

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ ДС/СС 05/4-02 бр. 851/1-ХП/8 27.06.2013. године	
---	--

ВЕЋЕ НАУЧНИХ ОБЛАСТИ
ДРУШТВЕНО-ХУМАНИСТИЧКИХ НАУКА

Наставно-научно веће Филозофског факултета у Београду је на својој VI редовној седници, 27.06.2013. године – на основу чл. 221. став 1. алинеја 14. и члана 266. Статута Факултета, прихватило Извештај Комисије за докторске студије с предлогом теме за докторску дисертацију: ФИЛМСКИ ПЛАКАТ У СРБИЈИ 1898-1945, докторанда Јелене Шарановић.

За ментора је одређена проф. др Симона Чупић.

Доставити: 1х Универзитету у Београду 1х Стручном сараднику за докторске дисертације 1х Шефу Одсека за правне послове 1х Архиви	ПРЕДСЕДНИК ВЕЋА Проф. др Милош Арсенијевић
--	---

Факултет <u>Филозофски</u>	УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ Веће научних области друштвено-хуманистичких наука (Назив већа научних области коме се захтев упућује)
<u>04/1-2 бр. 6/2355</u>	
(број захтева)	
<u>28.06.2013.</u>	
(датум)	

ЗАХТЕВ
за давање сагласности на предлог теме докторске дисертације

Молимо да, сходно члану 46. ст. 5. тач. 3. Статута Универзитета у Београду («Гласник Универзитета», бр. 131/06), дате сагласност на предлог теме докторске дисертације:

Филмски плакат у Србији 1898-1945

(пун назив предложене теме докторске дисертације)

НАУЧНА ОБЛАСТ историја уметности

ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ:

Име, име једног од родитеља и презиме кандидата:

Јелена (Бранислав) Шарановић

Назив и седиште факултета на коме је стекао високо образовање:

Филозофски у Београду

Година дипломирања:

2009.

Назив мастер рада кандидата:

Назив факултета на коме је мастер рад одбрањена:

Година одбране мастер рада:

Обавештавамо вас да је

Наставно-научно веће

на седници одржаној

27.06.2013.

размотрило предложену тему и закључило да је тема подобна за израду докторске дисертације.

	ДЕКАН ФАКУЛТЕТА
	<u>Проф. др Милош Арсенијевић</u>

Прилог:

1. Предлог теме докторске дисертације са образложењем
2. Акт надлежног тела факултета о подобности теме за израду докторске дисертације

Додатак уз образац 1.

ПОДАЦИ О МЕНТОРУ

за кандидата	Јелена Шарановић
--------------	------------------

Име и презиме ментора:	Симона Чупић
Звање:	ванредни професор

Списак радова који квалификују ментора за вођење докторске дисертације:

- | | |
|----|--|
| 1. | <i>Грађански модернизам и популарана култура. Епизоде модног, помодног и модерног (1918-1941)</i> , Нови Сад 2011. |
| 2. | <i>Теме и идеје модерног: српско сликарство 1900-1941</i> , Нови Сад 2008. |
| 3. | <i>Natalija Cvetković</i> , Beograd 2005. |
| 4. | <i>Petar Dobrović</i> , Beograd 2003. |
| 5. | <i>The Politics of Representation as a Projection of Identity</i> , The European Journal of Women's Studies, 10, London 2003, 321-334. |

Заокружити одговарајућу опцију (А, Б, В или Г):

А) У случају менторства дисертације на докторским студијама у групацији техничко-технолошких, природно-математичких и медицинских наука ментор треба да има најмање три рада са SCI, SSCI, AHCI или SCIE листе, као и Math-Net.Ru листе.

Б У случају менторства дисертације на докторским студијама у групацији друштвено-хуманистичких наука ментор треба да има најмање три рада са релевантне листе научних часописа (Релевантна листа научних часописа обухвата SCI, SSCI, AHCI и SCIE листе, као и ERIH листу, листу часописа које је Министарство за науку класификовало као M24 и додатну листу часописа коју ће, на предлог универзитета, донети Национални савет за високо образовање. Посебно се вреднују и монографије које Министарство науке класификује као M11, M12, M13, M14, M41 и M51.)

В) У случају израде докторске дисертације према ранијим прописима за кандидате који су стекли академски назив магистра наука ментор треба да

има пет радова (референци) које га, по оцени Већа научних области, квалификују за ментора односно дисертације.

Г) У случају да у ужој научној области нема квалификованих наставника, приложити одлуку Већа докторских студија о именовању редовног професора за ментора.

ДЕКАН ФАКУЛТЕТА

Датум _____

М.П.

проф. др Милош Арсенијевић

Предлог теме докторске тезе

Филмски плакат у Србији 1898-1945

Предмет истраживања

Предмет истраживања представља колекција плаката за филмове америчке, европске и српске продукције од 1898, па све до краја Другог светског рата, односно 1945. године. Плакати се чувају у Архиву Југословенске кинотеке, када се говори о филмовима који су приказивани јавности, као и у Народној библиотеци у Одељењу посебних фондова. Истраживачима су у Музеју примењене уметности доступни и примерци који су рађени од стране домаћих уметника средином наведеног периода, али који нису коришћени у рекламне сврхе, него су само служили као предлози.

