

Katarzyna Kulpińska: Polska szkoła plakatu jako azyl swobodnej wypowiedzi

W okresie PRL-u plakat rozkwitał niejako wbrew swej funkcji użytkowej – w warunkach niekomercyjnej kultury i nierynkowej gospodarki. Państwo zapewniało zlecenia, płaciło za nie na tyle dobrze, że plakacista mógł się z tej pracy utrzymać, a cenzura akurat w dziedzinie plakatu kulturalnego nie była zbyt dociekliwa – pisze Katarzyna Kulpińska w „Teologii Politycznej Co Tydzień”: „Polska na plakacie”.

„W dziedzinie plakatu wolność tworzenia istniała w Polsce i nigdzie indziej”

— Alain Le Querrec

Była domeną samodzielnego myślenia i niepodległego oka, azylem dla swobodnej wypowiedzi artysty w pierwszych dekadach PRL-u. „Polska szkoła plakatu”, bo o niej tu mowa, postrzegana niekiedy jako hybryda, która sama sobie stworzyła reguły i wyznaczała kierunki rozwoju, jest synonimem nowego języka opartego na metaforach i budującego porozumienie między twórcą a odbiorcą. Zjawisko to nie miało nic wspólnego ze szkołą w sensie instytucjonalnym czy nauką, którą przekazuje mistrz uczniom, kontynuatorom jego dzieła. Reprezentanci nie ogłosili żadnego programu czy manifestu, nie organizowali wspólnych wystaw; na początku nie byli nawet świadomi, że współtworzą markę docenioną wkrótce na świecie. Tworzyli w sposób indywidualny, za pomocą dostępnych narzędzi (najczęściej pędzla i

farby, także przetworzonej fotografii), plakaty do wydarzeń kulturalnych: filmowe, teatralne, muzyczne. W tym właśnie gatunku powstały prace decydujące o odrębności „PSP”, dające asumpt do nazwania zjawiska, które mimo różnorodności poszczególnych realizacji miało cechy wspólne, a co ważniejsze, było rozpoznawalne. W historii projektowania graficznego był to swoisty fenomen wyróżniający się na tle światowego plakatu. Zaistniał w kraju, w którym mimo politycznej niewoli na niewielkim poletku plakatu kulturalnego zakwitła wolność artystyczna, mimo że zleceniodawcą było państwo, jakkolwiek absurdalnie to brzmi. Takich paradoksów było więcej i nie dziwi przewrotny zabieg przedstawienia braków i mankamentów (niska jakość druku i papieru) jako zamierzonego, świadomego, ba! nowatorskiego środka artystycznego.

Bez wsparcia ludzi takich jak Ty, nie mógłbyś czytać tego artykułu.
Prosimy, kliknij tutaj i przekaz darowiznę w dowolnej wysokości.

Dyskusja nad znaczeniem, chronologią, a przede wszystkim zasadnością pojęcia „polska szkoła plakatu” trwa niemal od chwili, w której się ono pojawiło. Wprowadził je do światowego obiegu Jan Lenica w artykule *The Polish School of Poster Art* (1960) opublikowanym we wpływowym szwajcarskim piśmie „Graphis”, choć funkcjonowała już ona w polskiej prasie od 1956 roku jako odniesienie do równoległego zjawiska polskiej szkoły filmowej. Niejednoznaczność terminu idzie w parze z umownością ram chronologicznych, które czasem próbuje się wyznaczyć konkretnymi pracami. Korzenie „PSP” sięgają grafiki użytkowej okresu międzywojennego, a coraz częściej wskazuje się młodopolski plakat Stanisława Wyspiańskiego do spektaklu *Wnętrze* (1899) jako pierwszy zwiastun nieszablonowego myślenia w tej dziedzinie. Henryk Tomaszewski, Eryk Lipiński i

