

Polska szkoła plakatu oczami współczesnych twórców. Niepsuj, Sieńczyk, Iwański

Polska szkoła plakatu to nie tylko zbiór dzieł pogrzebanych w muzealnych zbiorach. To również estetyczny idiom, którego ślady można znaleźć w projektach tworzonych przez polskich plastyków do dziś. Właśnie dlatego zapytaliśmy współczesnych polskich plakacistów o to, jakie znaczenie dla ich twórczości mają polscy mistrzowie skrótu wizualnego z lat 50. i 60. ubiegłego wieku.

Do rozmowy zaprosiliśmy Olę Niepsuj (ur. 1986 r.), jedną z najciekawszych i najzdolniejszych graficzek młodego pokolenia, łączącą tradycyjne techniki z rysunkiem cyfrowym, ilustratorkę m.in. „Przekroju”, Macieja Sieńczyka (ur. 1972 r.), rysownika związanego z galerią Raster, autora komiksów i ilustracji m.in. w „Dwutygodniku” i „Wysokich Obcasach” oraz Krzysztofa Iwańskiego (ur. 1985 r.) – uznanego plakacistę i typografa tworzącego w duchu Bauhausu.

Jakie jest Twoje pierwsze skojarzenie z Polską Szkołą Plakatu (PSP)?

Ola Niepsuj: Plakat „Cyrk” Jana Młodożeńca z portretem clowna który kradnie literę „Y” by zrobić z niej procę.

Maciej Sieńczyk: Plakat kinowy i społeczny, lata pięćdziesiąte, wykorzystanie środków plastycznych charakterystycznych dla malarstwa – duże plamy kolorów o swobodnych, nierównych konturach, podobne do pociągnięć pędzlem, płaszczyzny jakby wyrwane lub wycięte i ułożone względem siebie na zasadzie swobodnych skojarzeń. Widoczny wpływ zachodnich artystów awangardowych, a zwłaszcza Picassa na formę przedstawiania postaci, przestrzeni i kompozycji. W latach sześćdziesiątych forma jest mniej zgeometryzowana, a bardziej realistyczna, elementy na plakacie zestawiane są względem siebie na zasadzie zaskoczenia, przez co przywodzą na myśl eksperymenty surrealistów.

Krzysztof Iwański: Przyznaję, że zajmuje się tym zawodem tak długo, że ciężko o podanie pierwszego skojarzenia. Mam w głowie mniej lub bardziej lubiane plakaty, ale chyba największe skojarzenie mam z Warszawą. To dlatego, że PSP to jest plakat warszawski, a nie polski. W okresie funkcjonowania PSP w innych miastach również rozwijały się „ośrodki” plakatu o zupełnie innym charakterze np. najbliższy mi łódzki. PSP kojarzy mi się też z egzaminem na Akademię, ponieważ właśnie takie pytanie otrzymałem (uśmiech).

Czy kiedyś, lub nadal, wzorowałaś/wzorowałeś się na PSP?

O.N.: Z pewnością tradycja polskiego projektowania graficznego (także wydawnictw) i ilustracji wpłynęła i wpływa na moje realizacje. Kiedy brakuje mi inspiracji, przeglądam, między innymi, magazyn „Ty i Ja” zaprojektowany przez Romana Cieślewicza, czytam teksty Henryka

Tomaszewskiego, oglądam stare plakaty czy okładki. Uczą przede wszystkim graficznego, uproszczonego języka wizualnego, uniwersalnych komunikatów.

M.S.: Nie, starałem się unikać wpływów, a jeśli się pojawiały, to były mimowolne.

K.I.: Świadomie na pewno nie, ale przez to, że dużo obcowałem z pracami PSP, na pewno wywarły na mnie wpływ.

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

Czy masz swojego ulubionego twórcę PSP, a jeśli tak to co Cię w nim ujęło?

O.N.: W PSP najbardziej ujęła mnie różnorodność formalna twórców – trudno wskazać jedno nazwisko. Przyciśnięta do ściany wskazałabym jednak na Andrzeja Krajewskiego, Henryka Tomaszewskiego, Jerzego Treutlera, Jana Młodożeńca lub Jerzego Flisaka.

M.S.: Nie mam ulubionego twórcy PSP, moje zainteresowania określa raczej temat, a nie twórca, styl lub poziom artystyczny plakatu.

