

Нацыянальная гісторыя графічнага дызайну

Ала Пігальская

Гісторыя галандскага графічнага дызайну пачынаецца са слоў: усё, што маюць грамадзяне Нідэрландаў, здабытае імі карпатлівай і дбайнай працай, нават зямля адваяваная ў мора будаўніцтвам дамбаў, таму дызайн для іх — таксама адзін з інструментаў барацьбы за існаванне.

У Беларусі гісторыя графічнага дызайну пакуль не напісаная. Адсутнасць узгодненага бачання мінулага — адна з прычына ў адсутнасці наратыву гісторыі графічнага дызайну, які б выяўляў пераемнасць і разрывы ў развіцці візуальнай мовы ў публічнай камунікацыі (кнігі, газеты, пазней — афішы і медыяпрадукцыя). Не прагавораная сувязь паміж палітычнай і сацыяльнай гісторыяй і візуальнай рэпрэзентацыяй гэтых працэсаў. Апошнія некалькі стагоддзяў беларусам даводзілася змагацца за магчымасць «вырашаць свой лёс», і гэтая барацьба прывяла да адначасовага суіснавання некалькіх культур у стане адмаўлення адна адной: культуры каланізатараў (афіцыйнай культуры, санкцыянаванай істэблішментам), культуры партызанскай і той, што ствараецца эмігрантамі ў выгнанні. Усе гэтыя культуры выцясяюцца, цензуруюцца ці ігнаруюцца адна адну, і таму мы цяпер лепш знаёмыя з першай, якая распаўсюджаецца з пазіцыі метраполіі, фрагментарна — з другой і зусім мала (з-за недаступнасці) — з трэцяй. Перыяды войнаў, паўстанняў і рэвалюцый стваралі ўмовы, калі ўсе тры культуры сустракаліся, супрацьстаялі і ўзаемадзейнічалі. У спакойныя перыяды яны існуюць у аўтаномным рэжыме. Чым больш вузкая прастора афіцыйнай культуры, якая сілкуецца мэтавым фінансаваннем, распаўсюджаннем (нярэдка — прымуковым) і цензурай, тым больш разнастайныя формы праяўлення неафіцыйнай, ці партызанскай, культуры. Але нават на матэрыяле афіцыйнай культуры не напісана гісторыі графічнага дызайну. Праблема палягае ў тым, што афіцыйная культура бывае настолькі спакладанай і выпуштанай, што робіцца нецікавай для дакументавання. Сацрэалізм у плакаце і мастацтве таму выдатны прыклад: паводле трапнага выразу Барыса Гройса, вяртаць сацрэалізм у музей тое самае, што вяртаць банкі супу «Кэмпбел» з твораў Эндзі Уорхала ў супермаркет, то-бок патрэбныя спецыфічная інтэрпрэтацыя і канцэптуальная рамка для яго экспанавання і гістарызацыі. У Нацыянальнай галерэі мастацтваў Літвы ў пастаяннай экспазіцыі афіцыйнае мастацтва знаходзіцца на стацыянарных сценах, але перад імі стаяць сцены перасоўныя, на якіх размешчаныя творы неафіцыйнага мастацтва. Такім чынам глядач бачыць два слаі / пласты ў экспазіцыі: адзін статычны, другі рухомы, абодва планы ў розных камбінацыях ствараюць для глядача нечаканыя спалучэнні вобразаў, і ўзнікаюць умовы для з'яўлення цікавых інтэрпрэтацый.

Неафіцыйная культура, якая рэалізуецца ў спантаных формах, з сітуацыйнымі рэсурсамі для тыражавання і каналамі распаўсюджвання, захоўваецца ў асабістых архівах (з-за малых тыражоў) і памяці нешматлікіх удзельнікаў, таму праз некаторы час застаецца крытычна мала дакументаў і сведчанняў. Эмігранцкія праекты вельмі часта аказваюцца недаступныя ўнутры краіны. Пра пасляваенныя выданні ў Еўропе і ЗША на беларускай мове мы ведаем вельмі мала (не кажучы пра доступ да іх арыгіналаў).

