

DOI <http://dx.doi.org/10.3846/cpc.2015.185>

„KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ“ STRATEGIJA SOVIETMEČIO LIETUVOJE: MASINIO VARTOJIMO PRODUKTŲ PAKUOTĖS

Eglė JAŠKŪNIENĖ

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Kūrybinių industrijų fakultetas,
Kūrybos verslo ir komunikacijos katedra, Trakų g. 1, LT-01132 Vilnius, Lietuva
El. paštas: egle.jaskuniene@vgtu.lt; eglejas@gmail.com

Įteikta 2014-05-02; priimta 2015-06-18

Straipsnyje nagrinėjama kūrybinio potencialo reikšmė, formuojant sovietinės ekonomikos ir politikos strategijas. Tyrimo tikslas – išsiaiškinti Walterio Benjamino Frankfurto filosofijos mokyklos ir britų kultūros studijose plėtotų Vakarų masinės vartojimo kultūros teorijų sąšaukas su sovietinės masinės kultūros studijomis. Tyrime taikomas atvejo analizės metodas, kurio objektu pasirinkta XX a. 7–8-ojo dešimtmečių Lietuvos grafinio dizaino sritis – pakuotės.

Reikšminiai žodžiai: fotografija, grafinis dizainas, komunikacija, kūrybinės industrijos, pakuotės, sovietmetis, vizualumas.

Įvadas

Kūrybiškumas, kaip sociumo varomoji jėga, teoriniu lygmeniu pradėtas įvardyti praėjusio šimtmečio viduryje, suaktyvėjus kultūrologiniams socialinių tyrimų aspektams. Postūmiu reikėtų laikyti ne tik suintensyvėjusias modernizmo periodo dailės studijas, padėjusias susivokti šiuolaikinio conceptualaus meno labirintuose. Buvo atkreiptas dėmesys į kardinaliai pakitusį meno vaidmenį sociume, kuriam didelę įtaką padarė naujų kūrybinių praktikų – techninių menų (fotografijos, kinematografo) ir dizaino atsiradimas. Jau praėjusio šimtmečio 4-ajame dešimtmetyje Benjaminas toliaregiškai įvardijo

naujus meno analizės aspektus, kurie šiandien yra kertiniai kultūrinių sociumo procesų analizės atspirties taškai. Jo įžvalgos apie meno sąjungą su politika (ideologija) ir priklausomybė nuo komercinių struktūrų tapo pamatinės daugeliui filosofijos bei menotyros kryptių (Benjamin 2005). Benjamino diskursą apie naujųjų menų masiškumo fenomeną ir jo sąsajas su valstybės manipuliacinių galimybių didėjimu tęsė Frankfurto filosofijos mokyklos ir britų kultūros studijų mokslininkai. Po Antrojo pasaulinio karo atgimstančios Vakarų ekonomikos ir didėjantis vartojimo pagreitis leido jiems neapsiriboti vien fotografija, kinu ar televizija ir išplėsti meno lauką iki masinės kultūros lygmenų

2015 © Straipsnio autoriai. Leidėjas VGTU leidykla „Technika“.

Šis straipsnis yra atvirosios prieigos straipsnis, turintis Kūrybinių bendrijų (Creative Commons) licenciją (CC BY-NC 4.0), kuri leidžia neribotą straipsnio ar jo dalių panaudą su privaloma sąlyga nurodyti autorių ir pirminį šaltinį. Straipsnis ar jo dalys negali būti naudojami komerciniams tikslams.

(Noreikienė 2004). Ankstyvuojau Frankfurto mokyklos periodu (Maxas Horkheimeris ir Theodoras W. Adorno) tarp profesionalaus ir masinio meno buvo nubrėžta griežta riba, o pats masinis menas priskirtas malonumų bei pasitenkinimo sričiai, tiesiogiai susijusiai su vartojimu ir kartu su gamyba bei pelnu. Kitaip tariant, jis buvo priskirtas valdančiosios klasės ideologinių strategijų kryptčiai. Britų kultūros studijų atstovai, pripažindami manipuliacinius masinės kultūros aspektus, išskyrė ir pozityvius momentus – vartotojo pasirinkimo valią, t. y. galimybę rinktis, ir edukacinę galią, leidžiančią vartotojui adaptuotis socialinio kaitos sąlygomis (Kellner 1997).

