



*Alina Biata*  
**Literatura i plakat**

KORRESPONDENCA SZTUK



Wydawnictwo  
Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

Ateliers  
AMÉRICAINES  
CH LEVY 10 Rue 1

## **Literatura i plakat**



***Alina Biata***

# **Literatura i plakat**

KORESPONDENCJA SZTUK



Wydawnictwo  
Uniwersytetu Jana Kochanowskiego  
Kielce 2021

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego  
w Kielcach, Kielce 2021

ISBN 978-83-7133-875-5  
e-ISBN 978-83-7133-945-5  
doi:10.25951/4489

Dofinansowano z programu „Doskonała nauka” Ministra Edukacji  
i Nauki w ramach umowy DNM/SP/462659/2020



Minister  
Edukacji i Nauki

Recenzenci

*dr hab. Aneta Grodecka, prof. Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza*  
*prof. dr hab. Alicja Jakubowska-Ożóg, Uniwersytet Rzeszowski*

Opracowanie redakcyjne  
*Agnieszka Toczko-Rak*

Projekt okładki  
*Sepielak*

Na okładce  
*Henri de Toulouse-Lautrec, Moulin Rouge, La Goulue*, litografia  
za Wikimedia Commons

Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach  
25-369 Kielce, ul. Żeromskiego 5  
tel. 41 349 72 65  
<https://wydawnictwo.ujk.edu.pl>  
e-mail: [wyd@ujk.edu.pl](mailto:wyd@ujk.edu.pl)

# Spis treści

- 17**      **Wstęp**
- 19      **Narodziny plakatu artystycznego** (Jean Beraud, *Scena z paryskiej ulicy*)
- 21      **Rozwój plakatu** (Jules Chéret, *Bal du Moulin Rouge*; Henri de Toulouse-Lautrec, *Moulin Rouge – La Goulue*)
- 25      **Istota plakatu** (Lex Drewiński, *Memento mori*; Andrzej Pągowski, *Kieślowski na nowo. Podwójne życie Weroniki*; Franciszek Starowieyski, *Don Juan Moliera*; Jan Lenica, *Otello Giuseppe Verdiego*; Agnieszka Ziemiszewska, *Solitude (Samotność)*; Franciszek Starowieyski, *Sanatorium pod klepsydrą*; Jan Młodożeniec, *Niemcy*; Jan Młodożeniec, *Konformista*; Wiesław Wałkuski, *Romeo i Julia*; Andrzej Pągowski, *Romeo i Julia*; Jerzy Czerniawski, *Szpital przemienienia*; Roman Cieśliewicz, *Moda Polska*; Totmes, Neferetiti)
- 34      **Podwójny kod plakatu** (Yusaku Kamekura, *Nikon SP – kamera „35”*; Sławomir Iwański, *Hommage a Wassily Kandinsky*; Niklaus Troxler, *W hołdzie muzyce Theloniousa Monka*; Wassily Kandinsky, *Abstrakcja geometryczna*; Mieczysław Wasilewski, *Toulouse-Lautrec*; Henri de Toulouse-Lautrec, fotografia Paula Sescau)
- 39      **Podwójna interpretacja** (Ryszard Kaja, (g)DZIE-CI FACECI)
- 45      **Literatura i plakat. Korespondencja sztuk**

## 49 Narodziny plakatu

- 51 **Awans reklamy – afisz** (Afisz o fajerwerku z dnia 15 września 1781; Słup ogłoszeniowy na znaczku Deutsche Post wydanym z okazji 125. rocznicy ustawienia pierwszego słupa ogłoszeniowego na ulicy Berlina)
- 55 **Awans afisza – plakat** (Henri de Toulouse-Lautrec, *Jane Avril w Jardin de Paris*; Camille Pissarro, *Boulevard Montmartre*)
- 58 **Kolebka plakatu** (Jules Chéret, *Quinquina Dubonnet*)
- 61 **Chéret i Lautrec – prekursorzy nowej sztuki** (Jules Chéret, *Bal du Moulin Rouge*; Henri de Toulouse-Lautrec, *Moulin Rouge – La Goulue*)
- 67 **Pisane na kamieniu** (Wykonywanie barwnej litografii za pomocą wielu kamieni litograficznych)
- 74 **Gorączka plakatu** (Henri de Toulouse-Lautrec, *Ambassadeurs*, *Aristide Bruant*; Henri de Toulouse-Lautrec, *Aristide Bruant dans son cabaret*; Rysunek Théophile’a Alexandre’a Steinlena ukazujący przechodnia przyglądającego się plakatowi Henriego de Toulouse-Lautreca z *Artistide Brunat dans son cabaret*; Henri de Toulouse-Lautrec, okładka pierwszego numeru magazynu „L’Estampe originale”)

## 81 Sztuka plakatu

- 83 **Plakat wśród innych sztuk** (Schemat ilustrujący podział sztuk)
- 85 **W dobie wzrokocentryzmu** (Jean Pucelle, *Saul grożący Dawidowi*; Autor nieznany, miniatura zmarłego przed swoim Sędzią; Kashimi Yano, *Hair make (Fryzury)*; Andrzej Krajewski, *Grupa Laokoona*, *Tadeusz Różewicz*; Roy Lichtenstein, *M-Maybe*)
- 87 **Dominacja obrazu** (Bronisław Zelek, *Ptaki*; Jan Toorop, *Pandorra*; Piotr Młodożeniec, *Albośmy to jacy, tacy... według Wyspiańskiego*)
- 91 **Rola słowa** (Piotr Młodożeniec, *Stanisław Młodożeniec*. *Wystawa malarstwa i rysunku*; Piotr Młodożeniec, *Festiwal Literacki*)
- 93 **Reklama a plakat reklamowy** (Kampania reklamowa kakao „Van Houtena”, jeden z pierwszych przykładów wykorzystania sztuki do potrzeb komercyjnych; Autor podpisujący się „Mimoza”, *Czekolada i cacao*. *E. Wedel w Warszawie*; Rafał Olbiński, *Deutsche Bank*)

- 97 **Metaszuka** (Roman Cieślewicz, *Dziady*, Adam Mickiewicz; Jerzy Czerniawski, *Kordian*, Juliusz Słowacki; Francisco Goya, *Rozstrzelanie powstańców madryckich 3 maja 1808*)
- 102 **Walory artystyczne plakatu** (William H. Bradley, *The Chap-Book Thanksgiving number*; Josef Rudolf Witzel, *Jugend*; Adolphe Crespin, *Paul Hankar architecte*; Alfons Mucha, *Dama Kameliowa*)
- 108 **Wymogi warsztatowe** (Teodor Axentowicz, *Sztuka*; Wojciech Weiss, *Raut artystyczny*; Jan Lenica, *Wozzeck*; Tadeusz Gronowski, *Sherrier*; Zofia Stryjeńska, *Polska na międzynarodowej wystawie nowoczesnej sztuki dekoracyjnej w Paryżu*)
- 115 **Z ulicy do muzeum** (Kraków, Rynek u wylotu ulicy Grodzkiej; Jules Chéret, *Le Courier Français/ Exposition*; Wystawa *Wielki Teatr Świata. Plakaty operowe z lat 1945–2012*)

## 121 Odmiany plakatu

- 123 **Literacki zwiastun – plakat księgarski** (Henri de Toulouse-Lautrec, *Reine de joie*; Konstancy Maria Sopoćko, *Mała Encyklopedia Powszechna PWN*; Patrycja Longawa, *Antykwariat Abecadło*; Piotr Młodożeniec, *60 lat. Wydawnictwo Czytelnik*)
- 128 **Posłaniec wydawcy – plakat wydawniczy** (Witold Janowski, *XI Międzynarodowe Targi Książki Warszawa*)
- 130 **Zza kulisy sceny – plakat teatralny** (Karol Frycz, *Teka Melpomeny*; Andrzej Pronaszko, *Achilleis, St. Wyspiańskiego*; Henryk Tomaszewski, *Sofokles, Król Edyp*)
- 134 **Kurier wieści filmowej – plakat filmowy** (Afiusz reklamujący pokazy filmowe w Teatrze Lubelskim w Lublinie; Henryk Uziembło, *Teatr Świetlny „Uciecha”*; Theo Matejko, plakat II do filmu *Wiktoria i jej huzar*; Autor nieznany, plakat do filmu *Die Hölle der Jungfrauen wg Przedpiekła Gabrieli Zapolskiej*; Wiktor Górka, *Kabaret*; Marcin Płonka, *45 Wrocławski Festiwal Jazzowy*)
- 139 **Muzyczny konferansjer – plakat muzyczny** (Tadeusz Gronowski, *III Festiwal Warszawska Jesień*; Władysław Pluta, *I Międzynarodowy Konkurs Fletowy*; Wojciech Zamecznik, *VII Festiwal Warszawska Jesień*)



- 141 **Herold kibiców – plakat sportowy** (Mariusz Zaruski, *I Międzynarodowy Dzień Narciarski i Zawody w Zakopanem*; Stefan Norblin, *Kurier Warszawski*; Stefan Osiecki, Jerzy Skolimowski, *Zakopane*; Mieczysław Różański, Roman Wyclan, *Zima w Polsce*; Stefan Osiecki, Jerzy Skolimowski, *Mistrzostwa świata w hokeju na lodzie*; Robert Lewandowski, mecz Czechy–Polska; Henryk Tomaszewski, *Football*; Hubert Hilscher, *Cyrk*; Hubert Hilscher, *Cyrk*)
- 146 **Klaun zaprasza – plakat cyrkowy** (Wiktor Górka, *Cyrk (Akrobatyka)*; Jan Młodożeniec, *Cyrk*; Henryk Tomaszewski, *Cyrk*; Théophile Alexandre Steinlen, *Chat Noir*)
- 150 **Portier variete – plakat kabaretowy** (Henri de Toulouse-Lautrec, *Troupe de Mlle Elegantine*; Henri de Toulouse-Lautrec, *Divan Japonais*; Karol Frycz, zaproszenie do Zielonego Balonika z karykaturą Heleny Sulimy; Józef Tom, *Teatr „Qui-Pro-Quo” w podziemiach Galerii Luxenburga*; Tadeusz Gronowski, afisz warszawskiego kabaretu Perskie Oko działającego w latach 1925–1933; Autor nieznan, *Od A do Z. Wielka rewia w 2 akt. 32 obr. Teatr „Perskie Oko”*; Eryk Lipiński, afisz programu *Gołoledź* z repertuaru Kabaretu Dudek działającego w latach 1965–1975; Afisz programu *Coś by trzeba* gdańskiego satyrycznego teatru studenckiego Bim-Bom działającego w latach 1954–1960; Tadeusz Gronowski (?), *Atelier Reklamy Artystycznej „Plakat”*)
- 156 **Ajent reklamy – plakat handlowy** (Tadeusz Gronowski, *Zakłady Graficzne Straszewiczów*; Autor nieznan, *Ocet Ludwik Spiess i Syn S.A. Warszawa*; Jan Mucharski, *Minęły czasy prababek*; Tadeusz Gronowski, *Najlepszy w Polsce krem do obuwia*; Autor nieznan, *Lada reprezentacja na Polskę*; Tadeusz Gronowski, *Polskie Biuro Podróży „Orbis”*; Jan Bukowski, *Wystawa ogrodnicza w Krakowie*)
- 160 **Promotor ekspozycji – plakat wystawowy** (Józef Czajkowski, *Wystawa architektury i wnętrz w otoczeniu ogrodowym*; Michał Jandura, *Monotheistic Religions Poster Competition*; Władysław Pluta, *Obraz jazzu w plakacie*)
- 163 **Przewodnik podróży – plakat turystyczny** (Tadeusz Gronowski, *Polska Linja Lotnicza Aerolot*; Stefan Norblin, *Polska. Zakopane, 1928*; Stefan Norblin, *Lwów*; Maciej Nowicki, Stanisława Sandecka,

- 166 *Wszyscy do walki z gruźlicą*; Tadeusz Trepkowski, *Ręka skaleczona nie może pracować*; Wiktor Górka, *Bezpieczeństwo i higiena pracy*  
**Wolontariusz i edukator – plakat społeczny** (Mieczysław Wasilewski, *Nie daj się zniewolić!*; Wiesław Wałkuski, *Narkotyki zabierają życie*; Justyna Rybak, *Nie kradnij*; Roman Zieliński, *Wszystko dla ciebie – ty dla wszystkich*; Włodzimierz Krusiewicz; Maksymilian Kałużny, *Pasta do zębów na straży całego organizmu*; Wojciech Kołek, *Daj(r) krwi*)
- 171 **W służbie ideologii – plakat propagandowy** (Antoni Wajwód, FOM. *Musimy Polskę dobroić na morzu*; Mieczysław Szczuka, *Amnestji dla więźniów politycznych*; Antoni Romanowicz, *Wyzwól się od Twoich gnębieli!*; Antoni Wajwód, *Nie damy się odepchnąć od Bałtyku!*; Tadeusz Trepkowski, *Grunwald 1410. Berlin 1945*; Tadeusz Trepkowski, *Po walce praca*; Mieczysław Berman, Juliusz Krajewski, *Senat jest hamulcem postępu/ Chcesz zniesienia Senatu – głosuj trzy razy tak*; Włodzimierz Zakrzewski, *Wkraczymy w plan 6-letni*; Eryk Lipiński, Tadeusz Trepkowski, *Z powrotem w Warszawie*; Tadeusz Trepkowski, *Nie!*; W.P. Dybczyński, *Kolego! Chodź z nami budować Nową Hutę*)
- 178 **Na usługach państwa socjalistycznego – plakat socrealistyczny** (Mieczysław Teodorczyk, *II Zjazd ZMP. Dla ciebie Ojczyzna biją nasze młode serca*)
- 181 **Ku (nie)chwale nacji – plakat nacjonalistyczny** (Autor nieznany, *Faszyzm?!? Jesteśmy gorsi!!!*; Autor nieznany, *Obronimy katolicyzm*; Autor nieznany, *Jestem skinem, Śląska fanem, oficjalnym chuliganem*)
- 183 **Mundur w obrazie – plakat wojskowy** (Autor nieznany, *Do broni! Wszyscy na front*; Adam Setkiewicz, *Przysięga Sokoła*; Ferdynand Ruszczyc, *Uczcijmy mogiły poległych. Loterya na cele opieki nad mogiłami poległych...*; Michał Boruciński, *Józef Piłsudski Naczelnik Państwa i Naczelny Wódz, Pierwszy Marszałek Polski*; Władysław Skoczylas, *Józef Piłsudski*; Stanisław Lipiński, *Warsaw 1939–1944*; Andrzej Radziejewski, *Monte Cassino 18 V 1944 – 15 V 1984*; Fernando y Cueto Amorsolo, *Your Liberty Bond. Will Hepl Stop This*)

- 186 **Mobilizacyjny apel – plakat wojenny** (Autor nieznany, *Can You longer resist the Call? (Czy jesteś w stanie opierać się dłużej wezwaniu?)*); Autor nieznany, *Враг рода человеческого (Wróg rodzaju ludzkiego)*; Eugeniusz Nieczuja-Urbański, *Do bronii!*; Autor nieznany, *Nordmenn Kjempe for Norge*; Autor nieznany, *Mot bolsjevismen*; Autor nieznany, *For Danmark! Mod bolchevismen!*; Autor nieznany, *This is the Enemy (To jest wróg)*; Autor nieznany, *We're fighting to prevent this (Walczymy, aby temu zapobiec)*

## 195 Słowo w plakacie

- 197 **Język służebny** (Józef Mehoffer, *Loterya na urządzenie Domu Matejki*; Wojciech Jastrzębowski, *Swoszowice, zdrojowisko pod Krakowem*; Alfons Mucha, *Gismonda*; Alfons Mucha, *Flirt*; Alfons Mucha, *Job*; Wilhelm Schulz, *Secesja berlińska*; Jan Toorop, *Arnhem*; Jerzy Romański, *Wystawa prac Związku Studentów Architektury*)
- 202 **Słowa wyzwolone** (Waldemar Świerzy, *Posada*; Władysław Pluta, *Obiad rodzinny*)
- 205 **Słowa – plamy barwne** (Ignacy Witz, *Circus Praga*; Waldemar Świerzy, *Cepelia*; Bohdan Bocianowski, *Cyrk*; Piotr Młodożeniec, *9. Festiwal Literacki Manifestacje Poetyckie*; Autor nieznany, *Ojciec chrzestny*)
- 208 **Słowa stelaże** (Maria Mileńko, *Kocham Europę*)
- 211 **Słowa obrazy** (Mieczysław Wasilewski, *Most na rzece Kwai*; Władysław Pluta, *Szymanowski*; Władysław Pluta, *Chleb*)

## 215 Literatura i plakat – integracja sztuk

- 217 **Więź motywu** (Wiesław Wałkuski, *Vanitas*)
- 219 **Ekfrazja plakatu** (Włodzimierz Zakrzewski, *Partia*; Boris Jefimow, *Kapitan kraju sowieków, wiodący nas od zwycięstwa do zwycięstwa*)
- 223 **Ze znaków literackich na ikonizacyjne** (Stanisław Wyspiański, *Wnętrze. Odczyt Stanisława Przybyszewskiego*)
- 227 **Plakat jako temat literacki** (Autor nieznany, *Radość i duma rodziców*; Autor nieznany, *Dobry kułak. Stara mądrość uczy: nie wierz bogaczowi! Jedną dłoń ci poda, a do drugiej złowi*; Autor nieznany,

- Przyjaźń polsko-radziecka to pokój, niezawisłość, szczęśliwe jutro naszej ojczyzny*; Witold Chmielewski, *Młodzieży – naprzód do walki o szczęśliwą socjalistyczną wieś polską*; Tadeusz Gronowski, *Szybko odstawimy zboże państwu*)
- 233 **Plakatowa literatura** (Bronisław Linke, z cyklu *Podżegaczom wojennym mówimy NIE!*)
- 235 **Wspólnota kontekstu** (A. Nowosielski, *Murarz Gorecki wzywa: Budowlani! Wykonujcie i przekraczajcie nowe normy!*; Wiktor Górka, *Pracujemy w trójkę – budujemy za 12-stu*)
- 239 **Mowa w lustrze literatury i plakatu** (Zbigniew Lengren, *Krytyka i samokrytyka*)
- 244 **Literatura jako krytyka plakatu** (Stefan Wielgus, *Spekulant kułacki diabłu duszę sprzedał – żeby nie gromada, nic by państwu nie dał!*; Konstanty Maria Sopoćko, *Uprzejmie i szybko obsługujemy ludzi pracy*)
- 247 **Środki artystycznej łączności – metafora i symbol** (Rafał Olbiński, *Galeria Grafiki i Plakatu*; Rafał Olbiński, *Gardens – Royal Łazienki Museum*; Rafał Olbiński, *Magia obłoków*)
- 251 **Plakat jako metaliteratura** (Michał Batory, *Zemsta*)
- 257 **Mechanizm opisu – mechanizm widzenia** (Ryszard Kaja, *Wierzbie (z serii Polska)*; Ryszard Kaja, *Bielsko-Biała (z serii Polska)*)
- 260 **Plakat narrator** (Tadeusz Gronowski, *Radion sam pierze*; Michał Dyakowski, *Auschwitz*)
- 262 **Język platformą spotkania** (Henryk Tomaszewski, *Love. Henryk Tomaszewski. Affiches tekeningen*)
- 264 **Pod urokiem sztuki konkretnej** (Władysław Pluta, *Dydo*; Lex Drewiński, *Dzieci rytmem świata*; Władysław Pluta, *8 marca*)
- 266 **Myślące plakaty** (Viktoriya Gadomska, *Ruch „Slow*; Anna Szczepańska, *Ofiary mody*; Szymon Prandzioch, *Każdego stać na szofera*; Wolfgang Schoeck, *Prawa ludzi i dziecko*; Dawid Krzysteczko, *Się jest!*; Piotr Młodożeniec, *Moment*)

- 273 [W warsztacie Muz](#) (Eryk Lipiński, *Ulica Graniczna*;  
Michał Batory, *Piano-Folies*)
- 276 [Metaforyzacja obrazu](#) (Michał Batory, *Recital z okazji 250. rocznicy urodzin Mozarta*)
- 278 [Sugestia podobieństwa – porównanie](#) (Tadeusz Gronowski, *Wielki balet*; Tadeusz Gronowski, *Aerolot*; Tadeusz Gronowski, *Linie lotnicze LOT*)
- 281 [Raz jeszcze – figura powtórzenia](#) (Tadeusz Gronowski, *Najstarsza w Polsce fabryka cykorii Ferdinand Bohm & Co*; Szymon Prandzioch, *Kraj Wschodzącego Słońca*; Roman Cieślewicz, 'Proces' Kafka)
- 285 [Figura życia – animizacja](#) (Joao Machado, *Międzynarodowy Rok Lasów 2011*; Wojciech Korcuć, *Chroń naturę*; Mieczysław Wasilewski, *Trzy kobiety*)
- 286 [Trop człowieka – personifikacja](#) (Eugeniusz Skorwider, *Weekend z Napoleonem*; Jacques-Louis David, *Napoleon przekraczający Przełęcz Świętego Bernarda w 1800 roku*; Mieczysław Górowski, *XXV Rzeźba Roku '88*)
- 288 [Świat urzeczowiony – reifikacja](#) (Mieczysław Górowski, *41. Krakowski Festiwal Filmowy*; Mieczysław Górowski, *Absolut Warhola. Stanisław Mucha*)
- 291 [W zastępstwie – metonimia i synekdocha](#) (Jukka Veistola, *UNICEF*; Vincent van Gogh, *Pokój van Gogha w Arles*; Thomas Matthaeus Müller, *Sztuka jest zabawą*)
- 293 [Wyolbrzymienie i przesada – hiperbola](#)
- 295 [Obrazy w obrazie – symbol](#) (Jukka Veistola, bez tytułu; Jukka Veistola, *DDT*; Jukka Veistola, *Yellow flowers*; Bogdan Nowakowski, *Ojczyzna wzywa Was! Kupujcie polską pożyczkę państwową*; Antoni Romanowicz, *Wyzwól się od Twych gnębieli! Głosuj za Polską!*)
- 298 [Obraz w obrazie – alegoria](#)