Структура тезе ће бити конципирана хронолошки и за сваки наведени период ће бити издвојени и протумачени најзначајнији примери, како са формалне стране, тако и из угла који ће објашњавати начин на који је посматран и прихваћен одређени филм у време када је приказиван. Тај начин укључује повезаност ликовне представе на плакату са филмском фабулом, или како је иста осликавала очекивања публике у датом моменту или општу социјалну ситуацију.

На основу доступних плаката ће се посматрати филмски развој у Србији у периоду до краја Другог светског рата, и у односу на њих ће се тумачити и остали примери, из земаља са развијенијом графичком продукцијом у тој области, а које су у склопу дистрибуције својих филмских остварења на тлу Србије велику пажњу посвећивале управо реклами. Занимљивим идејним решењима стране филмске куће су помагале власницима овдашњих биоскопа да приближе нови медиј грађанству како би успели у намери да посећивање филмских пројекција постане један од омиљених видова друштвене активности.

Како многи аутори наводе, степен успеха једне пројекције је био мерен управо по броју људи који су остварење испратили, а то је умногоме зависило и од рекламе. Предмет истраживања овог рада зато је и нераскидива веза између медија који рекламира (плакат) и који се рекламира (филм), као и све последице тог односа креативне адаптације у пољу између уметности и комерцијалности. Тематска различитост плаката зависила је од

наратива филма, односно најзанимљивијих аспеката за наглашавање - већ остварених успеха или главне звезде чије име је обећавало гледаност или, пак, неког техничког достигнућа у самој филмској технологији које је требало да обезбеди веће уживање у биоскопском искуству. Рад ће, захваљујући доступности сачуваног материјала из епохе, имати довољно широк простор за истраживање и бављење наведеном проблематиком, што дозвољава усмеравање на оне примере који су на различите начине везани за српску културну средину и који су одиграли важну улогу у њеном односу према овој уметничкој пракси – пре свега се ту рачуна велики број плаката за америчке филмове и неколико примера из европске продукције.

За период који теза обухвата, важан је ефекат појаве филма као уметничке праксе – доступност, прихваћеност и покушај институционализације су карактеристични за поднебље којим се рад бави, јер иако је филм до Србије дошао у исто време као и у многим другим земљама, смер којим се развитак филмске традиције кретао разликовао се од других светских центара. Док је у земљама Западне Европе и у америчкој традицији, уметност покретне слике била претежно вид забаве (пример: екранизације "Клеопатре", "Чика Томине колибе" или "Ромеа и Јулије"), на овим просторима је било далеко више аутора који су се опредељивали за документарност, барем испрва (Патеова реконструкција "Убиства српске краљевске породице", "Крунисање краља Петра I", "Свечаност о Петровдану у Београду"), сматрајући да је у њеној суштини вредност новог медија, па се у складу са тиме може посматрати антитеза ларпурлартистичког-популаризованог и утилитарног-пропагираног. Тако са једне стране постоји гламурозни свет појединаца који су градили своју популарност на добро осмишљеној и продуцираној фикцији (активност холивудске и западноевропске продукције), а са друге се издваја величање националне историје, наглашавање моћи или угледа саме државе, веродостојно приказивање амбијента и журналске репортаже ("Циганска свадба" Чича Илије Станојевића, "Освећење нових застава" и "Српско Богојављење у Београду" Луја де Берија, Боторићеве "Трке на Бањици", Богдановићево праћење војних јединица ка фронту и непосредно снимање појединих битака). Иако документарни приступ свакако није био искључиво везан за Србију, чињеница да се усталио као доминантна тенденција с почетка века је условила и ситуацију везану за осмишљавање рекламних решења - самим тим што су често у биоскопима приказивани документарни наслови, није постојала тежња за усложњавањем представа на

плакатима који би пратили пројекцију, јер је у великом броју случаја све било очито већ из самог наслова. На страним плакатима је очигледна жеља да се боље илуструје производ који се нуди и више труда се улагало у ликовно решење које се предавало на штампање и умножавање.

Основне хипотезе

Филмски плакат је стар колико и филм. Коришћен је у сврху промоције још од 1895. године и прве пројекције коју су приредила браћа Лимијер за париску публику. Уследило је штампање у хиљадама примерака и процес специфичне експлоатације током којег је потрошност плаката у комбинацији са могућношћу лаке израде, виђена као његова основна предност. У раду се полази од хипотезе да је стварање „непокретне“ слике (на штампаном материјалу) која би пратила „покретну“ (филмску), поред тога што је чинила могућим да се филм на једноставан начин представи бројној потенцијалној публици, истовремено га је – као нови, модерни медиј – везивала за традиционалну визуелну културу и успостављала као легитимног следбеника у том поретку. Ранко Мунитић наводи да филмска слика (а самим тим и плакат, као једна од верзија њене могуће репродукције) велики део своје суштине дугује односу према стварности коју осликава, односно пресликава.

Још једна од основних хипотеза јесте и чињеница да се на самом помолу развитка филма, његова природа огледала у утицају његових слика, јер се одувек сматрало да ће интересовање грађанински расти за оне оживљене фотографије у којима се препознаје човек и ситуације које га одређују у свакодневном животу. Јасно је да филм подлеже психолошкој атмосфери средине у којој се ствара и да су те оживљене фотографије биле цењене по свом дејству – и реклама се, дакле, базирала на томе да истакне веродостојност. Свако ново остварење морало је садржати оно што га чини савременим и прихватљивим у одређеној друштвеној средини, и на тај начин су филм и његова реклама третирани као својеврсна допуна јавног живота. Филм је нераскидиво повезан са својом рекламом, јер је публици представа на плакату била оно што је привлачило да купи биоскопску улазницу.