Sociokultūriniai diskursai Lietuvoje pradėjo formuotis XX–XXI a. pab., pasikeitus politinei situacijai šalyje. Jie suponavo ne tik naujus tyrimo objektus (kūrybines industrijas, vizualumą, miesto studijas, komunikaciją ir kt.), kurių tarpdalykinis pobūdis pritraukė kompleksines humanitarinių ir socialinių tyrimų prieigas, tokias kaip fenomenologija, menotyra, psichoanalizė, vizualioji sociologija, antropologija, politikos mokslai, komunikacijos mokslai, medijų studijos ir kultūros studijos (Reimeris 2011). Kūrybinių industrijų studijos šiuo požiūriu Lietuvoje yra jauniausia, bet kartu ir šiuolaikiškiausia sritis. Jos tyrimai dar formuojasi, tačiau jau galima užčiuopti dvi pagrindines tyrimų ašis – verslumo ir komunikacines prieigas. Pirmuoju atveju mėginama išgryninti kūrybinių industrijų sampratą, kūrybiškumo, kaip pridėtinės vertės kūrimo, indeksą, ir kūrybiškumo mechanizmus bei strategijas versle (Černevičiūtė, Strazdas 2014; Kačerauskas 2014), antruoju – kūrybiškumo strategijas viešųjų erdvių ir vizualinėje komunikacijoje (Lavrinc 2014; Kačerauskas 2013; Noreikienė 2004).

Kūrybinių industrijų problematikos iškiliimas ir galimybė ją analizuoti skirtingais pjūviais, ypač kūrybos ir verslo jungties rakursu, leidžia ieškoti naujų šios jungties pritaikomumo rakursų. Šis straipsnis – tai bandymas iš menotyros pozicijų pažvelgti į iki šiol nenagrinėtą

kūrybiškumo, kūrybinių institucijų, ekonomikos ir valstybinės politikos sąveiką sovietmečiu. Sąvoka *kūrybinės industrijos* šiame kontekste yra sąlyginė ir įvardija ne kūrybiškumo potencialą šiuolaikinės rinkos ekonomikoje, ja siekiama įvardyti faktą, kad direktyvinės ekonomikos sąlygomis sovietmečiu buvo atsižvelgiama į kūrybingumo sąsajas su ekonomika.

Tyrimo objektu pasirinkta lokali grafinio dizaino sritis – XX a. 7–8-ojo dešimtmečių Lietuvoje gamintos pakuotės. Jų funkcionavimas sociume nagrinėjamas edukacinėje, kūrybinėje ir gamybinėje srityse. Skirtingi socialiniai skerspūviai padės kompleksiskai suvokti masinio produkto politikos formavimo strategijas direktyvinės ekonomikos sąlygomis Lietuvoje.

Objektas pats savaime yra probleminis, nes lietuviška smulkioji sovietmečio poligrafija yra visiškai netyrinėta. Be to, laikyta menkaverte (ir iki šiol tebelaikoma) taikomoji grafika atgavus nepriklausomybę nebuvo katalogizuota ir archyvuota, o produkcijos pavyzdžiai naikinami. Vizualinės medžiagos paieškos, jos atributavimas ir tipologija šiandien tampa iššūkiu.

Sovietų sistemos modernėjimo apraiškos

XX a. 6-ojo dešimtmečio pab. sustiprėjęs dėmesys taikomajai kūrybai sietinas su Nikitos Chruščiovo (1953–1964) inicijuotais pokyčiais sovietų sistemoje: ideologijos ir ginkluotės varžytuvės tarp Vakarų ir Rytų pasipildė nauju aspektu – lenktyniavimu ekonomikos srityje, kuris lėmė kokybinius pokyčius kasdienėje buityje. Jie sietini ne vien su Chruščiovo asmenybės charizma ar jo tikėjimu sovietų sistemos gyvybingumu. Pradėjo ryškėti pirmieji socialistinės sistemos krizės požymiai – stiprėjanti visuomenės inercija, kriticizmas, revizionizmas ir neramumai, kurie 1956 m. pasibaigė brutaliu sovietų armijos įsikišimu slopinant Vengrijos sukilimą. Toks politinės problemos sprendimo būdas sukėlė neigiamą komunistinių judėjimų Vakaruose reakciją ir galutinai įtikino sovietų lyderius skubiai keisti veiksmų strategiją:

pasmerkti Josifo Stalino totalitarizmą, kartu pripažįstant komunistų partijos klaidas, ir imtis realių veiksmų, įrodančių komunistinės doktrinos „kiekvienam pagal poreikius, iš kiekvieno pagal galimybes“ gyvybingumą (Forgács 2006). Antra vertus, dalis ekonomikos reformų buvo įgyvendinta dar iki Chruščiovo, dalis – jo valdymo pradžioje. Maždaug iki XX a. 6-ojo dešimtmečio pabaigos Lietuvoje buvo sukurti daugmaž „modernūs“ sovietinės industrijos pagrindai: sukurtos energetikos ir statybų bazės; pradėta inžinerijos objektų (kelių, tiltų, viadukų) ir daugiabučių namų statyba; pasirengta pavyzdiniam sąjunginio „agrarinio aruodo“ vaidmeniui (t. y. maisto produktų perdirbimas ir pan.). Todėl 1956 m. vasario mėn. XX-ajame Tarybų Sąjungos komunistų partijos suvažiavime nuskambėjęs lozungas „Rūpintis žmogaus gerove“ nebuvo ekspromtas, o racionaliai apgalvotas politinis žingsnis.