K.I.: Bardzo lubię prace Romana Cieślewicza, jestem pod ogromnym wrażeniem swobody, z jaką używał on kolaży, czyli jednej z moich podstawowych form wypowiedzi. Nie wiem, czy mam jedną, ulubioną pracę. Traktuje je jako serię, tym bardziej że Cieślewicz w swoich pracach bardzo umiejętnie używa podobnych form. To właśnie przenikanie się grafiki artystycznej z projektowaniem ujmuję mnie najbardziej, ponieważ nadaje jego pracom niespotykaną spójność, jednocześnie dając pole do inspiracji i poszukiwań.

Co cenisz lub/i czego nie cenisz w PSP?

O.N.: Przede wszystkim podejście koncepcyjne, pomysły na projekty i niesamowite rzemiosło, swoiste dla każdego przedstawiciela szkoły.

M.S.: Plakaty powstałe w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych wyróżnia na tle plakatów późniejszych biegłość w posługiwaniu się plastycznymi środkami wyrazu – linią, plamą, kompozycją, perspektywą, liternictwem itp. Widać przygotowanie akademickie, rzemieślnicze artystów, których umownie nazywa się twórcami PSP, w tym umiejętność realistycznego malarstwa i rysunku, co jest punktem odniesienia dla eksperymentów formalnych. W formie zarzutu można zwrócić uwagę na wpływ mody i trendów obecnych na Zachodzie, jakiemu ulegali ówcześni polscy artyści. Nie dotyczy to zresztą tylko PSP i jest w pewnym stopniu nieuniknione.

K.I.: Cenię przewrotny humor. Nie cenię tego, że PSP została okrzyknięta stylem projektowania. Te plakaty tworzyli malarze, nie projektanci, więc nie można oczekiwać mistrzostwa w projektowaniu graficznym. Dlatego właśnie nie rozumiem, dlaczego PSP została okrzyknięta stylem graficznym.

Czy sposób komunikacji wypracowany przez PSP jest wciąż aktualny?

O.N.: Oczywiście. Zawsze powtarzam, że kluczem do ponadczasowości jest dobry pomysł. Choć formalnie odmienne od współczesnych mód projektowych, to właśnie przez trafny przekaz plakaty PSP pozostają aktualne.

M.S.: Niektóre gry i zabiegi związane z formą zestarzały się, jako przynależne do ówczesnych tendencji w sztuce. Mam na myśli plakaty o proweniencji surrealistyczne bądź pozostające pod wpływem Picassa, Legera i innych. Na pewno w czasach, kiedy powstały ich język przekazu był bardziej nośny. Ogólnie jednak wciąż pozostały atrakcyjne wizualnie, a pomysłowość skojarzeń, humor i biegłość warsztatowa nadal robią wrażenie. W tym sensie są wciąż aktualne, mimo że treść i poniekąd forma przynależą do czasów minionych.

K.I.: Wydaje mi się że nie. Moim zdaniem w obecnych czasach nic nie jest aktualne. Zmiany następują tak szybko, że ciężko mówić o jakimś trendzie w sposobie komunikacji. Dzięki internetowi mamy w grafice permanentną demokratyzację i eklektyzm. Taki jest obecny plakat.

Uważam, że jest to jeden z lepszych okresów dla tej dziedziny projektowania od wielu lat. Jest to zapewne związane z rosnącą świadomością estetyczną oraz tym, że projektowanie graficzne staje się istotną częścią naszej codzienności. Oczywiście wciąż daleko nam do Szwajcarii czy Danii, ale wszystko zmierza w dobrym kierunku. Mówimy tu o plakacie tworzonej dla świadomych instytucji kultury.

Czy można powiedzieć, że PSP wypracowała „polski” język projektowania/grafiki?

O.N.: W mojej ocenie stwierdzenie takie byłoby słuszne dwie-trzy dekady temu. Wraz z rozwojem Internetu i tempem rozpowszechniania nowinek ze świata graficznego, ta swoistość językowa – czy to barwność Polskiej Szkoły Plakatu, czy wyważenie Szwajcarskiego projektowania – zaciera się. Tak samo zresztą, jak w innych dziedzinach kultury – często trudno jest określić, skąd pochodzi twórca dzieła.

M.S.: PSP nie wypracowała polskiego języka projektowania/grafiki, tylko była częścią języka plastycznego, który spontanicznie ukształtował się pod wpływem warunków historycznych, społecznych i innych.

