

Juliusz Gałkowski: Logo naród kreujące. Projektowanie graficzne w międzywojniu

Projektowanie graficzne, którego efekty były widocznie nie tylko na winietach książek i czasopism ale przede wszystkim na ulotkach, reklamach, plakatach propagandowych czy znaczkach pocztowych stanowiły prawdziwą soft power odrodzonego państwa i narodu. Na podstawie lektury książki Piotra Rypsona możemy poznać nie tylko historie przemian estetycznych czy formalnych, jest to także historia rozwoju społecznego politycznego gospodarczego II RP – pisze Juliusz Gałkowski dla „Teologii Politycznej Co Tydzień”: Polska soft power.

Czytając książkę poświęconą projektowaniu graficznemu nie sposób nie zadać sobie pytania o jej jakość graficzną. Skład, typografia i okładka „Nie gęsi” jest dziełem Przemka Dębowskiego, który musiał mieć świadomość wyzwania, wobec jakiego stanął, klęska graficzna tej akurat książki byłaby przecież klęską totalną. Ośmieszyłyby zarówno grafika, jak i autora, oraz – absolutnie słusznie – samą publikację. A poprzeczka postawiona została niesłuchanie wysoko. Tym wyżej, ze wynik mógł być jedynie zero-jedynkowy: sukces bądź klęska...

I trzeba sobie powiedzieć, że książka broni się jako dzieło edytorskie. Świadomy wybór eleganckiej czcionki oraz doskonała gra światłem i blokami druku, sprawia że czyta się ją doskonale. Mając do czynienia z setkami pozycji rocznie nauczyłem się doceniać skład, który nie tylko

jest estetyczny ale przede wszystkim „ułatwia” czytanie. Tym bardziej, że zdążyłem znienawidzić tekst złożony w sposób, który daje poczucie iż studio graficzne świadomie sabotuje proces wydawniczy.

Dużą wartością jest także kolorystyka książki. Dąbrowski zdecydował się rozbić jednolitość książki za pomocą barw stronic. Początek każdej części stanowią dwie czarne strony, co daje poczucie logiki układu całości i (co niebagatelne) pozwala odpocząć oczom. Bardzo istotne jest także rozmieszczenie poszczególnych przykładów prezentowanych w książce. Skład nakładał na twórcę wymagania nie tylko dopasowania ilustracji do tekstu, ale także sensownego i estetycznego rozkładu, biorącego pod uwagę całość książki (o kolorach już wspominałem), kolorystkę i zawartość ilustracji. Zadanie karkołomne narażające na porażkę.

Nie przeciągając... wyzwanie zakończone sukcesem. A wisienką na torcie jest pierwsza strona okładki, agresywna w kolorystyce, z frapująco dobraną ilustracją, a raczej jej fragmentem i fakturą. Dbalność o szczegóły świadczy o mistrzostwie.

Tegoroczne wydanie *Nie gęsi* Piotra Rypsona jest już drugim wydaniem książki (chyba jednak nie wznowieniem), jednakże ze względu na jej jakość i treść warto ja czytelnikom przypomnieć, albo po prostu uzmysłwić jej istnienie.

Projektowanie graficzne, podobnie jak wzornictwo przemysłowe jest wciąż tą dziedziną artystyczną, która najmocniej wpływa na społeczeństwo. Obecnie w czasach Internetu, banerów, memów i

mediów społecznościowych, chyba jeszcze mocniej niż kiedykolwiek. To właśnie te prace chyba najmocniej wpływają na poczucie estetyki i mogą zrujnować pejzaż kultury wizualnej tak samo jak koszmarki językowe rodem z reklam telewizyjnych.