Nuo XX a. 7-ojo dešimtmečio pradeda keistis socialinis landšaftas, kuris leido formuoti naują „klestinčios ir gražėjančios Tarybų Lietuvos“ įvaizdį, patvirtinantį „rūpesčio eiliniu žmogumi“ nuostatas. Pirmieji modernistinės stilištos bruožai atsiskleidė rekonstruojant istorinius XX a. (kavinė ir viešbutis „Neringa“ Vilniuje) arba kuriant naujus (pvz., „Tauro“ kavinė Vilniuje) interjerus. Viešųjų erdvių demokratizavimo ir aprūpinimo individualiu būstu programos įgyvendinimą vainikavo Žirmūnų (1962–1966) ir Lazdynų (1964–1967) gyvenamųjų daugiabučių namų mikrorajonai Vilniuje. Naujieji visuomeniniai pastatai (1960 m. suprojektuoti ir 1966 m. pastatyti Lietuvos kompozitorių sąjungos namai Vilniuje; 1961 m. – Miestų statybos projektavimo institutas, taip pat tais pačiais metais suprojektuotas ir 1964 m. Vilniaus senamiestyje pastatytas Salomėjos Nėries vidurinės mokyklos naujasis korpusas¹ ir kt., tapo technologiškai modernia ir vizualiai šiuolaikiška atsvara stalininiam neoklasicizmui.

Lietuvos Respublika buvo pristatoma kaip maisto, lengvosios pramonės ir elektronikos gamintoja. Greta nacionalizuotų „Rūtos“², Kauno Karolio Požėlos konditerijos fabriku³, 1952 m. Vilniuje pradėjo veikti vienas stambiausių sovietmečio saldinių fabrikų „Pergalė“⁴; dailiosios keramikos bendrovė, Kauno keramikos gamybinis susivienijimas „Jiesia“⁵ nuo 1974 m. pradėjęs gaminti eksportui indus iš kaulinio porceliano; 1960 m. įkurtas Lietuvos Tarybų Socialistinės Respublikos (LTSR) vietinės pramonės ministerijos (VPM) Metalų dirbinių gamybinis susivienijimas „Metalistas“⁶; Vilniaus skaičiavimo mašinų gamykloje laboratorinėmis sąlygomis pagaminta pirmoji plonasluoksnė mikroschema, tapusi Lietuvos mikroelektronikos pramonės pradžia, ir pan.

Gyvenimo realiųjų kaita XX a. 7-ajame dešimtmetyje leido atsisakyti lozunginių, reži-suotų, manipuliutų inscenizacijų ir pereiti prie „įrodinėjimo“, t. y. formuoti naują Tarybų Lietuvos įvaizdį. Jų sklidai reikėjo naujos, ideologiškai nesusikompromitavusios ir reprezentatyvios terpės, kuria tapo reklamos ir grafinių dizaino produktai.

Dizainerio profesijos formavimasis

Po Richardo Nixono ir Nikitos Chruščiovo susitikimo 1959 m. Maskvoje prasidėjus dviejų valstybių konkurencijai „vartojimo prekių

² Įkurta 1913 m., nacionalizuota 1940 m.

³ 1929 m. įkurta bendrovė „Tilka“, 1941 m. nacionalizuota ir pavadinta Kauno konditerijos fabriku „Gegužės 1-oji“, tais pačiais metais pervadinama „Ramune“, 1950 m. – Kauno K. Požėlos konditerijos fabriku, 1969 m. – Kauno konditerijos fabriku, nuo 2000 m. – AB „Kraft Foods Lietuva“.

⁴ Dabar – AB „Vilniaus Pergalė“.

⁵ Veiklą pradėjo reorganizavus 1938 m. įkurtą Simono Zalberio koklių ir keramikos fabriką.

⁶ Pradėjęs nuo metalinių lovų, statybinių apkaustų ir cementinių blokų gamybos, LTSR VPM gamybinis susivienijimas „Metalistas“ tapo pagrindine metalo liejimo įmone Lietuvoje su eksperimentiniu detalių padengimo polimerinėmis dangomis cechu.

¹ S. Nėries vidurinė mokykla iš karto tapo viena iš prestižinių (kurioje buvo sustiprintas anglų kalbos dėstymas) įstaigų, čia mokėsi dauguma sovietų nomenklatūros vaikų.

ir žmonių gerovės kėlimo“ srityse, Tarybų Sąjungoje (TSRS) buvo reorganizuota gamybos ir produktų reprezentacijos strategija. Sunkiosios pramonės šakų nevykčiusiai Lietuvai šis iššūkis buvo naudingas tuo, kad padėti pagrindai naujai dizaino profesijai formuotis. Mažiau nei per dešimt metų sukuriami ir pradeda funkcionuoti edukacinė, teorinė bei eksperimentinė gamybinė grafinio dizaino bazė.

