

Mariusz Knorowski: Polska szkoła plakatu – rzecz o wolności myślenia i szczególnym rodzaju synergii

Oczywiście można poprzestać na konsekrowaniu fenomenu polskiej szkoły plakatu. Ale być może należy w jakichś odstępach czasu poddawać go krytycznej analizie lub nawet wiwisekcji, czy też, chociażby okresowo, przesilać go w teście wytrzymałościowym, by oddalić niefrasobliwą pokusę ekshumacji, co wydaje się naszą narodową przypadłością – pisze Mariusz Knorowski w „Teologii Politycznej Co Tydzień”: „Polska na plakacie”.

W popularnym dyskursie o plakacie termin „polska szkoła plakatu” wydaje się czymś niezbywalnym. Wpisuje się on na stałe w morfologię opisu tej dyscypliny w większości kursorycznych opracowań. Jej obecność dla większości zainteresowanych wydaje się wiarygodnie ustalonym faktem, przesądzonym i potwierdzonym tradycją, którą adorują znawcy, koneserzy i kolekcjonerzy na całym świecie [1].

Jednocześnie przeświadczenia o jej „nieustającym istnieniu” lub kolejnych emanacjach, funkcjonują nieomalże na prawach aksjomatu, co niekiedy wprowadza kłopotliwą dezorientację i trudność w ustaleniu jej rzeczywistego statusu [2].

Oczywiście można poprzestać na konsekrowaniu tego fenomenu, uznaniu racji przemawiających za jego niegdysiejszym „objawieniem”. Można starać się odtworzyć heroiczny mit założycielski i jego następstwa. Ale być może należy w jakichś odstępach czasu poddawać go krytycznej analizie lub nawet wiwisekcji – przy założeniu ciągłości trwania – czy też, chociażby okresowo przesilać go w teście wytrzymałościowym, by oddalić niefrasobliwą pokusę ekshumacji, co wydaje się naszą narodową przypadłością. I nie chodzi tu bynajmniej o jego unicestwienie, czy deprecjację, ale o widoczną dopiero z dystansu czasu krystalizację pojęcia, które ma wegetatywną naturę i coraz bardziej się usamodzielnia: zakwita, rozkwita, rozmnaża się i zanika. W przypadku tego typu zjawisk wiele relacji staje się czytelnych wraz z pomnażaniem wiedzy o nich. Stygną niektóre przedwczesne zachwyty, wygaszane zostają emocje neofitów i apologetów, w umysłach badaczy pojawiają się niespodziewane koncepty. Zmienia się także metodologia, styl analizy i opisu oraz reguły percepcji. Uzewnętrzniają się niedostrzeżone wcześniej powiązania i wzajemne zależności. Bynajmniej nie chodzi o to, „że król jest nagi”, że niektórzy już odłożyli plakat do lamusa lub go żywcem pogrzebali. Wprost przeciwnie – „nie żyje król – niech żyje król!” – pojawiają się głosy nawołujące do rezurekcji, współczesnej reedycji na miarę czasów, jak na przykład postulat inicjacji „polskiej szkoły billboardu” wyhodowanej na tej jakże pożywnej glebie[3].

Tymczasem, diametralnym przeobrażeniem podlega artystyczny i socjologiczny kontekst, w jaki plakat był zawsze uwikłany. Warto uświadomić sobie, że w Polsce, w czasach realnego socjalizmu, na przekór logice dziejów, rozwój sztuki plakatu odbywał się wbrew jego wrodzonej naturze, bo w alienacji do rynku.

Układ odniesienia do przeszłości przeobraził się radykalnie: rzeczywistość z opresyjnej, typowej dla PRL-u, przemieniła się w afirmatywną, bo reklama jak bumerang powróciła znowu na swoje miejsce

Obecnie nieustannym fluktuacjom podlegają funkcje przypisywane plakatom. Zmienia się technologia jego produkcji, ustala się na nowo jego status jako dzieła, czy to autorskiego, czy anonimowej