- 303 Między życiem a śmiercią – mit o Persefonie (Roman Cieśliewicz, Persefona)
- 307 Pan Kwiat – mit o bożku Panie (Pieter Rubens, *Pan i Syrinx*; Josef Sattler, *Pan*)
- 311 Kolejność powinności – *Antygona* Sofoklesa (Andrzej Pągowski, *Antygona*)
- 315 Amfora i polityka – *Odprawa posłów greckich* Jana Kochanowskiego (Jan Młodożeniec, *Odprawa posłów greckich*)
- 318 Klęska władcy i ojca – *Król Lear* Williama Shakespeare'a (Mariusz Stachowiak, *Król Lear*; Tomasz Bogusławski, *Król Lear*)
- 323 Człowiek o dwóch twarzach – *Świętoszek* Moliera (Tomasz Bogusławski, *Świętoszek Molier*)
- 327 *Homo faber* – *Przypadki Robinsona Crusoe* Daniela Defoe (Wiesław Wałkuski, *Robinson Crusoe*)
- 330 Kryzys egzystencji – *Faust* Johanna Wolfganga Goethego (Jan Lenica, *Faust*; Franciszek Starowieyski, *Faust*)
- 334 Za dzbanek malin – *Balladyna* Juliusza Słowackiego (Andrzej Pągowski, *Balladyna*)
- 338 W oku Boga – *Dziady* cz. III Adama Mickiewicza (Bolesław Polnar, *Dziady*)
- 342 Dzieje pewnego audytu – *Rewizor* Mikołaja Gogola (Henryk Tomaszewski, *Rewizor*)
- 347 Nadczłowiek przed sądem – *Zbrodnia i kara* Fiodora Dostojewskiego (Wiktor Sadowski, *Zbrodnia i kara*; Sławomir Kosmynka, *Zbrodnia i kara*; Lech Majewski, *Zbrodnia i kara*)
- 351 Konkwistadorzy kapitalizmu – *Ziemia obiecana* Władysława Reymonta (Waldemar Świerzy, *Ziemia obiecana*)
- 354 Pawie pióra i sznur – *Wesele* Stanisława Wyspiańskiego (Maciej Urbaniec, *Wesele*; Andrzej Pągowski, *Wesele*)
- 358 Słowa (nie)uczesane – *prymitywiścisci do narodów świata i do polski* Anatola Sterna i Aleksandra Wata (Roman Cieśliewicz, *Aida*)
- 361 Geometria widma – *Zamek* Franza Kafki (Franciszek Starowieyski, *Zamek*; Wiktor Sadowski, *Zamek*; Stasys Eidrigevicius, *Zamek*; Tomasz Bogusławski, *Zamek*)

- 365 [Obrazy życia – Noce i dnie Marii Dąbrowskiej](#) (Kadr z filmu *Noce i dnie*; Auguste Renoir, *Młoda kobieta w woalce*; Jerzy Czerniawski, *Noce i dnie*)
- 370 [Dramat \(o\) rewolucji – Szewcy Stanisława Ignacego Witkiewicza](#) (Roman Cieślewicz, *Szewcy*; Andrzej Pągowski, *Szewcy*)
- 374 [Psycho-logiczno-moralne studium opętania – Matka Joanna od Aniołów Jarosława Iwaszkiewicza](#) (Waldemar Świerzy, *Matka Joanna od Aniołów*; Kadr z filmu Jerzego Kawalerowicza, *Matka Joanna od Aniołów*)
- 377 [Nie-do-czekanie – Czekając na Godota Samuela Becketta](#) (Caspar David Friedrich, *Mężczyzna i kobieta kontemplujący księżyc*; Caspar David Friedrich, *Dwaj mężczyźni kontemplujący księżyc*; Jan Sawka, *Czekając na Godota*; Amir Rezaei, *Czekając na Godota*; Irena Chrul, *Czekając na Godota*)
- 383 [O obrotach słów poety – Obroty rzeczy Mirona Białoszewskiego](#) (Jacek Kawa, *Obroty rzeczy wg Mirona Białoszewskiego*)
- 386 [Z kart egzystencji – Kartoteka Tadeusza Różewicza](#) (Maciej Urbaniec, *Kartoteka*; Bolesław Polnar, *Kartoteka*)
- 390 [Oblicze zagłady – Austeria Juliana Strykowskiego](#) (Andrzej Pągowski, *Austeria*; Fragment kadru z filmu *Austeria* w reżyserii Jerzego Kawalerowicza z 1982 roku; Andrzej Pągowski, *Austeria*; Franciszek Pieczka w roli karczmarza Taga w filmie *Austeria* w reżyserii Jerzego Kawalerowicza z 1982 roku)
- 393 [Na drodze powinności – Antygona w Nowym Jorku Janusza Głowackiego](#) (Autor nieznany, *Antygona w Nowym Jorku*; Tomasz Ryszczyński, *Antygona w Nowym Jorku*)

## 397 Plakat a inne sztuki

- 399 [Między obrazami](#) (Wykres przedstawiający podział ikonosfery)
- 401 [Plakat i malarstwo](#) (Willem van de Velde (młodszy), *Wystrzał armatni*; Lyonel Feininger, *Cichy dzień nad morzem III*; Salvador Dalí, *Statek*; Caravaggio, *Niewierny Tomasz*; Wiesław Wałkuński, *Caravaggio*; Rafał Olbiński, *Zamki nad Bałtykiem*; Salvador Dalí; Mieczysław Górowski, *Hommage a Salvador Dalí*; Maciej

- Urbaniec, Cyrk; Mieczysław Górski, *Malarstwo w plakacie, plakat w malarstwie*; Shigeo Fukuda, *Obraz iluzji (Mona Lisa)*; Roman Polański, *Aktor. Reżyser*)
- 406 **Plakat i fotografia** (Dorota Grubek, *Powidoki*; Rafał Olbiński, *Człowiek z żelaza*; *Filmy Andrzeja Wajdy w światowym plakacie filmowym*)
- 409 **Plakat i literatura** (Rafał Olbiński, *25-tch Earth Day*; Tadeusz Trepkowski, *V Międzynarodowy Konkurs im. Fryderyka Chopina*; Julian Pałka, *Faraon*; Mieczysław Wasilewski, *Prowincjuszka*)
- 415 **Plakat i teatr** (Oskar Kokoschka, *Morderca, nadzieja kobiet*)
- 417 **Plakat i film** (Kadry z filmu Alexandre'a Promia *Rozklejające afiszów* z 1897 roku, wyprodukowanego przez braci Lumière; Kadr z filmu *Obywatel Kane* w reżyserii Orsona Wellesa z 1941 roku; Henryk Tomaszewski, *Obywatel Kane*; Henryk Waniek, *Dolina Issy*; Wojciech Fangor, *Niewinni czarodzieje*; Jan Młodożeniec, *Pojedynek na szosie*; Henryk Tomaszewski, *Chopin*)
- 424 **Plakat i muzyka** (Rostaw Szaybo, *16. Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina*; Hubert Hilscher, *XXIII Warszawska Jesień*, 79; Tomasz Szulecki, *XI Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina*; Rafał Olbiński, *The Visit of the Old Lady*; Rene Magritte, *Balkon Moneta*; Eryk Lipiński, *Wystawa Ziem Odzyskanych*; Jules Chéret, *La Loïe Fuller*; Tadeusz Gronowski, *Wielki Balet*; Wiktor Górka, *Polskie Linie Lotnicze LOT*)
- 430 **Plakat i taniec** (Jan Lenica, *Jezioro łabędzie*; Michał Batory, *Theatre National de Chaillot*; Marek Pawłowski, *10. Krakowska Wiosna Baletowa*)
- 433 **Plakat i architektura** (Wilhelm Schulz, *Secesja Berlińska*, *V Wystawa Sztuki*; David Klein, *Nowy Jork. Lataj liniami TWA*; Milton Glaser, „*Nowy Jork*” *jest o Nowym Yorku*; Wojciech Fangor, *Chrońmy zabytki kultury*; Witold Chomicz, *Kraków. Miasto tradycji i zabytków*; Edward Manteuffel, Jadwiga Hładki, Antoni Wajwód, *Polska sztuka gotycka*)
- 436 **Plakat i rzeźba** (Mieczysław Berman, *Warszawa*; Ludwika Nitschowa, *Pomnik Syreny*; Marek Żuławski, *Warszawa sierpień-wrzesień – 1944*; Gruzy figury Chrystusa niosącego krzyż (1858,



projekt Andrzeja Pruszyńskiego) przed kościołem Świętego Krzyża w Warszawie w 1944 roku; Karol Zyndram Maszkowski, *Asbit*; Henryk Tomaszewski, *Wystawa rzeźb Henry Moore'a*; Autor nieznany, *Atlas Farnezyjski*; Henry Spencer Moore, *Matka i dziecko*; Władysław Pluta, *Rzeźba roku*)

441 [Plakat i plakat](#) (Emil Skałar, *Raut chóru żydowskiej młodzieży akademickiej „Kinor”*; Władysław Pluta, *Sześćdziesiąt plakatów 1989-2009*; Ryszard Kaja, *ABC polskiego plakatu współczesnego*; Ryszard Kaja, *ABC polskiego plakatu współczesnego*; Leonard Konopelski, *Festiwal Plakatu Polskiego*)

## **443 Wybrana bibliografia**

## **447 Noty o autorach**

## **497 Indeks nazwisk**

**Wstęp\***

- 
- \* We Wstępie wykorzystałam obszerne fragmenty moich artykułów: *Estetyka i perswazja. Czytanie plakatu (na podstawie posterów Rafała Olbińskiego)*, „Literatura i Kultura Popularna” 2018, t. 24, s. 225–243, oraz *W podwójnej perspektywie – plakat artystyczny*, w: *Z problematyki badań literackich*, red. M. Krzysztofik, Kielce 2019, s. 35–59.

# Narodziny plakatu artystycznego

Plakat to informacja wizualno-językowa umieszczana w przestrzeni publicznej. Jego początków można się doszukiwać w egipskich papirusach, greckich inskrypcjach i płytkach reklamowych, mocowanych na murach pompejańskich domów<sup>1</sup>. Decydujący wpływ na rozwój tego społecznego komunikatu miał wynalazek druku. Dał on asumpt do pojawienia się książki drukowanej, grafiki książkowej i okazjonalnej oraz druków akcydensowych. Dzięki temu już w XVI-wiecznej Europie upowszechnił się afisz (fr. *affiche*). Był to jednostronicowy wyrób poligraficzny rozlepiany w miejscach publicznych w celu obwieszczenia jakiejś informacji. O ile treść przekazu afisza stanowiła odmianę reklamy, o tyle technika oraz forma wykonania łączyły go z książką. Podobnie jak w niej nośnikiem informacji była zadrukowana karta. Kompozycja liternicza opierała się na „układzie graficznym zaczerpniętym z pierwszych stron książek (układ osiowy, zróżnicowanie w stopniu pisma, wyróżnienia tekstowe)”<sup>2</sup>. Znaki języka były graficznie urozmaicone. Tekst drukowano czcionką o zróżnicowanej wielkości i kroju, a lokowano w różnej długości szeregach wierszowych i niejednorodnej względem siebie odległości. Służyło to wzmocnieniu i zhierarchizowaniu znaczeń słów współtworzących przekaz.

Operując tym samym tworzywem co dzieło literackie, afisz nie plasował się w kategorii sztuki. Był nastawiony na komunikację, pozbawiony wartości estetycznych. Z czasem twórcy tego typu przekazów dostrzegli, że połączenie estetycznego liternictwa z elementami wizualnymi może zwiększyć zainteresowanie odbiorcy informacją. Afisz zaczął przesuwać się w kierunku dzieł artystycznych. Jego warstwa słowna ulegała ograniczeniu i upodabniała się do form plastycznych, a miejsce drobnych elementów graficznych zajął obraz o walorach estetycznych. I tak afisz przekształcił się w plakat, którego prawdziwy rozkwit nastąpił w II połowie XIX wieku we Francji.

---

<sup>1</sup> D. Folga-Januszewska, *Oto sztuka polskiego plakatu*, Olszanica 2018, s. 7.

<sup>2</sup> B. Krasieńska, *Afisz a plakat – problemy definicji. Wstęp do badań*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2016, r. XIV, s. 213.

Upowszechnienie plakatu stało się możliwe dzięki litografii wynalezionej w 1795 roku przez niemieckiego grafika Aloisa Senefeldera. Była to technika druku płaskiego polegająca na odciskaniu rysunku wykonanego na kamieniu litograficznym<sup>3</sup>. Pozwalała na masowe powielanie obrazu w formacie większym niż stronica książki. Ulicznemu eksponowaniu artystycznych akcydensów powstałych w ten właśnie sposób służyły słupy ogłoszeniowe wprowadzone do użytku w 1855 roku przez niemieckiego wydawcę i drukarza Ernsta Litfassa. Ich gęsta sieć z rozlepionymi barwnymi reklamami zrewolucjonizowała miejską ikonosferę. Przyczyniło się to do pojawienia nowego typu mieszczucha, flanera, spędzającego czas na wielogodzinnych spacerach i kontemplowaniu widoków arterii i zaułków.

Odmienioną pod wpływem plakatu ikonosferę miasta ukazują weduty Camille'a Pissarra (*Boulevard Montmartre*, 1897; *Boulevard Montmartre w nocy*, 1897; *Boulevard Montmartre w zimowy poranek*, 1897) i Jeana Berauda (*Jeune femme traversant le boulevard*, r. nieznany; *Bulwar Kapucynów*, r. nieznany).



Jean Beraud, *Scena z paryskiej ulicy*, ok. 1885, Metropolitan Museum of Art, Nowy Jork

<sup>3</sup> *Słownik terminologiczny sztuk pięknych*, red. K. Kubalska-Sulkiewicz (koordynator), M. Bielska-Łach, A. Manteuffel-Szarota, Warszawa 2002, s. 231.

# Rozwój plakatu

Popularność nowoczesnej formy reklamy zrodziła zapotrzebowanie na tworzących ją rzemieślników. Jedne z najstarszych plakatów wyszły z warsztatu francuskiego malarza i grafika *belle époque* Jules'a Chéreta. Pierwsze czarno-białe prace twórcy powstały jeszcze w 1855 roku. Po zapoznaniu się w Anglii z techniką wielobarwnej litografii Chéret założył w Paryżu własną pracownię. W latach 1867–1900 wykonał w niej ponad 900 plakatów<sup>4</sup>. Reklamowały one zarówno rozmaite towary, wina, papierosy, jak i imprezy – bale, koncerty, spektakle teatralne. Ofertę promowały barwnymi sylwetkami dynamicznie ujętych eleganckich, kokieteryjnych kobiet, zwanych od nazwiska twórcy „chéretkami”. Skuteczne marketingowo i atrakcyjne artystycznie dzieła Chéreta olśniły nie tylko środowiska handlowców i reklamodawców, ale też artystów. Na nowej niwie poczęli próbować sił Pierre Bonnard, Edouard Vuillard, Jacques Villon, Théophile Alexandre Steinlen, Henri de Toulouse-Lautrec, Alfons Mucha, Leonetto Cappiello<sup>5</sup>.

Pojawienie się plakatu zbiegło się w czasie z powstaniem kabaretu. Pierwszy tego typu lokal, Chat Noir (Czarny Kot), został otwarty w 1881 roku w Paryżu. Założył go w oberży „przy ciasnej uliczce Rochechouart” Rodolphe Salis<sup>6</sup>. Klientela mogła posłuchać łatwo wpadającej w ucho piosenki i satyrycznych występów wymierzonych zarówno w obyczajowość sfer wyższych, jak i w oficjalne formy życia społeczno-politycznego. Nowa rozrywka przypadła odbiorcom do gustu. W 1889 roku na Montmartrze otworzył swe podwoje inny kabaret – Moulin Rouge (Czerwony Młyn), którego znakiem rozpoznawczym były czerwone skrzydła młyńskie umieszczone na dachu. Założyciele, Joseph Oller i Charles Zidler, postanowili, by oddanie do użytku nowego przybytku dla wszelkiej maści oryginałów, półświatka i bohemy obwieścić plakatem. Jego przygotowanie zlecił Chéretowi. Tak powstał *Bal du Moulin Rouge* (1889), jedna z ważniejszych wczesnych prac nowej formy upowszechniającego się komunikatu.

---

4 S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 8.

5 Ibidem, s. 9.

6 I. Kiec, *W kabarecie*, Wrocław 2004, s. 6.

Powierzenie wykonania plakatu twórcy znanemu, którego znakiem rozpoznawczym był motyw uwodzicielskiej kobiety, jakże współgrający z atmosferą rodzącego się kabaretu, znakomicie służyło rozreklamowaniu lokalu. Oller i Zidler rozumieli, że siłą ich sukcesu jest nie tylko produkt – taniec, kankan, którego dotąd nikt żądnemu wrażeń mieszcuchowi nie zaproponował – ale też nowatorski sposób jego rozreklamowania. Przyciągnęli więc do kabaretu wybornych wykonawców, a plakat informujący o rozpoczęciu nowego sezonu w Moulin Rouge w 1891 roku tym razem zamówili u znanego artysty, stałego zresztą bywalca tego lokalu – Henriego de Toulouse-Lautreca<sup>7</sup>. Tak powstał *Moulin Rouge – La Goulue* (1891).



Jules Chéret, *Bal du Moulin Rouge*, 1889, plakat kabaretowy



Henri de Toulouse-Lautrec, *Moulin Rouge – La Goulue*, 1891, plakat kabaretowy

Dzieło Chéreta przedstawia „czerwony wiatrak, ku któremu zdąża na osłach gromada ładniutkich «chéretek»”<sup>8</sup>. Prezentuje kabaret z perspektywy ulicy. Praca Toulouse-Lautreca ukazuje natomiast rewiowy lokal od strony wnętrza,

<sup>7</sup> S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, op. cit., s. 9.

<sup>8</sup> Za: J. Frey, *Toulouse-Lautrec: biografia*, przeł. J. Andrzejewska, Warszawa 2004, s. 589.

obrazuje tancerzy *variete* i ich klientelę. Lautrec uwiecznił dwoje tancerzy: La Goulue<sup>9</sup> oraz Valentina le Désossé'a<sup>10</sup>, w kompozycji o charakterze trójplanowym. Ciemne plany, pierwszy i ostatni, okalają jasną scenę tańca, nadając jej rangę centralnego elementu obrazu. Spojrzenie spektatora ześlizguje się po sylwetce Valentina i tłumie klienteli ku tancerce ujętej w świetle jupiterów w chwili, gdy unosząc nogę, odśladania bieliznę. Ten oddający esencję kabaretowego widowiska motyw został ukazany z dwóch nałożonych na siebie punktów widzenia: ze sceny, o czym świadczą kolejność ujęcia planów i rozchodzące się na boki linie scenicznych desek, oraz z balkonu, co sugerują częściowo przesłonięte żółte lampiony. Dzięki temu przedstawiona sytuacja ulega zdynamizowaniu. Oko widza, niczym oko kamery, może swobodnie przeskakiwać od jednego do drugiego ujęcia. Kinetykę obrazu wzmacniają też abstrakcyjnie potraktowane lampiony oraz rezygnacja z detali. Widzimy obraz kabaretowego widowiska *in statu nascendi*, w jego esencji, a zarazem w charakterystycznym dla tej formy rozrywki karykaturalnym ujęciu. Zarówno dobór sugestywnego motywu plastycznego, jak i dekoracyjność konturów dają odbiorcy przedsmak czekających go wrażeń.

Paryżanie nie pozostali obojętni wobec plakatu. Przyjaciel Lautreca, malarz i projektant wnętrz, Francis Jourdain, pisał: „Ciągle pamiętam szok, jaki przeżyłem, kiedy pierwszy raz zobaczyłem plakat Moulin Rouge (...). wieziono go na jakimś wózku przez avenue de l'Opera, byłem tak zafrapowany, że ruszyłem za nim chodnikiem”<sup>11</sup>. Opinie na temat dzieła były rozbieżne: „Świństwo!, Arcydzieło!, Zniewaga!, Dzieło sztuki! (...) krytycy i artyści w swych ocenach byli krańcowo rozbieżni (...). Plakat oceniono jako: ...«dzieło w najwyższym stopniu moralizatorskie..., (...) graficzne epitafium ginącej cywilizacji...»”<sup>12</sup>.

Dziś, gdy wygasła oferta związana z *Moulin Rouge – La Goulue*, plakat nadal funkcjonuje w obiegu artystycznym. To dowód, że jest nie tylko reklamą o cechach artystycznych, jak *Bal du Moulin Rouge*, ale wytworem sztuki

---

<sup>9</sup> La Goulue – pseudonim artystyczny Louise Weber (1866–1929), francuskiej tancerki związanej z kabaretem Moulin Rouge, nazywanej „królową Montmartre”. Utrwalana była przez Henriego de Toulouse-Lautreca w portretach (*La Goulue wchodząca do Moulin Rouge*, 1892) i plakatów (*Moulin Rouge – La Goulue*, 1891).