Tadeusz Trepkowski debiutowali jako projektanci plakatów przed 1939 rokiem. Dwaj pierwsi tuż po wojnie pracowali dla Filmu Polskiego w Łodzi, mimo początkowej niechęci, jako że w latach 30. plakat filmowy traktowano po macoszemu. Ich podejście szybko się zmieniło, bo właśnie w tym gatunku mieli szansę stworzyć nową jakość, korzystając ze swobody wypowiedzi. Pierwszą połowę lat 50. zdeterminowały silne tendencje malarskie. Tworzyli wówczas obok wspomnianych wcześniej Wojciech Fangor, którego plakat do francuskiego filmu *Mury Malapagi* (1952) wymieniany jest jako inicjujący „PSP”, Józef Mroszczak, Jan Młodożeniec, Julian Pałka, Roman Cieślewicz, Franciszek Starowieyski, Waldemar Świerzy, Anna Huskowska, Wiktor Górka. Po Wystawie Młodej Plastyki w Arsenale (1955) i w okresie odwilży pojawiły się nowe inspiracje; malarskość wcześniejszego etapu ustępowała powoli zgrafizowanym motywom-znakom i fotografii (Wojciech Zamecznik). Fazę końcową wyznacza tzw. złota seria plakatów tworzonych dla Opery Warszawskiej i Teatru Dramatycznego. Choć w tym czasie odwrót młodych twórców od form malarskich w kierunku grafiki i typografii przekształcił się w silną tendencję, mocnym akordem końcowym okazał się plakat Jana Lenicy do opery *Wozzeck* (1964) wystawionej w Teatrze Wielkim. To jeden z najbardziej rozpoznawalnych polskich plakatów na świecie, często reprodukowany w obcojęzycznych opracowaniach historii plakatu. I tu ponoć kończy się „PSP”, choć jej echa brzmiały jeszcze w plakacie cyrkowym, a kontynuatorów wskazywano w latach 70. i 80. I coś w tym jest, wystarczy spojrzeć na plakaty Macieja Urbańca, Wiesława Wałkuskiego, Wiktora Sadowskiego, Jerzego Czerniawskiego, by wymienić tylko kilku.

W okresie PRL-u plakat rozkwitał niejako wbrew swej funkcji użytkowej – w warunkach niekomercyjnej kultury i nierynkowej gospodarki. Państwo zapewniało zlecenia, płaciło za nie na tyle dobrze, że

Warto podkreślić, że wielu polskich plakacistów uprawiało równolegle kilka dyscyplin sztuki, co wpłynęło także na metody tworzenia plakatów

plakacista mógł się z tej pracy utrzymać, a cenzura akurat w dziedzinie plakatu kulturalnego nie była zbyt dociekliwa. Twórcy prowadzili z widzom grę w skojarzenia i „mrugnięcia okiem”,

a ich prace bywały testem na inteligencję. Lenica nazwał plakat „koniem trojańskim hasającym po ulicach i przemycającym coś, czego się tam zazwyczaj nie znajduje”. Warto podkreślić, że wielu polskich plakacistów uprawiało równolegle kilka dyscyplin sztuki, co wpłynęło także na metody tworzenia plakatów. Mimo różnorodności indywidualnych rozwiązań plakaty „szkoły” były rozpoznawalne za granicą. Wynikało to z ich odmienności, z której uczyniono atut: Nasz plakat jest inny – głosił tytuł jednego z artykułów prasowych z lat 60. Różnice między plakatami polskimi i tymi tworzonymi za żelazną kurtyną wynikały z wielu czynników: zapóźnienia poligrafii, braków technicznych, jakościowych, które polscy twórcy nadrabiali ekspresją malarską, intrygująco przetworzoną fotografią, a przede wszystkim błyskotliwością koncepcji. Nie bez powodu mówi się, że plakaty w tym czasie tworzone przede wszystkim głową – obraz do oglądania zamieniono na obraz do czytania. Fakt, że polscy plakaciści nie musieli zabiegać o zlecenie czy dostosowywać się do potrzeb wymagającego i kapryszącego klienta, zadziałał na korzyść samego plakatu-obrazu postrzeganego jako dzieło autorskie. Miały one zresztą cechę wspólną ze współczesnym *self-edition* – swobodę autorskiej wypowiedzi; przy zastrzeżeniu zasadniczej różnicy w nakładzie (kilkaset egzemplarzy *versus* jeden, kilka wydruków wersji cyfrowej).