zbiorowej produkcji. Niekiedy stanowi on tylko rekwizyt w zintegrowanej kampanii reklamowej i musi podporządkowywać się regułom kohabitacji z innymi bardziej ofensywnymi mediami. W miarę bezpiecznym azylem pozostaje jeszcze muzeum i galeria. W węższych kręgach dyskutowany jest nadal jego status jako znaczącego tekstu kultury, przedmiotu semiotycznego o walorach estetycznych, w mniejszym stopniu zaś jego rola jako banalnego wytworu komercyjnego, do której często jego pragmatyka się sprowadza. W skrajnych przypadkach pojawia się kwestia jego „polskości” – *hic et nunc* wobec ekspansywności obcojęzycznych wydawców (agencji i domów medialnych dystrybuujących obce wzory). Układ odniesienia do przeszłości przeobraził się radykalnie – *à rebours* – rzeczywistość z opresyjnej, typowej dla PRL-u, przemieniła się w afirmatywną, bo reklama jak bumerang powróciła znowu na swoje miejsce. Powszechnie uważa się, że „w czasach powszechnego niedoboru” jej ideologicznie uzasadniona nieobecność – przewrotnie – była ze wszech miar

pozytywnym czynnikiem stymulującym rozwój plakatu artystycznego, bezinteresownego w sensie przekazu intencji nadawcy. Taka supozycja wydaje się przekonująco uzasadniona.

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

Być może zatem jest sens uprawomocnić nową, kolejną, przystępną wykładnię „polskiej szkoły”, nie naruszając meritum samego pojęcia, nie kwestionując jej historycznej doniosłości. Nie da się bowiem zakwestionować faktu jej istnienia, choć i takie próby były czynione, o czym dalej.

Wydaje się, że dopuszczalny jest zabieg dekompozycji jej „legendarnej” struktury, by dotrzeć do istoty rzeczy. Ta przecież nie jest nienaruszalną całością, na której nie pojawiają się rysy, wątpliwości, czy sprzeczności. Bynajmniej nie chodzi o anihilację szczytnych wytworów „ducha narodowego”, ale jedynie o uprawomocnienie ich dalszego trwania w świadomości kolejnych pokoleń adeptów sztuki plakatu, o ile w ogóle jest to pożądane i może być w czymkolwiek pomocne. Być może owo uporczywe przywiązanie do jej obecności jest przejawem pewnej derywacji w sensie lingwistycznym albo bardziej prozaiczne, analogicznie do znaczeń, jakie funkcjonują w słowniku lotniczym, czy balistycznym, gdy derywacja oznacza znoszenie obiektu z podstawowego kursu pod wpływem siły wiatru.

Przedmiotem tych rozważań staje się więc pytanie: czy pewne uznane „świętości” zachowują wieczystą, nieprzemijającą ważność? Czy niezmienna pozostaje ich uznana wartość przyjęta w określonym czasie historycznym i tym samym niejako usankcjonowana? Tezie tej rozmyślnie przypisuje się jako niewyczerpaną aktualność (ba! – nieśmiertelność), a sumę rzeczywistych osiągnięć traktuje narodowe imponderabilia, których naruszenie może narazić na zarzut świętokradztwa. Pojawia się bowiem przekonanie, że to my, na mocy tradycji, jesteśmy szczególnie predestynowani, by tworzyć plakaty. Trochę z samochwalstwa, ale także z awansu – w dowód uznania zasług – staliśmy się szwoleżerami w służbie tej dyscypliny, musimy, bo potrafimy dzielnie szarżować wytyczone rubieże w brawurowej szarży. Inna rzecz, że nasza mentalność i będące jej ekspresją „malowane dzieje”, które od pokoleń modelują naszą zbiorową wyobraźnię, są zaiste plakatowe w całej swojej widzianej gołym okiem powierzchowności i frazeologii, co następnie zabarwia naszą potoczną rzeczywistość, identyfikowaną głównie poprzez slogany.

Wokół plakatu wytworzono szczególną aurę, co zresztą było zgodne z ogólną tendencją nobilitowania tej dziedziny grafiki użytkowej i przyznania jej statusu sztuki już w pierwszej połowie XX w.

Niewątpliwie cieszy nas fakt, że wytworzone u nas obrazy funkcjonują na prawach ikon w ogólnościowym obiegu. Na pewno powodem do satysfakcji jest to, że są rozpoznawalne i

nieomylnie identyfikowane z matecznikiem. Ale – niezależnie od wyniosłego mniemania o sobie, przyznać trzeba kategorycznie, że

nasza „szkoła” nie mogła być w pełni wytworem samorodnym i odizolowanym od wpływów dochodzących z sąsiedztwa, fenomenem wypracowanym z ewolucji dyscypliny w najszerszym zasięgu, gdzie zawsze ścierały się oryginalne tendencje i poszukiwania, gdzie dochodziło do polaryzacji postaw twórczych i *sui generis* konkursu inwencji. Być może był to nawet element konieczny w całym łańcuchu przeobrażeń albo wypadkowa dialektycznego procesu, który w Polsce swego czasu został okrzyknięty jedynie prawdziwą wykładnią dziejów, w tym także sztuki. W Polsce graficy ulegli swoistemu rozdzieleniu jaźni. Z jednej strony dyspozycyjnie uczestniczyli w rytuale i spektaklu władzy, co niekiedy było wymuszonym ideowym serwilizmem, w większym lub mniejszym stopniu. Z drugiej zaś, na prawach szczególnej rekompensaty, mogli tworzyć na zasadzie *pro arte et studio*.