<sup>10</sup> Valentin le Désossé (Valentin bez kości), pseudonim sceniczny Jules'a Étienne'a Edme'a Renaudina (1843–1907), francuskiego tancerza i akrobata związanego z kabaretem Moulin Rouge. Utrwalony przez Henriego de Toulouse-Lautreca na plakatów (*Moulin Rouge – La Goulue*, 1891, *Valentin le Désossé ustawia nowe (tancerki)*, 1890).

<sup>11</sup> Za: J. Frey, *Toulouse-Lautrec. Biografia*, op. cit., s. 326–327.

<sup>12</sup> M. Kurpik, *Czas, twórcy, plakat*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 27.



spełniającym funkcję reklamy. Artystyczny walor prac Toulouse-Lautreca szybko został dostrzeżony; XIX-wieczna krytyka francuska uznała, że Chéret jest „ojcem plakatu”<sup>13</sup> a Toulouse-Lautrec – „ojcem sztuki plakatu”<sup>14</sup>.

Dzięki użyteczności i estetyce plakat szybko upowszechnił się na świecie. Jego narodziny i rozwój na ziemiach polskich wiążą się z pracami Teodora Axentowicza (*II Wystawa „Sztuka”*, 1898), Wojciecha Weissa (*Raut*, 1898), Stanisława Kamockiego (*Bal Artystyczny*, 1899), Józefa Mehoffera (*Loterya na urządzenie Domu Matejki*, 1899). Niektóre z nich można określić mianem afiszoplakatu (np. *Loterya...*), ponieważ operują głównie dekoracyjnością warstwy językowej, inne – plakatu (np. *II Wystawa „Sztuka”*), ponieważ są realizacją podstawowego kryterium tego typu tekstów kultury: „przemawiają do odbiorcy barwną plamą oraz ilustracją. Tekst (...) odgrywa rolę drugorzędną, stanowi jedynie informacje uzupełniające w stosunku do elementów czysto graficznych”<sup>15</sup>.

Za jeden z pierwszych polskich plakatów artystycznych uznaje się pracę Stanisława Wyspiańskiego *Wnętrze* (1899)<sup>16</sup>. Jak głosi umieszczony na nim odręczny napis wykonany przez artystę, plakat zaprasza mieszkańców Krakowa na „odczyt Stanisława Przybyszewskiego połączony z przedstawieniem dramatycznym fantazji Maurycego Maeterlincka pod tytułem *Wnętrze*”. Rozbudowana warstwa tekstowa zbliża dzieło Wyspiańskiego do afisza. Jednak dopełniający ją obraz nie jest reklamowym ozdobnikiem. Pozbawiony ilustracyjności i narracyjności<sup>17</sup>, stanowi autorską interpretację tragizmu i niepokojącego nastroju reklamowanego dzieła.

---

<sup>13</sup> S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, op. cit., s. 8

<sup>14</sup> M. Kurpiak, *Czas, twórcy, plakat*, op. cit., s. 26.

<sup>15</sup> B. Krasieńska, *Afisz a plakat – problemy definicji. Wstęp do badań*, op. cit., s. 213.

<sup>16</sup> K. Dydo, *Polski plakat teatralny 1899–1999*, Kraków 2000, s. 10.

<sup>17</sup> M. Czubińska, *Krakowskie plakaty i grafika użytkowa z lat 1890–1918*, w: *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900–1950*, red. P. Rudziński, Lublin 2009, s. 55.

# Istota plakatu

Wiek XIX sprzyjał rozwojowi sztuki. To wówczas pojawiła się romantyczna idea korespondencji sztuk<sup>18</sup>, powstały nowe koncepcje artystyczne (np. realizm, impresjonizm), narodziły się nowe dziedziny twórczości (fotografia [1839], plakat [lata 80.], film [1895]). O ile wymienione zjawiska artystyczne towarzyszące kształtowaniu się plakatu, a także klasyczne dziedziny sztuki, zrodziły się z potrzeb kulturowych – refleksji i piękna – o tyle na uformowanie plakatu wpłynęła cywilizacyjna działalność człowieka. Poszukując skutecznych narzędzi reklamy handlowej, twórcy sięgnęli do sfery kultury. Czerpali z jej tworzywa, by uczynić z handlu sztukę, a konsumentów reklamy przenieść w sferę jej odbiorców. Ta odmienna od wszystkich innych sztuk proveniencja plakatu zaważyła na jego podwójnym statusie i kodzie, a także na podwójnej perspektywie interpretacyjnej dzieł należących do tej dziedziny twórczości.

Każdy plakat spełnia trzy cele: cel informacyjny, perswazyjny i estetyczny. Pierwsze dwa stanowią „gen” przejęty z obszaru cywilizacji. Cel estetyczny to wynik łączenia reklamy z elementami naddanymi, zaczerpniętymi ze świata sztuki. Wraz z ich wprowadzeniem perswazyjna funkcja plakatu zeszała w cień funkcji informacyjnej, a treść poczęto wyrażać znakami plastycznymi.

Podwójny, handlowy i estetyczny, status plakatu jest podstawą jego klasyfikacji. Z racji referencyjnego charakteru można wyróżnić kilka odmian posterów. Jerzy Waśniewski wyodrębnia następujące typy plakatu: polityczny, społeczny, teatralny, muzyczny, filmowy, wystawowy, handlowy, sportowy, cyrkowy<sup>19</sup>. Z kolei autorzy *Sztuki świata. Leksykonu* grupują przedmioty odniesienia tego typu tekstów w kategorii klasyfikacyjne: myśli, postawy (ideowy, np. społeczny, polityczny, wojskowy, nacjonalistyczny), towary i usługi (reklamowy), wydarzenia artystyczne (kulturalny, np. filmowy, teatralny, operowy, wystawowy), osobiste poglądy twórcy plakatu na rozmaite tematy (autorski)<sup>20</sup>. Każda

<sup>18</sup> Na ten temat: I. Woronow, *Romantyczna idea korespondencji sztuk. Stendhal, Hoffmann, Baudelaire, Norwid*, Kraków 2008.

<sup>19</sup> *Plakat polski*, wstęp i oprac. J. Waśniewski, Warszawa 1968, brak numeracji stron.

<sup>20</sup> *Sztuka świata. Leksykon L–Z*, t. 13, red. nauk. A. Dulewicz, Warszawa 2004, s. 189.

z odmian operuje własnymi środkami wyrazu, wynikającymi ze specyfiki przedmiotu reklamy czy obwieszczenia<sup>21</sup>. Wyrażają się one w określonym uschematyzowaniu przekazu i jego nastawieniu na promocyjny sukces.

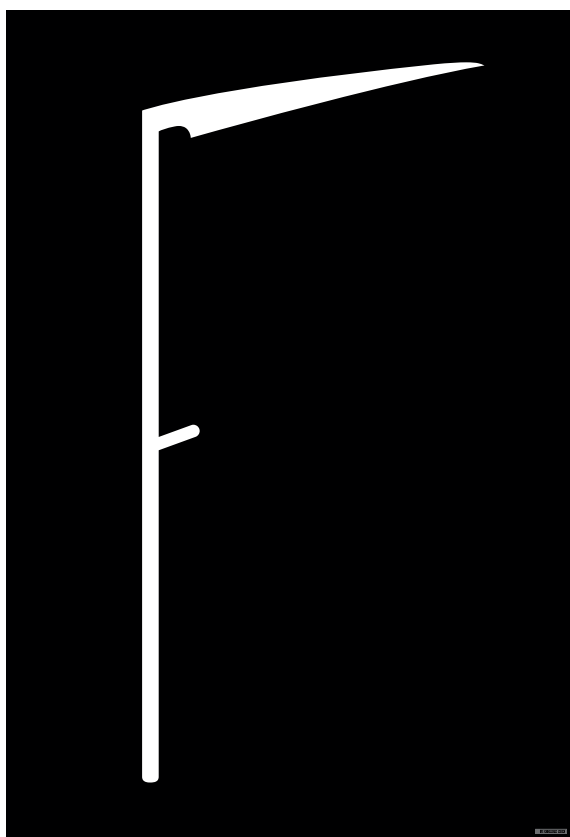
Szczególne zjawisko wśród plakatów stanowi odmiana autorska. Tego typu prace są wynikiem osobistych refleksji twórców. Wolne od powinności marketingowych, plakaty autorskie

przesuwają się w kierunku twórców pozostałych dziedzin sztuki, nastawionych na ekspresję artystyczną. Nie są już obiektami z pogranicza cywilizacji i kultury. Można je rozpatrywać wyłącznie w kategorii sztuki.

Oprócz wymienionych, istnieje jeszcze jedna odmiana posteru – plakat artystyczny. Sytuuje się on we wszystkich tematycznych kryteriach podziału, ponad elementami uobecniającymi ofertę. W plakacie artystycznym reklamowa warstwa produktu jest silnie sprzęgnięta z estetyką i etyką. Dzięki nim wygaśnięcie oferty nie zwiastuje „śmierci” plakatu. „Oderwany” od serwitutu względem przywoływanego produktu, staje się on jedynie artystyczną interpretacją jego idei i znaczeń. Estetyczne

naddanie w stosunku do utylitarne go plakatowego przekazu oraz jego zakotwiczenie w *universum* przekształca plakat, jako przedmiot o charakterze użytkowym, w dzieło sztuki. Szczególnie wdzięcznym obiektem do tego typu transformacji stają się plakaty stanowiące metatekst – filmowe, teatralne, muzyczne.

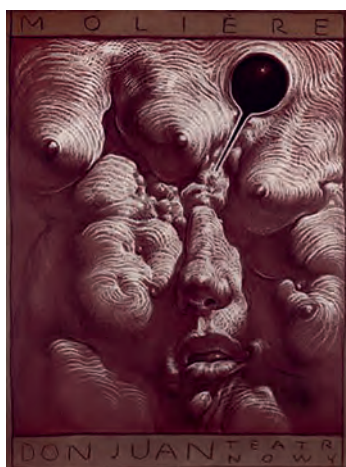
<sup>21</sup> *Słownik pojęć i tekstów kultury*, red. E. Szczęsna, Warszawa 2002, s. 209.



Lex Drewiński, *Memento mori*, 2007, plakat autorski



Andrzej Pągowski, *Kieślowski na nowo. Podwójne życie Weroniki*, 2016, plakat filmowy



Franciszek Starowieyski, *Don Juan Moliere*, 1983, plakat teatralny, dzięki uprzejmości [www.franciszekstarowieyski.pl](http://www.franciszekstarowieyski.pl)



Jan Lenica, *Otello Giuseppe Verdi*, 1968, plakat operowy © ADAGP, Paris, 2021

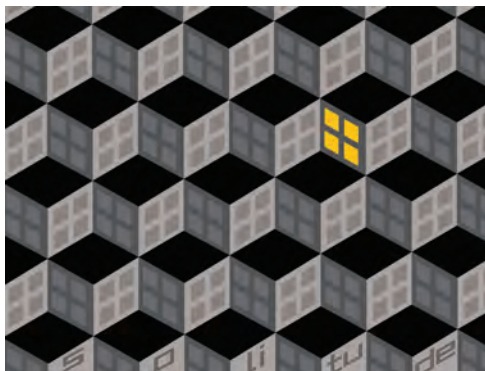
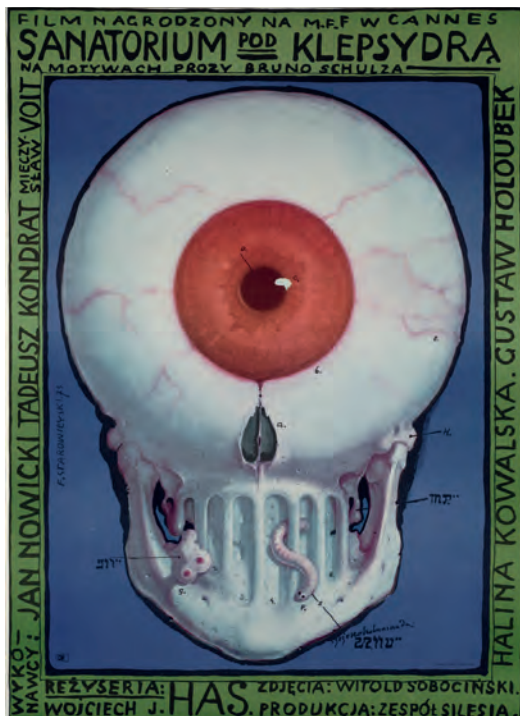
Ich estetyka nie jest bowiem na ogół narażona na oddziaływania doraźnej idei, jak w plakatach politycznych, nie musi też ulegać naciskom wątpliwej komercji, jak w plakatach reklamowych. Mianem plakatu artystycznego można określić każdy poster, także handlowy, jeśli jego wartość użyteczna została ujęta w oryginalny koncept artystyczny, będący w stanie wyrażać znaczenia i budzić emocje, także wtedy, gdy wygaśnie produkt, którego reklamowaniu miał służyć. Osiągnięcie takich rezultatów jest uwarunkowane kilkoma czynnikami:

1. Dobór reklamowego motywu obrazowego<sup>22</sup>. Nadrzędnym elementem każdego plakatu jest obraz<sup>23</sup>. Stanowi on nie tylko formę istnienia tego typu przekazu czy sposób zaszyfrowania informacji o przedmiocie reklamy, ale też klucz do wabienia spojrzeń przechodniów. Aby skutecznie otwierać drzwi do wyobraźni i myśli, plakat „powinien wpadać w oczy, podrażnione ruchem ulicznym i pociągane w różne strony, ale nadto winien pobudzać ciekawość, nęcić przechodnia, wbijać mu się w pamięć, zniewalać go do powtórnego

<sup>22</sup> Na ten temat: J. Wdowiszewski, *Sztuka w plakatach. Cele, powstanie, technika i artystyczne zasady nowoczesnego plakatu*, Kraków 1898, s. 31 i n.

<sup>23</sup> M. Knorowski, *Plakat polski*, w: *Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. prow. K. Spiegel, Warszawa 1996, s. 18.

spojrzenia a nawet, o ile możliwości, do dłuższego zatrzymania się przed sobą<sup>24</sup>. Takie zadanie spełniają plakatowe obrazy burzące schematy postrzeżeń, semantycznie niejednoznaczne i mentalnie intrygujące. Unaczniony w nich motyw winien być pozbawiony mimetyczności, stanowić wizualną syntezę przedmiotu reklamy<sup>25</sup>, a zarazem oddawać *clou* handlowej oferty. Wszystkie elementy obrazowej konstrukcji muszą wiązać się w figuralną jedność.



▲ Agnieszka Ziemińska, *Solitude* (*Samotność*), 2009, plakat społeczny

◀ Franciszek Starowieyski, *Sanatorium pod klepsydrą*, 1973, plakat filmowy, dzięki uprzejmości [www.franciszekstarowieyski.pl](http://www.franciszekstarowieyski.pl)

## 2. Skrótowość i plastyczność ujęcia warstwy werbalnej.

Wobec plakatowego obrazu słowa mają charakter służebny. Stosuje się je oszczędnie, tylko wtedy, gdy zawartej w nich informacji nie sposób wyrazić obrazem. Jednocześnie, dla organicznego zespolenia z ikoną, graficzną formę znaków werbalnych dopełnia się walorami plastycznymi. Uzyskuje się to dzięki odpowiedniemu doborowi kroju i wielkości czcionki, by imitowały zarówno

<sup>24</sup> J. Wdowiszewski, *Sztuka w plakatach*, op. cit., s. 32.

<sup>25</sup> J. Słomczyński, *Plakat. Idea – budowa – przykłady*, Warszawa 1947, s. 16.

elementy składowe obrazu, jak i różnicowanie semantyki słów według reguł malarskich na pierwszo- i drugoplanowe<sup>26</sup>.

W dobrym artystycznie plakacie elementy językowe służą wyrażaniu treści i współtworzeniu jego warstwy ikonicznej.



Jan Młodożeniec, *Niemcy*, 1967, plakat teatralny



Jan Młodożeniec, *Konformista*, 1974, plakat filmowy

3. Ukształtowanie plakatowych obrazów na wzór figur wyobraźni.

Plastyczne znaki posteru zrywają z mimetycznym modelem wizualizacji. Wyrażają treści inspirowane imaginacją, nie odtworzone, lecz wynalezione. W rozumieniu znaczeń kodowanych w takich właśnie obrazach pomocne jest instrumentarium literackie, a więc rozmaite środki stylistyczne (np. alegoria, hiperbola, ożywienie, personifikacja, powtórzenie, synekdocha). Pozwalają one uchwycić porządek alogicznych, z punktu widzenia rzeczywistości, obrazów, a więc zrozumieć „mowę” plakatów – znaków plastycznych bez realnego (czy

<sup>26</sup> Ibidem, s. 20.

indywidualnego) pokrycia, ich wizualną i intelektualną odkrywczność. Szczególnie istotnymi tropami plastycznymi są metafora i symbol<sup>27</sup>.

Pierwsza polega na takim operowaniu linią i plamą (barwną), by mogły one jednocześnie układać się w przedstawienie „dwu różnych przedmiotów, które zarazem są sobą i nie są”<sup>28</sup>.

Metaforyzacja przedstawienia wiąże się z eksponowaniem analogii pomiędzy konturami linii obrazowanych elementów lub też z konfigurowaniem bądź deformowaniem obrazów. Dzięki jej zastosowaniu plakatowy obraz ulega przemieszczeniu ze sfery „zobaczonego” w rejony „pomyślanego” i generuje rozmaite sensy.

Podobny artystycznie efekt twórca uzyskuje w przypadku odwołania się do ikonicznego symbolu. Ten zaś polega na preparowaniu obrazu przedmiotu według jednego z czterech sposobów: a) wyizolowaniu rzeczy z naturalnego kontekstu, b) przypisaniu przedmiotowi kontekstu, w którym w rzeczywistości nie występuje, c) uchyleniu referencyjnego charakteru wizualizowanego obiektu przez jego deformację

lub zmianę konotacji, d) opatrzeniu obrazu rzeczy dodatkowym komunikatem językowym (np. cytatem).

Plastyczne środki stylistyczne nie tylko umożliwiają konotację znaczeń, ale też są warunkiem otwierania się plakatu na rozmaite konteksty kulturowe.



Wiesław Wałkuski, *Romeo i Julia*, 1996, plakat baletowy

<sup>27</sup> Na ten temat: S. Wysłouch, *Literatura a sztuki wizualne*, Warszawa 1994, tu rozdziały: IV. *Wizualność metafory*, s. 63–77, oraz V. *Znak ikoniczny jako symbol (na przykładzie współczesnego plakatu)*, s. 78–97.

<sup>28</sup> Ibidem, s. 68.



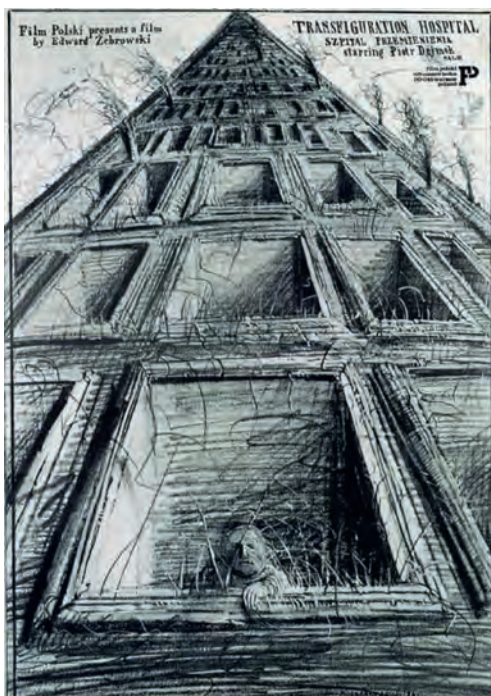
Andrzej Pągowski, *Romeo i Julia*, 1985, plakat teatralny

4. Przywoływanie w elementach wizualnych znaczeń intertekstualnych. Jak każde dzieło sztuki, plakat może przywoływać rozmaite teksty kultury oraz sposoby schematyzowania form i treści artystycznych. Nawiązania mają charakter bezpośredni (np. gdy dotyczą dzieła filmowego, teatralnego reklamowanego w plakacie) i pośredni (gdy odnoszą się do tekstu literackiego będącego podstawą dzieła filmowego/teatralnego przełożonego na język plakatu). Mogą się też pojawiać dzięki skojarzeniu plakatowego znaku z określonym znakiem tradycji niewyrażonym wprost w pierwowzorze, lecz dopowiedzianym przez wyobraźnię artysty plastyka w formie figury wyobraźni.

Przykładem realizacji wszystkich tego typu rozwiązań artystycznych jest plakat Jerzego Czerniawskiego z 1979 roku do filmu z 1978 roku w reżyserii Edwarda Żebrowskiego, będącego adaptacją powieści Stanisława Lema *Szpital Przemienienia*, wydanej w 1955 roku. Filmowa (i literacka) fabuła rozgrywa się w szpitalu psychiatrycznym w czasie drugiej wojny światowej. Pacjenci to ludzie zniewoleni, przez psyche i historię. Zmagania personelu z chorobą umysłową powierzonych im chorych oraz z zapowiedzią likwidacji szpitala przez hitlerowców wystawiają na próbę sumienia lekarzy i pielęgniarzy.

Postawy bohaterów nabierają rangi symbolu odnoszącego się do ludzkiego losu i człowieczeństwa w czasach ludobójstwa.