Plakat kulturalny w Polsce lat 50. i 60. zyskał rangę dzieła sztuki, a jego „inność”, jak wspomniano, wynikała także z braku konieczności pełnienia funkcji użytkowej. Można by zapytać, czy plakat, który zaprzecza swej istocie, jest jeszcze plakatem? Ten był, mimo emancypacji. Polscy plakaciści nie reklamowali i nie nakłaniali, ale dzielili się własną wizją, tworząc płaszczyznę kontaktu z odbiorcą. Ta odrębna formuła polskiego plakatu kulturalnego została szybko nobilitowana; przyczyniło się do tego także Międzynarodowe Biennale Plakatu organizowane od 1966 roku w Warszawie. Pierwsze biennale – będące konfrontacją polskich plakatów z plakatami krajów demokracji ludowej, jak i tych zza żelaznej kurtyny – ujawniło zasadnicze różnice między plakatem reklamowym konkretnego produktu (którego ten plakat „ma sprzedać”) a artystyczną interpretacją np. filmu, idei konkursu czy festiwalu (które twórca za pośrednictwem plakatu wzbogaca w nowe konteksty). Różnice te nie przeszkodziły jednak międzynarodowemu jury w docenieniu formuły polskiego plakatu.

Plakat kulturalny w Polsce lat 50. i 60. zyskał rangę dzieła sztuki, a jego „inność”, jak wspomniano, wynikała także z braku konieczności pełnienia funkcji użytkowej

Sukcesy plakatu polskiego za granicą były wykorzystywane przez władze jako element propagandy. Według obowiązującej wówczas retoryki polski malarski

plakat z odrębną typografią był dziełem sztuki, w przeciwieństwie do plakatów krajów zachodnich pozostających na usługach komercji, informujących wprost i wykorzystujących „ordynarną” fotografię. Władze PRL sprzyjały przedsięwzięciu, które szło w parze z ideologią –

ustrój, który doceniał „artystyczną ścieżkę rozwoju plakatu”, gloryfikowano, a „zgniły Zachód” miał się dowiedzieć, jaką wolność mają w komunistycznym kraju artyści. Prawdziwą jednak renomę polskiego plakatu na Zachodzie wypracowali i ugruntowali Henryk Tomaszewski i Jan Lenica. Tomaszewski uznawany za najwybitniejszego twórcę „PSP” (a jednocześnie przeciwnik tego pojęcia), znany z niekonwencjonalnej metody nauczania, sam z powodzeniem konwencje łamał; na Międzynarodowej Wystawie Plakatu Filmowego w Wiedniu (1948) zyskał pięć pierwszych nagród. Do prowadzonej przez niego pracowni plakatu na warszawskiej ASP ściągało liczne grono studentów z różnych stron świata (m.in. Alain Le Querrec, Gerard Paris-Clavel, Thierry Sarfis, Karel Misek).

Plakat opatrzony etykietą „PSP” był i jest przedmiotem dumy narodowej, ale także obiektem pożądania kolekcjonerów, poszukiwanym i kupowanym za niebagatelne sumy. „Polska szkoła plakatu” jest nadal niejednoznacznym, budzącym kontrowersje, a czasem dezaprobatę określeniem. Niektórzy znawcy tematu nie ustają w próbach doprecyzowania definicji, ram chronologicznych, kanonu nazwisk i dzieł, inni podchodzą do tego dziedzictwa bardzo ostrożnie, unikając dookreślenia i szufladkowania. Mimo (lub właśnie z powodu) nostalgicznej nuty, której nośnikiem jest omawiane pojęcie, ma ono nadal silną moc przyciągania, skoro niektórzy współcześni projektanci mienią się spadkobiercami lub nawet reprezentantami „PSP”.

Katarzyna Kulpińska



Sfinansowano przez Narodowy Instytut
Wolności - Centrum Rozwoju
Społeczeństwa Obywatelskiego
ze środków Programu Rozwoju
Organizacji Obywatelskich
na lata 2018 – 2030



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

Dofinansowano
ze środków Ministra
Kultury i Dziedzictwa
Narodowego