

Mieczysław Wasilewski: Trzy sekundy muszą wystarczyć

Od czasu Henri de Toulouse-Lautreca wiadomo, że plakat definiuje papierowa materia. Ona przekształca swoją formę i istotę, a jednak zachowuje swego ducha w tym świecie krótkich, ascetycznych wręcz komunikatów. Takich, które przemawiają w 3 sekundy. Tyle powinno wystarczyć, by plakat był odczytany przez odbiorcę – mówi Mieczysław Wasilewski w rozmowie z Karolem Grabiasem dla „Teologii Politycznej Co Tydzień”: „Polska na plakacie”.

Karol Grabias (Teologia Polityczna): Jako uczeń i asystent Henryka Tomaszewskiego był Pan świadkiem narodzin polskiej szkoły plakatu. W którym momencie pojawia się ta etykieta i z jakim bagażem znaczeniowym się wiąże?

Mieczysław Wasilewski, grafik, plakacista, rysownik, projektant form graficznych: Trudno udzielić tu jednoznacznej odpowiedzi. Słyszałem kiedyś słowa Jana Lenicy, który wskazywał, że nazwa „polska szkoła plakatu” została wymyślona nie w Polsce a w Paryżu lub w Londynie. To zjawisko zaczęło się formować pod koniec lat 40., gdy Henryk Tomaszewski i Eryk Lipiński dostali od Centrali Wynajmu Filmów propozycję przygotowywania plakatów filmowych. Z początku odmówili – plakat filmowy kojarzył im się z wulgarną reklamą, którą pamiętali jeszcze z czasów międzywojnia – jednak po paru dniach zmienili zdanie. Ich założeniem było zachowanie całkowitej swobody

twórczej, nie chcieli w żadnym razie konkurować z plakacistami, którzy funkcjonowali na Zachodzie. Nie tworzyli kompozycji opartych na fotosach, robili plakaty po swojemu i to było na tyle inne, że zostało zauważone na rynku zachodnio-europejskim. Między innymi przez Waltera Herdega: on i wielu innych teoretyków sceny graficznej zaczęli interesować się tym, co dzieje się w Polsce i reprodukowali prace naszych artystów w tak szacownych czasopismach, jak „Graphis” czy „Print”. Tak się to zaczęło i trwało, w moim przekonaniu, do około połowy lat 60. Sama etykieta „polskiej szkoły plakatu” była również po części zasługą propagandy, która chciała mieć na swoich usługach najszerszą pojętą kulturę.

Jak realia PRL-u wpłynęły na pozycję plakatu jako medium kulturalnego?

W czasach ówczesnego niedoboru wszystkiego reklama filmowa była zupełnie niepotrzebnym zabiegiem. Wszystko – i dotyczyło to tak artykułów spożywczych, jak i filmu – sprzedawało się na pniu bez żadnej reklamy. Wobec tego plakaty filmowe były zwolnione z spełniania funkcji marketingowej i mogły funkcjonować wyłącznie w obrębie zamierzeń autorskich niezłej gromadki artystów: Lenicy, Młodożeńca, Fangora, Pałki... Zwolnienie z reklamowej obligacji z pewnością odegrało istotną rolę dla polskiej szkoły plakatu. Każdy plakat był osobistym komentarzem artysty do filmu i był reprodukowany w tysiącach egzemplarzy. Zaludniał swoją obecnością naszą szarą peerelowską rzeczywistość: płoty na budowach, mury zrujnowanych miast, słupy ogłoszeniowe. I ich wizje dawały radość ludziom, którzy wędrując ponurymi ulicami, mogli oglądać dzieła sztuki przez wielkie „S”.

Większość plakacistów miała malarskie wykształcenie, inaczej niż na zachodzie. Tomaszewski jest nazywany malarzem plakatu. Czy to również miało wpływ na wyjątkowość polskiej szkoły plakatu?

Z całą pewnością tak, chociaż to były dukty nie tylko malarskie i sam warsztat malarski nie tłumaczył wszystkich ich osiągnięć. W warstwie formalnej pojawiały się również kolaże, łączenia fotografii z zamierzonym śladem pędzla czy plamami. Choć faktycznie to były na ogół osoby, które miały skończone studia malarskie, szczególnie pokolenie przedwojenne: Tomaszewski, Lipiński, Srokowski. A młodzi mieszały już wszystkie techniki i robili to z dużą werwą. Ta swoboda twórcza była chyba najważniejszym powodem powodzenia naszego plakatu filmowego – w pewnym sensie taki plakat nie istniał na Zachodzie. Do Warszawy z czasem zaczęli się zjeżdżać ludzie, którzy oglądali reprodukcję prac naszych artystów w takich czasopismach jak miesięcznik „Polonia” czy „Projekt”. Trzeba zauważyć, że były to jedne z nielicznych pism na terenie demoludów, które propagowały graficzny design.