Jerzy Czerniawski, *Szpital przemienienia*, 1979, plakat filmowy

Znakiem takiego przesłania filmu Czerniawski uczynił bliżej niesprecyzowaną konstrukcję architektoniczną. Może się ona kojarzyć z siecią pomieszczeń odizolowanych solidnymi murami lub też z wertykalną budowlą o otworach okiennych bez szyb. Niesprecyzowanie wizji wynika z niejasności perspektywy kadrowania. Łączy ona dwa punkty widzenia: z lotu ptaka i z perspektywy żabiej. Pierwsza pozwala dostrzec w budowlu wzór piramidy, druga – zmodyfikowany labirynt. Obydwe ujmują konstrukcję jako więzienie dla wątej sylwetki człowieka.

Intertekstualność wykorzystanego w plakacie znaku plastycznego ma złożony charakter. Jego treść ikoniczna

przywołuje lecznicę oraz pacjentów filmowego *Szpitala przemienienia*, a także jego literackiego pierwowzoru. Z kolei sposób modelowania plakatowego obrazu nawiązuje do starożytnej architektury – grobowca faraonów i więzienia Minotaura. Obydwe budowle są przykładem przestrzeni zamkniętej, z której nie sposób się wydostać. Ich przywołanie w kontekście fabuły *Szpitala przemienienia* służy wyrażeniu parabolicznych znaczeń reklamowanego dzieła. Artystyczne naddanie przekształca reklamowy przekaz w dzieło sztuki, którego środki wyrazu są zakotwiczone nie tylko w filmie i tekście literackim, ale też i w innych dziełach kultury reprezentujących różne dziedziny sztuki.

Przywoływanie znaczeń intertekstualnych w elementach wizualnych posteru jest częstą właściwością plakatów o charakterze metatekstu. Osadzony w kulturze przedmiot artystycznej interpretacji otwiera się bowiem na rozmaite odniesienia niejako w sposób naturalny, z racji związania go z chronologicznymi warstwami kultury. Jednak dzięki minionym artefaktom imaginacja artysty grafika jest w stanie unaocznic odbiorcy także i to, co przyziemne, codzienne, obliczone na krótkie trwanie, jak na przykład oferta handlowa. Zdolność tę

oddaje plakat Cieśliewicza *Moda Polska*, na którym ekskluzywne produkty Mody Polskiej (1958–1998) są reklamowane wizerunkiem wytwornej kobiety stylizowanej na słynącą z urody Neferetiti – żonę faraona Echnatona. Plakatowy obraz został zbudowany na fizycznym wizerunku popiersia rzeźby Totmesa. Przekształcenie staroegipskiej szaty na utrzymany w barwach polskich strój oraz zastąpienie starożytnego nakrycia głowy olbrzymią różą wynosi bohaterkę plakatu na szczyt naturalnego piękna i czyni polską królową mody.



Roman Cieśliewicz, *Moda Polska*, 1959,  
plakat reklamowy

© Adagp, Paris, 2021 - Photo: Trawinski Piotr/Adagp images



Totmes, Neferetiti, 1345 r. p.n.e., rzeźba,  
Muzeum Egipskie w Berlinie  
(fot. Philip Pikart, CC BY-SA 3.0 pl)

## Podwójny kod plakatu

Droga do powstania plakatu otworzyła się w chwili, gdy ornamenty roślinne i geometryczne afisza zaczęto przekształcać w obraz, który upiększał związany z nim przekaz językowy. Proces został zakończony, gdy obraz przekształcił się w główny środek ekspresji, a grafika słów upodobniła do formy plastycznej. W wyniku tej ewolucji powstał przekaz uformowany z dwóch kodów: werbalnego i wizualnego<sup>29</sup>. Funkcja tych kodów w plakacie jest różna ze względu na przynależność do odmiennych systemów: prymarnego, naturalnego (kod werbalny), i wtórnego, modelującego (kod wizualny artystyczny). Pierwszy wykorzystuje znaki i reguły ich stosowania w celach informacyjnych. Drugi przekształca znaki języka prymarnego w układy naddane szyfrujące myśli i uczucia.

Plakat jako tekst kultury jest strukturą znaków złożonych horyzontalnie i wertykalnie. Łączy prymarny kod werbalny (język etniczny) z wizualnym kodem artystycznym (językopodobne malarstwo, fotografia, film). Dokonującej się w nim kontaminacji systemów znaczących towarzyszą przekształcenia w obrębie wykorzystywanego języka zarówno naturalnego, jak i artystycznego.

W warstwie językowej plakat odstępkuje od modelu informacyjnego wykorzystywanego w afiszu. Środkiem ekspresji stają się w nim pojedyncze slogany, a także frazy lub osobne elementy werbalne. Odrzucenie formalnego tekstu językowego i rozluźnienie składni wypowiedzi świadczą, że plakat swobodnie traktuje reguły języka naturalnego. Jednocześnie odejściu od rygorów gramatyki towarzyszy wyeksponowanie nośnika języka pisanego – grafii. W niektórych plakatach wartością stają się krój i wielkość czcionki, rozlokowanie znaków werbalnych w przestrzeni przekazu oraz ich zdolność szyfrowania kontekstu. Dzięki temu słowo nabiera walorów plastycznych, staje się obrazem, jego częścią bądź namiastką. Jest zarówno nośnikiem semantyki, jak i elementem wizualizacji.

---

<sup>29</sup> S. Wyślouch, *Literatura i semiotyka*, Warszawa 2001, s. 22.



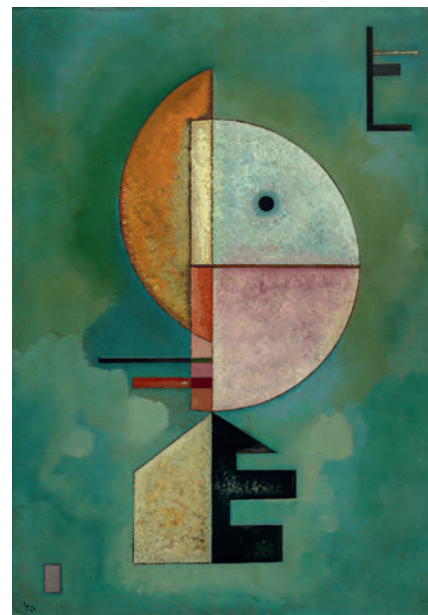
Yusaku Kamekura, *Nikon SP – kamera „35”*, 1957, plakat handlowy



Niklaus Troxler, *W hołdzie muzyce Theloniousa Monka*, 1986, plakat upamiętniający



Stawomir Iwański, *Homage a Wassily Kandinsky*, 1996, plakat upamiętniający



Wassily Kandinsky, *Abstrakcja geometryczna*, 1929, olej na tekturze, Peggy Guggenheim Collection, Wenecja

O ile graficzna strona językowego tworzywa łączy się w plakacie z dążeniem do nadawania słowom formy obrazu, o tyle plakatu obraz (należący do wtórnego systemu modelującego – malarskiego, fotograficznego, filmowego) jest nastawiony na zrywanie więzów z malarstwem referencyjnym i wiązanie z literaturą (wtórnym systemem modelującym) bądź jej zdolnością do przekazywania odbiorcy myśli artysty. Elementy wizualne plakatu, te niesione obrazem słowa oraz te wynikające z zastosowania tworzywa plastycznego, nie mieszczą się w kategorii Platońskiego obrazu-odbicia czy obrazu-wzoru<sup>30</sup>. Ich źródła są endogenne. Widzialne formy i barwy płyną z myśli ujętej w reguły charakterystyczne dla wtórnego systemu modelującego – środki stylistyczne.

Tam, gdzie kończą się możliwości ekspresji plastycznej, plakat sięga po słowo, tuszując przy tym ograniczenie własnego tworzywa wspomnianym już nadawaniem słowom jakości plastycznych. Ponieważ w plakatu przekazywaniu unaoczniana jest myśl o reklamowanym przedmiocie a nie on sam, „forma plastyczna nie występuje jako wartość samoistna, a raczej pełni rolę służebną, podporządkowaną nadrzędnej idei. Ma swój początek w pomysłach plakatu i wybranej przez autora metaforze czy znaku, jest więc budowana jakby od środka – na zewnątrz”<sup>31</sup>. Istotą plakatu obrazu, o czym była mowa wcześniej, jest jego odejście od mimetyzmu i referencyjności względem obrazów naturalnych i skupienie się na wytwarzaniu obrazów pomyślanych.

Interesującym przykładem zespolenia słowa i obrazu jest praca Mieczysława Wasilewskiego *Toulouse-Lautrec* z 1995 roku. Autor posłużył się tu graficznym portretem Lautreca opartym na wyrafinowanej koncepcji plastycznej. Podobizna składa się z melonika oraz napisu „Toulouse-Lautrec”. Nakrycie głowy stanowi tu plastyczną synekdochę, ponieważ przywołuje ulubioną część stroju artysty. Zespolony z nim napis konkretyzuje pozostałe elementy wizerunku. Grafia słów otwiera język pisany na walory malarskie, współtworzy lewy profil twarzy – kędzierzawe włosy, baki, brodę, czoło, ucho i charakterystyczny nos artysty.

---

<sup>30</sup> Por. H. Belting, *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, przeł. M. Bryl, Kraków 2007, s. 207–214.

<sup>31</sup> K. Lenk, *Myślące plakaty*, <http://www.2plus3d.pl/artykuly/myslance-plakaty-pluta> [dostęp: 11.05.2021].

Nouveau salon de cent. Ode to Toulouse-Lautrec 1869-1901 Exposition Internationale d'Affiche 2001



Toulouse-Lautrec 1869-1901

Mieczysław Wasilewski, *Toulouse-Lautrec*, 1995, plakat wystawowy



Henri de Toulouse-Lautrec, fotografia Paula Sescou, 1894

W plakatach będących zapowiedzią ekranizacji lub spektaklu teatralnego powstałych na kanwie utworu literackiego znaki ikoniczne są zakotwiczone w dwóch sztukach: przekładanej (teatr/film) i przełożonej (literatura). Plakat (przekład drugiego stopnia) reklamujący zainspirowane pierwowzorem dzieło (przekład pierwszego stopnia) jest wówczas interpretacją sztuki interpretującej inną sztukę. Jeśli przekładane dzieło jest wierne prototypowi, znaki posteru odnoszą się bezpośrednio do przekładu, a pośrednio – do pierwowzoru. Natomiast w wypadku swobodnego podejścia autora adaptacji do literackiego oryginału w plakacie mogą się pojawić sygnały modyfikacji intersemiotycznego przekładu w stosunku do obiektu inspiracji.

Przykładem tego jest poster reklamujący *Wesele* Stanisława Wyspiańskiego w reżyserii Geza Bodolaya na deskach Teatru im. J. Słowackiego w Krakowie<sup>32</sup>. Błazeńska czapka na głowie postaci uwiecznionej na plakacie oraz sznur w jej ręce są tu sygnałem nawiązującym do scenicznej adaptacji, a za jej pośrednictwem – do dramatu Wyspiańskiego. Z kolei strój mężczyzny oraz zawieszony na jego szyi telefon komórkowy sygnalizują różnice między obydwoma tekstami kultury – przesunięcie scenicznego pierwowzoru z czasów przełomu wieków XIX i XX do współczesności.

---

<sup>32</sup> Praca do obejrzenia na stronie: [https://ks.lo7.wroc.pl/wikilo7/images/e/e8/Lekcja\\_7\\_-\\_Wesele.pdf](https://ks.lo7.wroc.pl/wikilo7/images/e/e8/Lekcja_7_-_Wesele.pdf) [dostęp: 30.07.2021].

## Podwójna interpretacja

Ważną rolę w procesie odczytywania plakatu odgrywa także sposób, w jaki dokonuje się jego zaistnienie w świadomości adresata. Odbiorcy postrzegającym poster w przestrzeni ulicy odsłania się najpierw obrazowa warstwa jego tektoniki. Początkowo rozpoznaje największy, a więc najbardziej widoczny znak plastyczny, a następnie, w miarę zbliżania się do obiektu, dopełnia go innymi towarzyszącymi i dopowiadającymi znakami wizualnymi oraz werbalnymi.

Odmienne rzecz się ma, gdy oglądamy reprodukcję plakatu zamieszczoną w galerii, muzeum, albumie czy w internecie. W takich przypadkach oko widza chwytą jednocześnie wszystkie elementy obrazu, także językowe, choć koncentruje na nich wzrok w dowolnej kolejności.

W przestrzeni ulicy odbiorca rozpoczyna recepcję plakatu od naturalnej warstwy obrazowej. Na jej podstawie, wspierając się w różnych momentach procesu interpretacji kodem językowym, rozszyfrowuje artystyczne naddania. W ten sposób rekonstruuje wtórne znaki modelujące (wizualne symbole i metafory), a także odniesienia do tradycji (motywy ikonograficzne, konteksty i aluzje wynikające z modelunku znaków plastycznych oraz ich organizowania w struktury artystyczne).

Bez względu na miejsce postrzegania odbiór plakatu jest zdeterminowany przedmiotem odniesienia. Nieznajomość oferowanego produktu wyznacza recepcję skierowaną na prezentowany artefakt. Znajomość natomiast obiektu reklamy warunkuje odbiór pogłębiony o relacje między posterem a tym, co on prezentuje. Interpretacja plakatu artystycznego może się zatem odbywać w jednej z dwu perspektyw: według pierwszej zadaniem interpretatora jest stworzenie wyobrażenia o reklamowanym produkcie artystycznym, celem zaś drugiej – ocena owego wyobrażenia w kontekście przedmiotu jego odniesienia. Prześledźmy ten proces, odwołując się do pracy Ryszarda Kai (*g*) *DZIE-CI FACECI* z 2012 roku, reklamującej spektakl muzyczny Teatru Wybrzeże z 2013 roku pod tym samym tytułem (reżyseria Adam Orzechowski).

Plakatowy obraz ukazuje sylwetkę pólnagiego mężczyzny ujętą na tle zdestawowanego pejzażu. Zarówno postać, jak i towarzyszące jej tło są pozbawione charakteru referencyjnego, a związek pomiędzy nimi nie wynika z naturalnego



współistnienia. Poszczególne elementy znaczą coś więcej niż to, co obrazują. Zapatrzenie ku górze, wysportowane ciało, wąsik, melonik, muszka, anielskie skrzydła, sztanga, listek klonu, skarpetki – sygnalizują rozmaite maski męzczyzny. Odbiorca może mnożyć wcielenia bohatera: marzyciel, elegant, wolny ptak, kochanek, kulturysta, pantoflarz. Karuzelę wizerunków napędzają też aluzje biblijne: skrzydła, prześmiewczo sugerujące anielsko upostaciowanego Adama, i listek klonu, transfiguracja liścia figowego, wskazująca zakłócenie wzorca.



Ryszard Kaja, (g)DZIE-CI FACECI, 2012, plakat teatralny, [www.ryszardkaja.pl](http://www.ryszardkaja.pl)

Liść klonu pełni na plakacie podobną rolę jak w innych przedstawieniach wizualnych liść figowy – przykrywa coś wstydlivego – miejsce intymne męzczyzny (...). Bordowy kolor liścia klonu oraz ułożenie w górę (tradycyjnie przedstawiony liść figowy ma kolor zielony i jest ułożony w dół) może być przejawem ironii nadawcy komunikatu, który daje odbiorcy sygnał, że liść jest już jesienny – dojrzały, bliiski śmierci – niedługo opadnie

i odkryje męski wstyd. Bordowy liść klonu jest więc tylko fizycznie podobny do zielonego liścia figowca, tak jak dobrze zbudowany współczesny męzczyzna (...) z plakatu jest również tylko powierzchownie podobny do prawdziwych męzczyzn przedstawianych niegdyś na obrazach i posągach<sup>33</sup>.

<sup>33</sup> Bolek E., *Interpretacja plakatu artystycznego jako działanie na tekstach*, w: *Działania na tekście. Przekład – redagowanie – ilustrowanie*, red. S. Niebrzegowska-Bartmińska, M. Nowosad-Bakalarczyk, T. Piekot, Lublin 2015, s. 261–262.

Konotacja znaczeń odbywa się też w powiązaniu postaci mężczyzny ze zdewastowanym pejzażem – dymiącym kominem i grudami jałowej ziemi, nad którymi widać korzenie usychających drzew. Spoglądający ku górze nie dostrzega „krajobrazu po bitwie”, który go otacza.

Jak widać, plakatowe obrazy, wyswobodzone z ryz denotacji i otwarte na mnożenie konotacji, same w sobie stanowią znak o labiryntowej wręcz strukturze znaczącej. Ujarzmieniu zasięgu i spolaryzowaniu ich znaczeń służą wpisane w plakat słowa. Dzięki nim redundancja obrazu ulega zogniskowaniu na konkrety. Roland Barthes tak charakteryzuje rolę werbalnej warstwy reklamy:

Pozwala na akomodację nie tylko wzroku, ale i rozumienia. Na poziomie przekazu „symbolicznego” przekaz językowy kieruje już nie identyfikacją, ale interpretacją, stanowi coś na kształt obramowania, które nie pozwala, aby sens konotowany przedostał się ku rejonom zbyt indywidualnym (tzn. ogranicza zdolność projekcyjną obrazu) (...). Tekst p r o w a d z i [podkreśl. w oryginale – przyp. A.B.] czytelnika wśród *signifies* obrazu, każe mu unikać jednych, a przyswajać inne<sup>34</sup>.

W plakacie Ryszarda Kai warstwę tekstową stanowi tytuł spektaklu ((g)DZIE-CI FACECI) oraz miejsce jego wystawienia (TEATR WYBRZEŻE). Obydwie informacje zostały zapisane czcionką o różnym kroju i wielkości. Ich recepcja, z perspektywy pozostającego w ruchu odbiorcy ulicznego, burzy tradycyjny, linearny sposób odczytywania tekstu od góry ku dołowi. Pozostaje też w sprzeczności z regułami ortograficznego zapisu. Jest to przejawem podporządkowania zasad strukturyzowania warstwy werbalnej sztukom plastycznym, bowiem łatwiej widoczne elementy leksykalne odznaczają się większą plastycznością form w porównaniu z mniejszymi, w których zapis, tak jak w tekście językowym, jest jedynie nośnikiem informacji. Jednocześnie są też bardziej zorientowane na informacyjną wieloznaczność, co także odróżnia je od zapisanych małą czcionką słów o jednoznacznym przekazie.

Tytuł plakatu kulturalnego zazwyczaj pokrywa się z tytułem reklamowanego w nim tekstu kultury i w ten sposób często też odnosi się do innych wykorzystanych w nim dzieł. Podobnie rzecz się ma w przypadku plakatu Kai. Odsyła on do piosenki Danuty Rinn *Gdzie ci mężczyźni?* z 1974 roku. Utyskiwaniu na kryzys męskości (rozumianej jako „owładnięcie ideami”, „nieprzekupność”, „prostota”, „zacność”, „wielkoduszność”, „szlachetność”) towarzyszy pokaźna lista zarzutów: znerwicowanie, histeria, cwaniactwo, nieszczerłość, wazeliniarstwo, brak honoru, tchórzostwo. Ich kaliber uzasadnia zmianę leksemu „mężczyzna”

---

<sup>34</sup> R. Barthes, *Retoryka obrazu*, przeł. Z. Kruszyński, „Pamiętnik Literacki” 1985, z. 3, s. 294.

na „facet” i motywuje przekształcenie frazy „gdzie ci” na „(g)dzie-ci”, co mnoży znaczenia i nadaje tytułowi lekką, rymowaną formę. Znający tekst piosenki z łatwością znajdzie w nim zakotwiczenie wizualnego symbolu plakatu Kai. Słowa refrenu „nie ma, nie ma, nie ma, nie ma, nie ma” pozwolą mu zrozumieć, że karykaturalnie sportretowana postać męska wyraża ambicje muzycznego widowiska, by być głosem w dyskursie współczesnej myśli feministycznej.

Celem interpretacji plakatu, dokonywanej w przestrzeni ulicy, jest przyjęcie lub odrzucenie prezentowanej oferty. „Chwytność” bodźców wizualnych i przyjemność odczuwana pod wpływem ich odbioru przekładają się na decyzję odbiorcy.

Skorzystanie z plakatowej oferty to warunek interpretacji plakatu, w której widz dokonuje oceny artystycznego wyobrażenia o przedmiocie reklamy z nim samym. Tego typu działanie wiąże się już nie tyle z funkcjonalnością posteru, ile z odkrywaniem związków budujących go znaków z ideą i estetyką promowanej oferty. Z oczywistych względów, nie mogąc się tu odwołać do widowiska reklamowanego pracą Kai (*g*)*DZIE-CI FACECI*, dam jedną jego namiastkę w postaci zapowiedzi spektaklu, którą Teatr Wybrzeże umieścił na stronie internetowej. Podkreśliłam w niej fragmenty wskazujące na odwołania do tekstów piosenek wykorzystanych w scenariuszu muzycznego widowiska i podałam ich tytuły.

