

ДИЗАЙН

УДК 769.91+7.049.1+7.067.3

О. А. Ващук

ПОЛИТИКО-КУЛЬТУРНЫЙ НАРРАТИВ И РИТОРИКА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА В ПЛАКАТАХ СТУДИИ «ГРАПЮ» (1970–1990)

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

Статья посвящена особенностям развития политико-культурного дискурса и проблеме интерпретации образа во французском искусстве плаката, рассматриваемом на примере творчества студии «Грапю». Существенное внимание в статье уделено истокам формирования художественной концепции студии, влиянию на ее творческий метод художественных взглядов ситуационистов и разработанных ими подходов к созданию социально и политически ориентированных произведений искусства. Освещаются история и культурный фон майских событий 1968 г. в Париже, давшие импульс к формированию мировоззренческой платформы и оригинального художественного языка группы «Грапю». Творчество французских плакатистов рассматривается в контексте «новой волны» графического дизайна, провозгласившей своими основными ориентирами стремление к экспериментам, пастиш, «слоистую» образность, «беспорядочную жизненность» форм, стимулирование воображения и обращение к подсознанию зрителя. Библиогр. 11 назв. Ил. 9.

Ключевые слова: политико-культурный нарратив, майские события 1968 г. в Париже, риторика художественного образа, плакат, студия «Грапю», принципы ситуационистского искусства, методика détournement, «новая волна» графического дизайна, постмодернизм.

POLITICAL AND CULTURAL NARRATIVE AND RHETORICS OF THE IMAGE IN THE POSTERS OF THE “GRAPUS” STUDIO (1970–1990)

O. A. Vashchuk

St. Petersburg State University, 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

The article concerns the peculiarities of development of political and cultural discourse and the problem of interpretation of the images of French poster art, considered on the example of the “Grapus” studio. Considerable attention is paid to the origins of the studio’s artistic concept, significantly influenced by the artistic views of the Situationists, namely their approaches to creating socially and politically engaged art. The author highlights the history and cultural background of the May 1968 events in Paris, which gave impetus to the formation of ideological platform and original artistic language of the “Grapus”. Creative activities of the studio are examined in the context of the “New wave” of graphic design, which is defined by the desire for experiment, pastiche, “layered” imagery, “indiscriminate vitality” of forms, stimulation and appeal to the viewer’s imagination and subconsciousness. Refs 11. Figs 9.

Keywords: political and cultural narrative in modern graphic design, the events of May 1968 in Paris, the rhetoric of the artistic image, poster, “Grapus” studio, socially and politically engaged art, principles of the Situationist art, technique of détournement, the “New Wave” of graphic design, post-modernism.

Благодаря своей институциональной неэлитарности, требованиям острой актуальности и ориентированности на максимально широкую аудиторию плакат, как может показаться на первый взгляд, словно бы противостоит «византийской сложности» мира высокого искусства. Социально-культурная рефлексия может обретать в нем наиболее ясно очерченную форму еще и потому, что массовое сознание делегирует плакату особые полномочия — быть общедоступным индикатором процессов, происходящих в мировой повседневности. Традиционно к плакату относятся с меньшим подозрением, чем к современному искусству, обращенному к довольно узкому кругу интеллектуалов, а потому зачастую обвиняемому в ангажированности и причастности к коррумпированным политико-культурным дискурсам. Плакат же, с его нередко «просторечными» и, кажется, такими доступными для обывателей формами, иногда и вовсе принимаемый за стихийный «глас улиц», гораздо труднее заподозрить в манипулятивности и двуличии. Мифология честности, открытости, отсутствия «второго дна» делает плакат в глазах большинства своего рода «оттиском» коллективного сознания.

В отличие от сложного для восприятия актуального искусства плакат стремится апроприировать максимально прямолинейные стратегии смыслообразования, зачастую обходясь и вовсе примитивными, легко считываемыми метафорами и ассоциативными рядами. Это особое качество художественного жеста, провоцирующего, среди прочего, и на самые банальные, поверхностные интерпретации, Б. Гройс называет «преимуществом тривиальности». По его мнению, «тривиальные ассоциации лишь на первый взгляд обедняют восприятие искусства, на деле же они сообщают ему наибольшую энергию воздействия» [1, с. 261]. Во многом именно эта незамысловатость сообщает плакату тот особый, подсознательно улавливаемый ореол подлинности, правдивости, который в сфере современного искусства уже либо полностью утрачен, либо в значительной степени дискредитирован. Ведь даже такие непререкаемые ценности, как настоящее золото или мрамор, инкорпорированные в структуру художественного произведения, кажутся сейчас постмодернистскими симуляциями, отмечает Гройс [1, с. 265].