Cokolwiek by jednak nie powiedzieć o dwuznaczności tej „hańby domowej”, stanowi ona integralną część historii plakatu polskiego i światowego, a jej owoce stały się „eksportowym towarem polskiej plastyki” i uczestniczą w globalnej wędrówce obrazów [4].

W Polsce zwykło się uważać plakat za przedmiot narodowej dumy. Wokół tej dyscypliny wytworzono szczególną aurę, co zresztą było zgodne z ogólną tendencją nobilitowania tej dziedziny grafiki użytkowej i przyznania jej statusu sztuki już w pierwszej połowie XX w. Proces ten liczony w dziesiątkach lat – dotyczy to ogólnie 2. poł. XX w., a ściślej kilku dekad w jej obrębie – doprowadził do wytworzenia pewnej mitologii, a przesadnie rzecz ujmując nawet pewnego kultu, który oprócz prawodawców, ma także swoich kapłanów, wyznawców oraz świątynie. Nieuniknione było także pojawienie się dysydentów, którzy nie podporządkowali się ortodoksji i doprowadzili do schizmy,

której rezultatem było załamania „głównej” linii rozwojowej. Zaprzeczając przyjętym kanonicznym regułom tworzenia, nigdy nie wyparli się nabytej wiary, tylko inaczej deklamowali swoje credo[5].

W tym punkcie zwrotnym – gdzieś w połowie lat 60. – po raz pierwszy mówiono o kryzysie „polskiej szkoły”, zamknięciu pewnego rozdziału, bez unieważniania samego pojęcia, co stanowiło później asumpt do sentymentalnych konotacji i melancholijnych denotacji. Można starać się wyliczyć powody, dla których zjawisko to bywało niedookreślone, świadomie mistyfikowane, bezkrytycznie rozciągane w czasie, reaktywowane albo cyklicznie reanimowane. Różne grupy interesu dokonywały zabiegów podtrzymywania żywota tego tworu. Sami artyści, i to niekiedy prominentni, potocznie wiązani z tą formacją, wygłaszali niekiedy sprzeczne opinie, co do faktu istnienia takiego zjawiska i swojej w nim partycypacji. Niekiedy było to wprost niezrozumiałe, innym razem można to było traktować jako przewrotną kokieterię. Taka zmienność stanowisk, ich płynność, albo nawet dowolność kryteriów, jest już w pewnym sensie znacząca i zaświadcza o nieugruntowanych kryteriach, wątpliwościach, rozchwianiu hierarchii pryncypiów.

Historycznie pierwszeństwo w erygowaniu „polskiej szkoły” przysługuje Janowi Lenicy, tym bardziej że był uważany za nieformalnego teoretyka tej formacji. Obserwując z bliska sam proces dydaktyczny i jego rezultaty, oraz atmosferę, jaka temu towarzyszyła, dostrzegał przesłanki, by wyrokować o jej zaistnieniu: „powstało coś, co można by określić nawet mianem szkoły”[6]. Kilka lat później uprawomocnił ten termin na marginesie rozważań nad plakatem

*Widziałbym współczesne
dywagacje na temat „polskiej
szkoły plakatu” jako
dopuszczalną teoretycznie
obserwację pewnej konstelacji
kilku epizodów niekoniecznie
powiązanych związkiem
przyczynowo-skutkowym.*

filmowym i tym samym taka wersja stała się obowiązująca[7]. Od tego momentu mamy do czynienia z jego cyrkulacją w różnych tonacjach i odcieniach nie zawsze zgodnych z intencją pomysłodawcy.