One już od wielu lat nie tylko śpiewają – ale całkiem serio pytają, wołają, krzyczą – Gdzie ci mężczyźni? (1.)! Im jeszcze ciągle się wydaje, że kobietę trzeba trzymać krótko (2.), z ułańską fantazją chodzą na piwko naprzeciwno (3.) i biawią się, jak szwoleżerowie (4.) – pocieszenie znajdując nie tylko w używkach i ramionach innych kobiet (5.), ale i stwierdzeniu, że z dziewczynami to nigdy nie wie się... (6.) A przecież miał być ślub, a potem wesele... (7.) Ale one już wcześniej deklarowały, że nie mają woli do zamęścia (8.), żeby się o nie nie martwić (9.), i że wymienią ich na lepsze modele (10.). Szydziły, drwiły, wytykały, miały swoje małżeńskie filozofie. A oni odślaniając swe wnętrza – oddawali im

1. *Gdzie ci mężczyźni?*, 1974, słowa Jan Pietrzak, muzyka Włodzimierz Korcz, wykonanie Danuta Rinn.
2. *Kobietę trzeba trzymać krótko*, 1990, słowa Jacek Janczarski, muzyka Janusz Bogacki, wykonanie Piotr Fronczewski.
3. *Chodź na piwko*, 1937, słowa Władysław Szlengel, muzyka Bolesław Mucman, wykonanie m.in. Stasiek Wielanek.
4. *Szwolężerowie*, I połowa XX wieku, słowa Julian Tuwim, muzyka Stransky.
5. *Przytul mnie*, 1980, słowa Marek Dutkiewicz, muzyka Sławomir Łosowski, wykonanie Kombi.

serca i ciała – a im ciągle było mało (11.). I marzyły o księżu z bajki, dla którego będą jedną jedyną i niezauważalnie oddawały się w ręce zręcznych manipulaterek, które przewodziły im w budowie nowego, lepszego świata. Takiego bez paskudnych białych samców. I teraz w tym krajobrazie po bitwie, (...) muszą się zmierzyć ze stadem (...) sfeminizowanych osobników marzących, jak i one o byciu... prawdziwą kobietą! No i gdzie ci faceci? Taki (...) scenariusz się nam ułożył z kilkudziesięciu popularnych i mniej znanych polskich piosenek, stworzonych przez naszych najwybitniejszych tekściarzy i kompozytorów. Postaramy się śpiewająco przyrzec postępującemu tzw. kryzysowi męskości, ideologiom i ideolozkom feministycznym i wszelkim aspektom wojny płci – pół żartem – pół serio, z przymrużeniem oka<sup>34</sup>.

6. *Bo z dziewczynami*, 1975, słowa Andrzej Bianusz, muzyka Stefan Rembowski, wykonanie Jerzy Połomski.
7. *Miał być ślub*, 2006, słowa Anna Dąbrowska, muzyka Bartłomiej Kapłoński, wykonanie Monika Brodka.
8. *Nie mam woli do zamęścia*, 1974, słowa Adam Kreczmar, muzyka Adam Sławiński, wykonanie Łucja Prus.
9. *O mnie się nie martw*, 1964, słowa Kazimierz Winkler, muzyka Józef Krzeczek, wykonanie Katarzyna Sobczyk.
10. *Lepszy model*, 2002, słowa Reni Jusis, muzyka Piotr Siejka, wykonanie Kasia Klich.
11. *To tylko tango*, 1983, słowa Olga Jackowska, muzyka Marek Jackowski/ Ryszard Olesiński, wykonanie Maanam.

Jak widać, spektakl został zmontowany z piosenek dobranych według klucza pozwalającego odtworzyć przestrzeń współczesnych damsko-męskich relacji. Poszczególne teksty układają się w głosy kobiet i mężczyzn i opowiadają o nadziejach i rozczarowaniach względem płci przeciwnej, a zarazem charakteryzują samych mówiących. Mężczyźni jawią się tu w rozmaitych odstonach. Są egoistycznymi uwodzicielami (*Kobietę trzeba trzymać krótko*, *Miał być ślub*, *To tylko tango*), lekkoduchami szukającymi alkoholowej rozrywki (*Chodź na piwko*), spadkobiercami romantyków marzących o ojczyźnie i ukochanej (*Szwolężerowie*), ogarniętymi rozpaczą dekadentami (*Przytul mnie*), ofarami kobiecych kaprysów (*Bo z dziewczynami*). Pozbawione męskiego oparcia (*Gdzie ci mężczyźni?*) kobiety próbują się uniezależnić (*O mnie się nie martw*).

<sup>35</sup> <http://www.teatrwybrzeze.pl/spektakle/gdzie-ci-faceci> (dostęp: 11.05.2021).

Szukają nowych możliwości, dystansując się wobec małżeńskich „sideł” (*Nie mam woli do zamęścia*). Stają się też wymagające (*Lepszy model*) i otwarcie mówią o własnych niespełnieniach (*O mnie się nie martw*).

Rozpisany na „wokalne” racje spór spina tytuł nawiązujący do piosenki *Gdzie ci mężczyźni?*. Uczynienie go „imieniem” spektaklu świadczy, że twórcy nie mają ambicji rozsądzania konfliktu, lecz pragną postawić widzowi pytanie o wizerunek mężczyzny w czasach feministycznych przewartościowań. Taki właśnie zamysł reżyserski został odzwierciedlony na różnych płaszczyznach plakatu Ryszarda Kai (*g*)*DZIE-CI FACECI*: organizacji planów, konstrukcji elementów symbolicznych, kolorystyki, wiązania tworzyw artystycznych. Karykaturalna postać jest tu syntetycznym obrazem różnych wizerunków współczesnego mężczyzny, wynikających zarówno z samookreślenia się, jak i z odbicia w oczach kobiet. Tło, na którym bohater został ujęty, jest znakiem „krajobrazu po bitwie” płci, rozpadu dawnych relacji męsko-damskich. Podkreśla to także zestawienie na nieboskłonie dwu ciał niebieskich – księżycy i słońca. Pierwsze, ukazane w pełni, unosi się nad horyzontem, drugie, jakby w zaćmieniu, zostało usytuowane nad głową mężczyzny niczym oderwana aureola. Rozmiar pożogi podkreślają posępna kolorystyka i masywne znaki językowe, zdające się być cokołem dźwigającym pomnikową statwę mężczyzny.

Jak widać na przykładzie plakatu Kai, artystyczne naddanie plakatu otwiera go na rozmaite konteksty. Sprawia też, że jest semantycznie pojemny i estetycznie misterny. Dzięki temu nawet w oderwaniu od przedmiotu odniesienia posiada duży potencjał sensotwórczy i może zaspokajać głód patrzenia, jak czynią to obrazy malarskie. To unieśmiertelnia plakat. Po wygaśnięciu oferty handlowej następuje zmiana jego *entourage'u*. Z ulicy przenosi się do muzeum, gdzie, podobnie jak dzieła innych dziedzin twórczości, będzie trwał wiecznie, świadcząc zarazem, iż załączkiem sztuki są także potrzeby materialne: handel, zbyt i zysk.

## **Literatura i plakat. Korespondencja sztuk**

*Literatura i plakat* stanowi piątą już część cyklu *Korespondencja sztuk*, w którym dotychczas ukazały się: *Literatura i malarstwo*, *Literatura i architektura*, *Literatura i muzyka* oraz *Literatura i taniec*. Celem serii jest zaprezentowanie i analiza powiązań między literaturą a innymi dziedzinami twórczości artystycznej.

W niniejszej części *Korespondencji sztuk* przedmiotem obserwacji są relacje literatury i plakatu ujęte z perspektywy:

- ich narodzin, istoty, wyróżników,
- podobieństw i odmienności w zakresie materii twórczej,
- klasyfikacji i odmian plakatu,
- miejsca obydwu dziedzin twórczości w genealogii sztuk,
- funkcji oraz przekształcania języka w przestrzeni plakatu,
- analizy i interpretacji („czytania”) posteru,
- konstruowania werbalnych i ikonicznych figur stylistycznych,
- typów uobecniania dzieł literackich w posterze,
- oddziaływania plakatu na literaturę,
- przekładu intersemiotycznego,
- wpływu posteru na książkę (jako nośnik słowa pisanego), a także na sztukę i kulturę.

Wymienionym zagadnieniom podporządkowana jest selekcja materiału werbalnego i ikonicznego, stanowiącego przedmiot badań, analiz i interpretacji. Materiał ten zaczerpnięto z wielu kultur (polskiej i powszechnej) oraz wielu okresów chronologicznych (od starożytności po współczesność). Informacje o jego twórcach zamieszczono w kończącej *Literaturę i plakat* części *Noty o autorach*.

Zgromadzone egzemplifikacje ujęto w dziewięć rozdziałów. Prezentują one zagadnienia składające się na zjawisko korespondencji literatury i plakatu, sygnalizowane w poprzedzających je wstępach, i zostały uporządkowane w system wiedzy na ten temat. Przejrzystości dyskursu poszczególnych rozdziałów

ma służyć ich podział na moduły poświęcone części omawianego w danym rozdziale zagadnienia. Każdy z nich składa się z wprowadzenia, fragmentu (lub całości) dzieła literackiego wraz z reprodukcją korespondującego z tekstem plakatu oraz niezbędnych urywków ich opracowań, a kończy autorskim komentarzem interpretacyjnym.

W wielu modułach budowanie pasma wiedzy o pograniczu literatury i plakatu odbywa się w nawiązaniu do świata cywilizacji i kultury. Stąd obecność na kartach monografii także pozaliterackich i pozaplakatowych tekstów kultury (np. reprodukcji dzieł malarskich, fotografii, rzeźb, kadrów filmowych, reklam, druków akcydentalnych). Ich włączenie w obręb pracy ma ukazywać artystyczną złożoność opisywanego zjawiska, jego zakorzenienie w rozmaitych sferach estetycznej i pozaestetycznej działalności człowieka. Jego zadaniem jest ukazanie odbiorcy procesu korespondencji sztuk z szerszej perspektywy, jako części procesu przekształceń dokonywanego się w tyglu sztuki i kultury.

Wyjaśnieniu powiązań literatury i plakatu ma służyć także niniejszy *Wstęp*. Jego część, poprzedzająca informacje na temat kompozycji monografii, odwołuje się do treści rozdziałów i modułów, dopowiadając je i sytuując z innej perspektywy. Ma to pozwolić czytelnikowi spojrzeć na narodziny, uwarunkowania i ewolucję korespondencji literatury i plakatu jako na zjawiska, które na zawsze odmieniły dzieje sztuki słowa i wpłynęły na jej zdolność i „potrzebę” współistnienia ze sztuką. Ma zobrazować fragment procesu konieczności i biegu zmian w twórczości artystycznej.

Poruszaniu się odbiorcy po zróżnicowanym artystycznie i wielopoziomym świecie tekstów kultury służy graficzne uporządkowanie monografii. Zostało ono wypracowane w poprzednich częściach serii *Korespondencja sztuk*. Dotyczy zarówno kompozycji poszczególnych elementów monografii, jak i niejednorodnej pod względem kroju, wielkości i kolorystyki czcionki zapisu. Teksty literackie (lub ich części) zestawiane z plakatami, a także fragmenty opracowań objaśniające „zderzane” dzieła sztuki zaprezentowano czcionką czarną. Utwory z zakresu literatury pięknej zostały poprzedzone informacją o źródle, a źródła opracowań podano pod tekstem. Pozwoliło to „odciążyć” informacyjnie przypisy, ograniczyć je do objaśnień związanych z treścią przytaczanych przekazów. Komentarz autorski wyróżniono z dwuskładnikowej warstwy materiału eksplikacyjnego czcionką koloru niebieskiego.

Graficzny sposób przekazu treści w *Literaturze i plakacie* wynika przede wszystkim z dążenia do przejrzystości wywodu. Warto jednak wspomnieć, że typografia monografii łączy się także ze zmianami estetycznymi, jakie dokonują się we współczesnej książce (nośniku dzieła literackiego) pod wpływem sztuki

plakatu. Zjawisko to dotyczy nie tylko literatury pięknej, ale także publikacji naukowych, czego przykładem jest monografia Doroty Folgi-Januszewskiej *Oto sztuka polskiego plakatu*, wydana w 2018 roku.

\* \* \*

W tym miejscu składam serdeczne podziękowania Recenzetkom mojej pracy, dr hab. prof. UAM Anecie Grodeckiej oraz prof. dr hab. Alicji Jakubowskiej-Ożóg, a także Pani Aleksandrze Oleksiak z Muzeum Plakatu w Wilanowie za życzliwość i pomoc w opracowaniu monografii.





# Narodziny plakatu

*Słowo 'plakat' wywodzi się od francuskiego placard, powstałego od plaquer (przyciskać coś do czegoś), pochodzącego z kolei od plaque (płyt[k]a, tabliczka). Oznacza artystyczny druk ogłoszeniowy będący połączeniem przekazu werbalnego oraz ikonicznego, eksponowany w miejscach publicznych w celu zachęcenia do skorzystania z obwieszanego komunikatu lub reklamowanego produktu.*

*Z definicji plakatu wynika, że jest on tworem sytuującym się na pograniczu sztuki i reklamy, z etymologii – że technika jego powstawania wiąże się z powielaniem artystycznego przekazu.*

*W odróżnieniu od innych dziedzin twórczości, plakat ma charakter nie tylko estetyczny, ale i marketingowy. Jest sztuką reklamy, a więc wyrazem oferowanego produktu lub wydarzenia. Łącząc artyzm z użytecznością, demokratyzuje sztukę, wyprowadza ją z bibliotek i sal koncertowych na ulice. Obytych ze sztuką porusza niezwykłością informacji o najnowszych artystycznych zdarzeniach, a mniej obeznanych wprowadza do świata kultury. Jest dziedziną sztuki, a zarazem jej „posłańcem”, który objawia się przechodniom w ulicznej ikonosferze, skąd przenika do wyobraźni masowego odbiorcy.*



# Awans reklamy – afisz

Załączkiem sztuk jest potrzeba ekspresji myśli i uczuć, załączkiem plakatu natomiast – reklama.

Pojawiła się ona w momencie organizowania się systemu gospodarczego i handlu. Zrodziła się z potrzeby przekazania informacji o posiadanym produkcie i gotowości wymiany na inne dobra. Jej główną formą była prezentacja oferowanego towaru bądź informacja słowna (mówiona) o nim.

Wynalezienie druku przez Johanesa Gutenberga w XV wieku zrewolucjonizowało reklamę. Odtąd przekaz mógł być prezentowany w postaci słowa drukowanego, łatwego w powielaniu i rozprzestrzenianiu. Dało to asumpt do rozwoju poligrafii, książek, czasopism, druków akcydensowych. Tak narodził się afisz, zawiązek współczesnego plakatu.

Słowo „afisz” (fr. *affiche*) przywędrowało do Polski w XVIII wieku, „kiedy coraz częściej zaczęli kraj nawiedzać rozmaicie koncertanci, aktorzy i hecarze”<sup>36</sup>. Dzięki afiszom informowano o wydarzeniach artystycznych, rozrywkowych, społecznych.

W połowie XIX wieku afisz zyskał „sprzymierzeńca” w postaci słupa ogłoszeniowego. Jego pomysłodawcą był niemiecki wydawca i drukarz Ernst Litfass,



Afisz o fajerwerku z dnia 15 września 1781

<sup>36</sup> Zygmunt Gloger, *Encyklopedia staropolska ilustrowana*, t. I, wstęp J. Krzyżanowski, Warszawa 1978, s. 13.

który w 1855 roku ustawił na jednej z berlińskich ulic wolno stojącą kolumnę służącą do przekazywania informacji przechodniom. Odtąd afisz, a później plakat, zyskały podstawowe miejsce ekspozycji. Ten wynalazek szybko wpisał się w pejzaż miejski, stając się jego nieodłączną częścią.

Relacjonując swe wrażenia związane z pobytem w Berlinie w 1895 roku, Bolesław Prus pisał na łamach „Kuriera Codziennego” z 1896 roku: „Są grube słupy ogłoszeniowe, jak u nas, pokryte afiszami z dziedziny sztuki, przemysłu, handlu”<sup>37</sup>. Podobne słupy postrzega w Paryżu Stanisław Wokulski, bohater *Lalki*: „Na ulicach co krok wyrasta albo drzewo, albo latarnia, albo kiosk, albo kolumna zakończona kulą”<sup>38</sup>.



**Słup ogłoszeniowy na znaczku Deutsche Post wydanym z okazji 125. rocznicy ustawienia pierwszego słupa ogłoszeniowego na ulicy Berlina**

<sup>37</sup> B. Prus, *Kartki z podróży [Berlin]*, w: *Kartki z podróży*, t. II, Warszawa 1950, s. 181.

<sup>38</sup> Idem, *Lalka*, t. II, Warszawa 1975, s. 47.

## Leopold Staff

### Afisz

L. Staff, *Afisz*, w: idem, *Wysokie drzewa, Martwa pogoda, Barwa miodu, Wiklina*, Warszawa 1955, s. 83.

#### Wiersz z tomu *Wysokie drzewa* (1932).

Nie do zniesienia męka i ohyda:  
Spowiadać ciągle swoją treść nie Bogu,  
Lecz byle lutra<sup>39</sup>, katolika, żyda<sup>40</sup>  
Oczom obnażać się na każdym rogu.

Nie móc nic ukryć, przemilczeć, zataić,  
Tylko jaskrawą, bezwstydną przechwałką,  
Ciągle zalecać się, namawiać, raić<sup>41</sup>,  
Milczeniem warczeć i bić w łeb jak pałką.

Oczy przechodnia zahaczam harpunem<sup>42</sup>,  
Kąsam jak kłami i smagam jak biczem,  
Aż zmyty deszczem, jak ptak z wiatrem frunę,  
Aby lec w błocie zmiętą szmatą, niczem.

Rajfur<sup>43</sup> bezczelny, stręczyciel kuszący,  
Natręt zaczepny jestem, a bezbronny...  
Wiecznie i wszędzie o wszystkim krzyczący,  
A beznadziejnie zawsze jednostronny.

Plakat artystyczny należy do współczesnej cywilizacji. Ale załóżkowe formy plakatu sięgają czasów, kiedy zjawiała się potrzeba publicznego anonsowania pisemem ważnych wiadomości i apeli. Ślady drukowanej informacji w postaci afisza znajdujemy już w XV wieku.

Autorstwo afisza należało całkowicie do drukarza. Stosownie do życzeń zamawiającego dobierał on odpowiednie czcionki, kierując się przy układzie przyjętą konwencją i własnym smakiem. Zwyczaj nakazywał uzupełniać tekst

---

<sup>39</sup> Luter (małą literą) – dawniej pogardliwie o luteraninie; od: Marcin Luter (1483–1546), niemiecki teolog i reformator religijny, współtwórca luteranizmu.

<sup>40</sup> Żyd (małą literą) – wyznawca judaizmu.

<sup>41</sup> Raić – polecać kogoś lub coś.

<sup>42</sup> Harpun – oszczep z liną używany do polowania na duże zwierzęta morskie.

<sup>43</sup> Rajfur – stręczyciel, człowiek pośredniczący przy zbyciu towaru.

ornamentem, najczęściej bordiurą<sup>44</sup> składaną z elementów drukarskich – geometrycznych i roślinnych. Forma taka przyjęła się w teatrze i afisz zachował ją na przestrzeni XVIII i XIX wieku bez mała w całej Europie.

Na równi z afiszem znane były inne drukowane ogłoszenia, wykonywane techniką drzeworytniczą lub metalową (na podobieństwo rycin ludowych), które można uznać za pierwowzory plakatu. Służyły one głównie dla celów propagandy i reklamy. Zamawiały je władze wojskowe werbujące najemnych żołnierzy, cyrki, trupy teatralne, loterie itd.

Do pierwowzorów plakatu należały także ulotki małych formatów, wywieszane albo kolportowane z rąk do rąk.

S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 7.

W afiszach informacja o anonowanym wydarzeniu jest przekazywana dzięki kompozycji literowej, której często towarzyszą nierozbudowane formy graficzne o charakterze ozdobnym, na przykład w postaci ornamentu, linii, logo. Ta forma przekazu przypomina więc rozwinięty zapis z pojedynczej kartki książki drukowanej. Jednak w porównaniu z nią stanowi skończoną całość, a więc jest tekstem kultury, a nie jego fragmentem. W odróżnieniu od przekazu zawartego na stronie książkowej to też połączenie kompozycji literowej ze znakami niewerbalnymi. Druk natomiast, który w wolumenie jest jedynie nośnikiem treści, zostaje w nim dopełniony walorami plastycznymi. Konsekwencją zróżnicowanego kroju i wielkości czcionki oraz różnorodności graficznego uporządkowania tekstu afisza jest jego „przesunięcie” w kierunku obrazu.

O lekturze książki drukowanej czytelnik decyduje osobiście i świadomie, odbiór afisza jest na ogół przypadkowy, narzucony przez sposób umieszczenia go w przestrzeni. Plastyczny wymiar kompozycji literowej i jej dopełnienie znakami niejęzykowymi służą pochwyceniu spojrzeń przechodniów. Tym zaś, dla których pośpiech lub brak biegłości odbioru stanowią przeszkodę, ułatwia lekturę przez graficzne eksponowanie i porządkowanie poszczególnych informacji.

---

<sup>44</sup> Bordiura – ozdobne obrzeżenie stosowane w kompozycjach malarskich, rzeźbiarskich i graficznych.

## Awans afisza – plakat

Przemiany w sztuce użytkowej i artystycznej od XVI stulecia doprowadziły do przekształcenia afisza w plakat. W nowej formie ekspresji nastąpiło przeniesienie ciężaru informacyjnego ze słowa na obraz oraz zbliżenie elementów werbalnych do formy plastycznej.

Zachęcające perspektywy dla powielania rycin otwiera wynaleziona w 1795 roku przez Aloisa Senefeldera<sup>45</sup> technika litografii<sup>46</sup> czarno-białej, następnie udoskonalonej – kolorowej. Afisz zwiększa swe wymiary, opuszcza wnętrza, pojawia się na ulicach. Zmiana miejsca ekspozycji pociąga za sobą dalsze następstwa: afisz przekształca się stopniowo w plakat, w dzieło komponowane przez artystę<sup>47</sup>.

S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 7.

Nowa forma przekazu kodowała znaczenia także dzięki wizualizacji. Uplastycznione słowo pojawiało się jako dopełnienie tego, czego unaocznianie nie potrafiło wyrazić.

Splatając we wspólnym przekazie tworzywo językowe i plastyczne, plakat czynił z odbiorcy czytelnika i widza zarazem. Słowo podnosił do rangi obrazu, a obrazowi nadawał moc słowa.