В свете этих особенностей плакат становится одним из ведущих средств визуальной коммуникации в наиболее противоречивые исторические периоды, когда общественно-политическая ситуация требует завоевания доверия публики, а эффективное воздействие на нее рассматривается как первостепенная задача. Один из таких исторических этапов, точкой отсчета которого явились легендарные майские события 1968 г. во Франции, дал начало эпохе ярчайшего расцвета европейского социально-политического плаката, революционного не только по своему содержанию, но и по форме.

Те майские дни ознаменовались массовыми студенческими волнениями, баррикадами и многотысячными манифестациями в Париже. Озвученные на первомайских демонстрациях требования социальной справедливости, демократизации образования и равноправия полов, отмены цензуры и полицейского произвола стали реакцией на ужесточение авторитарного режима Шарля де Голля. Студенческую революцию вскоре поддержали профсоюзные лидеры, выведя на всеобщую забастовку более 10 миллионов человек. Однако значимость мая 1968-го для современных французов состоит отнюдь не в масштабе выступлений, а в демократическом харак-

тере того общенационального порыва, который охватил страну и привел к серьезным переменам в сознании людей.

Тон «Красного мая» задавали анархические идеи всеобщего освобождения, вызвавшие к жизни яркую контркультуру «новых левых». Демонстранты провозглашали: «Запрещать запрещается!», «Будьте реалистами — требуйте невозможного!», «Забудь все, чему тебя учили — мечтай!», «Границы — это репрессии!», «Дважды два уже не четыре!», «Все — и немедленно!». Став апофеозом утопических грез о либеральном социальном повороте, лозунги 1968 г. свидетельствовали о кардинальном переломе в культурной ситуации Запада. Творчество легендарной группы «Грапиó», основанной в Париже участниками тех самых майских событий, можно рассматривать как своего рода графическую квинтэссенцию эпохи, разразившейся в 1968 г. яростным разоблачением основ модернистской ментальности.

Смена правительства де Голля привела к усилению леворадикального дискурса, ставшего идеологическим нервом общества. Турбулентное духовное состояние нации, резонировавшее со знаковыми событиями в других странах Европы и в США — подавлением «Пражской весны», убийством Мартина Лютера Кинга и Роберта Кеннеди, протестами против чудовищной войны во Вьетнаме, — отразилось и на художественной жизни страны: молодое поколение уверенно выбирало нонконформизм, индивидуализм и смелые эксперименты. Ответом на бессмыслицу, абсурд и жестокость войны стали субкультура хиппи и движение йиппи в США, а реакцией на консервативную власть — политическая активность, ниспровержение старых авторитетов и зарождавшаяся политика еврокоммунизма. На волне всеобщего идеализма и оптимистических надежд, в чем-то близких атмосфере перестройки в СССР, графический дизайн группы «Грапиó» стал художественной манифестацией общественных настроений и ожиданий. Из-за приверженности марксизму буржуазная публика прозвала участников группы «сталинистскими негодьями» (*crapules stalinienes*), откуда и возникло едкое и самоироничное название «Grapus».

С момента основания в 1970 г. в группу входили Пьер Бернар, Жерар Пари-Кламель и Франсуа Мийе. Пять лет спустя к ним присоединились Жан-Поль Башолле и Александр Йордан. Бернар и Пари-Кламель познакомились еще в 1966 г. в Варшаве — они вместе учились у основоположника польской школы плаката Генриха Томашевского. Именно ему они обязаны своей поэтикой образов а-ля хендмейд и нарочито небрежной, жестуальной каллиграфией. Томашевский научил их создавать и емкие графические метафоры, опираясь на законы семиотики, — неслучайно в работах «Грапиó» встречается множество символов из лексикона «графического эсперанто».

В буклете 1979 г., вышедшем к первой выставке «Грапиó» в Гренобле, был опубликован своеобразный творческий манифест группы: «Мы — творческий коллектив, действующий в обществе индивидуалистов, где художники разобщены, враждуют друг с другом, где они стеснены жесткой социальной иерархией, являясь, в конечном счете, одиночками маргиналами. Мы должны бороться против угнетенности, отчаяния и затаенной в обществе злобы. Мы стремимся наладить социальную коммуникацию в стране, где все направлено на коммерческое потребление, а между надменно-элитарной культурой, стагнирующими профсоюзами и скверной политической жизнью зияет пропасть» [2, S. 194]. Дизайнеры считали неприемлемой ситуацию, когда учреждения культуры, социальные и политические институты облачают свои

