

118 DEN SAMLEDE UDGIVELSE

Som vil fremgå af ovenstående er der masser af interessante betragtninger og tekster i antologien – mange også af relevans for museumsforskning. Men som samlet udgivelse er antologien ikke uproblematisk. At understrege kulturhistoriens udefinerbarhed og tværfaglighedens styrker er slet ikke urimeligt, og det er næsten nødvendigt i forbindelse med en samling af så forskelligartede essays, det kun vanskeligt ville kunne lade sig gøre at samle under ét. Men jeg savner ikke desto mindre en samlende diskussion, eventuelt af et begreb eller en tilgang, som ville få udgivelsen til at fremstå mindre fragmenteret og tilfældig. Eller gennemgående refleksioner over hvordan tværfagligheden har virket styrkende på de enkelte studier? Når ingen af bidragene adresserer tværfaglighedens potentialer og de indsigter, de selv er blevet beriget med igennem samarbejdet, fremstår det mestendels som postulat, som læserne ikke rigtig bliver klogere på tværfaglighedens fordele og ulemper af.

Som de fleste antologier er denne udgivelse lidt ujævn, og manglen på samlende eller gennemgående tematikker gør ikke dette problem mindre, men der er ikke desto mindre flere læseværdige bidrag blandt eksempelstudierne, og der vil – med den meget brede vifte af fagligheder og tilgange – næsten uundgåeligt være lidt for enhver, der har smag for kulturhistorisk forskning.

*Anne Folke Henningsen, ph.d, adjunkt i
etnologi
Københavns Universitet
folke@hum.ku.dk*

Line Hjorth Christensen. *Plakatbevægelsen. En britisk designfront i mellemkrigsårene.* Grafisk design, Michael Jensen. København: Museum Tusulanums Forlag 2013. 304 s. ISBN 978-87-635-3047-7.

I et let og velformidlet sprog indkredser Line Hjorth Christensen det, hun navngiver ”plakatbevægelsen” i britisk mellemkrigstid. Hvad der til at starte med synes som et snævert projekt – at skrive om en håndfuld plakatdesignere og deres opdragsgivere – folder sig ud som en tankevækkende og engagerende fortælling om grænserne mellem billedkunst, brugsgrafik, byrum og udstilling. Særligt det sidste emne – de eksperimenterende plakaters forhold til fremvisningens kontekst – kommer med inspirerende pointer, der ansporer til at tænke designgenstandens placering i museet på nye måder. Mere om alle kvaliteterne lige straks, men først skal slås fast, at dette er en smuk og indbydende udgivelse, hvor tekst, illustrationer og layout beriger og forstærker hinanden. Dens appel bør række langt.

Som en formidlingsmæssigt velvalgt åbning ind til et emne, der ikke nødvendigvis er særligt kendt, stilles skarpt på udstillingen *Britisk Brugskunst*, der fandt sted i København i 1932 med inddragelse af både Kunstindustrimuseet, Industribygningen, Tivoli og Forum. Ud fra datidens danske perspektiv på design, funktion og æstetik skyder teksten sig ind på, hvordan den litografiske plakat allerede dengang blev set som et væsentligt udstillingsobjekt, men at den også var meget mere, end hvad den hjemlige debat nåede at gribe. Som en hel bevægelses vigtigste produkt var den nemlig udtryk for ”en særlig brugsorienteret gren af den europæiske modernisme, som på én gang fornyede plakatsproget og videreførte

grafiske traditioner” (s. 25). Fortidens danske udstilling, der dengang introducerende et bredere britisk designfelt for et dansk publikum, spejles i Christensens akademiske udgivelse i nutiden, der ligeledes forsøger at introducere et helt felt for læseren. Dette sker gennem udgivelsens tre ”spor” – *Modernisme, Plakatsprog og Udstilling* – der på flere måder mimer en veltilrettelagt udstillings fremgangsmåde.

I første spor forklares plakatsbyvægelsen som en ”samlebetegnelse for de designere, kunstnere, museums-, erhvervs-, pr-folk og kunstkritikere, offentlige og private, der med plakaten i front animerede til kunstnerisk nytænkning og var med til at udvikle en moderne visuel britisk kultur” (s. 27). Med denne definition udfordrer Christensen et traditionelt formalistisk blik på kunstnerisk modernisme, og hun ønsker at vise, hvordan der var en relevant og original avantgarde i Storbritannien på et tidspunkt, hvor landet normalt er skrevet ud af kunsthistorien. I en kombination af sociale mål og kommercielle hensyn fik en række firmaer og statslige aktører engageret førende kunstnere og grafikere i at producere stadigt mere udfordrende plakattedesigns. Disse udvikledes i tæt berøring med resten af tidens modernisme, blandt andet med fokus på abstrakte og medieafsøgende effekter, men altid med et brugsorienteret, kommunikativt mål. ”Fitness-for-purpose” var målet for plakatsbyvægelsen, hvilket delvist satte den i opposition til de autonome, rent æstetiske mål, der hylledes af vigtige kritikere som Roger Fry og Clive Bell samt hele Bloomsburygruppen og værkstedssamarbejdet *Omega Workshops*.

