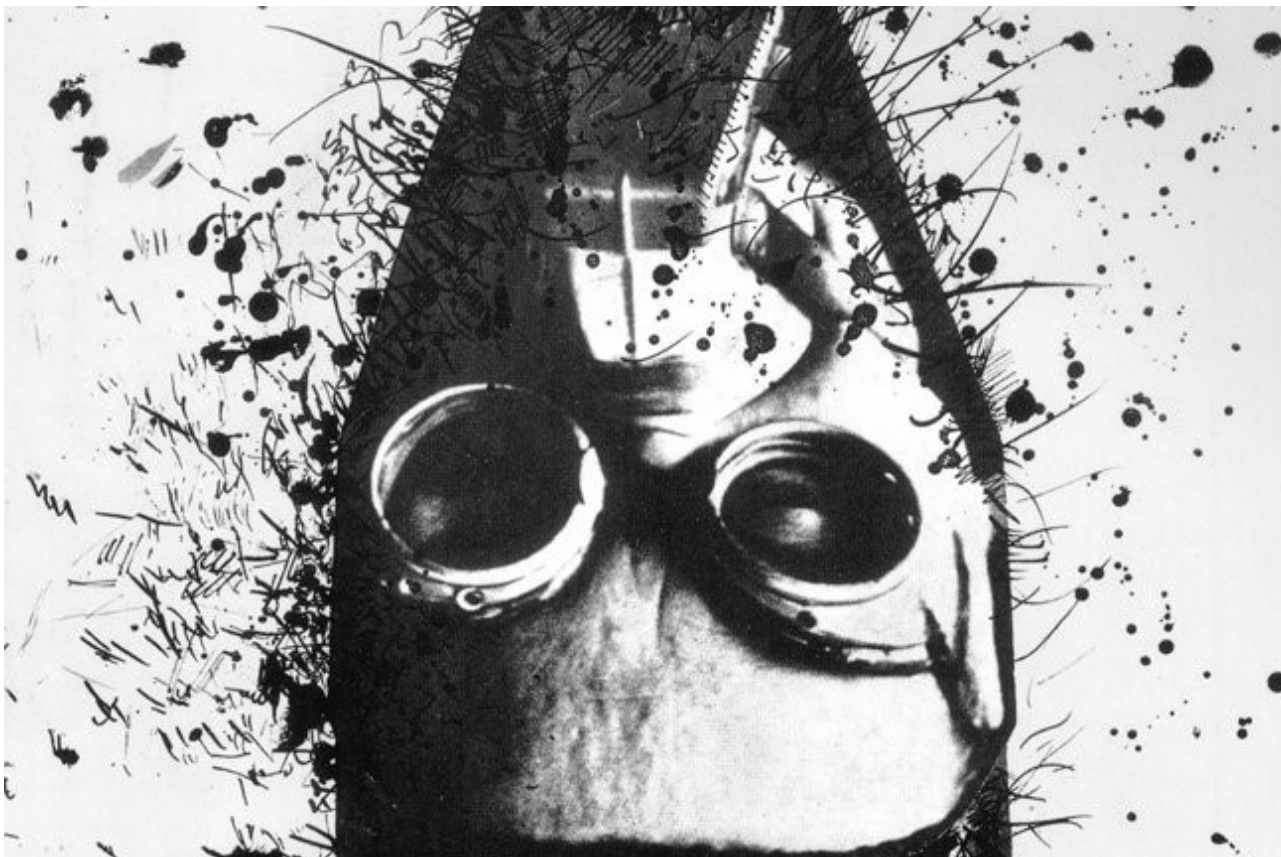




Arbejderen, 21. februar 2012

## Plakater som politisk kampmiddel

Billedkunst - 21. Feb.

Med »Et råb fra muren« vises Arbejdermuseet et lille udvalg af museets mange politiske plakater gennem 100 år.

### Billedkunst

Demonstrationer, arbejdskampe og strejker – fred og nedrustning – klima og miljø – børn, unge og gamle – EU og NATO – 1. maj og internationale solidaritet – Christiania og Ungdomshuset – Poul Schlüter, Thorvald Stauning og Formand Mao – nøgne, døde, revolutionære, kvinder og cyklister.