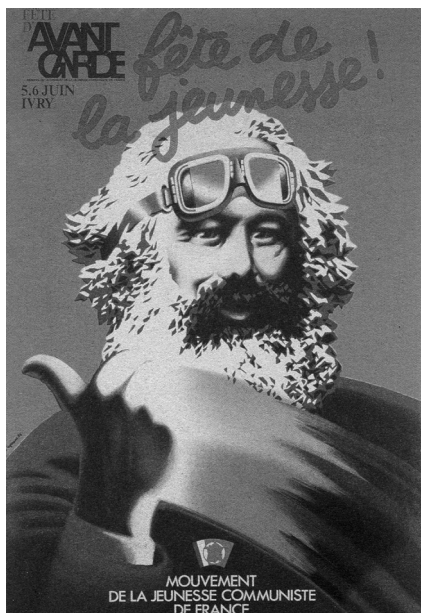


Рис. 1. Студия «Граплю». Плакат для фестиваля коммунистической молодежи, выполнен по заказу газеты «Авангард» и Французской компартии. 1976 г.

послания обществу в форму банальных слоганов и сентиментального китча. Они выступали за решительное обновление визуального языка и обращались к смелым, «ненормативным» образам, которые были под стать произошедшим в обществе переменам. Например, один из плакатов группы, анонсирующий фестиваль коммунистической молодежи, изображает Карла Маркса в образе автостопщика (рис. 1).

Лидер группы Пьер Бернар говорил: «У меня не хватает терпения восхищаться красотой... Мое творчество — это скорее сумасшедшая идея, нежели художественное совершенство. В моем дизайне нет ничего миловидного, способного польстить глазу» [2, S.196]. Действительно, в своих листах Бернар осуществлял своего рода графические диверсии, разбивая в пух и прах представления благовоспитанных снобов о границах приличия в публичных высказываниях. Его визуальные дерзости приковывали взгляд прохожих, вовлекая их в эксцентричное графическое действо и заставляя эмоционально «проживать» художественное сообщение. Вместо спокойствия разборчивой,

легко читаемой типографики Бернар предлагал зрителям густую волнующую энергетику «смазанных» пятен и хореографии линий, «дефектных» изображений и грубых наслоений, эффектов «запачканной» поверхности и эмоционально интонированной лексики. Все это насыщало работы «Граплю» особыми коннотациями. Характер живой органической материи, выразительная сила грубых природных фактур сообщали плакатам «Граплю» внутренние качества правдивости, естественности, подлинности и нравственной «первозданности».

Новая поэтика чувственных бароккизирующих форм и свободная ассоциативность образов согласовывались с общей эволюцией графического дизайна, а именно — с визуальным мышлением «новой волны» типографики, пришедшей в 1970-е годы на смену ортодоксальному интернациональному стилю. «Фаустовская душа» постмодернистской художественной культуры пробудила в молодом поколении дизайнеров-графиков стремление к экспериментам. Пастиш, «слоистая» образность, «беспорядочная жизненность» форм, стимулирование воображения и обращение к подсознанию зрителя — таковы главные ориентиры дизайнеров «новой волны» [3, с. 221–249].

* * *

Преобладающее в творчестве «Граплю» дионисийское начало созвучно внутреннему пафосу ключевых гошистских текстов конца 1960-х — начала 1970-х годов и отчасти восходит к разработанным в них художественным концепциям. Важнейшее значение в этой связи имеет программная работа Ги Дебора «Общество спектакля»,

опубликованная в Париже за полгода до начала студенческих волнений в Латинском квартале. В ней основоположник, лидер и главный теоретик Ситуационистского Интернационала¹ отмечал, что театрализация, используемая как основная технология государственной власти, призвана «оправдывать общество без оправданий» [4, с. 104], где «фантазия уничтожается, свобода перелицовывается в дурную бесконечность потребления, будучи пойманной в ловушку каковой человек становится рабом скуки как современной формы социального контроля» [4, с. 180].

Как справедливо указывает Г. Рауниг, влияние Ситуационистского Интернационала на эстетико-философский фон майской смуты 1968 г. «обнаруживается в первую очередь в специфически ситуационистских жанрах — комиксах и используемой не по назначению рекламе, — но также и в непривычных лозунгах на плакатах и граффити» [5, с. 172]. Это неудивительно, поскольку художественные взгляды ситуационистов во многом основывались на принципах леттризма, сформулированных в 1946 г. в Париже молодым румынским эмигрантом Исидором Изу. В манифесте «Диктатура Леттризма: тетради новой художественной власти» он провозгласил Букву главным элементом конструирования нового мира, поскольку старый был лишен смысла и уничтожен войной. «Изу абсолютизировал значение Буквы, чтобы высвободить ее дремлющую энергию, поработенную властью слов. Освобождение Буквы представлялось ему настоящей революцией, способной решительно изменить лицо мира» [6]. Как полагает Г. Ершов, в некотором смысле леттризм связан с каббалистическим представлением о сотворении мира из Буквы [6]. Суть этого предания такова: «Бог творит мир посредством тайны сжатия — *soid ha zimzum*. Бесконечный — *Eusof* — сжимает Себя в букву “юд”, которая приближается по размеру к точке и является первой буквой сокровенного имени Бога. Сжимая Себя, Бог как бы освобождает место, так как первоначально все заполнено Им одним. Затем Бог излучается вовне Себя. Эта эманация, совершенная вблизи от центра, на периферии принимает низшие формы бытия, что и есть сотворенный мир» [7, с. 39].