1945 m. Vilniaus dailės akademijai suteikus LTSR Valstybinio dailės instituto vardą (VDI⁷), grafikos buvo mokoma pagal sovietinių aukštųjų mokyklų programas ir planus. 1958–1968 m. jame dirbo grafikos meistrai Antanas Kučas, Vytautas Jurkūnas, Jonas Kuzminskis, Petras Rauduvė, Mečislovas Bulaka ir kiti žymūs menininkai. Remiantis klasikiniais dailės principais, buvo dėstoma grafikos kompozicija, šriftas, knygos iliustravimas ir apipavidalinimas, molbertinė grafika, nuo 1954 m. – plakatas. Plakatu, kaip masinei politinės agitacijos priemonei, skirtas ypatingas dėmesys. Jis prilyginamas vaizduojamajai dailei, todėl mokyimo programoje vyravo socialistinio realizmo metodas⁸. Besiformuojančiai naujai plakato specializacijai trūko vaizdinės komunikacijos ir informacijos, vizualizavimo ir kitų žanro specifiką atskleidžiančių disciplinų pagrindų⁹.

XX a. 7-ojo dešimtmečio pradžioje¹⁰ Grafikos katedroje buvo suformuotos dvi naujos specializacijos¹¹: pramoninė grafika ir

pakuotė. 1964 m. VDI baigė pirmoji pakuotės specialybės absolventų laida (Petrutė Masiulionytė, Marija Trečiokaitė-Grubevičienė, Jadvyga Laurinavičiūtė, Raisa Šmuriginaitė, Monika Jonaitienė, Gediminas Karosas ir kt.)¹². Pakuotės specializacijos studentams dėstė Eduardas Jurėnas, kuris 1951–1960 m. dirbo Valstybinėje grožinės literatūros leidykloje¹³ vyriausiuoju dailininku. Jis išmanė spaudos technologijas, poligrafijos specifiką ir jos reorganizavimą, aktyviai bendradarbiavo su spaudoje dirbusiais specialistais apipavidalintojais, iliustruotojais, techniniais ir meniniais redaktoriais, spaustuvinkiniais, koordinavo jų darbą. Ši praktinė patirtis buvo naudojama mokymui, rengiant taikomosios grafikos specialistus, kurių kvalifikacija ir būsimas darbas tiesiogiai priklausė nuo gebėjimo įvertinti ir prisiderinti prie technologinių spaudos reikalavimų (Gedminienė 1984).

Eksperimentinis meninio konstravimo biuras

Pramoninės grafikos ir pakuotės specialistai XX a. 7-ojo dešimtmečio pradžioje pradėti rengti neatsitiktinai. Iki tol pakuotes kūrė grafikai, kitų sričių dailininkai pagal konkrečių įmonių ar ministerijų užsakymus, o projektus gamybai tvirtindavo pačių įmonių arba ministerijų suformuotos meno tarybos. Pakuočių leidyba koncentruota LTSR VPM ir lengvosios pramonės ministerijos žinioje esančiose gamybose bei stambiuose gamybinuose susivienijimuose, kurie turėjo meninio

⁷ Dabar – Vilniaus dailės akademija (VDA).

⁸ Iš autorės pokalbio su Jonu Kaušiniu 1984-10-15 (Vilnius).

⁹ Iš autorės pokalbio su Juozu Galkumi 2007-11-17 (Vilnius).

¹⁰ Galima numanyti, kad pramoninė grafika ir pakuotė VDA radosi 1961 m., nes pirmoji taikomosios grafikos specialistų laida baigė 1964 m., o specializacijos buvo pasirenkamos nuo trečiojo kurso.

¹¹ Plakatas ir pramoninė grafika lieka Grafikos katedroje, nors 1961 m. VDI įkuriama viena pirmųjų Sovietų Sąjungoje pramoninės dailės katedrų – Pramonės gaminių meninio konstravimo katedra (PGMKK), kuri ėmė rengti pramonės įrenginių ir mašinų konstravimo specialistus. Pirmoji absolventų laida baigė 1965 m. PGMKK vedėju skirtas

Feliksas Daukantas, kuris suorganizavo jos materialiąją bazę, surinko dėstytojus, parašė mokymo planus ir užmezgė ryšius su gamybine mokymo baze. XX a. 7-ojo dešimtmečio pab. įkuriamas Tarybų Sąjungos techninės estetikos instituto Vilniaus filialas, kuris vadovavo moksliniams projektavimo darbams elektronikos ir tiksliųjų prietaisų gamybos srityse.