Plakatsamlingen på Arbejdermuseet og Arbejderbevægelsens Bibliotek og Arkiv (ABA) er enorm.

Her finder man mere end 12.000 plakater fra ind- og udland – et vildt sammensurium af skøre og skæve, grimme og flotte, sjove og alvorlige plakater fra de sidste 100 år.

Arbejdermuseet har været en tur i det store arkiv, og det er der kommet en udstilling og en bog ud af: Et råb fra muren – 100 års politiske plakater.

At det 20. århundrede blev plakats storhedstid skyldes især, at en række større politiske bevægelser voksede frem i denne periode.

Det var arbejderbevægelsen med alle dens forgreninger, og senere fredsbevægelsen og ungdomsoprørets mange grupper, der agiterede for frigørelse og international solidaritet.

Her var plakaten den store bys talerør, som kaldte til såvel alvorlig debat som fed fest i gaderne. Plakaten som medie sprang uden dikkedarer avisernes dyre annoncer over og henvendte sig direkte til manden på gaden.

I Arbejdermuseet og ABA's samlinger er det hovedsagelig plakater fra den venstre side af det

politiske spektrum, som er gemt. Det hænger dels sammen med selve deres grundlag, som er at belyse arbejdernes liv.

Men samtidig skyldes denne overvægt af plakater fra progressive partier og organisationer, at det var dem som mest aktivt satte spørgsmålstejn ved de etablerede normer.

Det var her, at kampen for et samfund uden kapitalistisk undertrykkelse stod. Det var DKP, som igen og igen tordnede mod truslen fra atomvåbnene i halvtredserne. Det var fagbevægelsen, der aktionerede mod ulighed og uretfærdig fordeling af samfundskagen.

Og det var i sidste ende ungdomsoprøret, der kæmpede for en altomfattende samfundsomvæltning, og som for at bevidstgøre folket politiserede alle livets dimensionsioner.

### **Den politiske satire**

Til udstillingen har Arbejdermuseet udgivet en smuk bog. Første del består af en række glimrende artikler af blandt andet aktive plakatkunstere som Mikael Witte og Thomas Kruse. Andel del bringer et skønsomt udvalg af udstillingens plakater.

Begge har siden halvfjerdserne brugt plakats praktiske format, der danner et frit og enkelt grafisk rum for enhver med et budskab.

Plakater som politisk våben var dengang som nu afhængig af to ting: Magthavernes dumhed og tidens trykkes teknik.

Inspirationskilderne til at udstille samfundselitens idioti har vist sig udtømmelige. Og nyttige teknologiske landevindinger som først offset tryk og senere fotokopier har gjort det nemt at delagtiggøre dem for den undrende offentlighed.

Det kunne være simpelt som når plakatkunstneren og provokatøren Mikael Witte i 1976 forsynede sin sortgule-plakat med ordet GAS, en faretrekant og teksten:

Herved bekendtgøres, at staten d.15.7.76 har foræret al dansk nordsøgas til DUC.

Plakaten var underskrevet Handelsministeriet, og dets telefonnummer stod angivet. Så kunne man selv ringe og forlange en forklaring.

Et helt andet aftryk på byens mure satte kunstnerkollektivet Røde Mor. De viser kras socialrealisme, satire og grotesk humor i deres skildringer af forskellen mellem menneskers liv og pengenes rå magt.

Samfundet har ændret sig siden da, men rygtet om den satiriske plakats død er stærkt overdrevet. Som på så mange andre områder er den teknologiske udvikling i fuld gang med at omdanne den trykte plakat til strøm på nettet.

»Det er digitale plakater, som aldrig bliver trykt og klæbet op på gaderne. De fortæller om en helt ny lobal offentlighed«, som det gamle Røde Mor-medlem Thomas Kruse skriver i bogen .

### **Plakatdemokratiet**

På en valgplakat af Oluf Nielsen fra 1926 er de der allesammen, »arbejdere, tjenestemænd, husmænd« på vej frem mod den bedre fremtid, som kommer når socialdemokraterne sejrer i Folketingsvalget.