Переосмыслив идеи дадаизма и русского авангарда, Изу эмансипировал букву как знак и первозданную материю, сообщив ей немислимую прежде созидательную энергию. Можно сказать, что леттризм стал проектом освобождения индивида путем распространения креативности на все сферы жизни. Изу видел в нем также пролог к возможной социальной революции, движущей силой которой могли стать студенты. Свои взгляды на этот счет он изложил в «Трактате о ядерной экономике: Молодежное восстание», написанном в 1950 г. Попав вскоре в ближайшее интеллектуальное окружение Ги Дебора, Изу оказал решающее влияние на формирование художественной концепции ситуационизма.

С 1966 г. Ситуационистский Интернационал активно способствовал расширению и радикализации протестных настроений в студенческих кругах, распространяя брошюры, листовки и памфлеты в университетах Страсбурга, Лиона и Нанта.

¹ Ситуационистский Интернационал (*Internationale Situationniste*) был основан Ги Дебором в 1957 г. и представлял собой художественно-политическую ассоциацию в форме авангардистского проекта по созданию «сюр-революционного» искусства и осуществлению «анти-культурной» деятельности. Политически опирался на синтез марксистских и троцкистских идей, а также анархическую идеологию. Крайний радикализм ситуационистских текстов, акций и перформансов был призван служить своеобразным противовесом от «спектакляризации» и фальсификации, которым в капиталистическом обществе, по их мнению, подвергаются все стороны жизни. В 1972 г. Дебор распустил Ситуационистский Интернационал и отстранился от политической жизни.

в своего рода «подрывные ситуации» и использования в социально-политической пропаганде. Например, журнал «Ситуационистский Интернационал» перепечатывал коммерческие комиксы, вкладывая в уста героев революционные лозунги.

Исторически *détournement* эволюционировал из дадаистского и сюрреалистического коллажа, однако ситуационисты преследовали несколько иные цели, а именно — девалоризацию присвоенных художественных элементов и разоблачение их идеологического содержания. При этом особую роль играл контекст воспроизведения этих фрагментов, который, по мысли ситуационистов, должен был наиболее внятно акцентировать лживость и ущербность буржуазной модели культуры.

Ближайший сподвижник Дебора и один из теоретиков ситуационизма, датский живописец Астер Йорн так писал о сути *détournement*: «Невозможно творить будущее без прошлого. Будущее создается либо путем отказа от прошлого, либо путем принесения его в жертву. Тот, кто обладает прошлым явления, также владеет и ключами к его становлению. Европа продолжит быть источником современного развития. Единственная проблема здесь — знать, кто имеет право приносить жертвы и отвергать прошлое, иными словами, кто унаследует импульс футуристической энергии. Я хочу омолодить европейскую культуру. Я начну с искусства. Наше прошлое исполнено энергии становления. Нужно лишь высвободить ее, взломав скорлупу. *Détournement* — это игра, возникшая благодаря возможности *девалоризации*. Лишь тот, кто способен девалоризировать, может создавать новые ценности» [10].

В работах студии «Грапю» леттристские принципы смыслообразования и методика *détournement* вышли на новый уровень художественного осмысления. Виртуозно используя эти простые, на первый взгляд, инструменты создания образа, участники группы нашли своеобразную точку равновесия между крайностями тотального нигилизма и абсолютного идеализма. Новаторство «Грапю» заключалось также в совмещении двух, казалось бы, взаимоисключающих дизайн-стратегий: демистификации (подразумевающей, согласно терминологии Р.Барта, визуализацию общественной мифологии) и представления утопического в своей основе, альтернативного миропорядка, бесконечно далекого от существующей действительности [11, p. 104].

* * *

Итак, через год после «страсбургского скандала» призывы ситуационистов к саботажу лекций и экзаменов, бунту и захвату зданий образовательных и культурных учреждений были восприняты студентами в Нантере — пригороде Парижа, где в 1964 г. был открыт филиал Сорбонны. Отсюда сопротивление распространилось на столицу, спровоцировав дальнейшее развитие событий.