Kunstnere som Edward McKnight Kauffer, Abram Games, Frank Newbould, Austin Cooper, Ashley Havinden, Barnett Freedman og andre varetog opgaver for store foretagender som London Underground og Shell, men også

varehuse, rejsebranchen, aviser, cigaretter, fødevarer og andre forbrugsvarer førte til designopgaver, og kunstnerne fik derigennem mulighed for at videreudvikle et modernistisk formsprog og udbrede kendskabet til dette til en bred offentlighed. Baggrunden for plakatsbyvægelsen beskrives i bogen som grundet i dels en kraftig ekspansion i reklamemediet i forbindelse med økonomisk og teknisk udvikling, dels i tidens foranderlige visuelle kultur, dels i en aktiv politisk debat om prioriteringen af kunst, industri og design. Som det mest gennemførte af mange eksempler satte lederen af London Underground, Frank Pick, gang i en årtier lang kampagne, der integrerede design, stationsarkitektur, reklamer og visuel identitet i en samlet pakke; en form for *corporate branding* før begrebet overhovedet var opfundet. Nedtoningen af naturalisme og afvisningen af at lade sig inspirere af akademisk kunst fulgtes for plakatsbyvægelsen af en øget bevidsthed om modtageren. Interesse for mediets muligheder betød også interesse for kommunikation i byrummet og interesse for at indgå i moderniteten. Flere kunstnere, såsom Kauffer og Havinden, understregede på skrift, hvordan gode designs skulle modsvare det moderne bylivs oplevelser og den nye tids former.

I bogens andet spor kaster Christensen blikket på billedsprog og motiver. Her karakteriseres mellemkrigstidens bedste britiske plakatkunst som spejlende den omgivende verden og det moderne liv. Altså jernbaner, flyvemaskiner, telefoner og spektakulære fænomener i stedet for det eventyrprægede, humoristiske og jævne, der var typiske emner i andre dele af reklameindustrien. Den nye plakatkunst er en usentimental kunst, der er reflektivt bevidst om sine virkemidler, og som søger den effektive æstetiske appel. Dermed overskrider den også reklamernes primære budskab – produk-

120 tets fortræffeligheder – og iscenesætter en ”leg med erfaring, erindring og genkendelse” (s. 132). I denne sektion giver en bred tegnteoretisk tilgang god mening. En række solide billedanalyser trækker på litteratur af både Frederik Stjernfelt, Groupe μ og Susan Sontag samt, naturligvis, udlægninger af Ferdinand de Saussures og Charles Sanders Peirces semiotik for at forklare, hvad der er på færde i de forskellige billeders eksperimenteren med komposition, stilisering og typografi. I en række ellers grundige og transparente fremstillinger af præmisserne for billedkommunikation ærgres det derfor, at mediets tekniske forudsætninger kun behandles overfladisk. Airbrush introduceres 40 sider før selve den grundlæggende litografiske teknik nævnes, og den højt komplicerede overførsel af designforlæg til litografisk sten antydes, men ekspliciteres ikke. Som Christensen selv understreger, så ligger en vigtig indsats i plakatbevægelsens afsøgning af mediets mulighedsbetingelser. Derfor er underprioriteringen af den materielle side ærgerlig, men desværre også ganske almindeligt forekommende i et bredt udsnit af den skrevne kulturhistorie.

I de mere analytiske og teoretiserende dele af teksten står det ellers lysende klart, hvor godt stoffet overordnet set er disponeret. Tør teori introduceres i takt med at den anvendes, væsentlige pointer opsamles og repeteres glide, og de steder, hvor der er fare for, at sproget slår knuder på sig selv, er der tænkt over nødvendig forenkling. Fremstillingsformen betyder, at man som læser har nemt ved at følge argumentationen, og at man drives nysgerrigt frem af en fortsat progression. Den virkelig gode billedside spiller dertil konstant sammen med teksten. Bestræbelserne på en let og sammenhængende fremstilling betyder dog også, at en del for analysen centrale tænkere

kun er læst i sekundær aftapning, og at litteraturen, der trækkes på, for en god dels vedkommende er bredt fremstillende oversigtsværker.