Przepoczwarzając się w piękną królową, plakat pozostał wierny naturalnemu środowisku swego poprzednika, afisza. Tak jak on był lokowany na ulicznych słupach ogłoszeniowych, witrynach i parkanach. To tu po raz pierwszy spotykali się z nim zarówno przeciętni zjadacze chleba, jak i jego konesery oraz twórcy.

Bardzo dawno temu przydarzyła mi się rzecz niezwykła: spotkałem na ulicy skrzydlatego wielbłąda. I zakochałem się w nim. Miłość od pierwszego

---

<sup>45</sup> Alois Senefelder (1771–1834), niemiecki grafik czeskiego pochodzenia; wynalazca m.in. litografii i prasy wrzecionowej.

<sup>46</sup> Litografia – technika graficznego druku płaskiego, w której rysunek przeznaczony do odbicia ryciny wykonuje się na kamieniu litograficznym; także odbitka wykonana tą techniką.

<sup>47</sup> Zob. *Noty o autorach*.





Henri de Toulouse-Lautrec<sup>46</sup>, *Jane Avril w Jardin de Paris*, 1893, plakat kabaretowy

wejrzenia. Rzecz bez precedensu w historii naturalnej, stwór taki nie był dotąd notowany. Istnieje on jednak w sztukach wizualnych. To plakat. Skrzydlaty wielbłąd? Dlaczego? Popatrzmy bliżej. Do jakiej kategorii, gatunku, zaliczyć plakat?

Narodził się nie wiadomo kiedy, jako zadrukowana, ulotna informacja, obwieszczenie, później prosperował na ulicy jako reklama. Dopóki nie nobilitował go i wprowadził na salony zarezerwowane wyłącznie dla „sztuk pięknych” Toulouse-Lautrec.

Ostatecznie w ciągu ostatnich dziesięcioleci wszedł do stałych kolekcji muzeów, ba, posiada już własne muzea tylko jemu poświęcone. Tak więc mamy naszego skrzydatego wielbłąda, odległego krewniaka Pegaza<sup>48</sup>.

Ale mimo wszystko to jednak tylko wielbłąd! Stworzenie dziwne,

jakby dwuznaczne. Podejrzewam, że właśnie dlatego mnie pociągał, kusił. Lubiałem zawsze takie pogranicza gatunków. Korciło mnie, aby te pospolite, plebejskie emancypować, nadawać im nowy sens, inne treści. To zrobił już kiedyś Toulouse-Lautrec z plakatem. Czy w końcu nie to samo robił w kinie Chaplin<sup>49</sup>?

Plakat jest malarstwem (dla mnie na przykład) i nie jest. W zasadzie spełnia określone funkcje, czasem nie spełnia żadnych.

Jego dwuznaczna natura, podwójna osobowość związana z reklamą i biznesem jest niezaprzeczalnym faktem. Niekiedy przekazuje on informacje, agituje,

<sup>48</sup> Pegaz – w mitologii greckiej skrzydlaty koń; wyskoczył z głowy Meduzy ściętej przez Perseusza; uznawany za symbol natchnienia poetyckiego.

<sup>49</sup> Chaplin – Charles Chaplin (1889–1977), angielski aktor, scenarzysta i reżyser filmowy; twórca wielu klasycznych komedii filmowych, w których grał liryczną postać szarego człowieka, wyrażającego gorzką prawdę w swojej epoce (*Brzdąc*, 1920; *Gorączka złota*, 1925; *Światła wielkiego miasta*, 1931).

namawia, ale często pozostaje tylko dekoracyjną ozdobą jakiegoś wydarzenia czy produktu.

Innymi słowy jest ani tu, ani tam. Ni pies, ni wydra. Jedno co pewne, jest powielany w setkach, tysiącach egzemplarzy na papierze najrozmaitszymi środkami reprodukcji. I to, że występuje na ulicy. Ale i to nie jest już dziś zasadą; istnieją plakaty występujące tylko we wnętrzach i takie, które w ogóle nigdzie nie występują.

Równie trudno jest zdefiniować dokładnie funkcje i zadania plakatu. W poszukiwaniu definicji wkraczamy na pole minowe przeciwieństw. Albo znajdujemy plakat totalnie podporządkowany komercyjnym wymogom i restrykcjom, co prowadzi w efekcie do zaniku wszelkich ambicji artystycznych. Albo stwierdzamy krańcowe zerwanie z wszelkimi utylitarnymi funkcjami, programową niechęć autora do wyrażania czegokolwiek poza sobą. Tak więc plakat balansuje na ostrzu noża. Ta akrobatyka wydaje się w rezultacie sensem jego bytu! Celem samym w sobie.

J. Lenica, *Wypowiedź artysty*, w: *Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. prow. K. Spiegel, Warszawa 1996, s. 64–66.

Inspiracje artystyczne nie tylko doprowadziły do przekształcenia się afisza w plakat, ale też umożliwiły plakatowi przeobrażenie się w samodzielną dziedzinę sztuki.

Tworzywem plakatu jest słowo ujęte ikonicznie i splecione z obrazem uzyskiwanym za pomocą rozmaitych technik. Dzięki temu powiązaniu plakat pełni funkcję artystycznej reklamy, estetycznego i intelektualno-emocjonalnego środka transponowania na grunt sztuki tego, co przynależy sferze zarówno codziennej (reklama produktów handlowych), jak i artystycznej (reklama dzieł teatralnych, filmowych, muzycznych itp.). To drugie zadanie czyni z plakatu metaartystyczny znak innych dziedzin twórczości – sztukę Sztuki.

## Kolebka plakatu

Plakat narodził się na ulicach francuskiej stolicy w drugiej połowie XIX wieku. Rozwój przemysłu i bogacenie się mieszczaństwa sprawiły, że tłumy paryżan przemierzały codziennie bulwary w poszukiwaniu towarów, rozrywki i wrażeń artystycznych. Jako przechodnie stawali się smacznym kąskiem dla ówczesnych kupców, rzemieślników, dyrektorów teatrów, oper, muzeów, galerii, cyrków. Aby zachęcić do korzystania z bogatej oferty handlowej i kulturalnej, przekształcono wystawy sklepowe w witryny, a na bulwarach ustawiono słupy ogłoszeniowe. Zaktywizowano też postaćców, którzy pieszo i dorożkami, jako żywe reklamy, przemierzali gwarne ulice w poszukiwaniu bogatej i żądnej wrażeń klienteli.

Camille Pissarro<sup>49</sup>,  
*Boulevard Montmartre*,  
1897, Ermitaż, Sankt  
Petersburg



<sup>50</sup> Pissarro – Camille Pissarro (1830–1903), francuski malarz i grafik; przedstawiciel impresjonizmu, później neoimpresjonizmu. Malował pejzaże miejskie (*Avenue de l'Opera. Padający śnieg, rano*, 1898), sceny rodzajowe (*Zbiór jabłek*, 1888), portrety (*Portret Cézanne'a*, 1874).

Kluczem do sukcesu okazał się afisz. „Wystrojono” go w nowe piórka: zwiększono powierzchnię informacyjną i dodano barwną warstwę ilustracyjną. W nowym przebraniu stał się plakatem. Od razu ściągnął spojrzenia przechodniów i stał się atrakcyjnym elementem paryskiej ikonosfery. Poszedł w świat.

**Emil Zola**<sup>51</sup>

### *Wszystko dla pań*

E. Zola, *Wszystko dla pań*, t. I, przeł. Z. Matuszewicz, Warszawa 1954, s. 103–104.

Fragment powieści *Wszystko dla pań* (1883), stanowiącej część dwudziestotomowego cyklu *Rougon-Macquartowie* (1871–1893). Utwór ukazuje mechanizm funkcjonowania dziewiętnastowiecznego paryskiego magazynu handlowego „Wszystko dla pań”. Jest metaforą społeczeństwa konsumpcyjnego, w którym bogata oferta towarowa służy zaspokajaniu żądzy nabywania produktów uznawanej za miernik społecznego prestiżu.

Na ulicy Neuve-Saint-Augustin oraz na placu Gaillon, gdzie miały zatrzymywać się pojazdy, o godzinie dziewiątej stały dopiero dwie dorożki. Jedyne mieszkańcy okoliczni, a zwłaszcza drobni kupcy, poruszeni takim przepychem flag i innych dekoracyjnych akcesoriów, tworzyli przed drzwiami sklepów i na rogach ulic małe grupki, zadzierając głowy ku magazynowi „Wszystko dla pań” i wymieniając między sobą cierpkie uwagi. Najbardziej oburzała ich platforma, jedna z czterech zakupionych niedawno przez Moureta, stojąca na ulicy Michodiere, przed biurem ekspedycji: był to pojazd malowany na zielono, z żółtymi i czerwonymi ozdobami, a jego grubo lakierowane boczne deski nabierały w świetle słonecznym złotych i purpurowych blasków. Błyszczący świeżością, miał na każdym z czterech boków wypisaną nazwę magazynu, a oprócz tego umieszczono na nim wielki plakat ogłaszający datę rozpoczęcia wyprzedaży. Wóz ruszył właśnie, ciągnięty przez wspaniałe utrzymanego konia i naładowany paczkami, które pozostały z dnia poprzedniego. Baudu, stojąc na progu swojego sklepu z pozieleniałą twarzą, patrzył na oddalający się wóz, dopóki ten nie zniknął na zakręcie bulwaru, obwożąc po Paryżu znienawidzoną nazwę magazynu „Wszystko dla pań”.

---

<sup>51</sup> Zob. *Noty o autorach*.



Jules Chéret<sup>53</sup>, *Quinquina Dubonnet*, 1895, plakat reklamowy

Najstarsze francuskie plakaty przedstawiają luksusowe produkty, artystów cyrkowych, tancerki, a także samych bywalców kabaretów. W chwili powstania stanowiły swoisty obraz towarów, który wypełniał przestrzeń ulicy. Dziś zostały przeniesione do galerii i muzeów. Wyswobodzone z funkcjonalności, emanują gorączką swoich czasów zatrzymaną w pięknej, artystycznej formie.

---

<sup>52</sup> Zob. *Noty o autorach*.

## Chéret<sup>53</sup> i Lautrec<sup>54</sup> – prekursorzy nowej sztuki

Nim plakat w pełni wyzwolił się z szat graficznych afisza, istniał na pograniczu obydwu tych form wyrazu. Wiele zawdzięczał wówczas Francuzom: drukarzowi i wydawcy Rauchonowi oraz malarzowi Paulowi Baudry'emu, którzy wspólnie wykorzystywali w reklamach jednobarwną litografię<sup>55</sup>. Momentem zwrotnym w awansie afisza do rangi przedmiotu artystycznego i odrębnej dziedziny sztuki było zastosowanie barwnej litografii. Dokonał tego Jules Chéret, jemu więc przysługuje miano „ojca plakatu”.

Ton paryskiej ulicy nadawał w tym czasie Jules Chéret (1836–1932). Po dłuższym pobycie w Londynie, gdzie poznał dokładnie arkana wielobarwnej litografii, w 1867 roku powrócił do Paryża z zamiarem przeszczepienia tego wynalazku na rodzimy grunt. Do roku 1900 zaprojektował i osobiście wykonał na kamieniu przeszło 900 plakatów. (...) Chéret, litograf z zawodu, nigdzie nie pobierał nauk w zakresie sztuk pięknych. Opanował jednak biegle warsztat rysownika, posiadał też wyczucie mody, co zapewniało mu stałe powodzenie. Od dotychczasowych rysowników i ilustratorów różnił się nie tylko znajomością kolorowej litografii. Był pierwszym, który zainicjował rodzaj ulicznego obrazu dla publiczności nieobyczej ze sztuką, dając jej namiastkę doznań artystycznych, tak jak czyniła to ludowa twórczość anonimowa – muzykantów, sztukmistrzów, cyrkowców, obrazników z jarmarcznych odpustów i festynów ludowych. Ludowość Chéréta należy do folkloru wybitnie wielkomiejskiego, przenikającego w końcu ubiegłego stulecia do sztuki profesjonalnej. (...)

Żartobliwe, czasem frywolne i bardzo kolorowe plakaty na ulicy – to była nowość zwracająca powszechnie uwagę przechodniów. Przyjęły się, więc zamawiano coraz to inne. Stały się jednym z elementów kształtujących wygląd bogacącego się Paryża, dodawały mu wdzięku i młodości. Jakkolwiek Chéret

---

<sup>53</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>54</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>55</sup> S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, op. cit., s. 7.

pierwszy ukazał możliwości zastosowania kolorowej litografii, kto inny uczynił z tej możliwości sztukę.

Po rzemieślnikach, rysownikach, litografach, artystach-samoukach, plakat ściągnął na siebie uwagę malarzy – Pierre’a Bonnarda<sup>56</sup>, Edouarda Vuillarda<sup>57</sup>, Jacques’a Villona<sup>58</sup>, Théophile’a Alexandre’a Steinlena<sup>59</sup>, Henriego de Toulouse-Lautreca, Alfonsa Muchy<sup>60</sup>, Leonetta Cappelii<sup>61</sup>. (...) Jednakże dopiero twórczość Toulouse-Lautreca (1864–1901) zapoczątkowała proces samookreślenia plakatu, jego artystycznej nobilitacji.

S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 8–9.

Chéret zapoczątkował nową dziedzinę twórczości, a Toulouse-Lautrec wzniósł ją na artystyczne wyżyny. Drogi obydwu artystów zeszyły się w twórczym „pojedynku” na artystyczną reklamę słynnego paryskiego kabaretu Moulin Rouge<sup>62</sup>. Otwarcie kabaretu ogłaszano plakatem Chéreta *Bal du Moulin Rouge* (1889). Ponieważ jednak „czerwony wiatrak, ku któremu zdąża na osłach gromada ładniutkich «chéretok», nie był dość wyrazisty, by stał się znakiem firmowym

---

<sup>56</sup> Bonnard – Pierre Bonnard (1867–1947), francuski malarz, grafik, ilustrator, twórca plakatów teatralnych, scenograf. Był jednym z najwybitniejszych dwudziestowiecznych kolorystów. Tworzył sceny rodzajowe (*List*, 1906), akty kobiece we wnętrzach (*Akt pod światło*, ok. 1919), pejzaże (*Lato w Normandii*, ok. 1912).

<sup>57</sup> Edouard Vuillard (1868–1940), francuski malarz i grafik. Tworzył dekoracyjne kompozycje figuralne o płaskiej formie i bogatym lecz przytłumionym kolorycie (*W łóżku*, 1891; *Ogrody paryskie*, 1894), wnętrza ze scenkami rodzajowymi (*Wnętrze*, 1899), martwe natury.

<sup>58</sup> Jacques Villon – właśc. Gaston Duchamp (1875–1963), francuski malarz i grafik, brat Marcela Duchampa i Raymonda Duchampa-Villona. Autor kompozycji o zgeometryzowanej formie (*Żołnierz w marszu*, 1913), abstrakcyjnych (*Kompozycja niebiesko-żółta*, 1921).

<sup>59</sup> Theophil Steinlen (1859–1923), francuski malarz i grafik pochodzenia szwajcarskiego. Tworzył rysunki, plakaty (*Mothu et Doria*), ilustracje książkowe. Reprezentant realizmu w sztuce; autor prac ukazujących życie proletariatu wielkomiastowego.

<sup>60</sup> Alfons Mucha – zob. *Noty o autorach*.

<sup>61</sup> Leonetto Cappiello (1875–1942), francuski grafik pochodzenia włoskiego. Autor karykatur, rysunków, ilustracji, malowideł ściennych. Największą sławę osiągnął w dziedzinie plakatu (*Frou-Frou*, 1899; *Folies Bergère*, 1900).

<sup>62</sup> Moulin Rouge (pol. Czerwony Młyn), francuski kabaret otwarty w 1889 roku przez Josepha Ollera i jego współpracownika Charles’a Zidlera, położony w pobliżu Montmartre; jego znakiem rozpoznawczym jest czerwona imitacja młyna umieszczona na dachu. Kabaret słynął z przedstawień tanecznych i pokazów kankana. Do tancerzy kabaretu należeli m.in.: La Goulue, Jane Avril. W XIX wieku stanowił miejsce spotkań paryskiej bohemy.

nocnego klubu”<sup>63</sup>, reklamę kabaretu w 1891 roku powierzono Lautrekowi<sup>64</sup>. Tak powstał *Moulin Rouge – La Goulue* (1891). Artysta uwiecznił na nim dwoje tancerzy kabaretu: La Goulue<sup>65</sup> oraz Valentin le Désossé’a<sup>66</sup>.



Jules Chéret, *Bal du Moulin Rouge*, 1889, plakat kabaretowy



Henri de Toulouse-Lautrec, *Moulin Rouge – La Goulue*, 1891, plakat kabaretowy

<sup>63</sup> Richard Thomson, w: Wittrock 1985, I, s. 16, za: J. Frey, *Toulouse-Lautrec: biografia*, tłum J. Andrzejewska, Warszawa 2004, s. 589.

<sup>64</sup> S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, op. cit., s. 9.

<sup>65</sup> La Goulue – pseudonim artystyczny Louise Weber (1866–1829), francuskiej tancerki związanej z kabaretem Mulin Rouge, nazywanej „królową Montmartre”. Utrwalana była przez Henriego de Toulouse-Lautreca w portretach (*La Goulue wchodząca do Moulin Rouge*, 1892) i plakatów (*Moulin Rouge – La Goulue*, 1891).

<sup>66</sup> Valentin – Valentin le Désossé (Valentin bez kości), pseudonim sceniczny Jules'a Étienne'a Edme'a Renaudina (1843–1907), francuskiego tancerza i akrobata, związanego z kabaretem Moulin Rouge. Utrwalony przez Henriego de Toulouse-Lautreca na plakatów (*Moulin Rouge – La Goulue*, 1891; *Valentin le Désossé ustawia nowe (tancerki)*, 1890).



**Henri Perruchot<sup>67</sup>**

***Moulin Rouge Chéreta i Lautreca***

H. Perruchot, *Toulouse-Lautrec*, przeł. K. Dalatowska, Warszawa 1960, s. 193–197.

Fragment książki *Toulouse-Lautrec (1958)* poświęconej życiu i twórczości wybitnego dziewiętnastowiecznego malarza i plakacisty, Henriego de Toulouse-Lautreca.

Lecz oto nadarza się Lautrecowi sposobność o kapitalnym dla niego znaczeniu: Oller i Zidler zwracają się do niego, by na jesienne otwarcie sezonu przygotował im afisz – reklamę dla ich lokalu.

W początkach istnienia „Moulin” afisz wprowadzający go w świat nosił podpis Jules’a Chéreta<sup>68</sup>. Eksploatowany najczęściej z pożałowania godnym brakiem smaku, pięćdziesięcioletni podówczas Chéret króluje w dziedzinie afisza jako niezaprzeczalny w tym czasie władca. Niedostępnym jest w komponowaniu mieniących się barwami tęczy wymuskanych fantazji, zaludnionych rojem pierrotów<sup>69</sup> i Colombin<sup>70</sup>, „apetycznych chérettek”. „Życie często bywa wystarczająco smutne – powiada – dlatego też należy przedstawiać je w barwach miłych i wesołych. Od tego jest kredka niebieska i różowa”. Jego wdzięczne kreacje zajmują pierwsze miejsce we wszystkich zbiorach afiszów, które cieszą się w tej chwili olbrzymim powodzeniem. Zbieracze nie cofają się przed niczym, byle tylko zdobyć nowy egzemplarz; zrywają je z murów, przekupują rozlepiaczy. Wszędzie niemal odbywają się wystawy, niektóre z nich są międzynarodowe.

Wystawy Chéreta (w Paryżu odbyły się dwie, jedna po drugiej, w 1889 i w 1890) odnoszą za każdym razem triumfalny sukces.

W afiszu dla Moulin Rouge, uznanym przez niektórych za arcydzieło, Chéret przeszedł samego siebie. Lautrec wystawia się więc na niebezpieczne porównania przyjmując propozycję, lecz uśmiecha mu się ona bardzo. (...)

Afisz da Lautrecowi możliwość przemówienia wprost do tłumów ulicznych. Sztuka niższego rzędu, sztuka „komercyjna”? Nie ma niegodnego zajęcia dla prawdziwego artysty, który wszystko umie uświetnić swym talentem czy

---

<sup>67</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>68</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>69</sup> Pierrot – komiczna postać dawnej pantomimy francuskiej, w białym kostiumie i z ubieloną twarzą.

<sup>70</sup> Colombina – kolombina; główna postać kobieca włoskiej komedii ludowej, partnerka Arlekina.

geniuszem. Taki Daumier<sup>71</sup> czy Manet<sup>72</sup> nie wahali się brać do plakatów reklamowych. Lautrec podziwiał Chéreta. W tym roku widział także afisz jednego z młodszych od siebie malarzy, afisz Bonnarda dla „France-Champagne”. Był nim tak zachwycony (...).

Lautrec zajął się do nowej roboty. Centralną postacią swego afisza zamysła zrobić La Goulue, jak tańczy; jej profil odcinać się będzie od czarnego rzędu widzów, w głębi. Naprzeciw niej ustawi Walentyna, krągłiznom i płciowości Alzaty przeciwstawiając szarą i wydłużoną sylwetkę partnera.

Czy „Moulin Rouge” to nie La Goulue przede wszystkim? I nie Walentyn? Kierując się upodobaniem do silnych indywidualności Lautrec utożsamia cały spektakl z tymi, którzy go uosabiają i którzy, ponieważ są jego wyrazem najbardziej dobitnym, sami stanowią najpełniejszy jego symbol. Przeznacza im w ten sposób stanowisko i rolę, jakiej nie zwykło się przyznawać im w tej epoce, kiedy nawet aktor czy aktorka częściej uważani są za kabotynów niż za gwiazdy.