15 мая 1968 г. студентами Высшей национальной школы изящных искусств в Париже была организована студия «Atelier Populaire», предназначение которой состояло в максимально широкой поддержке революционного движения достаточным количеством политических плакатов. С мая по июнь ею было создано более 400 оригинальных листов, общий тираж которых превышал триста тысяч экземпляров. Как позже в «Грапю», в пике буржуазной идеи авторства здесь практиковался коллективный метод работы, а плакаты подписывались названием студии. Будущие основатели «Грапю» Пьер Бернар, Жерар Пари-Клавель и Франсуа Мийе также были участниками этого объединения.

Однако упрощенный, если не сказать примитивистский, подход к художественному решению плакатов, принятый в «Atelier Populaire» и чрезвычайно востребованный в кульминационной точке развития революционной борьбы, в творчестве «Граплю» уступил место небанальной, интеллектуально тонкой работе с образом.

На протяжении 1970-х годов главными заказчиками «Граплю» были коммунистическая партия, всеобщая французская конфедерация труда, профсоюзы и городские муниципалитеты с коммунистическим большинством. К этому времени относится сотрудничество группы с Пабло Пикассо и Франсуа Леже, которые, как и участники «Граплю», состояли во французской компартии. Частыми гостями в мастерской «Граплю» были известные плакатысты Роман Чеслевич и Раймон Савиньяк, а среди современников, повлиявших на стилистику группы, следует назвать мастеров нью-йоркской школы живописи, кубинских революционных художников и дизайнеров из нью-йоркской студии «Pushpin».

Плакаты «Граплю» 1970–1980-х годов изобилуют отсылками к мировому политическому контексту. В них — и ликование в связи с окончанием Вьетнамской войны (1975, рис. 3), и критика ограничения основных прав и свобод человека и укрепления милитаризма в Турции (1982), и негодование по поводу осады Бейрута и уничтожения палестинских беженцев в ходе Ливано-израильской войны (1982). Темати социально-политических плакатов «Граплю» становились демонстрации за мир

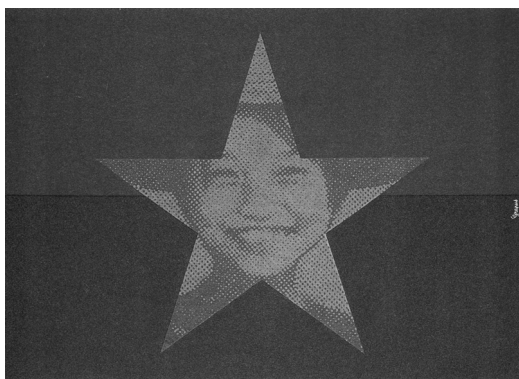


Рис. 3. Студия «Граплю». Плакат «Победа Вьетнама». 1975 г.

и разоружение, национальные конгрессы компартии, осуждение политики апартеида и расизма, борьба с бедностью, государственные программы в сфере культуры, урбанизма (рис. 4), экологии (рис. 5). Именно благодаря этим работам к «Граплю» пришел громкий успех, обеспечивший им видное место в авангарде французского графического дизайна.

Особое место в творческом наследии «Граплю» занимают работы для авангардного «Театра саламандры» в Лилле. В них ничем не ограниченная творческая свобода художников обрела наиболее яркое воплощение. Как прежде дадаисты, для выражения протестного духа участники «Граплю» нередко прибегали к актам визуального вандализма. Часто на основе всем известных «открыточных» или даже портретных образов они создавали драматичные коллажи из разнохарактерных элементов, ис-

Рис. 4. Студия «Граплю». Плакат для градостроительного конгресса в Гренобле. 1973 г.

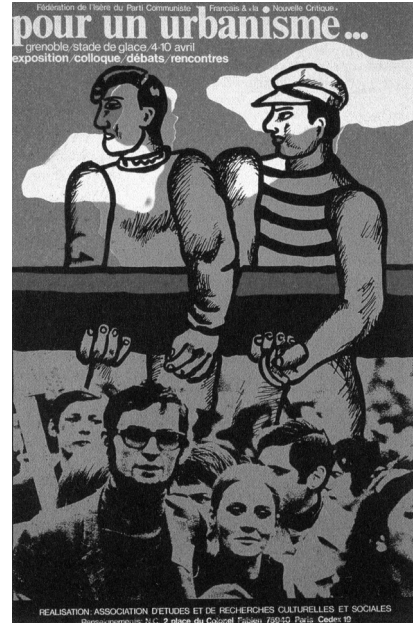
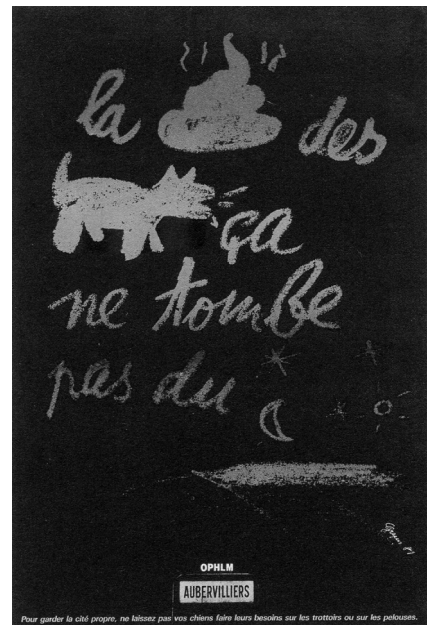