Ud fra en fagrettet optik er det tredje spors to kapitler, der direkte angår museologien. Allerede i slutningen af 1800-tallet plæderer Roger Marx for et plakatmuseum, der skal omfatte mediets egen karakter som ”billedkrønike” betinget af dets historiske og fysiske kontekster. Det medfører, ifølge Christensen, en ”museologisk synsvinkel ud i det urbane rum”, der gennem plakaternes tilstedeværelse fremstår ”som et spontant opstået museum” (s. 206). Marx udtrykker dermed en forestilling om byens rum som en slags ”tilfældighedernes museum”, der kan genindføre fortryllesen i en ellers gennemreguleret verden. Christensen fremhæver, hvordan denne opmærksomhed for plakaternes kontekst på interessante måder finder ind i enkelte af mellemkrigstidens udstillinger på et tidspunkt lang tid før den moderne museologi gør ”konteksten” til en almindelig fremstillingsform. Det bemærkelsesværdige er nemlig, at plakaten tidligt udstilles i museumsregi, men at dette foregår i en slags rensat atmosfære, hvor de enkelte stykker tildeles status nærmere kunstværket. Derved sker der en udveksling mellem museum og plakat, hvor begge låner hinanden autoritet. Institutionen fremstår mere samtidig, plakaten og dens designere med mere aura. Ved en efterfølgende indlemmelse i en samling tildeles plakaten endnu mere status, men på baggrund af en yderligere afkontekstualisering, og med tiden vil de oprindeligt letfattede budskaber om køb og salg ud fra en fjern fortids visuelle kultur fremstå sværere og sværere at gennemskue.

På baggrund af denne let pessimistiske konstatering, og nu med reference til Martin Krampens semiotik, fremhæver Christensen

som optimistisk modargument, at plakaternes grundlæggende ”opfordring” stadig findes indlejret. Dens status som menneskeskabt objekt rettet mod brug er en rest, der ikke opløses ved at den indgår i nye sammenhænge. Vi flokkes stadig for at se på historiske plakater, og man kan se det sådan, at ”museet bliver den åbne boks, hvor designgenstande kan vendes og drejes, belyses og betones fra forskellige sider” (s. 220). Og i forlængelse af denne konstatering beskriver bogens sidste kapitel Victoria & Albert Museums store plakatudstilling, *British and Foreign Posters*, i 1931. Med afsæt i hidtil upublicerede fotografier analyserer Christensen sig frem til, hvordan en ellers forkættet, delvist stivnet og ret så bagudskuende museumsinstitution iscenesætter en tidssvarende og fremtidsrettet udstilling, der endda benytter sig af en række moderne ”iscenesættende greb”. Gennem eksponering i museets enorme North Court opnås en udendørs stemning, der henviser til gademiljø, og gennem fokus på teknikken ved fremstilling af litografier fremmanes et romantisk helhedssyn i stil med den, der kendetegnede Arts & Crafts-bevægelsen. Men først og fremmest fremstår udstillingen som en kæmpe collage, hvor indtryk fra forskellige tider og steder røres op med fornemmelser af verdensudstilling, og hvor den samtidige plakatbevægelses produkter indlejres i traditionen og udnævnes til kulturarv. Museet skulle da også efterfølgende erhverve en stor mængde af de nye plakater til samlingen.

Plakatbevægelsen. En britisk designfront i mellemkrigsåren er formet af en række bevidste valg: Dygtige analyser og væsentlige forbindelser bliver tilvejebragt på baggrund af klare prioriteringer fra den teoretiske litteratur, og en samlet fortælling fremstår meget klart og meget tydeligt. Dermed lykkes projektet – at

identificere en bevægelse og dens relevans i museologisk, kunst- og kulturhistorisk sammenhæng – og det lykkes overmåde, mens der samtidig tilvejebringes væsentlige pointer om plakaternes funktion og position i byen og på udstillingen. Det skarpe fokus på plakatbevægelsen levner derimod ikke meget plads til perspektiveringer. De mange andre plakattyper og producenter i mellemkrigsstiden nævnes næsten ikke, og med undtagelse af en meget ”korrekt” afstandstagen til imperialistisk propaganda er der ingen kritisk berøring af spørgsmål om politik, forbrugerskema, industrialisering og urbanisering, der ellers ligger lige til højrebænet, når fokus er på plakaten som medium.

Som et afrundet studium af en bevægelse og som introduktion til overvejelser over designobjektet mellem forskellige miljøer og institutioner er dette altså en rigtig anbefalelsesværdig bog. Det er også et inspirerende stykke forskning, der demonstrerer, hvordan et emne formidles engageret og engagerende. I det meget korte efterskrift udtrykker Christensen håbet om, at vi i fremtiden kan føre en levende diskussion i offentligheden om den rolle, design kan og bør spille, og hun fremskriver dette som en opgave museerne også er forpligtet på. Det er en opgave, Christensen med denne udgivelse selv har gjort sit for at løse.

*Rasmus Kjarboe, ph.d.-stipendiat
Aarhus Universitet
rkj@arthistory.dk*