W sztuce robienia afiszów odkrywa Lautrec dla siebie możliwości, których nie podejrzewał. Szybko pojmuje, że posiada wrodzony zmysł wszystkiego, czego ona wymaga, monumentalności, dekoracyjności, przemawiania do odbiorcy wprost i z mocą. (...)

Lautrec pracuje nad afiszem z zapalem i wielką starannością, mnoży szkice, każdy szczegół opracowuje długo węglem i kredką, poprawia. (...)

Doskonalać w kolejnych wersjach pierwotny swój zamysł, eliminując wszelkie zbędne ornamenty, Lautrec zdąży powoli ku absolutnej zwięzłości i niezwykle wymownej syntezie.

Grupę widzów traktuje jednolicie, jako szeroki, czarny pas zakończony od góry wymyślną arabeską, jaką tworzą mocno odbijające od tła kontury cylindrów i damskich kapeluszy z egretami<sup>73</sup>. Na to rzuca głowę La Goulue, złoto jej włosów, różową bluzkę, białą spódnicę. Na niej skupiając całe światło czyni ją wyobrażeniem tańca, postacią główną, charakterystycznym wcieleniem kadryla. Na pierwszym planie, naprzeciw Walentyna wziętego jakby pod światło, całego w szarości płaskorzeźby, w zwykłej mu pozie – powieki spuszczone, korpus

---

<sup>71</sup> Daumier – Honoré Daumier (1808–1879), francuski grafik, malarz i rzeźbiarz; przedstawiciel realizmu w sztuce. Podejmował krytykę aktualnych problemów politycznych i społecznych. Autor satyr, scen rodzajowych i rewolucyjnych. Autor m.in. litografii *Ulica Transnonain 15 kwietnia 1834* (1834), obrazu olejnego *Don Kichot* (1868).

<sup>72</sup> Manet – Édouard Manet (1832–1883), francuski malarz, grafik, ilustrator; prekursor impresjonizmu, jeden z twórców malarstwa nowoczesnego. Autor obrazów *Olimpia* (1863), *Koncert w ogrodzie Tuileries* (1862), *Balkon* (1869), *Bar w Folies Bergère* (ok. 1881).

<sup>73</sup> Egreta – pęk piór lub jego imitacja zdobiąca fryzury lub nakrycia głowy kobiet w XVIII wieku.

przeięty, ręce w ruchu, duże dłonie wybijające rytm – powiewa żółta suknia niewidocznej tancerki.

Pod koniec września, gdy tylko rozlepiono go na murach Paryża, afisz Lautreca stał się olbrzymią sensacją. Zadziwia swą nowością i werwą, mistrzowskim opanowaniem rzemiosła, mocą, z jaką się narzuca. Usiłując odczytać nazwisko twórcy, entuzjaści długo idą za wózkami-reklamami, które obwożą afisz po ulicach Paryża.

W *Moulin Rouge – La Goulue* artysta intrygująco zestawiał oszczędne plamy barw i okolił je liniami upraszczającymi rysunek sylwetki Valentina i publiczności oraz przesuwającymi obraz niektórych jego elementów w kierunku abstrakcji (kule żyrandoli). Doskonale oddaje to nastrój kabaretowego świata. Zarówno falbany spódnicy i wystających spod niej pantalonów, jak i ozdobne kapelusze oraz egrety przywołują dziewiętnastowieczne realia. „Zniekształcenia” i „niedopowiedzenia” wynikające z karykaturalnego obrazowania przykuwają uwagę odbiorcy, sprawiając, że w ślad za spojrzeniem podąża jego wyobraźnia.

Tak jak Chéretowi przysługuje miano „ojca plakatu”, tak Toulouse-Lautrekowi należy się tytuł „ojca sztuki plakatu”. Jego *Moulin Rouge – La Goulue* „wyzwoliło” plakat z rzemiosła.

## Pisane na kamieniu

Powstanie plakatu stało się możliwe dzięki upowszechnieniu litografii. Technika ta pozwoliła zastąpić skład drukarski formą graficzną rysowaną/pisaną na kamieniu.

Po wykonaniu na gładko wypolerowanym kamieniu wapiennym (kamień litograficzny) kompozycji pędzlem lub kredką o pewnej zawartości tłuszczu, całość zakwasza się lekkim roztworem kwasu azotowego lub solnego z domieszką gumy arabskiej<sup>74</sup>, który spełzając z fragmentów pokrytych elementami kompozycji, resztę powierzchni kamienia uodparnia na przyjmowanie farby drukarskiej. Do odbijania służy specjalna tłocznia (prasa) z tzw. płożą dociskającą papier do kamienia równomiernie na całej powierzchni arkusza. W litografii barwnej (chromolitografii) plamy barw czystych można kłaść obok siebie albo stosować tzw. przebicia koloru na kolor, co daje na odbitce barwy wypadkowe. Dla każdego koloru używa się osobnego kamienia. (...) W XIX i na początku XX w. techniką litografii posługiwano się (...) przy drukowaniu plakatów (np. H. de Toulouse-Lautrec), dziś powielanych na maszynach drukarskich techniką offsetu<sup>75</sup>.

S.S. Stopczyk, *Malarstwo, rzeźba, grafika*, Warszawa [1994], s. 96.

---

<sup>74</sup> Guma arabska – wysuszony sok niektórych gatunków akacji, tworzący po rozpuszczeniu w wodzie lepłą ciecz.

<sup>75</sup> Offset – drukowanie offsetowe (druk offsetowy), technika drukowania płaskiego, używana do powielania ilustracji, rysunków, reklam, map, w której obraz jest przenoszony z płyty offsetowej (cynkowej, aluminiowej) na podłoże drukowe za pośrednictwem cylindra.

**Pierre La Mure**<sup>76</sup>  
**Moulin Rouge**<sup>77</sup>

P. La Mure, *Moulin Rouge*, przeł. J. Dmochowska, Warszawa 2000, s. 256–261.

Fragment zbeletryzowanej biografii *Moulin Rouge* (1950) o życiu Henriego de Toulouse-Lautreca. Książka stała się podstawą filmu muzycznego *Moulin Rouge* (1952) w reżyserii Johna Hustona.

Pracownia litografii artystycznej Cotelle'a<sup>78</sup> była to na wpół zrujnowana szopa w głębi brukowanego cegłą podwórka za kościołem Notre Dame de la Croix<sup>79</sup>, w dzielnicy Menilmontant<sup>80</sup>. Mieściła się tam ongiś stajnia przy zajezdni powozów i w powietrzu unosił się jeszcze lekki zapach nawozu końskiego z cierpką wonią farby drukarskiej, kwasu azotowego, gumy arabskiej tytoniu i kawy.

Henryk przedstawił się i wyjaśnił cel swojej wizyty. Cotelle wysłuchał go z uwagą, nie odwracając oczu od kwadratowego kamienia litograficznego, umocowanego na prasie drukarskiej. Czarną myckę<sup>81</sup> zsunął na tył głowy, dłonią głaskał w zamyśleniu rzadką, długą brodę, która go czyniła podobnym ni to do mędrca chińskiego, ni to do starej kozy. Henryk nie był jeszcze pewien.

– Afisz, powiada pan? Obiecał pan zrobić panu Zidlerowi<sup>82</sup> afisz...

– Kolorowy – sprycyzował Henryk.

– ...afisz kolorowy – powtórzył Cotelle kiwając głową. – A z tego, co mi pan mówi, miarkuję, że pan nigdy jeszcze nie miał do czynienia z litografią. Zgadza się?

– Zgadza się.

---

<sup>76</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>77</sup> Zob. przypis 61.

<sup>78</sup> Cotelle – „Pere” Cotelle, postać autentyczna, francuski Żyd, litograf ceniony w środowisku dziewiętnastowiecznych artystów.

<sup>79</sup> Notre Dame de la Croix – Kościół Notre Dame de la Croix de Ménilmontant – XIX-wieczny neoromański i neogotycki kościół w paryskiej dzielnicy Ménilmontant,

<sup>80</sup> Menilmontant – dzielnica Paryża położona w północno-wschodniej części miasta; utworzona z gminy Belleville wchłoniętej do miasta w 1860 roku.

<sup>81</sup> Mycka – mała okrągła czapeczka bez daszka, ściśle przylegająca do głowy; noszona przez ortodoksyjnych Żydów.

<sup>82</sup> Zidler – Charles Zidler (1831–1897), francuski impresario; współpracownik Josepha Ollera – założyciela Moulin Rouge w 1889 roku; odpowiedzialny za organizację widowisk tanecznych tego kabaretu.

(...)

– A jeśli wolno spytać, kiedy zamierza pan dostarczyć ów kolorowy afisz klientom? – zapytał Cotelte z odrobiną ironii w głosie. Po raz pierwszy podniósł wzrok znad kamienia i utkwiał go w Henryku.

– Jak najprędzej. Zidlerowi jest on pilnie potrzebny. Twierdzi, że „Moulin Rouge” diabli wezmą, póki mu nie zrobię afisza.

– Rozumiem.

(...)

– Jest pan w sytuacji człowieka, który nie mając najmniejszego pojęcia o kompozycji muzycznej, postanowiłby napisać symfonię. Muszę pana o tym uprzedzić, zanim rzuci się pan głową naprzód w to ryzykowne przedsięwzięcie. Jeżeli pan mimo to trwa w tym zamiarze, chce się uczyć i ciężko pracować, jestem gotów z radością być pańskim nauczycielem.

– Zgoda. Kiedy zaczynamy?

– Zaraz, jeśli pan sobie życzy. Niech pan zdejmie kapelusz i kurtkę i włoży ten fartuch. Nie będzie od rzeczy przypomnieć na wstępie, że słowo litografia powstało z dwóch słów greckich *litos* i *graphein*, co znaczy „pisać na kamieniu”. Metodę tę odkrył w osiemnastym wieku drukarz bawarski Alois Senefelder. To był geniusz! A więc pierwsze, o czym należy pamiętać, jeśli się chce rysować na kamieniu...

Tak zaczęła się nauka litografii...

Minął wrzesień, październik. Jesienne wiatry zrywały ostatnie pozółkłe liście z kasztanów na bulwarach i zmiatały je do rynsztoków. Ale w pracowni Cotelte’a życie płynęło spokojnym nurtem. Praca szła bez względu na deszcz bębniący o szyby. Henryk przychodził co rano, nakładał błękitny fartuch i spędzał całe dnie pochylony nad kamieniem, ucząc się techniki rysunku kredką i możliwości, jakie ta metoda stwarza. (...)

Henryk robił postępy w zdumiewającym tempie.

– Muszę się spieszyć – odpowiadał, kiedy Cotelte doradzał mu większe umiarkowanie. – Zidler jest w rozpacz.

Nabrał już wyglądu typowego litografa: czubki palców miał powalane farbą drukarską, policzki umazane kredką. Opanował już technikę rysowania na kamieniu, zgłębił tajemnice cieniowania i kropkowania, żeglował teraz wśród zawiłych przesmyków chromolitografii<sup>83</sup>. (...)

---

<sup>83</sup> Chromolitografia – nazwa nadana przez G. Engelmana w latach 30. XIX wieku litografii barwnej, służącej do wykonywania odbitek wielobarwnych przy użyciu oddzielnych form dla każdego koloru. Podstawą jej przygotowania jest rysunek konturowy, na którym zaznacza się kontury obrazu oraz obrys poszczególnych barw.

Wkrótce po Bożym Narodzeniu Henryk oznajmił mu, że przez kilka dni nie przyjdzie do pracowni.

– Czuję, że będę mógł już zrobić ten afisz.

Cały następny tydzień spędził w pracowni z La Goulue<sup>84</sup> i Valentinem<sup>85</sup>. Nie wychodził nigdzie przez ten czas, nie widywał nikogo poza swoimi i modelami, prawie nie sypiał. (...)

Po tygodniu wrócił do szopy i wręczył staremu Cotelle'owi akwarelę<sup>86</sup>, która miała służyć jako oryginał afisza. Stary rzucił okiem na chudą jak szkielet sylwetkę Valentina i wystawę bielizny, którą prezentowała hojnie La Goulue, poczuł, że bródka mu się jeży, a resztki włosów stają dęba na głowie.

– Tego się nie da oddać w druku!

– Dlaczego?

– Przede wszystkim dlatego, że nikt jeszcze nie używał takich kolorów w litografii.

– Będziemy pierwsi.

– A po wtóre dlatego, że jeżeli ten afisz ukaże się na ulicy, wszystkich nas wsadzą do paki. Pana za to, że go pan zaprojektował, mnie za to, że panu pomagałem. Zidlera za to, że go rozplakatował, a Karola Levy'ego<sup>87</sup> za to, że go wydrukował.

– Trudno. A więc bierzemy się do roboty.

Najpierw zaczął się niezmiernie trudny proces rysowania negatywu każdego koloru, czego wymaga wielobarwny oryginał. Z kolei nastąpiło mozolne cieniowanie kredką o różnej grubości ziarna, kropkowanie i zapełnianie farbą drukarską partii, które miały być utrzymane w czarnym kolorze. Pochłonęło to całe dni nieustannej pracy wykonywanej w atmosferze pełnej grozy, wśród złowieszczych przepowiedni.

Nareszcie kamienie były gotowe do poddania trawieniu. To należało do Cotelle'a, który dokonał dzieła z ostentacyjną ostrożnością. Wstrzymywał oddech, szarpał brodę, wzywał pomocy z zaświatów Aloisa Senefeldera, wielkiego wynalazcy litografii.

---

<sup>84</sup> La Goulue – zob. przypis 65.

<sup>85</sup> Valentin – zob. przypis 66.

<sup>86</sup> Akwarela – tu: technika malarska polegająca na nakładaniu farb akwarelowych (wodnych) na papier (pergamin, kość słoniową, jedwab); farba tworzy przezroczystą warstwę, przez którą przebija kolor podłoża. Technika wykorzystywana do wykonywania szkiców i projektów obrazów; wymaga dużej precyzji ze względu na trudności dokonywania poprawek.

<sup>87</sup> Karol Levy – Charles Levy, postać autentyczna, francuski drukarz znany i ceniony w środowisku artystów paryskich XIX wieku.

– Jeden fałszywy krok i wszystko stracone!

Zdjął myckę i podrapał się w głowę. Ostrożnie wpuścił kilka kropel kwasu azotowego do roztworu gumy arabskiej.

– Jeśli dać za mało kwasu, roztwór nie wytrawi konturu, jeśli za dużo, zamaże się cienkie linie. Oczywiście, jestem na to przygotowany, że zmarnujemy dwa albo trzy kamienie.



**Wykonywanie barwnej litografii za pomocą wielu kamieni litograficznych. Po lewej stronie pracowni polerowanie kamienia, na środku przenoszenie obrazu na przygotowany kamień, po prawej wykonywanie litografii właściwej przez drukarza. Ilustracja z pracowni Louisa Pranga (1824–1909) uchodzącego za ojca amerykańskiej kartki z życzeniami gwiazdkowymi**

Trawienie się udało, zaczęli robić pierwsze odbitki. Cotelte był w rozpacz.

– Nie ma farby drukarskiej w kolorze *chartreuse*<sup>88</sup>, proszę pana. A cóż to za zieleń? Myślałby kto, że zieleń, a to ni pies, ni wydra! Błękit, żółć, róż, szarość – wszystko, co pan chce, tylko nie zieleń. Jakże pan chce, żebym taki kolor oddał w druku?

– Zmieszajmy farby. Niech pan pozwoli, ja spróbuję.

Wreszcie, pewnego wieczoru, Henryk wszedł do „Moulin Rouge” i z wysiłkiem pokuśtykał w stronę baru.

<sup>88</sup> Chartreuse – barwa zielona; nazwa pochodzi od likieru o tej samej nazwie.



– Dobry wieczór, *monsieur*<sup>89</sup> Toulouse! – zawołała Sara, gdy tylko go spostrzegła. – Dawnośmy pana nie widzieli. Ale co się panu stało? Ma pan twarz we wszystkich kolorach tęczy! (...)

– Niech pani powie Zidlerowi, żeby posłał Levy'ego po kamienie litograficzne do Cotellet'a. Wszystko gotowe, można zacząć drukować afisz.

Popatrzyła na niego dużymi, łagodnymi oczami.

– Byłam pewna, że pan to zrobi, *monsieur* Toulouse. Byłam pewna, że pan dotrzyma słowa.

Najpierw blok bawarskiego wapienia polerowano i rysowano na nim obraz tłustym kamiennym tuszem, który wnikał w wapienne pory. Następnie kamień czyszczono rozcieńczonym kwasem azotowym – nie po to, by wytrawiać, ale w celu usunięcia z powierzchni wszystkich zbędnych resztek tłuszczu – oraz „impregnowano” przed ewentualnym zanieczyszczeniem, obmywając go oleofobową gumą arabską. Przed drukowaniem kamień obmywano wodą i nakładano tłusty tusz wałkiem. Obie substancje wędrowały tam, gdzie wołały – tusz do tłustego pisma, woda do pokrytych gumą niezapisanych obszarów – po czym robiono odbitkę.

Dla Senefeldera litografia znacznie przewyższała stary reżim drzeworytu i miedziorytu. Rysowanie na kamieniu było dziecinnie proste w porównaniu z wytrawianiem lub grawerowaniem miedzianej płyty, a jednocześnie kamień był o wiele solidniejszy niż drewniany blok. Poza tym litografia była szybka. Senefelder mógł produkować sto pięćdziesiąt odbitek na godzinę, podczas gdy konwencjonalni drukarze miedziorytniczy w tym samym czasie wykonywali zaledwie kilka. Ponieważ powierzchnia drukarska była doskonale gładka, bez wybrzuszeń i nierówności, które z czasem uległyby spłaszczeniu, z kamienia litograficznego teoretycznie można było produkować nieskończoną liczbę odbitek. W praktyce jednak najczęściej ścierano kamień i polerowano do następnego użycia bądź też go „likwidowano” – celowo niszczone obraz, aby zwiększyć wartość istniejących odbitek – choć jeszcze w pełni nadawał się do użytku.

K. Houston, *Książka. Najpotężniejszy przedmiot naszych czasów zbadany od deski do deski*, przeł. P. Lipszyc, Kraków 2017, s. 259–260.

---

<sup>89</sup> Monsieur – w języku francuskim zwrot grzecznościowy stosowany w odniesieniu do mężczyzn; pan.

Afisz powstawał z odbitki składu drukarskiego ułożonego ręcznie przez zecera lub obsługiwaną przez niego maszynę (linotyp). Wymagał znajomości rzemiosła, a także sprawności manualnych. Różnorodna wielkość czcionki oraz graficzne ułożenie tekstu na powierzchni papieru służyły zwiększeniu zasięgu oddziaływania afisza.

Zgoła inaczej rzecz się ma w plakacie. Jego przekaz tworzą *ikona* i oszczędne *verbum*. Ich zadaniem jest nie tylko informowanie odbiorcy, ale, podobnie jak w sztuce w ogóle, budzenie skojarzeń oraz uczuć. Estetyczna warstwa plakatu stanowi wartość naddaną wobec informacji, przenosząc ją w sferę sztuki. Afisz więc jest dziełem rzemieślnika, koncepcja plakatu natomiast – dziełem artysty.

# Gorączka plakatu

W sposób istotny zmieniając miejski *entourage*, plakat cieszył się od samego początku dużym zainteresowaniem mieszczaństwa. Dziewiętnastowieczni biznesmeni zwiertzyli w nim klucz do finansowego sukcesu, zaś ambitni mieszcianie dostrzegli, że nośnikiem komercyjnej warstwy plakatu jest piękno. Popyt na nowy artystyczny produkt zaktywizował także twórców, którzy odtąd poczęli zgłębiać tajniki litografii. Jednocześnie wraz z plakatem powstała nowa usługa i nowy przedmiot kolekcjonerstwa. Na ulicach miast pojawili się roznosiciele plakatów. Nierzadko byli oni przedmiotem bacznych obserwacji przechodniów, którzy podążali ich tropem, by jak najszybciej wejść w posiadanie nowego egzemplarza do kolekcji.

Ze względów ekonomicznych, estetycznych i ambicyonalnych zatem plakat hipnotyzował znaczne rzesze mieszkańców miast.

## Julia Frey

### *Monsieur Henri*

J. Frey, *Toulouse-Lautrec: biografia*, przeł. J. Andrzejewska, Warszawa 2004, s. 333–334, 354–356.

Fragment biografii Henriego de Toulouse-Lautreca. Studium prywatnego i artystycznego życia malarza ukazane na tle epoki, oparte na listach twórcy, jego najbliższych i znajomych, a także fotografiach i opiniach krytyków.

1.

Pod koniec wiosny Bruant<sup>90</sup> zamówił u Henry'ego plakat reklamujący jego występy od 4 czerwca w Les Ambassadeurs, *café-concert*<sup>91</sup> na Polach Elizejskich<sup>92</sup>.

---

<sup>90</sup> Bruant – Aristide Bruant (1851–1925), francuski piosenkarz i artysta kabaretowy.

<sup>91</sup> Les Ambassadeurs, *Café-concert* – paryska restauracja założona w połowie XIX wieku w hotelu de Crillon zbudowanym w 1758 roku; z widokiem na Palace de la Concorde.

<sup>92</sup> Pola Elizejskie – reprezentacyjna aleja Paryża; łączy Place de la Concorde z placem Charles'a De Gaulle'a, na którym znajduje się Łuk Triumfalny; obfituje w liczne teatry, restauracje, ekskluzywne sklepy.