Рис. 5. Студия «Граплю». Экологический плакат 1981 г.

Призывая к соблюдению чистоты в городе, плакат напоминает, что «экскременты домашних питомцев не падают с неба». Плакат оказался столь эффективным, что вслед за предместьем Парижа Обервилье, первым заказчиком плаката, его использовали города Гавр, Монлюсон и департамент Сен-Сен-Дени.



пользуя технику граффити, живопись, фотографику, знаки массовой культуры, рукописные и наборные шрифты. В этом живом театре абсурда звучали отголоски французского сюрреализма и возрождался архаичный кураж галльских карнавальных мистерий (рис. 6).

Беседуя с заказчиками, дизайнеры сначала выслушивали их пожелания, а затем выносили свой вердикт, нередко действуя по формуле: «Вы хотите деловой костюм,

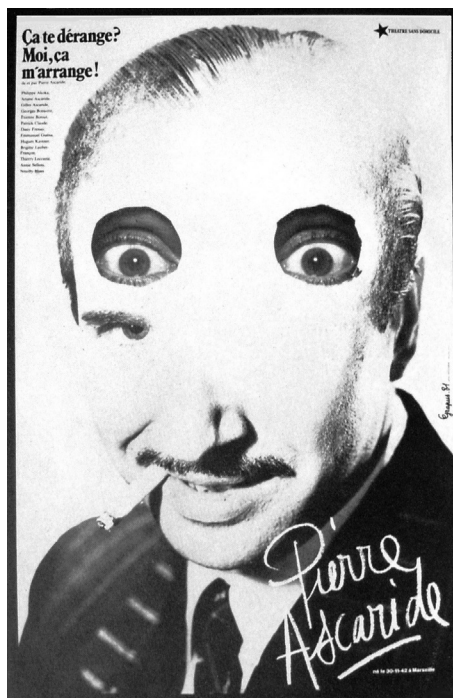


Рис. 6. Студия «Грапю». Театральный плакат. 1981 г.

а мы покажем нижнюю юбку» [2, S. 198]. Отстаивая свои решения, группа выступала перед заказчиком как единый сплоченный коллектив, сохраняя изначально декларированное равноправие всех участников.

К 1980-м годам состав группы значительно расширился и временами доходил до двадцати человек. По пятницам вся группа собиралась вместе для обсуждения планов и текущих проектов. Работая над плакатами, они объединялись минимум по двое, поскольку превыше всего ценили возможность мыслить коллективно. Отрицая внутреннюю иерархию в группе, они считали своим важным преимуществом коллективный метод работы. И хотя никем не ставилось под сомнение идейное лидерство Пьера Бернара, все выходявшие из студии работы подписывались только словом «Grapus». Таким образом группа воплощала в жизнь девиз: «Грапю» существует для того, чтобы привести коммунизм к практике.

В плакатах «Грапю» совмещали белый рисунок или наскоро сделанное, несложное изображение с остроумной задумкой, которая легко прочитывалась зрителем. В качестве примера можно вспомнить плакат 1978 г., выполненный по заказу муниципалитета Гавра и посвященный Дню взятия Бастилии. В нем дизайнеры использовали весьма удачный прием, обыграв порядок цифр в известной всем со школьной скамьи дате — 1789. Выделив красным цветом цифры 7 и 9, они стрелкой указали, что девятку нужно перенести вперед и поставить перед семеркой, как будто исправляя ошибку в ученической тетради. Так был создан один из наиболее известных плакатов «Грапю», ставший «визитной карточкой» группы.



Рис. 7. Студия «Граплю». Плакат для выставки «Граплю» в Париже. 1982 г.