Период од почетка двадесетог века до 1945. године, сам по себи представља време великих социјалних и политичких превирања у свету. Те борбе су нужно доводиле до различитих реакција у областима културе и политике, и у таквим друштвеним околностима је

уметност било које врсте - па и филм са свим својим пратећим елементима - постајала важно средство у пласирању и пропагирању нових идеја. Како Мартина Жоли наводи, разумљивост неког филма или било каквог материјала који његову поруку треба да пренесе, као и могућност да то гледалац прихвати на један или други начин, зависи, без сваке сумње, од кохерентности – од међусобне хармоније елемената који га чине и од њихове сагласности с очекивањем гледаоца. И на креирање плаката се односи чињеница да усвојени начини читања у великој мери зависе од везе између институционалног контекста продукције, снимања и дистрибуције филма, са свим његовим унутарњим стилским ознакама на једној, и спремности тумача на сарадњу на другој страни.

Београд је током периода о коме се говори, полако и сигурно постајао значајна урбана целина и престоница по европским стандардима, са пробуженом грађанском свести окренутом савременим културно-уметничким токовима, а људи који су одлучивали да се баве филмом, постајали су истраживачи и бележници градских призора, остављајући за собом траг несумњиве документарности уз помоћ филмских објектива уперених ка градским сценама и дешавањима. Иако је Београд седмину века провео у атмосфери рата, терора и неизвесности, чак и у тим тренуцима културни програми су били присутни као израз пропагандне промоције, али и препознавања стварних вредности престонице. Испрва је развој филмске уметности био један од друштвених императива, а за то је највише одговорна чињеница да публика којој се филм обраћао није била ексклузивна и он није био резервисан само за високу, грађанску класу, него је био доступан ширим друштвеним сталежима и одговарао је специфичној струји модернизације у српској средини. Све то води следећој хипотези – филмска реклама је била пресудни фактор за опстајање новог медија као основни окидач атракције за публику, будући да је пласирана на најпрометнијим местима у најразличитијим форматима којима је могла да привуче пажњу и ефективно правда своју намену. Први познати филмски плакат у потпуности осликава став епохе према новој технологији. Плакат, за Лимијер кинематограф, приказује публику која гледа један од филмова браће Лимијер и тај пример показује да је сама новина настанка покретних слика, а не тематика филма, била суштина коју је плакат наглашавао.

Циљ истраживања и научни допринос

Циљ рада је да пружи преглед историјата предмета истраживања, почев од настајања првог филмског рекламног плаката, и да се сагледа домет и значај филма и филмског плаката у односима између комерцијалног и уметничког - рекламних захтева и друштвених тежњи, као и да се анализира и интерпретира материја која у наведеном облику није довољно обрађена и критички сагледана. Даље, теза ће утврдити шта је био кључни покретач развоја у тој области рекламног материјала и који су били основни постулати којих се придржавала филмска пропаганда у овом периоду, са акцентом постављеним на брз развитак и најзначајније тековине, као и на различита питања везана за психолошки аспект филмске уметности и шири друштвени контекст. Из сваког периода су проистицали плакати за нове филмове, а сваки је носио различиту истину и поруку, и разазнавањем изворних вредности долазило се до мотива који је условљавао одређено деловање у друштвеном кругу.

Како је филм непосредно по свом настанку почео да бива третиран као моћно оружје у брзом исказивању поруке великом броју људи, један од циљева рада биће и анализа односа друштвених дешавања и промена наратива, као и евентуалних последица на формалном плану, како у креирању плаката као рекламе, тако и везано за филм који је рекламом био представљан јавности.

Жељени научни допринос је да се из новог угла (посматрања плаката) покаже да је филм био резултат не само технолошког развоја, већ и другачијих друштвених потреба, а идеје и за снимања и каснија представљања јавности кроз рекламу су проистицале из проживљеног, увек са тежњом да се испољи иновативност и да се превазиђе становиште чисте техничке атракције. Прикупљање филмске парафеналије је од посебне важности за испуњавање културног простора везаног за филмску уметност, а тумачење ликовних представа у овој вези томе додатно доприноси.

Методологија

Методолошки приступ у овом раду се базира на историографским разматрањима, уз посебне осврте на социолошке, политичке и уметничке појаве и теорије, потребне за

разумевање филма и његовог рекламног представљања као културолошког феномена. Рад ће бити развијан у хронолошким целинама, пратећи кроз примере плаката битна дешавања везана за филм и филмску уметност, политичку и економску ситуацију које су диктирале развој у овој области, уз одговарајућу илустративност. Преглед плаката и бављење њиховом функцијом отвара врата мултидисциплинарном приступу у проучавању, јер се за њих везује како културни миље тога времена, тако и појединци који су се бавили избором и класификацијом, а и политичка, друштвена и економска ситуација без које тај аспект "културализације" не би могао бити схваћен у потпуности.

Класификацијом плаката и конкретизацијом значаја појединачних примера, анализираће се не само естетска вредност или иконографски елементи, већ и карактеристичне појаве у друштвеним структурама. Компаративном методом ће бити изведени закључци везани за сродне тематике и интересовања у различитим филмским срединама, а биографски метод и анализа садржаја докумената, као и само посматрање плаката ће бити основне технике прикупљања података које би довеле до синтезе крајњих резултата истраживања.