Bez wsparcia ludzi takich jak Ty, nie mógłbyś czytać tego artykułu.

Prosimy, kliknij tutaj i przekaz darowiznę w dowolnej wysokości.

Pod koniec lat 50. styl Tomaszewskiego ewoluował: z malarskiego w stronę form lapidarnych. Czy polski plakat był bardzo zróżnicowany formalnie? Czy tworzył spójną estetykę?

Polski plakat był jak najbardziej zróżnicowany formalnie. Inny był styl Zamecznika i jego poszukiwania w fotografii, inny był styl Fangora, Pałki, inne było malarstwo Świerzego, jeszcze odmienne były ścieżki poszukiwań Romana Cieślewicza. Każdy z nich był unikalną indywidualnością, wystarczy pomyśleć o pracach Jana Młodożeńca czy Franciszka Starowieyskiego. To była cała gama postaw artystycznych i możliwości twórczych, które łączyła swoboda wypowiedzi. Widać to zarówno na początku, gdy tworzyliśmy głównie plakat filmowy, jak też później, gdy plakaciści zaczęli tworzyć plakaty teatralne czy cyrkowe. One również były zupełnie niepodległe stylistycznie i niepodobne do niczego, co robiono na Zachodzie i na świecie. Paradoksalnie cenzura polityczna mało się w nie wtrącała. Jeśli na plakacie nie było nic, co było w niezgodzie z aktualną linią polityczną, to wówczas poszukiwania artystyczne były właściwie poza zasięgiem ingerencji cenzora. To było też jednym z ważniejszych elementów powodzenia i rozwoju polskiej szkoły plakatu.

Z dzieł polskich plakacistów bije pewien rodzaj intelektualizmu. Podobno Henryk Tomaszewski miał zwyczaj stawiania swoim uczniom zadań, obrazowania abstrakcyjnych pojęć. Czy ta metoda miała wpływ na ten intelektualny rys polskich plakacistów?

Z całą pewnością tak, chociaż nie wszyscy wymienieni przeze mnie twórcy byli uczniami Tomaszewskiego. Dobrze pamiętam te intelektualne ćwiczenia, o których Pan mówi. To była specyfika tego, jak Henryk stawiał przed studentami różne tematy. Często wybierał fragmenty „Myślni Nieuczesanych” Stanisława Jerzego Leca. I właśnie frazy z Leca oddawały w rzeczywisty sposób istotę plakatu jako telegramu wizualnego. Wystarczy słowo, reszta jest gadaniem – jak

mawiał autor tych aforyzmów. I to była metoda Henryka. To tego dochodziły obligatoryjne tematy dyżurne jak rocznica rewolucji październikowej czy 1 maja. Wbrew pozorom to również były zagadnienia, które można było oryginalnie opracować. Plakat był naznaczony piętnem socrealizmu w latach 40. A później rozpoczęła się nieskrępowana twórczość i wszystkie plakaty nosiły znamię wspaniałych dzieł, nawet na terytorium plakatu politycznego. Wystarczy sięgnąć do annałów z tamtych lat, gdzie plakaty, te pierwszomajowe, były na prawdę perełkami, jeśli chodzi o kompozycję, kolorystykę i warsztat wszelaki. Ta metoda znalazła odbicie w mojej karierze. Sam jeździłem na workshopy do kilkudziesięciu krajów świata, czy to w Meksyku, czy w Chile, czy w Chinach, w Szwajcarii, Holandii, Finlandii... I w tych krajach ze studentami przerabiałem takie same zagadnienia, jakie robiliśmy razem z Henrykiem Tomaszewskim na ASP w Warszawie. Proszę sobie wyobrazić, że te tematy, takie właśnie lecowskie frazy, były aprobowane przez studentów na 4 kontynentach.

Przejdźmy do złotego okres polskiego plakatu, czyli połowy lat 60. Czy był jakiś konkretny impuls, który pozwolił plakacistom rozwinąć skrzydła w tym okresie?

Z pewnością trzeba by tu powiedzieć o I Międzynarodowym Biennale Plakatu, które odbyło się w Warszawie w 1966 r. Ono wywarło duży wpływ, na to wszystko, co działo się na podwórku plakatowym. To było pierwsze biennale plakatu w skali europejskiej, jeśli nie światowej... I stało się ono spotkaniem najwybitniejszych twórców plakatów z całego globu. To zaowocowało ożywieniem w materii plakatu, podobnym do tego, którego później doświadczyli Finowie w Lahti czy Japończycy w Toyamie. Biennale plakatów w samych Chinach jest już chyba ze 4 i dziś niektórzy mówią o śmierci plakatu. To zabawne, bo takie głosy

pojawiały się już w 1966 r., a tak naprawdę dopiero wtedy plakat tężał, przeobrażał się wraz z rozwojem techniki graficznej, elektronicznej... Kolejne edycje Biennale sprawiały, że inwazja plakatu stawała się coraz bardziej umiędzynarodowiona i mogliśmy się konfrontować z tym, co robili koledzy z Japonii czy z Paryża albo z Nowego Jorku. Niezależnie od tego, czy mieliśmy dostęp do czasopism, o co było wtedy trudno. Internet przecież nie istniał. Kontakty między twórcami były dość ograniczone, więc rola Biennale odbywającego się co 2 lata, odgrywała niepoślednią rolę w tym, co stanowiło o rozwoju tej dyscypliny.