Другим известнейшим творением «Граплю» стал лист, анонсирующий собственную выставку группы в парижском музее плаката (рис. 7). На нем изображена выскакивающая на пружине из коробочки игрушка-попрыгунчик, вобравшая в себя лики и образы массовой культуры XX века. В ней ироничным образом соединены черты Микки Мауса и Гитлера, к ним в виде глаза добавлена знаменитая «мишень» представителя американского поп-арта Джаспера Джонса, второй «глаз» представляет собой серп и молот в сиянии. В улыбающемся рту этот странный персонаж держит указатель с надписью «ехро» (выставка). Противоречивый и «многоголосый», этот образ с плаката «Граплю» заключает в себе все или почти все общекультурные смыслы, рожденные историей прошлого столетия.

С первого момента существования группы участники приняли решение не работать в сфере коммерческой рекламы, поскольку более всего их увлекала возможность сконцентрироваться на социокультурной миссии дизайна. Львиная доля произведений «Граплю» создана для театров, музеев, библиотек, газет, концертных и выставочных залов, спортивных мероприятий, музыкальных и кинофестивалей. Среди заказчиков группы были министерство культуры Франции, Центр Жоржа Помпиду, национальный театр Одеон (рис. 8), Лувр, парижский парк «Ла-Виллёт» (рис. 9), муниципалитеты городов Иври и Обервильё.

1980-е годы стали во Франции временем культурной эйфории. Министерство культуры возглавлял социалист Жак Ланг, оказывавший поддержку большому числу авангардных художественных проектов. Каждый город, поселок или муниципалитет с социалистическим представительством должен был иметь собственную айдентикку. Результатом культурной политики этих лет стал не только взлет в развитии национального графического дизайна, но и зарождение общественного ин-

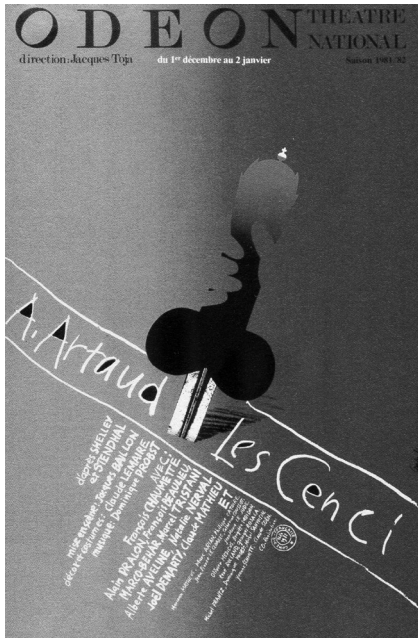


Рис. 8. Студия «Грапю». Афиша спектакля Антонена Арто «Семья Ченчи» в театре «Одеон». 1981 г.

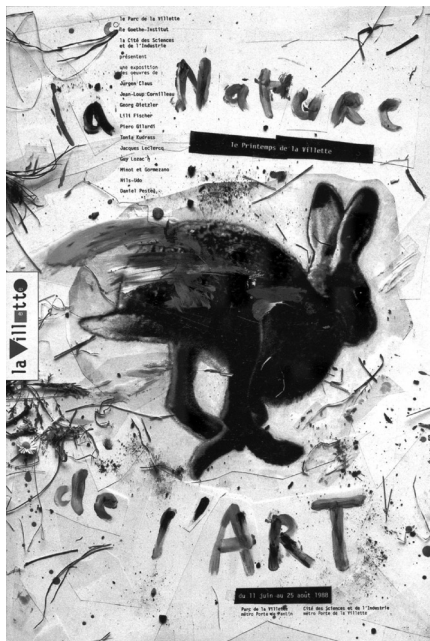


Рис. 9. Студия «Грапю». Плакат «Природа искусства», анонсирующий художественную выставку в парижском парке «Ла-Виллет». 1988 г.

тереса к этой сфере. Так, в феврале — марте 1988 г. в Центре Жоржа Помпиду с грандиозным успехом прошла выставка «Изображения для общественного использования» («Images d'utilité publique»), впервые с такой широтой продемонстрировавшая значимость графического дизайна для современной демократии. Однако для «Грапю» все возраставший интерес публики и востребованность со стороны государственных институций означали попадание в мейнстрим культурной индустрии, поглощение ее тем самым «обществом спектакля», которое она изначально стремилась обличать.

В 1989 г. в ходе работы над проектом по созданию нового фирменного стиля для Лувра между членами группы впервые возникли серьезные разногласия. Настояв на принятии этого крупного государственного заказа, Пьер Бернар пошел в разрез с принципами, по которым группа отказывалась от прямого содействия властям. Сотрудничество с Лувром как оплотом государственного консерватизма и культурного истеблишмента было для «Грапю» актом конформизма, отступлением от собственного морального кодекса. Ощущение предательства своей оппозиционной миссии вызвало в группе раскол. Не смягчило ситуацию даже то обстоятельство, что Бернар стремился подчеркнуть значение Лувра как подлинно народного музея, а не учреждения для привилегированного класса и культурной элиты. В знак несогласия с позицией Бернара несколько художников вышли из состава группы.