K.I.: Nie, ponieważ uważam, że nie ma takiego pojęcia jak polski język grafiki. Nie mamy w Polsce wypracowanych tradycji graficznych. Oczywiście jest to fajne i dobre, ale nie jest to międzynarodowy trend. Poza PSP była też np. Łódź, która miała zupełnie inne inspiracje. Łódzkie środowisko plakatowe – Duet Bogusław Balicki i Stanisław

Łabęcki, cała spuścizna Katarzyny Kobro i Władysława Strzemińskiego, Sławomir Iwański – mieli znaczący wpływ na polskie projektowanie. Czerpali inspiracje z rosyjskiego konstruktywizmu. To podejście było bardziej analityczne, przemyślane, mniej emocjonalne. Ich wpływy też są bardzo mocno widoczne w współczesnym projektowaniu (również tym międzynarodowym).

Czy na plakat jest jeszcze zapotrzebowanie? A może przyszłością plakatu jest nowe podłoże – ekran telefonu/tabletu?

O.N.: Są momenty dziejowe, które sprzyjają rozwojowi plakatu – to przede wszystkim kryzysy czy przemiany polityczno-społeczne wymagające komentarza, stworzenia nowych symboli dla idei czy ruchów społecznych. Przykładem jest niedawno wydany przez „Demokrację ilustrowaną” plakat Luki Rayskiego „Konstytucja”. Dla mnie plakat pozostaje plakatem niezależnie od podłoża – czy jest wyświetlany na ekranie smartphona, czy tak samo szybko mignie nam na ulicy. Przyszłość plakatu widzę w ożywieniu jego elementów, w jego animacji.

M.S.: Fakt, że plakaty są obecne na ulicach, świadczy o tym, że jest zapotrzebowanie na plakat. Nie ma dużego zapotrzebowania na plakat ambitny i prawdopodobnie nigdy go nie było. Fakt, że w warunkach PRL powstawało dużo plakatów wartościowych plastycznie spowodowany był nieliczeniem się z realiami ekonomii i zapotrzebowania, a z drugiej strony dużą liczbą wykształconych akademicko artystów, których trzeba było zagospodarować. Obecne warunki w naturalny sposób zepchnęły plakat artystyczny do niszy, gdzie wciąż istnieje, ale jest mało eksponowany i przeznaczony dla

wąskiego grona zainteresowanych. Dla szerokiej publiczności przeznaczony jest plakat w formule „Obrobione zdjęcie z filmu plus napis”. Myślę, że przyszłością plakatu w jego masowej, popularnej formie jest ulica i nowoczesne nośniki elektroniczne.

K.I.: Oczywiście, że tak! Plakat to nie tylko arkusz powieszony w mieście, ale też komunikacja internetowa. Projektowanie jak dziedzina jest bardzo podatne na modę, dlatego dość trudno przewidzieć, w jakim kierunku podąży plakat. Jednego jestem pewien, coraz silniej będzie wykorzystywany plakat animowany lub interaktywny. W jakimkolwiek kierunku nie skierują się trendy to jest pewne, że zawsze przynoszą one nowe rozwiązania dla projektantów.

Jaką rolę pełnią w Twojej twórczości media tradycyjne (rysunek, malarstwo, grafika warsztatowa, etc.), a jaką media cyfrowe? Na ile narzędzie determinuje styl i przekaz?

O.N.: Wybór narzędzia to decyzja autora. Przy obecnych możliwościach cyfrowych technika tworzenia nie ma najmniejszego znaczenia.

M.S.: Rysuję pędzlem maczanym w czarnym tuszu. Następnie rysunek skanuję i koloruję w programie komputerowym. Taka metoda pracy łączy bliskie mi tradycyjne metody pracy z nowoczesnymi narzędziami. To, że nie koloruję ręcznie, podyktowane jest brakiem czasu i mnogością zleceń, którym muszę sprostać, aby utrzymać się w tym zawodzie. Ręczny rysunek oraz znajomość prac dawnych rysowników

sprawia, że moje prace odbierane są jako staroświeckie. Nie jest to moją intencją, a jedynie staram się uczyć od najlepszych. W moim przekonaniu takimi właśnie byli graficy i rysownicy sprzed 400 lat.

