>, 19.6.2012.
8. Povijest stripa, dostupno na: <http://webograd.tportal.hr/Miha29/medijskakultura/strip/povijeststripa>, 20.6.2012.
9. Vinko Z., Kako napraviti vlastiti strip, dostupno na: <http://www.saznajkako.tv/photo/800/Kako+napraviti+vlastiti+strip>, 20.6.2012.
10. Justin Wolf, Pop art, dostupno na: <http://www.theartstory.org/movement-pop-art.htm>, 23.5.2012.
11. Strip, dostupno na: <http://hr.wikipedia.org/wiki/Strip>, 20.6.2012.
12. Roy Lichtenstein, dostupno na: [http://en.wikipedia.org/wiki/Roy\\_Lichtenstein](http://en.wikipedia.org/wiki/Roy_Lichtenstein), 15.5.2012.
13. Roy Lichtenstein biography, dostupno na: <http://www.biography.com/people/roy-lichtenstein-9381678>, 15.5.2012.