Структура рада

УВОД

У уводним разматрањима биће речи о разлозима постављања хронолошког оквира рада који је изабран, биће прегледно анализирана постојећа литература који се тиче филмских плаката и њиховог уметничког значаја, као и историјат предмета истраживања: настајање првог филмског рекламног плаката, шта је био кључни покретач развоја у тој области рекламног материјала и који су били основни постулати којих се придржавала таква пропаганда.

У уводу би такође у краћој форми био представљен општи преглед филмске историје у првој половини 20. века, са акцентом на брзом развоју и најзначајнијим тековинама, као и различитим питањима везаним за психолошки аспект филмске уметности и шири друштвени контекст. Такође би се скренула пажња на важност плаката као медија комуникације, као сликовне представе препознатљивог карактера, са циљем да међу што широм публиком изазове одговарајуће асоцијације, емоције или реакције.

ПРВИ ДЕО

... би се детаљније бавио доласком филмске технологије, од краја деветнаестог века до краја прве деценије двадесетог, бегом од великих идеја, историјске дистанце и необичности форме ка поједностављивању и свођењу на непосредне реакције и саме догађаје. Сачувани су примери из новина који су описивали нов филмски производ, као и рекламе које су оглашавале потребу за глумцима-глумицама, нудећи врло "поштен посао" младим госпођицама или студентима у потрази за додатном зарадом. Овај сегмент ће се бавити самом природом филмских пројекција у то време, њиховим везивањем за представе илузиониста и друге атракције, потом битним именима која су стајала иза првих остварења (Андре Кар и његове филмске историје након довођења првих Лимијерових снимака на Теразије 1896.године, Ђорђе Нартен и штампање плаката, организовање сусрета са новинарима и први "колорисани" филмови, Светозар Боторић и први стални биоскоп и договор са предузећем "Браћа Пате", браћа Савић и заступништво француске куће "Гомон" и стварање отворене конкуренције), као и успостављањем дистрибуција, што је омогућавало слободније и самосталније формирање програма и бирања филмова, као и заступљеност кроз рекламирање у новинама (*Мале новине*, *Вечерње новости*, *Српске новине*). Филмски продуценти, како би се побољшао квалитет рекламе производа, преузимали су на себе одговорност у опскрбљивању плакатима и осталим пропратним материјалима када су организоване пројекције њихових остварења, а стварале су се и нове рутине, попут преласка на „офсет“ штампу са литографије или увођења дистрибутивних центара који су лакше могли да контролишу кретање промотивних материјала.

ДРУГИ ДЕО

... би за предмет имао другу деценију двадесетог века, експанзију у филмском стваралаштву, новине у рекламирању и начину оглашавања у штампи, прављењу филмова с идејом о исплаћивању дуга према отаџбини стварањем докумената непролазне вредности и грађе за модерну историју. Скренула би се пажња на угледније биоскопе и њихово штампање посебних плаката и оглашавање у листовима и пригодним публикацијама, и на сужени круг људи који се бавио филмом, окупљен око теразијских биоскопа, кафана и дворана. Током 1911.године су снимљени, премијерно приказани и рекламирани и први филмови *Живот и дело бемсрног Војска Карађорђа* и *Улрих Цељски* и *Владислав Хуњади*

- праћени су рецензијама, хваљена је племенитост иницијативе, а реклама је допринела да филм и код публике наиђе на велико интересовање. Поглавље ће се бавити и жељом власника биоскопа да што активније буду присутни у политичком, друштвеном и културном животу престонице, чинећи то коментарисањем појава око себе, обавештеношћу и зналачким рекламирањем филмова и глумаца, објашњавањем природе новог медија и истицањем његове разлике у односу на друге видове уметности. Велики је значај и решења Министарства просвете, које је било закупљено обновом културних институција, посебно Народног позоришта и Универзитета, па је његово Уметничко одељење препоручило да се филм потпуно препусти Министарству трговине и индустрије и другим институцијама, с обзиром да није спадао у домен културе. Период ће бити осликан и кроз примере плаката за страна остварења, поготово скрећући пажњу на радове Јозефа Фенекера и његову ар деко естетику исказану и на решењима за плакате немачких филмова. Такође ће бити илустрован и начин на који су америчке филмске компаније спроводиле рекламне кампање, јер је то време када су продукционе компаније попут Едисона, Селига или Витаграфа почеле да користе заштитне знаке („трејдмарк“) који су брзо постали познати међу посетиоцима филмских представа, а све са разлогом стварања препознатљиве слике коју би публика везивала искључиво за одређени производ.