Inna rzecz to fakt, że sam później, w wieku dojrzałym – całkowicie się wobec niego zdystansowałem: „Ja tego terminu szkoły chyba nie wymyśliłem, bo do szkoły w ogóle miałem taki sam stosunek jak Witold Gombrowicz (vide *Ferdydurke*). Nie znosiłem jej” [8]. Oczywiście można nadal trwać w takim amalgamacie sądów i oddalać zarzuty niejasności granic tej formacji, co także mogłoby zaświadczać o jej niepowtarzalnym, lekko anarchicznym „polskim” kolorycie, który nie poddaje się prostym zabiegom interpretacyjnym, jak każda „dusza rogata”. Ale być może pouczającym zabiegiem mogłaby okazać się dywersyfikacja całego zjawiska, które przecież rozwijało się w czasie i musiało reagować na zmienne okoliczności i przychodzące z różnych kierunków impulsy. Tak samo nie jest powiedziane, że opis musi zachowywać konsekwentną linearną narrację, czy encyklopedyczną zwięzłość. W przypadku tej rangi zjawiska nasuwa się podejrzenie, że ma ono hybrydową postać bardziej niż homogeniczna całość. Niewykluczone, że są to różne klasy tej samej szkoły i stąd ich zróżnicowanie.

Ten znamieny chaos, rozregulowanie kryteriów i brak koherencji ocen, a jednocześnie „cytowanie” spuścizny przodków na prawach aplikacji, wydają się symptomatyczne dla czasów „płynnej nowoczesności”, która traktuje fenomeny historyczne z dużą dezynwolturą. Postmodernistyczne traktowanie dziedzictwa dopuszcza kreatywne trawersowanie po przeszłości i instrumentalizację faktów wobec przyjętej koncepcji, np. kuratorskiej, co często tworzy „patchworkową” strukturę uznawaną za własne dzieło.

Dlatego wstępnie widziałbym współczesne dywagacje na temat „polskiej szkoły plakatu” jako dopuszczalną teoretycznie obserwację pewnej konstelacji kilku epizodów niekoniecznie powiązanych związkiem przyczynowo-skutkowym. To samo dotyczy samych postaw artystycznych, które stają się powodem fascynacji i naśladownictwa, a niekiedy wynikają z ciągłości tradycji akademickiej. Nie mam pewności, czy możliwa jest instytucjonalizacja takiej formacji. Twierdząco odpowiada na takie dezyderaty Agnieszka Szewczyk, badająca ciągłość pracowni plakatu Henryka Tomaszewskiego i Mieczysława Wasilewskiego w stołecznej ASP. Do jej ustaleń trzeba będzie jeszcze powrócić[9].

Na tak pojętej mapie pojawiać się mogą zarówno dzieła osobne, jak i osobowości, niekiedy istniejące same dla siebie, innym razem inicjujące sokratejski dialog. W różnych odstępach czasu stają się „one” i „oni”, przedmiotem lub źródłem fascynacji. W przypadku bezpośredniego spotkania wpojenie wiary w niepowtarzalność własnego „ja”, ich cenne wskazówki i bezpardonowa krytyka pustostłowa, stanowią bodziec do rozwinięcia danego pomysłu plastycznego, czy idei, metodą niekonwencjonalnej transkrypcji własnej, choć w pewnym stopniu

Tak daleko posunięta weryfikacja wyobrażeń o zasadności posługiwania się tym terminem bynajmniej nie stawia sobie za cel demistyfikację i zamiar unicestwienia „polskiej szkoły” jako zamkniętego rozdziału w historii sztuki plakatu.

wyuczonej. W jakimś sensie korzystają z zasad eksperymentalnej składni, która kiedyś została przepracowana i wdrożona „wbrew regułom języka”, a następnie prawidłowo odczytana, zarówno w warstwie semantycznej, jak i ikonicznej.

Opanowanie tej umiejętności wydaje się kluczowe dla kontynuowania ciągłości spuścizny po poprzednikach lub szczególnego pietyzmu wobec ich dziedzictwa jako schedy po nich.

Chciałbym zastrzec, że tak daleko posunięta weryfikacja wyobrażeń o zasadności posługiwania się tym terminem bynajmniej nie stawia sobie za cel demistyfikację i zamiar unicestwienia „polskiej szkoły” jako zamkniętego rozdziału w historii sztuki plakatu. Nie przesądzając o rezultatach takich zabiegów, można z dużą dozą prawdopodobieństwa stwierdzić, że większość zmagających się z tym tematem badaczy uwikłało się w sieć często zagmatwanych opinii, a wiele z przedstawionych opisów, niekoniecznie charakteryzuje zbieżność poglądów co do istoty, genezy i egzemplifikacji [10].