Chciałbym zapytać o okres późniejszy, czyli lata 70., kiedy pojawia się młode pokolenie plakacistów: Andrzej Pągowski czy Rafał Olbiński. Czy według Pana ich twórczość zachowuje ciągłość formalną lub intelektualną z polską szkołą plakatu?

Moim zdaniem to już nie jest ten nurt. Zwiększa się liczba ludzi, którzy się interesują plakatem i wyraźnie obniża się średnia poziomu przeciętnego dzieła. To już nie są ci mistrzowie wymienieni wcześniej przeze mnie. Wchodzi wówczas na parnas nowe pokolenie, również uzdolnione, lecz otwierające szerszy front poszukiwań. To oczywiście moja opinia. Ja sam startowałem przecież w połowie lat 60. To wtedy na murach pojawiały się moje pierwsze produkcje powstałe albo w Centrum Wynajmu Filmów, albo w Wydawnictwie Artystyczno-Graficznym, które skupiało elitę twórców plakatu: zarówno plakacistów politycznych, społecznych, kulturalnych, jak i związanych z BHP. Wówczas już studenci – a więc i ja – mieli okazję robić plakaty na tematy, które potem wchodziły do produkcji. Mogłem wówczas oglądać na murach swoje debiutanckie produkcje.

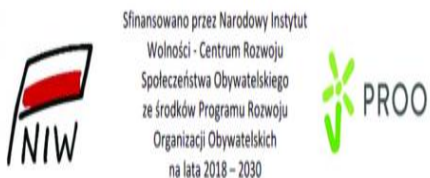
Pana plakaty charakteryzuje skrótowość, aforyzm i też silne intelektualne napięcie – jak w przypadku słynnego antywojennego plakatu z 1975, który parafrazuje słowa Szekspira: „To be war or not to be”. Czy dostrzega Pan współcześnie twórców, którzy tworzą w podobnym intelektualnym, aforystycznym kluczu?

Oczywiście, jest cała plejada takich twórców tworzących w podobny sposób do dziś. Zarówno młodych, jak i moich rówieśników, jak Lex Drewiński, który pracuje w Niemczech i uczy w Szczecinie, w tamtejszej akademii. I on intelektualnie jest bardzo zbliżony do mojego twórczego myślenia. W młodszym pokoleniu takim twórcą jest Łukasz Rayski, twórca znanego plakatu „Konstytucja”, który prywatnie jest moim przybranym synem. To pokazuje, że młodzi chcą iść ścieżką wydeptaną przez polskich plakacistów. Tym bardziej że obecnie jest coraz więcej konkursów, które w swoim centrum stawiają pytania o różne bolączki współczesnego świata. Niedawno odbył się międzynarodowy konkurs, organizowany przez Izrael w Berlinie. Jego tematem przewodnim było pojęcie utopii. Utopia jest czymś na tyle realnym, co nierealnym. Jest grą o wysokiej stawce – ubarwia nasz świat, ale jednocześnie może doprowadzić do katastrofy o kontynentalnym rozmiarze. To pokazuje, że tematy, które poruszają świat, nadal znajdują swoje odbicie w plakacie. Plakat artystyczny zaś coraz częściej schodzi z murów. Przenosi się do galerii, printshopów i szacownych sali muzealnych. Pojawia się w krótkoseryjnych produkcjach, czasami tylko w przestrzeni internetowej. To wychodzi plakatowi zarówno na dobre i na złe. Bo jednak „poster is paper”, jak powiedział Alain Le Querrec, jeden ze studentów Henryka Tomaszewskiego. I od czasu Henri de Toulouse-Lautreca wiadomo, że plakat definiuje papierowa materia. Ona przekształca swoją formę i istotę, a jednak zachowuje swego ducha w

tym świecie krótkich, ascetycznych wręcz komunikatów. Takich, które przemawiają w 3 sekundy. Tyle powinno wystarczyć, by plakat był odczytany przez odbiorcę.

Rozmawiał Karol Grabias

Rozmowę spisywał i współredagował Mateusz Szejna



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

Dofinansowano
ze środków Ministra
Kultury i Dziedzictwa
Narodowego