

Vabilo

NLB Galerija Avla, Trg republike 2, Ljubljana 17. november 2011–12. januar 2012

Vljudno vas vabimo na otvoritev oblikovalske razstave
plakatov Dizajn Trio Sarajevo, ki bo v četrtek,
17. novembra 2011, ob 20. uri.

You are cordially invited to attend the exhibition
of posters by Dizajn Trio Sarajevo.
The exhibition opening will take place on Thursday,
17. November 2011 at 8 p.m.

Selektor in organizator razstave je Emzin,
Zavod za kreativno produkcijo.

The exhibition has been organized by Emzin,
Institute of Creative Production.

Posebna zahvala za pomoč pri izvedbi razstave:
Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije,
Mestna občina Ljubljana, Oddelek za kulturo.

Special thanks for the realization of the exhibition:
The Ministry of Culture of the Republic of Slovenia,
The City of Ljubljana, Department of Culture.

produkcija: Emzin, Zavod za kreativno produkcijo, tisk: Tiskarna Formatisk, d. o. o.

Oblikovalsko skupino **Trio Sarajevo** sta leta 1985 v sodelovanju z Lejlo Mulabegović ustanovila Dalida in Bojan Hadžihalilović. Mladi diplomanti sarajevske likovne akademije so pripadali generaciji, vzgojeni v dobi pankaa in poparta, in se uveljavili kot eden najproduktivnejših in najizvirnejših oblikovalskih studiev v bivši Jugoslaviji. Njihovo prvo prepoznavno delo je bila naslovnica za album skupine Plavi orkestar. Trio je ob začetku vojne v Bosni kljub priložnostim za delo v tujini ostal v Sarajevu in s serijo razglednic *Pozdrav iz Sarajeva* opozarjal na razmere v obleganem mestu. Predelave znanih oglaševalskih in umetniških podob, med drugim logotipa Coca-Cole, Absolut Vodke, Warholove Campbell's Soup in Munchovega *Krika*, so v zahodnih prestolnicah zbudile veliko pozornosti. Njihova dela so objavljali vodilni svetovni mediji, kot so The Independent, The Guardian, Life Magazine in Newsweek. Že leta 1989 je skupina studio razširila v agencijo, in tako je nastala Fabrika, ki je do leta 2000 postala največja neodvisna agencija v državi, ki se po pomenu in slovesu lahko kosa z vsemi velikimi mednarodnimi oglaševalskimi verigami. Agencija je prejela številne nagrade, med drugim na mednarodnem oglaševalskem festivalu v Portorožu (1995), na festivalu Magdalena (2004 in 2005) in na sarajevskem oglaševalskem festivalu No Limit (2004 in 2005).

NLB Galerija Avla

Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana
NLB Galerija Avla, Trg republike 2, 1520 Ljubljana

koordinacija izvedbe razstav: Miranda Južnič
telefon: (01) 476 47 07
www.nlb.si/galerija



»S svojimi razglednicami in posterji Dalida in Bojan Hadžihalilović ohranjata našo domišljijo živo in nas vabita, da se soočimo z življenjem v luči grozljive moči panorame mrtvih njunega mesta.«

Na naslovni strani:
Coca-Cola logotip
Preoblikovali Trio Sarajevo

Medtem ko Sarajevo umira kot žrtev agresije, se umetnost upira s stvaritvami skupine umetnikov, ki se na destrukcijo odzivajo s komunikacijo. Rezultat ustvarjalnega dela mladih bosanskih avtorjev, ki ne kljubujejo le nasilju, temveč tudi smrtonosnim strelom ostrostrelcev, je rekonstrukcija zavesti. Od ostrostrelcev so, paradoksalno, prevzeli večšino zadetka v tarčo, a ne na strahopeten in strašljiv način, temveč prej na življenjsko grob in vsem na očeh. Namen bosanskih umetnikov je ustvariti podobe globalne vasi, posredovane prek množičnih medijev in reklam. Podobno kot se vojna dogaja vsem na očeh, je tudi z ustvarjalnim procesom del, s katerimi se želijo znova vrniti k pošiljatelju, s podobami industrijske zahodne kulture, ki so jih prevzeli in korigirali v duhu postdadaizma. Zdi se, da citiranje nekega gibanja še nikoli ni bilo bolj umestno: kakor se je namreč dadaizem kritično spopadal s pokoli prve svetovne vojne, tudi Trio ustvarja učinkovito orožje proti vnovičnemu pokolu, ki se dogaja v Sarajevu in Bosni. Vendar v nasprotju z zgodovinsko avantgardo, v kateri sta prevladujoča fragment in kolaž, prikaz razkosanosti, prek katere se umetnost preoblikuje v novo formo, bosanski umetniki posegajo po reklamnih sporočilih, ki jih patinirajo.