¹² Iš autorės pokalbio su Vaidilute Gruškeikaite 1988-03-23 (Vilnius) ir Kęstučiu Gvalda 2005-10-15 (Vilnius).

¹³ Nuo 1964 m. – leidykla „Vaga“.

konstravimo dailininkų skyrius: konditerijos fabrikas „Pergalė“, Kauno konditerijos fabrikas, LTSR konditerijos fabrikas „Rūta“, Meno verslų dirbinių ir suvenyrų gamybos įmonių susivienijimas „Dovana“ ir kt. Etatiniai dailininkai kūrė ne tik pakuočių projektus, bet ir įmonės stilių, reklamą, vaizdinę agitaciją, darė garbės lentų, stendų, šventinių renginių apipavidalinimo projektus ir pan. Ši grafikos sritis tarp dailininkų buvo nepopuliari, todėl meniniai ir konstruktyvūs sprendimai buvo „neišraiškingi, dekoratyvūs ir monotoniški“¹⁴.

1963 m. prie LTSR liaudies ūkio tarybos Centrinio projektavimo-konstravimo biuro susikūrė Taros ir įpakavimo konstravimo skyrius. 1964 m. jo pagrindu Vilniuje įsteigiamas Eksperimentinis taros ir įpakavimo konstravimo biuras, vėliau pervadintas Eksperimentiniu meninio konstravimo biuru (EMKB). Šis EMKB turėjo formuoti šiuolaikinių pramonės gaminių pakuočių ir įmonių firminį stilių. „Vystosi pramonė, gausėja produktų, vis daugiau prekių matome parduotuvėse, daugiau eksportuojama į užsienį. Suprantama, reikia jas gerai supakuoti ir išreklamuoti, reikia supažindinti su jomis pirkėją“ (Eksperimentinis... 1970: 24).

Pirmoji 1964 m. VDI pakuotės specialybės absolventų laida tapo pirmaisiais ką tik įkurto EMKB darbuotojais, kuriems vadovauti paskiriamas Antanas Markevičius, o Meninio konstravimo skyriaus viršininku (1964–1974 m.) – Jurgis Raslanas (Švažkevičius)¹⁵. Raslanas, prieš pradėdamas dirbti EMKB, jau turėjo praktinio darbo leidyboje patirtį: dirbo „Spindulio“ spaustuvėje litografu-graveriu; 1953 m. VDI įgijo grafiko-plakatininko specialybę (vadovas Antanas Kučas), stažavosi TSRS, Paryžiaus, Prahos, Leipzigo, Halės taros ir pakavimo įmonėse. Jo patirtis leido suformuoti ir įgyvendinti kompleksinę EMKB dizaino bei apipavidalinimo strategiją, grindžiamą įmonės stiliaus samprata



1 pav. EMKB metodinis kabinetas

ir technologijų, medžiagų, meninio sprendimo jungtimi, taip pat turinio ir apipavidalinimo bendrumu pakuotėse ir pan.¹⁶

EMKB buvo savarankiškas meninis-gamybinis vienetas, pajėgus įgyvendinti užsakymą nuo idėjos pristatymo iki poligrafinio atspauda, atliekantis ergonominius, ekonominius ir rinkos tyrimus. Biuro darbo principai ir struktūra priminė šiuolaikinės dizaino agentūros veiklą: glaudus projektuotojų, tyrėjų, konstruktorių ir gamybininkų bendradarbiavimas kuriant konkretų projektą. Todėl EMKB paskirtas atskiras pastatas Vilniuje, Paribio g. 12¹⁷, kur įsikuria projektuotojų padalinys, Leidybos, Ekonominių tyrimų, Techninės informacijos skyriai, spaustuvė, biblioteka, metodinis kabinetas (1 pav.).

Projektinį padalinį sudarė pakuočių kūrėjai (saldainių popierėlių, įmonių ženklų, etikečių, pakuočių, blankų, banderolių ir kt.);

¹⁴ Iš autorės pokalbio su Gruškekaite 1988-03-23 (Vilnius).

¹⁵ Jurgis Švažkevičius vėliau perėmė žmonos pavardę ir pramoninės grafikos srityje yra žinomas kaip Jurgis Raslanas.

¹⁶ Iš autorės pokalbio su Gvalda 2005-10-15 (Vilnius).