ТРЕЋИ ДЕО

... би се тицао двадесетих година двадесетог века, када је филм, пре него друге уметности, постао национално питање, и публика често није долазила у прилику да бира између истински новог филма и стандардне комерцијалне и конформистичке продукције. Било је дистрибутера који нису желели да филмове са наглашеним критичним односом према реалности, који су били критика званичне политичке јавности, проследи биоскопима или су спорни филмови добијали најнеповољније термине за приказивање, није их пратила реклама и убрзо су скидани са програма. У Београду се покрећу часописи попут "Comoedia", "Филм", "Филмска трибина" и "Филмски алманах", и одржана је оснивачка скупштина Клуба филмофила, у коме се су окупили писци, новинари, критичари и глумци, попут Бошка Токина, Косте Новаковића, Јосипа Новака и других. Ово је период и за неколико битних домаћих филмова, чијим плакатима ће се овај сегмент бавити: Новаковићев "Краљ чарлстона", оцењен као скромно дело, иако је фармацеут-филмофил

сматрао да остварење одражава у потпуности укус, навике и расположење гледалаца којима је намењено; Новакова комбинација документарних и играних снимака у "Рударевој срећи" (на плакату и у филму), као пример довитљиве идеје о рекламирању новоотвореног рудника; "Кроз буру и огањ" Игњачевића и Јанковића, остварење којим почиње серија документарно-играних сећања на ратна страдања српског народа. Скретуће се пажња и на потенцијале агитационог филма и руску авангарду кроз анализу рада браће Стенберг и Александра Родченка, чија се специфична конструктивистичка решења за руски филм "Оклопњача Потемкин" такође чувају у Архиву, као и на појаву звучног филма у Америци која ће бити илустрована и сагледана кроз плакате, попут оног за "Џез певача".

ЧЕТВРТИ ДЕО:

... се тиче тридесетих година двадесетог века, проблема продуцената и пословних људи да нађу довољно интересовања за обнављање филмске продукције. Утицај *Трибуне*, *Београдских новости*, *Времена*, *Политике*, *Новог листа*, *Правде* и других је стално увећаван, те је у београдским уметничким круговима створен приметан интерес за идеје о филму као модерној уметности. У оквиру овог дела ће се кроз сачуване плакате говорити о остварењу Милутина Игњачевића "На капији Оријента", али и о целовечерњем играном филму "С вером у Бога" Михаила Мике АЛ. Поповића, који је критика прогласила најзанимљивијим и највреднијим од свега што је створено у малим београдским атељеима између два светска рата. Андра Глишић ради са Михаилом Михаиловићем тридесетих година и комплетира филм познат као "Голгота Србије". Жеља је била да се у материјалима снимљеним за време Првог светског рата открије пуно дејство истине, како би се добила заокруженија слика патњи, страдања и херојства српског народа, а плакат који је пратио и рекламирао филм представља свакако један од најзначајнијих примера који се може видети у нашој средини и доказује основну намеру аутора филма. У овом периоду, посебно се издваја деловање Милоша Бабића, који је по поруцибини, али и самоиницијативно, стварао рекламна решења, учествовао на међународним конкурсима и неспорно показивао особени стил као и посвећеност комерцијалном аспект деловања, што потврђује чињеница да је имао сопствени пропагандни биро. Анализа сачуваних плаката за филмове "Плави анђео" и "Гримизна царица" ће објаснити везу немачке продукције и даљег филмског напредовања у Америци - на примеру сарадње Марлен

Дитрих и Јозефа вон Стернберга, а овај сегмент ће се бавити и популарношћу екранизација књижевних дела у Холивуду, илустрованом плакатима за "Даму са камелијама", "Ромеа и Јулију", "Прохујало са вихором".

ПЕТИ ДЕО

... би за тему имао период од 1940. до 1945.године. Биоскопима који нису били уништени у бомбардовању дозвољено је да наставе своју делатност и прво је 1941. отворена биоскопска дворана "Београд", али је убрзо овај биоскоп претворен у "Солдатен Кино" намењен припадницима немачке војске. Један од најзначајнијих аспеката овог поглавља је прича о почетку 1943. године, и премијери "Невиности без заштите" Драгољуба Алексића, филма који је наишао на изузетно занимање публике – једноставно решење његовог плаката је носило јасну поруку и очигледно било учинковито. Исте године је влада Милана Недића показала изузетно занимање и за филмску пропаганду. Оформљена је Комисија за цензуру филмова, а новоформирано Филмско предузеће прелази у надлежност Министарства просвете Савезне владе. То се сматрало великом променом и значајном афирмацијом филмске уметности која више није третирана као трговачка и индустријска делатност, већ превасходно као стваралаштво и производња од посебног уметничког и друштвеног значаја, укључујући све њене гране – па је тако био случај и са плакатом као главном представљачком снагом. У делу ће се такође говорити о плакатима за стране филмове тог периода: решења са хероинама у првом плану у три различита жанра (мистерија-трилер "Плинска светлост"; комедија "Жена са два лица" и мјузикл "For me and my gal"), сачувани примери рекламе за популарна и иконична хорор остварења "Dr.Cyclops" и "Дух Франкенштајна", али и за немачко остварење "Барон Минхаузен", филм који је превазишао оквире тадашњих политичких тензија и успео да прикаже Немачку у другом светлу.

ЗАКЉУЧАК

Последње поглавље представиће закључна разматрања о изабраним, детаљно анализираним примерима, као и о месту и значају које заузимају у оквиру уметничких струјања и културне историје Србије у периоду од почетка 20.века до 1945.године.

Биографија

Јелена (Бранислав) Шарановић је рођена 1987. године у Смедеревској Паланци.

Студије историје уметности на Филозофском факултету Универзитета у Београду уписала је 2005. године. Дипломирала је на Катедри за модерну уметност код ментора проф. др Симоне Чупић, са темом “Утицај медитеранског поднебља на стварање постимпресиониста – Прованса у делима Сезана и Ван Гога“, са оценом 10 и просечном оценом на студијама 9.66.