Ale oddziaływanie może być także pozytywne i lektura (a przede wszystkim ogląd) książki jest tego dowodem – prostym czyli najlepszym. Trzydzieści lat polskiej grafiki użytkowej jest czasem tworzenia się na nowo państwa polskiego oraz polskiego społeczeństwa. A mamy do czynienia z prawdziwą eksplozją wydawnictw i druków. A trzeba pamiętać – co autor mocno podkreślał we wstępie do swojej pracy – że w II Rzeczypospolitej analfabeci stanowili około jednej trzeciej mieszkańców. Jednakże projektowanie graficzne, którego efekty pracy były widocznie nie tylko na winietach książek i czasopism ale przede wszystkim na ulotkach, reklamach, plakatów propagandowych czy znaczkach pocztowych stanowiły prawdziwą *soft power* odrodzonego państwa i narodu. Na podstawie lektury książki Piotra Rypsona możemy poznać nie tylko historie przemian estetycznych czy formalnych, jest to także historia rozwoju społecznego politycznego gospodarczego II RP.

Jednakże mimo słabości gospodarczej polskiego państwa oraz analfabetyzmu dużej części społeczeństwa wydawnictwa – zwłaszcza te popularne oraz finansowane przez państwo – mogły sobie pozwolić na współpracę z wybitnymi artystami i niektóre prace stanowiły prawdziwe perełki. Warto też pamiętać, że niektóre pisma redagowane i tworzone przez artystów stanowiły w samym zamyśle całościowe dzieło sztuki, zatem projektom graficznym i pracom edytorskim autorzy poświęcali tyle samo uwagi co treściom. Lewicowe wydawnictwa: praesens, a.r. czy blok są tego najlepszymi dowodami.

Ta eksplozja skutkuje tym, że autor musiał przeprowadzić kwerendę naprawdę ogromnego materiału (warto podkreślać tytaniczność tej pracy) oraz zaprezentować wyniki swej pracy w sposób możliwy do przyjęcia. Gdyby poszedł tropem rozprawy akademickiej omawiającej chronologicznie lub rozwojem pracowni i związków pomiędzy poszczególnymi artystami, środowiskami czy pracowniami to zapewne powstałaby książka szalenie poprawna ale – jak się obawiam – nie nadająca się do czytania.

Mam wrażenie, że i sam autor podzielał te obawy i zdecydował się na (jak sam to określa) „rodzaj mapy rozległych obszarów nowoczesnej komunikacji wizualnej w Polsce”, który ma „unaocznnić współczesnemu odbiorcy ówczesny język obrazów i jego przemiany”.

W rozwoju stylistycznym autor wskazuje na trzy nurty – tradycyjna grafika nawiązująca do poprzednich epok i rozwiązań wypracowanych przede wszystkim na przełomie XIX i XX wieku, radykalna awangarda oraz doświadczenia kubizmu i ekspresjonizmu.

Ale ten rozwój stylowy oraz rozwój twórczości poszczególnych artystów Piotr Rypson prezentuje poprzez dosyć krótkie części opisujące zagadnienia tematyczne. Czytelnik może zatem dowiedzieć się jak wyglądały reklamy kawiarni i ciastkarni, a także kaw i herbat. Warto od razu odnotować, że rodzina Wedłów kładła ogromny nacisk na reklamę wizualną, zatrudniając najwybitniejszych artystów. Po lekturze „Nie gęsi” anegdota o E. Wedlu i monarsze Afganistanu staje się wiele bardziej oczywista i zrozumiała.

Tak jak i w czasach dzisiejszych duże znaczenie na rynku miała także reklama wyrobów tytoniowych i alkoholu. Ale ta z kolei nie wniosła – jak można sądzić z prezentowanych przykładów – szczególnego wkładu do rozwoju grafiki w Polsce międzywojennej. Dla porządku wskazać należy także reklamy gospodarstwa domowego i słodczy.

Tym co odróżnia II RP od naszych czasów był o wiele większy udział państwa w życiu codziennym. Dlatego też finansowanie przez instytucje publiczne szeregu wydawnictw ale także i plakatów kampanii społecznych – na przykład promujących czystość czy bezpieczeństwo i higienę pracy – czyniło z urzędów mecenasa także grafiki użytkowej. Musiało to mieć ogromny wpływ na rozwój sztuki, ale trzeba uczciwie przyznać że efekty nie były aż tak straszne jak można by się obawiać.