Падчас Другой сусветнай вайны жыхары маглі бачыць друкаваную прадукцыю акупацыйнага рэжыму, таксама як і газеты ды лістоўкі, якія выдавалі партызаны, — спачатку самвыдатаўскага і насценгазетнага фармату, а потым надрукаваныя ў тыпаграфіях з глыбокага тылу. Таксама былі газеты і лістоўкі Арміі Краёвай. Гэта розныя па дызайне, візуальнай рыторыцы і мове выданні, але іх аб'ядноўвае агульны адрасат — насельніцтва Беларусі.

Нават у савецкі пасляваенны час пры татальнай цензуры ў Беларусі побач з савецкай агітацыйнай прадукцыяй атэістычнага кшталту існаваў самвыдат як сярод інтэлігенцыі (забароненая літаратура, праваахоўныя тэксты), так і


сярод вернікаў (напрыклад, у сярэдзіне 1950-х баптысты выдавалі біблію для дзяцей). Для гэтага ім давялося ўзнавіць гутэнбергаўскія тэхналогіі, яны выразалі літары з дрэва ці бульбы, звязвалі словы і радкі старымі панчохамі і друкавалі малатыражныя кніжыцы з біблейскімі гісторыямі.

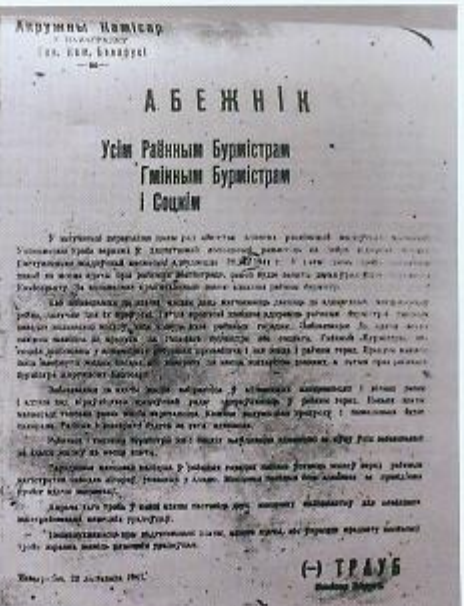
У позні савецкі перыяд беларускія дызайнеры разам са стварэннем агітацыйных постараў актыўна ўдзельнічалі ў міжнародных конкурсах плакатаў. Але ў калекцыі Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі ёсць агітацыйныя плакаты, якія распаўсюджваліся па адрасах абавязковай рассылкі, а плакаты, створаныя для міжнародных конкурсаў, у лепшых выпадках захаваліся толькі ў асабістых калекцыях ці калекцыі БСД.

У 1990-я быў нядоўгі перыяд, калі ўсе пласты культуры злучыліся і сталі бачныя для шырокай публікі. Распаўсюджанне лічбавых тэхналогій прывяло да дэмакратызацыі прафесійнай сферы, знізіла кошт тыражавання і яшчэ больш пашырыла дыяпазон выданняў і візуальных рашэнняў.

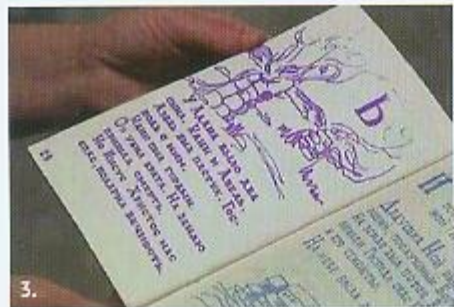
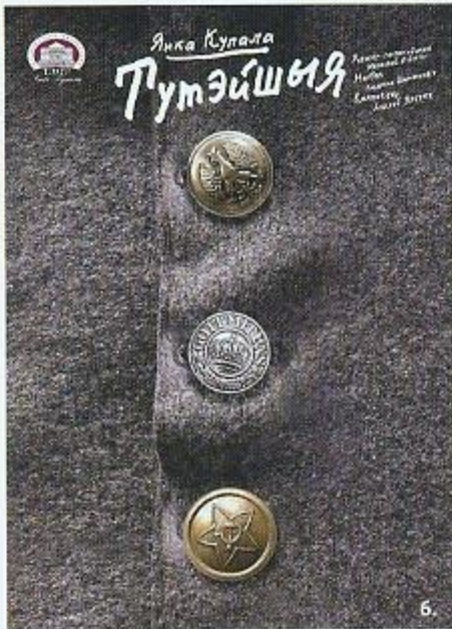
Выдаваліся кнігі самага рознага кшталту: гістарычныя даследаванні і літаратура, якія доўгі час знаходзіліся пад цензурай. Назіраўся імклівы рост газет і часопісаў на беларускай і рускай мовах самай рознай тэматыкі, а таксама бульварнай літаратуры, кішэнных выданняў таных кніжак. Афішы для розных клубаў і канцэртаў выкананыя на камп'ютары дызайнерамі, якія смела эксперыментавалі з візуальнымі формамі. У гэтыя гады адрэдакцыя выданне газеты «Наша ніва», спыненае ў 1915-м. Менавіта ў 1990-я Алена Кітаева і Андрэй Шэлюта ствараюць плакаты для тэатра оперы і балета, якія сёння з'яўляюцца прадметам калекцыянавання. Гэта быў вельмі кароткі перыяд надзвычай яркіх тэатральных плакатаў. Спецыфічныя ўмовы існавання беларускіх тэатраў сёння (адсутнасць канкурэнцыі і пільны кантроль) стрымліваюць развіццё візуальнай камунікацыі паміж глядачом і тэатрам. Тым больш важным бачыцца ўнёсак Нацыянальнага тэатра імя Янкі Купалы, які адным з нямногіх працягваў прадстаўляць пастаноўкі глядачу праз афішы. Плакаты Юрыя Тарэева, Уладзіміра Цэслера ды іншых дызайнераў дазволілі захаваць гэтую традыцыю.