¹⁷ Adresas tas pats, o pastatai iki šių dienų tebe-naudojami pakuočių gamybai: 1975 m. EMKB reorganizuotas į Taros ir įpakavimo gamybinį susivienijimą Vilnis, 1992 m. įkuriamą AB „Vilpakas“, nuo 1995 m. šiose patalpose veikia įmonė AB „Grafobal Vilnius“. Privatizacijos metu buvo sunaikintas EMKB metodinis kabinetas, kuriame saugoti XX a. 7–8-ajame dešimtmėčiuose sukurtų lietuviškų pakuočių pavyzdžiai.

nestandartinių įrenginių konstruktoriai (sprendžiami pakuočių standartizavimo, uniflikavimo, optimalaus medžiagų panaudojimo klausimai); suvenyrų kūrėjai (medžio, metalo suvenyrų ir papuošalų projektai). Leidybos padalinys rengė spaudai reklaminius leidinius (plakatus, bukletus, skrajutes, katalogus ir kt.), techninius gaminių aprašus. Ekonominių tyrimų skyrius tyrė transportavimui ir vartojimui skirtų pakuočių gamybos sąnaudas, dailės dirbinių ir suvenyrų paklausą, medžiagų ir transporto sąnaudas įvairių rūšių pakuotėms gaminti. Techninės informacijos skyrius pagal darbuotojų užsakymus rinko mokslinę-techninę informaciją (straipsnius, projektų pavyzdžius, iliustracijas, techninius-ekonominis rodiklius ir kt.) konkretiems projektams, teikė konsultacijas ir keitėsi informacija su kitomis sovietinėms projektavimo įmonėmis, organizavo seminarus, parodas (Eksperimentinis... 1970: 8).

Visa produkcija buvo spausdinama EMKB spaustuvėje, kuriai pradžioje vadovavo Jonas Juška, spaudos skyriuje dirbo Feliksas Ivanas ir Benediktas Račkus. Fleksografinės, iškilišios (šilkografijos), ofsetinės, rotaprinto spaudos įranga leido spausdinti ant įvairių paviršių skirtingos paskirties darbus. Pavyzdžiui, 1968 m. pastačius fleksografinės spaudos įrangą, pradėta spausdinti ant polietileno plėvelės ir laminuotų popieriaus maišelių, skirtų produktams (pienui, grietinei) pakuoti (Eksperimentinis... 1970: 8). Atsižvelgiant į



2 pav. EMKB spaustuvė

poligrafines TSRS galimybes, EMKB buvo aprūpintas labai modernia spausdinimo ir kartonažo technologine įranga (2 pav.).

Glaudi tiriamosios, meninės ir gamybinės veiklos sintezė leido gaminti kokybiškus produktus ir lėmė platų užsakovų ratą. EMKB atspausdinti reklaminiai leidiniai rodo, kad jo paslaugomis naudojosi dauguma respublikos įmonių: „Jiesia“, Vilniaus staklių gamybinis susivienijimas „Spalio 40-mečio staklių gamykla“, eksperimentinė įrangos gamykla „Spalis“, Švenčionėlių ketaus liejinių gamykla, LTSR VPM „Metalistas“, Kretingos baldų įmonė, Švenčionių siuvimo fabrikas, eksperimentinė gamykla „Anykščių vynas“, Kauno gėrimų gamykla „Stumbras“ ir kt.)¹⁸. Dalis įmonių čia užsisakydavo tik reprezentacinius leidinius (plakatus, saldinių dėžutes ir pan.), kurios buvo spausdinamos kitų respublikų eksperimentinėse įmonėse arba užsienyje.

Pakuotės kaip ideologinės sklaidos kanalai

Šiuolaikinę ir modernią pakuočių sampratą konstrukcijų ir meninių sprendimų prasme XX a. 7-ajame dešimtmetyje pradėjo formuoti pirmoji VDI specialistų laida EMKB. Iki to laiko maisto ir buities prekių trūkumą bei siaurą jų asortimentą besistengiančiai įveikti pramonei prekių reprezentacija buvo antraeilis uždavinys¹⁹. 6-ajame dešimtmetyje specialioje taroje buvo laikomi tik birieji produktai (pvz., degtukai) ir skysčiai. Jie pakuoti paprastos konstrukcijos keturkampėse dėžutėse ar buteliuose su užklijuotomis etiketėmis, turėjusiomis puošti gaminį ir glaustai informuoti apie jo turinį.

XX a. 7-ajame dešimtmetyje didėjantis prekių asortimentas – gėrimai, bakalėja, pieno

¹⁸ Remiamasi EMKB reklaminių leidinių (brošiūrų, skrajučių, lankstinukų, kalendorių) metrikų duomenimis.