Duży wpływ na sztukę, tak jak i na wszystkie dziedziny życia publicznego, miało wtedy wojsko. Plakaty, wydawnictwa czasopisma kształtowały gusty bardzo licznej kadry wojskowej, a także ich rodzin i znajomych. Mecenat wojskowy jest absolutnie nie do przecenienia i podkreślenie go przez autora jest wielkim atutem książki.

Nie sposób krótkim tekście omówić wielusetstronicowej książki zawierającej tysiące ilustracji. Chciałbym zatem jeszcze wskazać na dwa ważne punkty na skreślonej przez autora mapie. Pierwszym jest fotomontaż, sklejanie szeregu ilustracji (przede wszystkim zdjęć) w kolaż rozwinęło się już w latach dwudziestych określając estetykę grafiki użytkowej w Polsce na kilka pokoleń. Drugim jest utrzymywanie się tradycji „stylu narodowego”.

Książka jest wspaniałym katalogiem prac z okresu trzydziestu lat. Katalog ten może być przede wszystkim pięknym albumem pozwalającym na zetknięcie się z historią sztuki użytkowej, część przykładów to niemalże arcydzieła – jak plakaty „Uwaga” (s. 267) czy wystawy elektromechanicznej (s. 253), ale są też prace przeciętne i absolutnie koszarne. Dlatego też książka Rypsona to prawdziwe „must have” artystów grafików i „kreatywnych” zajmujących się reklamą, składem i podobną działalnością.

Jest wreszcie doskonałą pomocą w badaniu historii II RP – prawdziwym przykładem tego, co nazywamy naukami pomocniczymi historii.

Na zakończenie warto wskazać na kilka obszarów, które na mapie nakreślonej przez autora stanowią prawdziwe i istotne białe plamy. Są to jednak bardziej postulaty badawcze niż krytyka – materiał zbadany przez autora i zaprezentowany w książce jest tak ogromny, że wytykanie pominięć byłoby raczej niestosowną małostkowością. Sam autor wskazuje we wstępie na brak ilustracji literatury dziecięcej, co gdyby było nieświadomym pominięciem, świadczyłoby o dyletanctwie. W pełni zgadzam się z autorem, że należy się jej osobne opracowanie, praca tym trudniejsza, że wymagałaby prezentacji tej grafiki na tle epoki i opisu nie tylko literatury ale także reform szkolnych i rozwoju pedagogiki.

Sam chciałbym wskazać, że brakuje wciąż podobnej syntezy w zakresie sztuki medalierskiej – znaki, przypinki czy państwowe odznaczenia równie mocno wpływają na świadomość społeczną, jak ulotki czy okładki. Wyraźną luką w prezentowanym krajobrazie jest brak

omówienia wydawnictw emigracyjnych w czasie II wojny światowej. Prasa uchodźcza oraz (przede wszystkim w Anglii) oraz wydawnictwa towarzyszące armii generała Andersa nie były wiodącymi siłami w rozwoju kultury graficznej ale powstały tam interesujące prace i stanowią z całą pewnością obszar godny przebadania i prezentacji.

Ale już jako wytyk (małostkowy oczywiście) wskazałbym prawie całkowite przemilczenie prasy i wydawnictw religijnych. Stanowiły one na tyle istotną część rynku, że należało jednak odnotować realizacje proponowane przez te wydawnictwa.

Nie do końca zgadzam się też z tezą o radykalnym zerwaniu jakie dokonała się na skutek „przewrotu socrealistycznego”. Owszem, trzeba zgodzić się z autorem że komunistyczna szarżyzna i bylejakość (chyba konstytutywne cechy codzienności w „obozie”) przytłumiła możliwości projektowania graficznego. Ale wciąż ono istniało i w swych głównych nurtach kontynuowała to co zostało wypracowane w okresie międzywojennym. Wydaje się, że właśnie to nieustanne nawiązywanie do stylistyki lat ubiegłych (połączone z kiepską jakością druku i papieru), a nie wypracowanie osobnego socjalistycznego stylu, było przyczyną oderwania się peerelowskiej grafiki od nurtów światowych.

Fot: Wydawnictwo Karakter



Piotr Rypson, „Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949”, wydawnictwo Karakter, Kraków 2017, 408 stron, okładka miękka