Школске 2009/2010. године уписала је докторске студије на Семинару за студије модерне уметности.

Током основних студија била је стипендиста Министарства просвете Републике Србије, а током постдипломских студија Републичке фондације за развој научног и уметничког подмлатка, као и Министарства за науку и технолошки развој Републике Србије.

Као истраживач-стипендиста Министарства просвете и науке, ангажована је на пројекту Лабораторије за експерименталну психологију Филозофског факултета Универзитета у Београду.

Библиографија

“The impact of the Mediterranean and the perception of Provence in Cezanne and Van Gogh's painting”, Шумадијски анали – часопис за историографију, архивистику и хуманистичке науке, бр.6, Историјски архив Шумадије, Крагујевац 2011. (М53)

Приказ књиге “Пераст – господар лука” др Верољуба С. Трифуновића, Шумадијски анали – часопис за историографију, архивистику и хуманистичке науке, бр. 7 (у штампи).

Литература

1. Abrams Nathan, Bell Ian, Udriș Jan, *Studying film*, Malta, 2001.
2. Aleksander Viktorija D., *Sociologija umetnosti*, Beograd, 2007.
3. Budd Mike, *The Cabinet of Dr. Caligari as Affirmative Culture*, Cinema Journal 26, No1, Autumn 1986, Texas
4. Barnicoat John, *Posters – a concise history*, London, 2003.
5. Barolsky Paul, Carrier David, Gaskell Ivan, Kosuth Joseph, Schele Linda, *Writing (and) the history of art*, The Art Bulletin, vol.78, No.3 (sept.,1996), 398-416
6. Blek Džeremi, Makrejd Donald M., *Izučavanje istorije*, Beograd, 2007.
7. Brockmann Stephen, *A critical history of German film*, USA, 2010.
8. Welsch Tricia, *Foreign Exchange: German Expressionism and Its Legacy*, Cinema Journal 38, No.4, Summer 1999. Texas
9. Virilio Pol, *Rat i film I – Logistika percepcije*, Beograd, 2003.
10. Volk Petar, *Srpski film*, Beograd, 1996.
11. Worland Rick, *OWI meets the Monsters: Hollywood Horror Films and War Propaganda 1942-1945*, Cinema Journal 37, No1, Fall 1997, Texas
12. Vučićević Branko (prir.), *Avangardni film 1895-1939*, Beograd, 1984.
13. Gandl Stiven, Kasteli Klino T., *Glamur*, Beograd, 2007.
14. Gillespie David, *Early Soviet Cinema. Innovation, Ideology and Propaganda*, London 2000.
15. Gorton Kristyn, *From Freud to Feminism in Film*, Great Britain , 2008.
16. Grejam Gordon, *Filozofija umetnosti*, Beograd, 2000.
17. Grieveson Lee, *Fighting Films - Race, Morality and Governing of Cinema, 1912-1915*, Cinema Journal 38, No1, Fall 1998, Texas
18. Groys Boris, *Art power*, USA, 2008.
19. *The Film Preservation Guide – the basics for archives, libraries and museums*, USA, 2004.
20. DeBauch L. Midkiff , *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, The University of Wisconsin Press, 1997.

21. Dmytryk Edward, *On film editing – an introduction to the art of film construction*, USA, 1984.
22. Donald James, Friedberg Anne, Marcus Laura (ed.), *Close-up, Cinema and Modernism 1927-1933*, USA, 1998.
23. Žoli Martina, *Slika i njeno tumačenje*, Beograd, 2009.
24. Zvijer Nemanja, *Holivudska industrija: povezanost filmske produkcije i političkog diskursa*, Sociologija 17, No1, Beograd, 2005.
25. Jovičić Stevan, *Film kao istorijski izvor*, Istorijski glasnik: Organ istorijskog društva SRS, Beograd, 1977.
26. Curry Ramona, *Connecting FilmMedia Studies to Students' Experiences*, Cinema Journal 39, No4, Summer 2000, Texas
27. Quinn Michael, *Distribution, The Transient Audience and the Transition to Feature Film*, Cinema Journal 40, No.2, Winter 2001, Texas
28. Kepley Jr Vance, *The Workers' International Relief and the Cinema of the Left 1921-1935*, Cinema Journal 23, No.1, Autumn 1983, Texas
29. Kermabon Jacques, *Pathé, Premier empire du cinéma*, Paris, 1994.
30. Kobal John (ed.), *50 years of movie posters*, London, 1973.
31. Cohen Paula Maraty, *Silent Film and the Triumph of the American Myth*, USA, 2001.
32. Coco Anne, *From Exhibitors to exhibitions: Changes in the Consideration of Movie Posters*, Collaboration and Connections: Postprints od the AICCM Paper, Books and Photographic Materials Special Interest Group Symposium, Sydney, 2004.
33. Constantine Mildred, Fern Alan, *Revolutionary Soviet film posters*, USA, 1974.
34. Kosanović Dejan, *Kinematografija i film u Kaljevini SHS/Kraljevini Jugoslaviji 1918-1941*, Beograd, 2011.
35. Kracauer Siegfried, *From Caligari to Hitler – a psychological history of the German film*, USA, 2004.
36. Krenn Michael L. , *Fall-out shelters for the Human spirit – American art and the cold war*, USA, 2005.
37. Kuk Dejvid A., *Istorija filma I*, Beograd, 2005.
38. Kuk Dejvid A., *Istorija filma II*, Beograd, 2007.