K.I.: Uważam, że nie ma to żadnego znaczenia, w 2019 nikt nie widzi różnicy w użytej technice. Technologia pozwala na odtworzeniu każdego stylu, rok w rok zaciera się różnica między światem tradycyjnym a cyfrowym. Wszystko staje się płynne. Plakat prezentowany na monitorach, a plakat przyklejany na ulicy to jest to samo.

Jaką rolę pełni w projektowaniu poczucie humoru i umiejętność budowania metafory? Jaką rolę pełni błąd i przypadek?

O.N.: Plakat, który rozbawi odbiorcę lub skłoni go do myślenia zostanie lepiej zapamiętany.

M.S.: Poczucie humoru i ewentualne ukryte znaczenia są w moim przypadku instynktowne i spontaniczne. Nie zastanawiam się i nie opracowuję strategii przekazu, czy komunikacji z odbiorcą. Wiem, że niektóre prace, których jestem autorem, są mimowolnie zabawne z powodu błędów anatomicznych narysowanych przeze mnie postaci.

K.I.: Wszystko zależy od tematu pracy. Cytując Jana Lenicę: jak jest zlecenie, to jest plakat. Ja bardzo lubię metaforę i dowcip, ale musimy pamiętać, że nie przy każdym temacie pasują. Temat jest podstawa istnienia plakatu, musi być idea i problem, który plakat rozwiązuje – bez tego staje się po prostu obrazem.

Czy tworzone przez Ciebie prace są dopowiedzeniem przekazywanej treści, czy też raczej swobodnym nawiązaniem?

O.N.: Staram się, żeby moje plakaty były komentarzem do tematu, nie ich dosłowną ilustracją. W plakacie filmowym nigdy nie zdradzam fabuły – raczej chcę zainspirować do obejrzenia dzieła, a potem przy ponownej styczności z plakatem do poszerzenia jego interpretacji. Zawsze jednak osadzam w nim wątki fabularne dzieła, elementy scenografii, bohaterów – inspiruje się montażem, muzyką, a kolorystykę nierzadko wręcz „pobieram” z klatek filmowych.

M.S.: Dążę do tego aby moje prace były przede wszystkim swobodnym nawiązaniem. Klient jednak często domaga się literalnego przedstawienia tematu. Swobodę w ilustrowaniu treści zyskuję, kiedy pracuję nad własnymi albumami komiksowymi oraz niektórymi ilustracjami, gdy zleceniodawca nie jest zbyt nachalny w sugerowaniu własnych pomysłów.

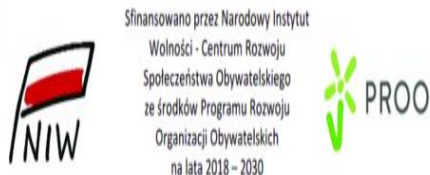
K.I.: Gotowa praca ma rozwiązać problem, jaki był postawiony przed projektantem – to jest mój cel. Bardziej od bezpośredniej odpowiedzi staram się używać metafory, ale tak jak wspomniałem wcześniej, to zależy od projektu.

Czy istnieje nowa PSP? Czy czujesz się spadkobiercą PSP?

O.N.: Odrodzenie się tradycji PSP nie jest możliwe, ponieważ rozumiana jako kierunek rozwinęła się dzięki ograniczeniom - dostępności materiału fotograficznego, druku, cenzury i dzięki zamówieniom propagandowym. Polska jest obecnie krajem otwartym na różnorodne bodźce kulturowe, nasze rodzime projektowanie reprezentuje światowe standardy - korzysta z międzynarodowych mód i zasobów wizualnych (choćby takich jak kroje pism). Między innymi z tych powodów reaktywacja PSP nie jest możliwa. __ Dziękuję, Ola Niepsuj

M.S.: To się okaże z perspektywy czasu, za dwadzieścia, trzydzieści lat, czy jest jakiś wspólny wyznacznik stylu artystów pracujących dzisiaj. Nie czuję się spadkobiercą PSP.

K.I.: Nie mogę sobie rościć praw do bycia spadkobiercą PSP lub innej szkoły projektowania. Ktoś, kiedyś to oceni. A czy istnieje nowa PSP? Na pewno jest teraz dobry klimat do tworzenia, jest mnóstwo zdolnych ludzi, polscy projektanci są doceniani zagranicą, zasiadają w jury międzynarodowych konkursów, otrzymują nagrody. Możliwe, że sukces PSP dodał nam skrzydeł.



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

Dofinansowano
ze środków Ministra
Kultury i Dziedzictwa
Narodowego

