

BESCHOUWING

THE POWER OF PRINT**CHEMIE VAN WATER, INKT EN PAPIER**

Het Museum voor Schone Kunsten te Antwerpen als omgeving voor de jurering van een massa ingezonden affiches. Het is een natte zaterdag in december en regen is nefast voor papier. Papier gaat zo anders ruiken wanneer het nat wordt, wat waarschijnlijk iets te maken heeft met een chemische reactie tussen water en inkt.

Maar goed, je kan je er iets bij voorstellen, het museum als (droge en geacclimatiseerde) beschermheer met meesterwerken uit een ver verleden aan de muur en de affiches doodgevoerd op de grond als achteloze fragmenten uit 2006. Lees hier geen waardeoordeel, Kurt Schwitters bijvoorbeeld ontwierp toch ook affiches? Ongemeen prachtige overigens, er was amper een verschil te merken tussen zijn grafisch en plastisch werk. Enkel de drager en de verspreiding waren anders. En wellicht was er ook een opdrachtgever...

Affiches, ze zijn overal. Ze worden gebruikt en misbruikt, verscheurd en weggegooid maar ook verzameld en netjes opgeborgen als relikwieën. Als eenduidig medium hebben ze een simpel doel: onmiddellijke communicatie met de toeschouwer. Zonder compromis, zonder complexiteit. Veelkleurig, zwart-wit of zelfs grijs, goed of slecht gedrukt, overdadig of minimaal -met een heel spectrum ertussenin- affiches zijn blijvers voor wie ze ontwerpt en verzamelt. Voor het overige zijn ze snel uit het straatbeeld verdwenen. Eigenaardig genoeg maakt deze vergankelijkheid hen vaak onsterfelijk. Althans voor deze die goed gemaakt zijn. Niets staat de affiche in de weg, ook de nieuwe media niet. Natuurlijk is er een hele geschiedenis aan verbonden. Organisaties, kunstenaars en ontwerpers vestigden er vaak hun legendarische reputatie mee.

Er is het bos en er zijn de bomen. Ze zijn met velen. Hoe krijg je die ene boom in godsnaam meer in beeld dan de andere? Wetende dat cultureel Vlaanderen overschreeuwd wordt door toeters en bellen. Vaak prachtig vormgegeven toeters en bellen, daar niet van. En af en toe zijn er die scherpe, slimme creaties te zien waar je als toeschouwer -om welke reden ook- naartoe gezogen wordt. Door een visuele prikkel of een alerte boodschap of door de typografie en de kracht van een eigenzinnig beeld. Grafisch ontwerpers vechten in Vlaanderen om hun identiteit en bestaansrecht. Vanuit een rommelige rijkdom weten ze idee en vorm te smeden tot parels van grafische communicatie.

Soms laten de financiële middelen wat grotere formaten en exclusieve druktechnieken toe maar meestal is het zoeken naar inventieve oplossingen op goedkoop papier met dito drukkwaliteit. En toch is net dit spannend, want dan weet de ontwerper 'pur sang' zich te onderscheiden. Vaak moet je het jargon -eigen aan het publiek waar de voorstelling voor bedoeld is- ook kennen. Want affiches zijn selectief.

Je hoort wel eens dat hedendaagse affiches 'onleesbaar' zouden zijn. Soms klopt dat ook. Maar wat is 'leesbaar of onleesbaar'? Natuurlijk dienen affiches te communiceren en dus in zekere zin leesbaar te zijn. Dat is waar ze voor zijn bedoeld. Maar er is ook een andere vorm van leesbaarheid. De leesbaarheid van een beeld bijvoorbeeld, of de leesbaarheid van aandacht die men als toeschouwer bereid is te geven aan dat beeld. Deze bereidheid om even -al was het maar een paar seconden- stil te staan om te accepteren, in de sfeer te komen, geactiveerd te worden om te participeren. Ook dit is communicatie en geen gewone zelfs. Ze is rijk, wellicht gecibleerd -gezien de beperkte doelgroep- maar ze houdt tenminste steek. Mede daarom bepaalt de culturele affiche deels het gezicht van onze samenleving en kan ze zonder blikken of blozen de concurrentie met reclame aan. Want zijn ze beide niet een bepaalde vorm van propaganda?

Het is boeiend om vast te stellen dat zowel de culturele instellingen als de grafisch ontwerpers die voor hen werken, steeds meer aandacht besteden aan degelijke cultuurcommunicatie. Dit heeft ook te maken met profileringsdrang. Soms stel je 'overprofessionaliteit' vast met net iets te gelikte affiches tot gevolg. Maar geen nood, de affiche verdraagt het allemaal, de affiche is veel gewend.

De tien genomineerde affiches van de Culturele-affichewedstrijd zijn sterk. Daarom werden ze genomineerd, naast vele andere die erg verdienstelijk waren en ongetwijfeld eveneens prima functioneerden. Wellicht dankzij een andere vorm van chemie: communicatie...

Hugo Puttaert,
juryvoorzitter