39. Lambert Josh, *Intertextuality and Cliffhanger Continuity in Early Cinema and Comic Strips*, Cinema Journal 48, No2, Winter 2009, Texas
40. Leyda Julia, *Black-audience Westerns and Politics of Cultural Identification*, Cinema Journal 42, No1, Fall 2002, Texas
41. Lin Mira i Antonjin, *Najvažnija umetnost: istočnoevropski film u dvadesetom veku*, Beograd, 2006.
42. Lewis Jon, „*We don not ask you to condone this“: How the Blacklist Saved Hollywood*, Cinema Journal 39, No2, Winter 2000, Texas
43. Mänz Peter, Maryška Christian, *Das UFA – plakat, filmpremieren 1918 bis 1943*, Berlin, 1998.
44. Mayer Geoff, McDonnell Brian, *Encyclopedia of Film Noir*, USA, 2007.
45. Maciejok Michael, *Filmplakate 1908 – 1932*, Potsdam, 1986.
46. McGowan Todd, *Looking for the gaze: Lacanian Film Theory and its Vicissitudes*, Cinema Journal 42, No.3, Spring 2003. Texas
47. McLean Adrienne L., *Film Noir and the Musical Woman*, Volume 33, No.1, Autumn 1993, Texas
48. Moan Rafaela, *Filmski žanrovi*, Beograd, 2006.
49. Monaco James, *How to read a film*, USA, 2000.
50. Munitić Ranko, *Srpski vek filma*, Beograd, 1999.
51. Munitić Ranko, *Filmska slika i stvarnost*, Beograd, 2009.
52. Nourmand Tony, Marsh Graham (ed.), *Film posters of the 30s ‘ the essential movies of the decade*, London, 2003.
53. Nourmand Tony, Marsh Graham (ed.), *Horror Poster Art*, London, 2004.
54. Omon Žak, *Teorije sineasta*, Beograd, 2006.
55. Omon Žak, Bergala Alen, Mara Mišel, Verne Mark, *Estetika filma*, Beograd, 2006.
56. Peterlić Ante (gl. urednik), *Filmska enciklopedija II*, Zagreb, 1990.
57. Rikards Moris, *Uspon i pad plakata*, Beograd, 1971.
58. Rogowski Christian (ed.), *The many faces of Weimar cinema*, USA, 2010.
59. Slavin David H., *French Cinema's other First Wave: Political and Racial economies of Cinema Colonial, 1918-1934*, Cinema Journal 37, No1, Fall 1997, Texas

60. Slijepčević Bosa, *Kinematografija u Srbiji, Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini od 1896. do 1918.*, Beograd, 1982.
61. Spic Hendler Elen, *Umetnost i psiha*, Beograd, 2011.
62. Spicer Andrew, *Historical dictionary of film Noir*, USA, 2010.
63. Stanfield Peter, *An excursion into the lower depths: Hollywood, Urban Primitivism and St. Louis Blues 1929-1937*, Cinema Journal 41, No.2, Winter 2002, Texas
64. Stojanović Radomir, *Film, istorijski izvor*, Vojnoistorijski glasnik: Organ Vojnoistorijskog instituta, Beograd, 1994.
65. Tadić dr Darko, *Propagandni film*, Beograd, 2009.
66. Taylor Richard, *Film propaganda - Soviet Russia and Nazi Germany*, London, 1998.
67. Taylor Richard, Christie Ian (ed.), *Inside the film factory*, UK, 2005.
68. Foster Hal, Krauss Rosalind, Bois Yve-Alain, Buchloh Benjamin H.D., *Art Since 1900 - modernism, antimodernism, postmodernism*, Singapore, 2007.
69. Frascina Francis, Harrison Charles, Paul Deidre (ed.), *Modern Art and Modernism – a critical analogy*, USA, 1982.
70. Hammett Jennifer, *The Ideological Impediment: Feminism and Film theory*, Cinema Journal 36, No.2, Winter 1997, Texas
71. Harris Oliver, *Film Noir Fascination, Outside History, but Historically so*, Cinema Journal 43, No1, Fall 2003, Texas
72. Harrison Charles, Wood Paul (ed.), *Art in theory 1900-2000*, United Kingdom, 2003.
73. Higashi Sumiko, *Melodrama, Realism and Pace: World War II Newsreels and Propaganda Film*, Cinema Journal 37, No.3, Spring 1998, Texas
74. Čejni Dejvid, *Životni stilovi*, Beograd, 2003.
75. Šato Dominik, *Film i filozofija*, Beograd, 2011.
76. Schmitt Nicole, Weill Alain, *Affiches du cinéma muet dans le monde 1895-1929*, Musée d'Orsay, 1988.
77. Šuvaković Miško, *Epistemologija umetnosti*, Beograd, 2008.