¹⁹ Pirmaisiais pokario metais maisto prekės parduotuvėse vyniotos į prastos kokybės popierių, vėliau į laikraščius, pilstytą į pirkėjų atsineštą tarą ir pan.

produktai, konditerijos gaminiai, mėsos konservai, suvenyrai, žaislai, lengvosios pramonės gaminiai, buities prekės ir kt. – išplėtė apipavidalinimo sferą. Kartu didėjo produktų paskirstymas dviem vartotojų grupėmis: vidiniam ir išoriniam naudojimui. Skirtingai nuo vaizduojamosios dailės, kuri buvo atvirai traktuojama kaip viena iš tarybinės ideologijos sklaidos formų ir kuriai kritikos straipsniuose bei LTSR dailininkų sąjungos nutarimuose buvo nurodomi privalomi kūrybiniai „receptai“ (Grigoravičienė 2005), pakuotėms buvo taikomas mažesnis ideologinis spaudimas. Vidaus (TSRS) rinkai skirtos pakuotės atliko reguliavimo („ugdyti sąmoningus pirkėjų poreikius“) ir auklėjimo („ugdyti estetinius jausmus formuojant meninę aplinką“) funkcijas. Be to, jos turėjo pagyvinti asketiškus parduotuvių interjerus ir kurti gausos išpūdį. Išorinio vartojimo terpę sudarė užsieniečiai – turistai, užsienyje gyvenantys giminės, bičiuliai, kolegos. Socialiniu požiūriu tai buvo elitiniai vartotojai, prie kurių priskirtina ir sovietinė nomenklatūra. Jie galėjo įsigyti produktų, kurie buvo parduodami eiliniam piliečiui neprieinamose vietose (užsieniečiams skirtuose viešbučiuose, kavinėse, specialiose parduotuvėse ir pan.).

Reprezentacinės pakuotės tapo ypač svarbiu ideologinės sklaidos įrankiu – medijomis, platinančiomis modernėjančios ir klestinčios sovietinės Lietuvos įvaizdį. Aukšta poligrafijos kokybė (riboto tiražo spauda eksperimentinėse sovietų bazėse arba užsienyje, aukščiausios kokybės popierius, originali konstrukcija) konotavo technologinius laimėjimus, o vizualinis naratyvas – tam tikras politines strategijas. Pavyzdžiui, XX a. 7–8-ojo dešimtmečio pradžioje vyravo stilizuoti tautiniai motyvai: ornamentai, liaudiški buities reliktai (verpstė, pypkė, malūnas, audiniai ir kt.), pasakų ir padavimų herojai (žaltys, karaliaus, gintaras, velnias, ragana ir kt.), kurių informacinis turinys grafinio dizaino kompozicijose buvo jungiamas su pasakojamojo folkloro elementais (mitų, legendų, padavimų žodinėmis citatomis). Žodinio ir vaizdinio paveldo dominantę turėjo deklaruoti



3 pav. XX a. 7-ajame dešimtmetyje EMKB sukurtos pakuotės

kultūrinį sovietinių respublikų identitetą. Antra vertus, tai buvo menininkams skirta direktyva, turėjusi padėti atsikratyti stalinistinės „socialistinio realizmo“ stilistikos natūralizmo ir unifikacijos (3 pav.).

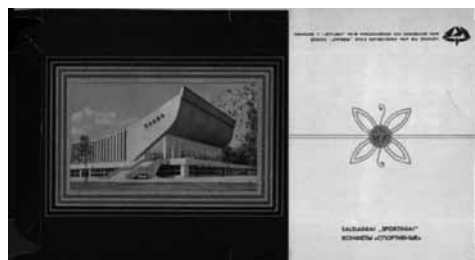
Tačiau jau praėjusio amžiaus 7-ojo dešimtmečio viduryje jauni dailininkai ėmė ieškoti modernių pakuotės vizualinės kalbos formų. Vienu iš pagrindinių impulsų atsinaujinti tapo fotografijos naudojimas Vakarų pakuotėse: „Pasižiūrėdavom užsienietiškus žurnalus, kur pakuotėse naudojama fotografija, tai net širdis salo...“²⁰

Sovietų valdžios struktūros dizainerių naujos raiškos paieškose įžvelgė galimybę masiškai tiražuoti ir anapus geležinės uždangos platinti sovietų socialinės pažangos impulsus. Meno tarybų (valstybinių meno produkciją vertinančių institucijų) platformoje buvo diegiamas sovietų Lietuvos įvaizdžio modelis, pagrįstas visuomeninės paskirties objektų (Vilniaus televizijos bokšto, Vilniaus sporto rūmų, Lietuvos

²⁰ Iš autorės pokalbio su Trečiokaite-Grubevičiene, 1988-03-25 (Vilnius).

nacionalinio operos ir baletų teatro, restauruoto senamiesčio vaizdų ir kt.) bei monumentaliosios dailės kūrinių (skulptūrų, vitražų, freskų ir pan.) ikonografija (4 pav.).

Dailininkams teko iliustruoti LTSR VPM generuotas temas, kurių vienos buvo konkrečiai apibrėžtos ir reikalavo iliustratyvaus sprendimo (*Pergalė, Vilnius, Taika, Lietuvaitė* ir pan.) (5 pav.), kitos santykinai leido improvizuoti ir naudoti tapybiškesnius bei estetiškesnius vaizdus (*Nemuno kraštas, Premjera, Raudonoji aguona, Pajūris, Smiltelė* ir kt.) (6 pav.).