Mimo pozytywnego podejścia do udowodnienia takiej „polskiej” racji stanu, obraz, jaki się wyłania z kwerendy, nosi cechy chaosu. Niestety, duży w tym udział mają niekompetentne opinie rozproszone okazjonalne – szczególnie w Internecie – w orbicie przypadkowych wystaw plakatów, podszywające się pod to zaszczytne miano, które Krzysztof Lenk z głębokim przekonaniem nazwał kiedyś rozpoznawalną w świecie marką „Polish Poster”[11]. Niektórzy dodają jeszcze „Art” – dla pewności. Zresztą sami „ojcowie założyciele” także mieli pewien kłopot ze swoimi dokonaniem.

Mariusz Knorowski

Powyższy tekst ukazał się pierwotnie w książce „Zabytkoznawstwo i konserwatorstwo XXXVII. Krzyk ulicy – krzyk pokoleń. Mistrzowie i adepci polskiego plakatu” wydanej przez Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w 2013 r.

[1] W jakimś sensie potwierdza to dysertacja doktorska autorstwa Brunona Kopera obroniona na Sorbonie w l. 80. Nie sposób w krótkich słowach streścić jej zawartość, gdyż jest to najszerze ze znanych kompendium wiedzy o polskim plakacie z uwzględnieniem wszystkich możliwych aspektów. Opisuje on przedmiot zarówno w planie synchronicznym jak i diachronicznym oraz stosuje analizę komparatystyczną wobec innych, konkurencyjnych zjawisk w grafice światowej. Warto odnotować fakt, że autor był stażystą w pracowni Henryka Tomaszewskiego w warszawskiej ASP w l 70. i swoje

obserwacje (zarówno socjologiczne i artystyczne) mógł konfrontować bezpośrednio. Maszynopis powielany w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie.

[2] Patrz np. K. Dydo, A. Dydo, *PL 21. Polski plakat 21 wieku*, Kraków 2008, wyd. Galeria Plakatu,; ostatnia wystawa pod tym tytułem i publikacja to K. Dydo, S. Sierow, *Polskaja szkoła plakata*, Moskwa 2008, Alma Mater.

[3] Pomysłodawcą tej „insurekcji” jest Andrzej Pągowski, który uznaje siebie nie tylko za sukcesora polskiej szkoły, ale także czuje się jej kontynuatorem, a niekiedy uzurpuje sobie miano współtwórcy – patrz: *Nadchodzi czas outdooru*. Relacja z I Forum Dyskusyjnego OUTDOOR – KREACJA. W ramach Outdoor Innovation Program. Grupy STRÖER – http://www.stroer.pl/outdoor/relacja_kreacja.pdf [dostęp: 8 stycznia 2009].

[4] Na początku okresu transformacji Monika Małkowska na łamach prasy z lekką ironią nazwała plakacistów „pupilami PRL-u”, przy całym jednak szacunku dla ich dokonań – cyt. z pamięci.

[5] Wytyczeniem takiej rubieży była wystawa wg pomysłu Edmunda Lewandowskiego w poznańskim BWA „Arsenał”, pt. *Asceza – Barok. Plakat polski z lat 1955–1965*, Poznań 1987, kat. wyst.

[6] J. Lenica, *Plakat – sztuka dzisiejszych czasów*, „Przegląd Artystyczny” 1952, nr 5, s. 41.

[7] J. Lenica, *Plakat filmowy*, „Projekt” 1956, nr 1, s. 62–69.

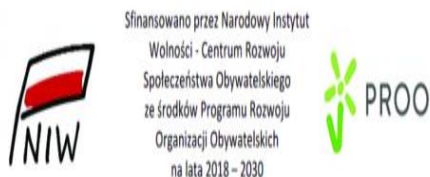
[8] J. Lenica, wypowiedź artysty, w: *Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, Warszawa 1996, wyd. Krupski i S-ka, s. 68.

[9] A. Szewczyk, *Niepodległe oko*, „Aspiracje” 2007 (jesień), s. 44–52.

[10] Ostatnim uchwytnym opracowaniem tematu w szerokim zakresie jest tekst Sylwii Giżki zamieszczony w portalu Culture IAM. która stara się coś uporządkować, ale popełnia wiele niekonsekwencji, zestawiając wypowiedzi z umowną chronologią –

http://www.culture.pl/pl/culture/artykuly/es_polska_szkola_plakatu

[11] K. Lenk, *Myślące plakaty*, „2+3D. Grafika plus produkt” 2003, nr 4, s. 10.



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

Dofinansowano
ze środków Ministra
Kultury i Dziedzictwa
Narodowego