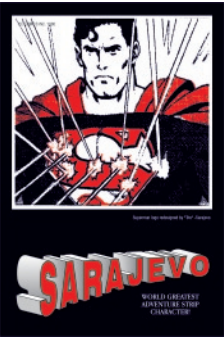
Kompozicije, ki se poigravajo s preobraženo podobo in v ikonografijo reklame vključujejo udeležence vojne, smrti in razdejanja Sarajeva, usmerja stoična ironija. Na ta način vidne poslanice, znova namenjene zahodnemu pošiljatelju, zadenejo tarčo, pozornost potrošnikov, navajenih na coca-colo, stripe, olimpijado, juho Campbell, Supermana, berlinski zid, Mono Lizo in druge simbole, sicer predvajane prek televizije in ostalih množičnih medijev. Njihov učinek se kaže v silovitem in edinstvenem občutku napetosti forme in v globalni komunikaciji, vendar brez sledu avtobiografskosti in pretirane čustvene pobožnosti (pietizma). /.../ Vojnemu kaosu in fragmentom umetniških dogodkov se postavlja po robu sistem, ki vidi naprej v prihodnost, in prek katerega lingvistični ustroj prehaja v minljivo sedanost. Za to je vedno potreben premik, zaradi katerega se obogati ne le ustvarjalni proces samega dela, temveč tudi umetnikov eksistencialni izraz. To pa terja sila močno zaupanje v »vidnost« umetnosti, v njeno moč sporazumevanja na mednarodni ravni, v pacifistični drži, prirojeni slehernemu kreativnemu izražanju. /.../

Achille Bonito Oliva
Umetnost preživetja, katalog ob razstavi, Milano, maj 1995 (odlomek)



1.

Dela:
1. *God Save the Queen*, Sex Pistols (1977) – Jamie Reed. Preoblikovali Trio Sarajevo
2. *Superman* DC Comics inc. (1986). Preoblikovali Trio Sarajevo
3. *Ludwig van Beethoven* – Fuad Hadžihalilović (1980). Preoblikovali Trio Sarajevo
4. *Hopeless* – Roy Lichtenstein (1963). Preoblikovali Trio Sarajevo
5. *Scream* – Edvard Munch (1893). Preoblikovali Trio Sarajevo
6. *Wake Up, America* – James Montgomery Flagg (1917). Preoblikovali Trio Sarajevo
7. *Campbell's Soup* – Andy Warhol (1962). Preoblikovali Trio Sarajevo



2.



3.

/.../ Dela Dalide in Bojana, ki jih odlikuje močna ekspresivnost, v vsej svoji tragičnosti znova ponujajo nezanesljivo mejo med realnostjo in fikcijo, med tem, kar se resnično dogaja, in tistim, kar smo navajeni cinično metabolizirati. S tem, ko slogane dopolnjuje v kontekstu, ki vzbuja grenak nasmeh, Trio ironično ruši reklamne stereotipe. S svojimi razglednicami in posterji Dalida in Bojan Hadžihalilović ohranjata našo domišljijo živo in nas vabita, da se soočimo z življenjem v luči grozljive moči panorame mrtvih njunega mesta. Njuno sporočilo je cinično v antičnem pomenu besede. Ne da bi se odreklo zapeljevanju in lepoti znakov, nam razkriva del resničnosti. Kot takšno predstavlja sporočilo upanja.

Oliviero Toscani
Vojna ne pokonča umetnosti, katalog ob razstavi, Milano, maj 1995 (odlomek)



4.



6.



5.



7.