«Грапю» не удалось избежать участи большинства протестных явлений современной культуры — критикованная ими тотальная коммодификация, достигшая при капитализме своего апогея, привела к тому, что их плакаты превратились в такой же эксклюзивный и лишенный какой-либо революционной потенции товар, каким уже стали работы дадаистов, мастеров поп-арта, образы Че Гевары или сейчас становятся граффити лондонского художника Бэнкси. В теории ситуационизма этот процесс получил название рекуперации. Дебор рассматривал его как своеобразный

механизм самозащиты и воспроизводства общества спектакля, заключающийся в усвоении любых проявлений протеста и трансформации их в банальный предмет массового культурного потребления. Таким образом спектакль купирует все угрозы, таящиеся в протестных явлениях культуры.

1 января 1991 г. группа официально объявила о своем распаде. После себя она оставила более 800 плакатов, множество последователей и подражателей. К их числу сегодня относятся группа «Laboratoires СССР», Эльза Мелло и Бруно Суэтр. Своеобразное преломление поэтика «Граплю» получила в дизайн-графике Кристофа Годара. Влияние стилистики «Граплю» прослеживается и в творчестве мэтров современного французского дизайна Алана ле Кернека и Мишеля Буве. В наше время многие бывшие участники «Граплю» продолжают активно работать — Александр Йордан и Аннет Ленц еще в 1986 г. основали весьма успешную ныне группу «Мы работаем вместе» («Nous Travaillons Ensemble»), Пьер Бернар и Жерар Пари-Кламель работают независимо. Прервавшись внезапно, двадцатилетняя эпоха «Граплю» не канула в Лету, а стала бесценным источником опыта и вдохновения для многих современных мастеров.

Литература

1. Гройс Б. Искусство утопии. М.: Художественный журнал: Прагматика культуры, 2003. 319 с. (Modus pensandi.)
2. 100 beste Plakate 07. Deutschland, Österreich, Schweiz. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2008. 256 S.
3. Ващук О. А. Швейцарская школа графического дизайна. Становление и развитие интернационального стиля типографики / послесл. С. И. Серова. СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. 304 с.
4. Дебор Г. Общество спектакля / пер. с франц. С. Офертаса и М. Якубович; [послесл. А. Кефал]. М.: Логос (Радек), 2000. 184 с. (Политика.)
5. Рауниг Г. Искусство и революция: художественный активизм в долгом двадцатом веке / [пер. с нем. и англ. А. В. Скидана, Е. А. Шраги]. СПб.: Изд-во Европейского университета, 2012. 365 с. (Эстетика и политика.)
6. Еришов Г. Исидор Изу. Мессия леттризма // Сеанс. 2011. № 49/50. С. 323–326. URL: <http://seance.ru/n/49-50/punkt-naznacheniya-literatura-kino/isidor-izu-messiya-lettrizma/note-1> (дата обращения: 12.05.2014).
7. Ванев А. А. Два года в Абези: в память о Л. П. Карсавине / [вступ. ст. Г. А. Веттера]. Брюссель. Жизнь с Богом. Paris: la Presse Libre, 1990. 386 с.
8. Ситуационистский Интернационал. О нищете студенческой жизни / сост., пер. с франц., примеч. и послесл. С. Б. Михайленко. М.: Гилея, 2012. 90 с. (Час Ч.)
9. Михайленко С. Б. История одного памфлета (послесловие) // Ситуационистский Интернационал. О нищете студенческой жизни / сост., пер. с франц., примеч. и послесл. С. Б. Михайленко. М.: Гилея, 2012. С. 77–89. (Час Ч.) URL: http://hylaee.ru/nisheta_afterword.html (дата обращения: 15.05.2014).
10. Jorn A. Détourned Painting // Exhibition Catalogue. Paris: Rive Gauche Gallery, 1959. URL: <http://www.cddc.vt.edu/sionline/si/painting.html> (дата обращения: 15.05.2014).
11. Boekraad H. My work is not my work: Pierre Bernard: Design for the Public Domain. Baden: Lars Müller Publishers, 2008. 320 p.

Статья поступила в редакцию 6 июня 2014 г.

Контактная информация

Ващук Оксана Андреевна — кандидат искусствоведения, доцент; oxana.vashchuk@gmail.com
Vashchuk Oxana A. — Ph. D., Associate Professor; oxana.vashchuk@gmail.com