Plakaten tilhører om nogen den demokratiske valghandling. Fra plankeværker, lygtepæle, vejtræer og offentlige transportanlæg råber de til vælgeren om at deltage i valgdemokratiet.

De første valgplakater i Europa dukkede op omkring 1880 i Frankrig. 20 år senere var mediet for alvor etableret som en uundgåelig del af demokratiet.

Som medium passede det som hånd i handske med en samfundssituation, hvor antallet af stemmeberettigede var blevet kraftigt forøget.

Fra at tælle en håndfuld bedsteborgere, der udgjorde samfundets solide akse, var valget og valgbarhed udvidet til også at omfatte skyldningere, kvinder, tjenestefolk – kort sagt folket.

»Plakaten fører krig fra hvert andet gadehjørne i den industrielle by«, skrev socialdemokraten Julius Bomholt i 1932. Sammenligningen med krigsførelse viser, hvor massivt de politiske plakater var tilstede i det offentlige rum

Plakaten var ikke en ny ting, men den tekniske udvikling gjorde den billig og øgede voldsomt de kreative muligheder i mediet. Det gjorde den velegnet til på en enkelt og direkte måde at appellere til dem, der pludselig havde fået del i samfundets magt – vælgerne.

Den tids første plakater fortalte ikke blot vælgerne, hvem de skulle stemme på, men også hvordan deres kryds var gyldigt. Der var altså meget solid folkeoplysning i valgplakaten for 100 år siden.

### **Arbejderplakaten**

Et særligt kapitel i bogen omhandler HK's anvendelse af plakaten som del i bevidstgørelsen.

Forbundet blev dannet i 1900, hvor det begyndte at organisere funktionærer i butikker og på kontorer i både statslige som private virksomheder.

Temaerne var i den første del af 1900-tallet klassiske faglige spørgsmål som løn og arbejdstid. Det var på det tidspunkt, hvor fagbevægelsen skulle etablere sig, hvor de første overenskomster blev indgået, og hvor man skulle finde sine ben i konflikterne med arbejdsgiverne.

HK brugte fra starten plakaterne i rekrutteringen og mobiliseringen af medlemmerne. I tredive og årene frem voksede forbundet sig stadig større.

Hver gang det rundede nye titusinder medlemmer, udsendte man en plakat der kunne dokumentere fællesskabets succes. Og så pyntede det naturligvis i ethvert, kedeligt kontormiljø.

Frem til tresserne var faglige resultater som ferie, lørdagslukning og landsdækkende overenskomster på plakaten.

Senere blev det kvindernes tur. »Begge køn, samme løn« siger en plakat fra 1953, og i 1963 forkynder forbundet, at »HK's medlemmer sikres nu ligeløn« – i hvert fald på papiret.

Halvfjerdsene var en tid med nybrud når det galdt traditionelle kønsroller, mellem generationer og i de antiautoritære strømninger. Men der er nu ikke meget oprør at spore i HK's plakater fra den tid.

I stedet er der fokus på ny teknologi og et stadig højere arbejdstempo indflydelse på arbejdsmiljø og sikkerhed på arbejdspladsen.

Tilsvarende afspejler firsernes plakater kampen mod Schlüters konservative regering. De nye politiske stramninger førte til plakatkampagner, der skulle forsvare medlemmernes surt erhvervede rettigheder. Samtidig kom også kravet om 35 timers arbejdsuge på plakaten.

Og her stopper det så. HK har sammen med de øvrige fagforeninger med den gamle LO-boss Thomas Nielsens ord »sejret ad helvede til«. Den faglige solidaritet går op i hat og briller og erstattes af individuelle medlemsrettigheder, frynsegoder og lørdagsbanko.

Set i lyset af situationen lige nu i kampen mellem kapital og arbejdere er der håb forude om, at plakaten atter vil indtage sin plads som kampmiddel.

Et råb fra muren – 100 års politiske plakater. Arbejdermuseet. Arbejdermuseet, Rømersgade. Til 28. maj.

Bog i samarbejde med Arbejderbevægelsens Bibliotek og Arkiv (ABA). Red.: Margit Bech Larsen. 98 sider, rigt illustreret, 130 kroner.