4 pav. Saldainiai „Sportiniai“. Dail. G. Karosas, Fotogr. Z. Kazėnas, ~1974



5 pav. Saldainiai „Pergalė“. Dail. M. Jonaitienė, ~1979



6 pav. Saldainiai „Kara-Kum“. Dail. J. Laurinavičiūtė, ~1970

Išvados ir apibendrinimas

Dizainerio profesijos formavimasis Lietuvoje sutapo su Chruščiovo atlydžio laikotarpiu. Šis procesas buvo neatsiejamas politinio klimato kaitos, kurią geriausiai apibūdina JAV ir TSRS varžytuvių perkėlimas į naują plotmę – žmogaus gyvenamąją erdvę formuojančius kasdieninio vartojimo objektus.

Specialistų rengimas ir mokslinės-eksperimentinės gamybos bazės kūrimas Lietuvoje padėjo suformuoti naują dizainerio profesiją, kuri prisidėjo prie meninio aplinkos formavimo. Grafinis dizainas negalėjo panaikinti pirmojo būtinumo prekių stygiaus, tačiau jų meninis apipavidalinimas kūrė papildomą ir tik nomenklatūriniam elitui prieinamą vertę.

Išskirtinių produktų pakuotės tapo puikia ideologinės sklaidos ir užslėptos politinės reklamos priemone. Jos specifiniu bruožu tapo fotografijų naudojimas. Nuotraukos patraukliai estetinė ir nedeklaratyvia kalba siuntė žinių apie ekonominis pokyčius Sovietų Lietuvoje – individualių ir viešųjų erdvių plėtrą, visuomeninius objektus, kultūrą.

Literatūra

Benjamin, W. 2005. Meno kūrinys techninio jo reprodukuojamumo epochoje, iš *Nušvitimai*. Vilnius: Vaga, 214–243.

Černevičiūtė, J.; Strazdas, R. 2014. Meno inkubatorių vaidmuo, plėtojant sistemų inovacijas, *Santalka: filosofija, komunikacija – Coactivity: Philosophy, Communication* 22(2): 126–136.
<http://dx.doi.org/10.3846/cpc.2014.11>

Eksperimentinis meninio konstravimo biuras. 1970. Katkus, K. (Dail.); Staišys, A. (Fotogr.). Vilnius: EMKB.

Forgács, É. 2006. 1956 in Hungary and the Concept of East European Art, *Third text* 20(2): 177–187.
<http://dx.doi.org/10.1080/09528820600590124>

Gedminienė, O. 1984. *Antanas Gedminas: straipsniai, atsiminimai*. Vilnius: Vaga.

- Grigoravičienė, E. 2005. Tema, gyvenimas, žmogus – kūrybiškosios socrealizmo plėtros gairės, *Menotyra* 40(3): 28–41.
- Kačerauskas, T. 2014. Kūrybos ekonomikos sektoriai: kūrybinių industrijų sąrašų lyginamoji analizė, *Filosofija. Sociologija* 25(1): 35–43.
- Kačerauskas, T. 2013. Kūrybos ir kultūros industrijos: filosofiniai, sociologiniai ir komunikaciniai aspektai, *Filosofija. Sociologija* 24(3): 112–120.
- Kellner, D. 1997. The Frankfurt School and British Cultural Studies: the Missed Articulation [interaktyvus], [žiūrėta 2014 m. balandžio 25 d.]. Prieiga per internetą: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/Illumina%20Folder/kell16.htm>
- Lavrinec, J. 2014. Community Art Initiatives as a Form of Participatory Research: the Case of Street Mosaic Workshop, *Creativity Studies* 7(1): 55–68. <http://dx.doi.org/10.3846/20297475.2014.933365>
- Noreikienė, J. 2004. Masinė kultūra ir jos funkcijos, *Filosofija. Sociologija* 3: 39–42.
- Reimeris, R. 2011. Vizualumo studijos Lietuvoje, *Filosofija. Sociologija* 22(1): 3–11.

“CREATIVE INDUSTRIES” STRATEGIES IN SOVIET LITHUANIA: PACKAGES OF MASS CONSUMPTION GOODS

Eglė JAŠKŪNIENĖ

The article explores the Soviet mechanism of including the creative potentials into formation of economical and ideological policy strategies. Research aims to examine, how mass media and culture theories of Walter Benjamin, Frankfurt school and British Culture studies reflect the situation of mass culture in Soviet system. Case study is based on Lithuanian package design of 1960–1970s.

Keywords: photography, graphic design, communication, creative industries, package, Soviet art, visibility.