Наставно научно већу Филозофског факултета Универзитета у Београду
Одељењу за историју уметности

**Реферат о квалификованости кандидата
и подобности предложене теме за докторску дисертацију
Јелена Шарановић**

”

ФИЛМСКИ ПЛАКАТ У СРБИЈИ 1898-1945“

1. Основни подаци о кандидату и дисертацији:

Јелена Шарановић рођена је 1987. године у Смедеревској Паланци. Студије историје уметности на Одељењу за историју уметности Филозофског факултета Универзитета у Београду завршила је 2009. године. Дипломирала је код ментора проф. др Симоне Чупић, са темом “Утицај медитеранског поднебља на стварање постимпресиониста – Прованса у делима Сезана и Ван Гога“ са оценом 10 и просечном оценом на студијама 9.66. Током основних студија била је стипендиста Министарства просвете Републике Србије, а током постдипломских студија Републичке фондације за развој научног и уметничког подмлатка, као и Министарства за науку и технолошки развој Републике Србије. Као истраживач-стипендиста Министарства просвете и науке сарађује на пројекту Лабораторије за експерименталну психологију Филозофског факултета Универзитета у Београду. Објавила је неколико критичких текстова („The impact of the Mediterranean and the perception of Provence in Cezanne and Van Gogh's painting“, 2011; „Prikaz knjige Perast – gospodar luka“, 2012) којима је демонстрирала способност разумевања и вредновања визуелне културе, уметности, теорије о уметности кроз примену нових историјско-уметничких методологија. Предложена тема „Филмски плакат у Србији 1898-1945“ требало би да дефинише место и значај овог важног а недовољно истраженог сегмента визуелне културе како у оквирима српске уметности наведене епохе тако и односа према ширем схватању филмске уметности у српској култури и друштву током првих деценија њеног развоја.

2. Предмет и циљ дисертације:

Предмет докторске дисертације Јелене Шарановић представљају плакати (из Архива Југословенске кинотеке, Одељења посебних фондова Народне библиотеке, Музеја примењене уметности...) за филмове америчке, европске и српске продукције од 1898. године до 1945. године.

Циљ дисертације је да се уоче, систематизују, анализирају, опишу и издвоје естетски, уметнички и идеолошки модели различитих типова плаката насталих за жанровски разноврсна филмских остварења, у временском распону од пола века, током којих су бројна друштвено-политичка дешавања непосредно утицала на развој филмске уметности, пропратних феномена и њихову рецепцију у јавности.

3. Опис садржаја (структуре по поглављима) дисертације:

У уводном поглављу кандидаткиња ће критички интерпретирати постојећу литературу о филмским плакатима, представити обим, место и значај прикупљеног материјала, те анализирати место плаката у најширем контексту визуелне културе. У наредном поглављу ће дати преглед историје филма, са посебним акцентом на историјату појаве у Србији.

Треће поглавље детаљно ће представити развој појма рекламирања, рекламне стратегије, начине оглашавања, карактеристике промовисања филмова са идејом да се утврде и разјасне специфичности везане за филмски плакат у односу на развој плакатског промовисања других производа. Разлике у систему представљања филмова према њиховим жанровским поделама, као и разлози овог подвајња биће разматрани у наставку. У наредним поглављима компаративно ће се анализирати примери америчке, немачке и српске продукције са циљем да се истовремено уоче евентуални утицаји из других средина као и специфичности домаћих аутора. Последње поглавље тезе представиће закључна разматрања о месту и значају изабраних, детаљно анализираних примера у оквирима визуелне културе и културне историје Србије током прве половине 20. века.

4. Основне хипотезе од којих ће се полазити у истраживању:

Полазиште дисертације је усредсређено на разматрање историјског, уметничког и ширег културолошког контекста као услова за разумевање климе у којој се појављује филм, те самим тим и први филмски плакати. Посебна пажња биће усмерена на чињеницу да је у фазама ране филмске историје филмски плакат основни медиј помоћу кога се публици нова уметност "покретне слике" представља као легитимни наставак визуелне културе прошлости познате пре свега у форми (статичне) слике. Детаљном анализом наведеног доказиваће се хипотеза о особености филмског плаката као "уметничког жанра".

5. Методе које ће се у истраживању применити:

Условљена различитошћу и ширином појмова који су предмет дисертација интерпретација је утемељена у методама новије историје уметности, са јаким елементима културне историје, студија филма као и историографским мапирањем релевантних примера.

6. Очекивани резултати и научни допринос:

Очекује се да дисертација понуди нови и оригинални допринос како анализи појединачних примера филмских плаката који ће бити детаљно интерпретирани, тако и, до сада ретко разматраног, појма (раног) плакатског оглашавања у специфичним друштвено-политичким околностима прве половине 20. века.

7. Закључак:

Ценећи да је кандидаткиња Јелена Шарановић успешно образложила предмет, циљ и структуру по поглављима ове обимне и сложене теме, као и да предложена тема нуди оквир за нови оригинални допринос тумачењу једног ретко стручно интерпретираног а важног дела визуалне културе, те констатујући да је кандидаткиња квалификована да се бави реализацијом наведеног предлога, комисија предлаже да се прихвати предлог теме докторске дисертације Јелене Шарановић под називом „Филмски плакат у Србији 1898-1945“.

Београд, 07. јун 2013.

Комисија за одобрење теме докторске дисертације:

др Симона Чупић, ванредни професор (ментор)
Филозофски факултет Универзитета у Београду

др Лидија Мереник, редовни професор
Филозофски факултет Универзитета у Београду

др Слободан Мијушковић, ванредни професор

Филозофски факултет Универзитета у Београду

Др Ненад Радић, доцент

Филозофски факултет Универзитета у Београду__