З распаўсюджаннем інтэрнэту сітуацыя не надта змянілася, таму што архіваванне праектаў усё больш аказваецца справай не інстытуцый, а даследчыкаў — у адпаведнасці з іх даследчымі прыярытэтамі. Аб'ём інфармацыі значна павялічыўся, але захоўваецца і дакументуецца ў сеціве толькі тое, што выглядае каштоўным і цікавым у вачах спажыўца. Часцей за ўсё такім аказваецца не афіцыйная прадукцыя, а якраз тыя праекты, якія ствараюцца на злобу дня, вірусна распаўсюджаюцца і знаходзяць водгук у людзей.

Сёння мы назіраем, як дзве існыя доўгі час у аўтаномным рэжыме культуры сустрэліся ў прасторы горада і нараджаюць цікавыя візуальныя рашэнні. Архівавэнне і дакументаванне дызайн-праектаў, успамінаў і сведчанняў пра ўмовы іх вытворчасці і распаўсюджвання — адзін з першых этапаў стварэння нацыянальнай гісторыі, звязаны з пытаннем, што менавіта падлягае захаванню. Наступны этап заключаецца ў інтэрпрэтацыі крыніц, даступных у архівах. На гэтым этапе даследчыкі з рознымі кампетэнцыямі і з розных краін павінны атрымаць доступ у архівы. Яны змогуць выпрацаваць розныя рамкі інтэрпрэтацый захаванай спадчыны і атрымаць зваротную сувязь ад аўдыторыі дызайнераў-прафесіяналаў розных пакаленняў, мастацтвазнаўцаў, калекцыянераў і зацікаўленай публікі. Менавіта ў канфілікце інтэрпрэтацый фармуецца нацыянальная гісторыя дызайну, у якой нацыянальнае атрымлівае тое значэнне, з якім згодныя асацыяваць сябе грамадзяне Рэспублікі Беларусь і дзякуючы якому феномен беларускага дызайну стане заўважным за мяжой. Бо тое лепшае, што нам дае гісторыя, — гэта ўзбуджальны энтузіязм, як спрадвядліва адзначаў Іаган Гётэ. 



Распарадкаванне (аб'явінік) камісара Навагрудскай акругі штурмбанфюрара СС Вільгельма Трауба наконт зборнага населэння і яго мобіліцы. 22 лістапада 1941.



1. Газета беларускіх партизан і абвешці на нямецкай і беларускай мовах на акупаванай тэрыторыі. 1943.
2. Радзіе «Вываленне» як прадстаўнік эмігранцкай культуры.
3. Разварот дзіцячай кнігі, якую бабыцы выдавалі падпольна.



4. Вокладка часопіса «Полымя».
6. Уладзімір Цяслер. Плакат да спектакля «Тутэйшыя».
7. Пастаянная экспазіцыя сацрэалізму ў Нацыянальнай галерэі мастацтваў у Вільнюсе.
8. Юрый Тарзеў, Уладзімір Цярэнцьеў. Плакат да спектакля «Пінская шляхта».