Położony w pobliżu Hotel Crillon lokal przyciągał zagranicznych dyplomatów, którzy pragnęli obejrzeć znanych tancerzy i pieśniarzy z Montmartre'u<sup>93</sup> (...).

Lautrec od kilku lat nie namalował ani nie narysował niczego dla Bruanta i zapewne był zadowolony, że nadarzyła się okazja, by po raz pierwszy sportretować przyjaciela na plakacie. Sporządził cykl rysunków i studiów olejnych, a na ich podstawie w ciągu następnych dwóch lat stworzył co najmniej sześć litografii przedstawiających pieśniarza. Podobnie jak w wypadku La Goulue<sup>94</sup>, wyodrębnił z jego wizerunku najbardziej charakterystyczne, rozpoznawalne elementy i z nich skomponował pierwszy plakat – *Ambassadeurs, Aristide Bruant*. Duże plamy płasko kładzonego koloru, a *la japonaise*<sup>95</sup>, składają się na portret Bruanta z hardą miną, wychodzącego z kabaretu w swym kapeluszu z szerokim rondem i w czerwonym szalu, w ręce trzymającego solidny kij. W tle majaczy niemal groźna sylwetka mężczyzny w robotniczej czapce. Dyrektor Les Ambassadeurs, Pierre Ducarre, który zobowiązał się sam zapłacić za plakat, uznał, że jest on stanowczo zbyt brutalny i surowy, by przemówić do snobistycznych bywalców *café*. Jednakże Bruant uparł się i plakat w końcu wykorzystano; pieśniarz podobno oświadczył, że nie wystąpi, dopóki nie zostanie on rozlepiony w całym mieście i nie znajdzie się na scenie. Ducarre uległ, ale nigdy nie zapłacił Henry'emu ani za rysunek, ani za druk. Dwa lata później (...), kiedy Bruant zastanawiał się nad występami w Eldorado<sup>96</sup>, *café-concert* mieszczącej się przy Boulevard de Strasbourg<sup>97</sup>, niedaleko Châtelet<sup>98</sup>, Henry zrobił dla niego plakat stanowiący lustrzane odbicie *Ambassadeurs, Aristide Bruant*. Było to znakomite posunięcie, bo reklamę z *Ambassadeurs* paryżanie dobrze już znali. Nowy plakat, który od pierwszego różnił się tylko nazwą kabaretu i odwróceniem obrazu – był swego rodzaju wizualnym żartem, jakby autor mówił do widza: „Prawie cię nabrałem, co?”.

---

<sup>93</sup> Montmartre – historyczna dzielnica Paryża, położona na wzgórzu o tej samej nazwie; w XIX wieku stanowiła ulubione miejsce spotkań artystów.

<sup>94</sup> Zob. przypis 95.

<sup>95</sup> *A la japonaise* – (fr.) na wzór japoński; aluzja do stylistycznych nawiązań do grafiki japońskiej w twórczości H. de Toulouse-Lautreca.

<sup>96</sup> Eldorado, *café-concert* – paryska restauracja otwarta w 1858 roku.

<sup>97</sup> Boulevard de Strasbourg – jedna z najważniejszych arterii Paryża; położona w 10. dzielnicy miasta; rozciąga się od Boulevard de Sewastopol do Dworca Wschodniego; są tu restauracje, salony kosmetyczne, ekskluzywne sklepy.

<sup>98</sup> Châtelet – Place du Châtelet – paryski plac powstały w 1808 roku na rozkaz Napoleona I Bonaparte w miejsce zburzonego zamku Châtelet.



Henri de Toulouse-Lautrec, *Ambassadeurs, Aristide Bruant*, 1892, plakat kabaretowy



Henri de Toulouse-Lautrec, *Aristide Bruant dans son cabaret*, 1892, plakat kabaretowy

2.

Plakaty Henriego wisiały w całym Paryżu, były tak wszechobecne, że „La Vie parisienne”<sup>99</sup> skarżyło się: „Któż nas uwolni od podobizn Aristide’a Bruanta? (...) Dokądkolwiek się zwrócimy, zaraz stajemy z nim twarzą w twarz”. Bruant był naturalnie bardzo zadowolony z takiego rozgłosu; 9 czerwca na okładce magazynu „Le Mirliton”<sup>100</sup> ukazał się rysunek Steinlena<sup>101</sup>, na którym przechodzień przyglądał się plakatowi Henriego reklamującemu występy Bruanta.

<sup>99</sup> „La Vie parisienne” – francuski tygodnik założony w Paryżu w 1863 roku, poświęcony literaturze, teatrowi, muzyce, sportowi, modzie. Pismo ukazywało się do 1970 roku.

<sup>100</sup> „Le Mirliton” – francuski tygodnik ukazujący się w Paryżu od początku lat 90. XIX wieku.

<sup>101</sup> Steinlena – Théophile Alexandre Steinlein (1859–1923), francuski rysownik, grafik i malarz pochodzenia szwajcarskiego.

Krytyk i wydawca André Marty<sup>102</sup>, który (...) uchodził za głównego propagatora sztuki litografii, napisał w lutowym numerze „La Vie artistique”<sup>103</sup>, że Lautrec zasłużył na „dyplom mistrzowski”, za „wierne oddawanie” scen z *cafés-concerts*<sup>104</sup> i „filozoficzne okrucieństwo” tych obrazów. Stwierdził, że Henri jest „zawsze niepowtarzalny, wszystkie jego dzieła winny być przywoływane i oglądane” i że należy mu się „honorowe miejsce w złotej księdze nowoczesnej grafiki”.



Rysunek Théophile'a Alexandre'a Steinlena ukazujący przechodnia przyglądającego się plakatowi Henriego de Toulouse-Lautreca z *Artistide Bruant dans son cabaret*, „Le Mirliton”, 9 czerwca 1893 roku

<sup>102</sup> André Marty – francuski wydawca i krytyk sztuki urodzony w 1857 roku.

<sup>103</sup> „La Vie artistique” – francuskie czasopismo wydawane w Paryżu przez Gustave'a Geffroya od lat 90. XIX wieku, poświęcone sztuce.

<sup>104</sup> *Cafés-concerts* – sale kawiarniane, w których odbywają się koncerty.



Henri de Toulouse-Lautrec, okładka pierwszego numeru magazynu „L'Estampe oryginalna”, 1893

Wkrótce sam wyniósł go na takie właśnie miejsce, wybierając jego pracę na okładkę pierwszego numeru swojego magazynu „L'Estampe oryginalna”<sup>105</sup>, który ukazał się 31 marca 1893 roku. Było to wydawnictwo poświęcone wyłącznie sztuce litografii (...).

Henri wiedział, że pismo prezentuje awangardę „wszystkich Młodych Artystów”, był więc dumny, że to u niego właśnie zamówiono okładkę (...).

Litografia Lautreca przedstawia jego ulubionego drukarza z *Imprimerie Ancourt*<sup>106</sup>, „Pere” Cotelleta<sup>107</sup>, przy prasie drukarskiej, oraz Jane Avril<sup>108</sup> w płaszczu i w kapeluszu, przeglądającą odbitki. W ten sposób Henri złożył podwójny

<sup>105</sup> „L'Estampe oryginalna” – francuski magazyn wydawany w Paryżu w latach 1888–1893; założony przez Louisa Auguste’a Lepere’a, francuskiego pisarza, ilustratora i malarza; od 1893 do 1895 prowadzony przez André Marty’ego.

<sup>106</sup> *Imprimerie Ancourt* – drukarnia Ancourta; *imperimer* (fr.) – drukarnia; Edward Ancourt (1841–?), francuski litograf, projektant plakatów.

<sup>107</sup> „Pere” Cotellet – zob. przypis 78.

<sup>108</sup> Jane Avril – 1868–1943, francuska tancerka słynąca z wykonania kankana.

hold: Cotelletowi, z którym często współpracował i który niedługo potem umarł, i Jane Avril, tancerce kabaretowej obdarzonej intelektualną i artystyczną wrażliwością, co wyróżniało ją w kręgach wykonawców z nocnych lokali i czyniło z niej ucieleśnienie filozofii stylu *modern*<sup>109</sup>, przyznającej równy status sztuce popularnej i klasycznej.

Powszechne zainteresowanie plakatem wpłynęło na istotne przeobrażenia miejskiej ikonosfery. Obraz urbanistyczny został dopełniony obrazem artystycznym, a oko przechodnia zyskało nowe źródło wrażeń. Plakat święcił tryumf, zewsząd narzucał się spojrzeniu odbiorcy, niekiedy wielokrotnie podczas jednej przechadzki. Postrzegano w nim nową „szatę” miasta, ale też krytykowano za natręctwo w przestrzeni ulicznej, niestosowny *entourage* oraz za nieobyczajność. Gabriela Zapolska donosiła w liście wysłanym z Paryża w 1891 roku do swego przyjaciela Stefana Laurysiewicza: „rząd pozdzierał afisze Chéreta<sup>110</sup> i zakazał na przyszłość tworzenia podobnych skandali. (...) A Chéret oznajmił, że skoro mu każą ubierać jego kobiety, to on więcej rysować nie będzie”<sup>111</sup>. Podobne prywatne opinie z czasem stały się załączkiem krytyki artystycznej poświęconej tej formie sztuki.

---

<sup>109</sup> *Modern* – (fr.) współczesny, nowoczesny.

<sup>110</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>111</sup> G. Zapolska, *Listy Gabrieli Zapolskiej*, t. I, zebrała S. Linowska, Warszawa 1970, s. 141.





# Sztuka plakatu

*XIX wiek to kolebka sztuki nowożytnej. To właśnie wtedy narodziły się trzy nowe jej dziedziny: fotografia (1839), plakat (lata 80.) oraz film (1895). Wszystkie łączy żywioł malarstwa – obraz. Dzięki nowym sztukom zyskał on nową jakość artystyczną: zdolność wiernego rejestrowania rzeczywistości, możliwość przekazywania wrażeń kinetycznych, a także organiczny związek ze słowem.*

*Fotografia przesunęła obraz poza granice sztuki malarskiej, umożliwiła artystom rejestrację widzialnych form w sposób wierniejszy niż dokonuje tego artysta malarz. Z kolei film pozwolił zespolić obraz ze środkami ekspresji literackiej, dopełniając go fabułą, a później – brzmieniami muzycznymi. Plakat natomiast trwale połączył ikonę ze znakami słownymi.*

*W przeciwieństwie do fotografii i filmu, które dały obrazom nowe możliwości unaoczniania, plakat pokazał potencjał ikony w odniesieniu do skuteczności i estetyki komunikacji. Jest jedyną sztuką, której korzenie sięgają nie tylko potrzeb artystycznych, ale i utylitarnych.*



# Plakat wśród innych sztuk

Starożytni filozofowie greccy, Platon (V–IV w. p.n.e.) i Arystoteles (IV w. p.n.e.), klasyfikowali sztuki ze względu na stosunek do natury. Podstawą wywodzącego się z ich myśli „drzewa genealogicznego sztuk” jest założenie, iż jedne dziedziny twórczości zajmują się „projektowaniem i wykonywaniem rzeczy, jakich w przyrodzie nie ma i nie było”<sup>112</sup> (sztuki wytwórcze), inne „odtworzeniem tego właśnie, co jest w rzeczywistym świecie”<sup>113</sup> (sztuki odtwórcze). Do sztuk wytwórczych zaliczano architekturę (uzupełnia świat natury o budowle), muzykę (wzbogaca naturę o kompozycje dźwiękowe) i taniec (rozwija naturę o projekty ruchów ciała). Z kolei sztuki odtwórcze dzielono na dwie kategorie, ustanowione ze względu na podobieństwo wytwarzanych przez nie przedmiotów do rzeczy realnych. Jedna kategoria obejmowała sztuki, których produkty były mniej lub bardziej podobne do naturalnych: rzeźbę, malarstwo. Do drugiej zaliczano sztuki literackie, odtwarzające rzeczywistość dzięki znakom rzeczy – słowom.



Autorski wykres powstał na podstawie pracy W. Tatarkiewicza „Fotografie i obrazy”, op. cit., s. 105–106.

<sup>112</sup> W. Tatarkiewicz, *Fotografie i obrazy*, w: idem, *Parerga*, Warszawa 1978, s. 105.

<sup>113</sup> Ibidem.

Plasując fotografię, plakat i film w tym „drzewie genealogicznym sztuk”, należy je umieścić wśród dziedzin skupionych na odtwarzaniu realnego świata.

Fotografia, podobnie jak rzeźba i malarstwo, charakteryzuje się zdolnością do odwzorowania widzialnych form rzeczywistości. Spośród dwóch bliskich jej sztuk najściślej powinowactwo łączy ją z malarstwem, ze względu na zdolność rejestrowania rzeczy w dwóch wymiarach.

Z kolei plakat i film sytuują się w obrębie sztuk odzwierciedlających świat, zapoczątkowując w ich obrębie nową kategorię: połączenie odtwórczości bezpośredniej z pośrednią. Odrębnością plakatu na tle innych dziedzin twórczości jest ekspresja o charakterze odtwórczym, wyrażona obrazem (dwuwymiarowym, statycznym) zespolonym ze słowem (pisanym).

## W dobie wzrokocentryzmu

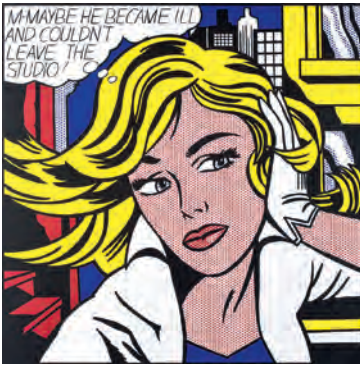
Charakterystyczny dla plakatu dwukodowy przekaz jest właściwy także innym tekstom kultury. Na połączeniu słowa i obrazu zasadzają się zarówno ręcznie malowana księga średniowieczna, w której znaki pisma przekształcają się w ikony obrazujące tekst, jak i współczesny komiks, sprzęgający w jednolity przekaz znaki „do oglądania” i znaki „do czytania”.



Jean Pucelle, *Saul grożący Dawidowi*,  
strona z *Brewiarza rodziny Belleville*,  
1323–1326

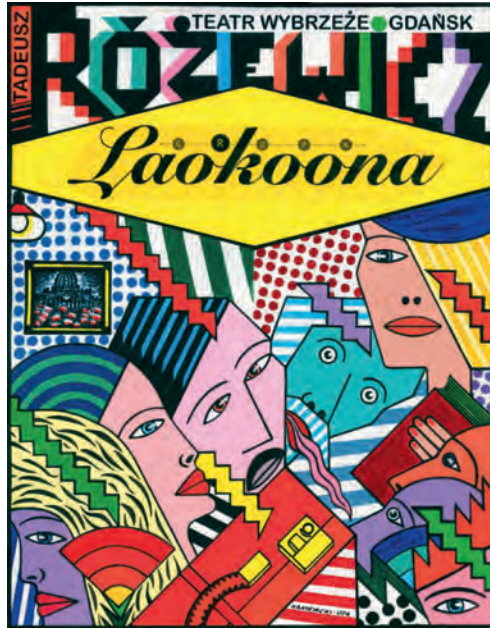


Autor nieznan, miniatura zmarłego  
przed swoim Sędzią, *Godzinki Rohan*, XV wiek



Roy Lichtenstein, *M-Maybe*, 1965, Museum Ludwig, Kolonia, Niemcy

Andrzej Krajewski, *Grupa Laokoona*, Tadeusz Różewicz, 2007, plakat teatralny



Kashimi Yano, *Hair make (Fryzury)*, 2011, plakat reklamowy

Średniowieczna księga, komiks i plakat ilustrują różne typy integrowania znaków werbalnych i ikonicznych w tekstach kultury. W dziele iluminatora obraz jest służebny wobec słowa pisanego, w komiksie jest wobec niego równorzędny, a w plakacie – nadrzędny.

## Dominacja obrazu

W przestrzeni ulicy plakat jawi się mimowolnemu odbiorcy najpierw jako układ barwnych plam. Jeśli staną się one dla przechodnia atrakcyjne wizualnie, to zrekonstruuje zawarte w nich formy plastyczne i zauważy towarzyszące im znaki językowe. Jednak o ile szybko odczyta zawartą w słowach informację, o tyle odbiór warstwy wizualnej będzie wymagał od niego dłuższego zastanowienia, ponieważ współtworzą ją elementy niebędące odbiciem wizualnego świata. Plakatowy obraz jest artystycznym szyfrem, konstrukcją form plastycznych powiązanych z komunikatem językowym.

1. Plakat powstaje jako o b r a z.
2. Postrzegany jest jako o b r a z.
3. Jako o b r a z podlega uniwersalnym prawom interpretacji.
4. Jako o b r a z zostaje zapamiętany i zachowany w naszym prywatnym „muzeum wyobraźni”.

Nieodłączną cechą plakatu jest to, że nie jest to o b r a z z o b a c z o n y – w rozumieniu odwzorowania natury (mimesis) – tylko p o m y ś l a n y [podkreśl. w oryginale – przyp. A.B.], to znaczy jest od początku do końca indywidualną projekcją ujarzmioną rygiem formy, zdyscyplinowaną w sensie intelektualnym i syntetyczną w stylu obrazowania. To nadaje mu, jako obrazowi, pewną zwarłość i tektonikę w odbiorze wartości plastycznej i potęguje wydzwięk w sferze treści. Jego kompozycja ma wybitnie dośrodkowy charakter, co powoduje, że odbieramy go jako „świat zamknięty w sobie”, autonomiczny, wyraźnie odseparowany od zewnętrznego.

M. Knorowski, *Plakat polski*, w: *Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. prow. K. Spiegel, Warszawa 1996, s. 18.

**29 marca 1963.** Mistrzowi suspense, Alfredowi Hitchcockowi, jeszcze raz udało się wywołać u kinomanów całego świata napięcie graniczące z panicznym strachem. Po wielkiej kampanii propagandowej w kinach pojawia się dreszczowiec „Ptaki”. W sklepie z na pozór łagodnymi, ozdobnymi ptakami spotykają się adwokat Mitch Brenner (Rod Taylor) i Melanie Daniels (Tippi Hedren), ładna, ale nieco zimna





Bronisław Zelek, *Ptaki*, 1965, plakat filmowy

blondynka z wyższych sfer. On budzi jej zainteresowanie. Melanie udaje się za nim do jego rodzinnego miasteczka Bodega Bay. Tam, z nie wyjaśnionych powodów, napada na nią mewa. Inne ptaki gromadzą się, niespokojne, w różnych miejscach. Wygląda na to, że czekają na jakiś sygnał do walki. Podczas wizyty Melanii w domu rodziny Mitcha wybucha agresja ptaków. Jeden z domów zostaje spustoszony przez szpaki, mieszkańcy sąsiedniej farmy giną, zaatakowana zostaje grupa uczniów w szkole. Kiedy ataki ptaków nie ustają, wśród mieszkańców wybucha panika. Melania omal nie ginie podczas kolejnego napadu ptaków na

dom rodziców Mitcha, odpieranego przez całą rodzinę. Kiedy na moment nastaje cisza, rodzina opuszcza dom, ciągle jeszcze zagrożony przez złowieszczo oczekującą armię ptaków.

*Kronika filmu*, oprac. zespół pod kierunkiem M.B. Michalika, Warszawa 1995, s. 338.

Postrzegany z daleka, plakat Bronisława Zeleka *Ptaki* jawi się jako czarna plama o nieostrych konturach, ujęta na białym tle. Patrzący nań z bliska najpierw rozpoznaje skrzydlatą czaszkę, a następnie rozciągające się za nią rzędy zapisane słowem „ptaki”. Prowadzone przez śmiercionośne ptaszysko wyrazy wymykają się z kształtów znaku pisanego, nabierając materialności oznaczanych nimi desygnatów. Różnicując wielkość i krój czcionki, artysta sugeruje głębię obrazu. Hen, na horyzoncie, napierająca na widza chmara staje się informacją o filmie

Alfreda Hitchcocka *Ptaki*. Tworzy ona kontekst znaczeniowy wieloznacznej plakatowej wizualizacji. Osadzony w nim nierealny obraz jest wyobrażeniem artysty na temat dzieła filmowego, zarówno jego tematyki, jak i aury. Intrygująca wizja plakatu atakuje myśl i kształtuje wolę spektatora.

Pandora (gr. „pan” – ‘wszystek’; „doron” – ‘dar’) pierwsza kobieta na ziemi. Kiedy Prometeusz dla dobra ludzi skradł ogień na Olimpie, Zeus kazał Hefajstosowi wykonać kobietę, którą zamierzał zesłać jako karę dla ludzi. Od każdego z bogów otrzymała Pandora jakiś – dobry lub zły – dar; urodę, zręczność, wdzięk, kłamliwość, pochlebny charakter, dar wymowy, a w posagu puszkę, której nie wolno jej było otwierać. Na ziemi pojął ją za żonę Epimeteusz, wbrew ostrzeżeniom brata swego Prometeusza, który podejrzewał podstęp bogów; Epimeteusz, ulegając namo-

wom Pandory trawionej ciekawością, otworzył puszkę, z której wydostały się zamknięte w niej nędze, choroby, nieszczęścia i zaczęły dręczyć ludzkość; stąd przysłowiowa „puszka Pandory”, symbol nieszczęść.

*Słownik kultury antycznej. Grecja, Rzym*, red. L. Winniczuk, Warszawa 1989, s. 323.

[Z puszek Pandory – przyp. A.B.] wyfrunęły na świat wszystkie nieszczęścia, jakie odtąd trapią ludzkość, z wyjątkiem Nadziei, przywartej mocno do dna puszek (...).

W. Kopaliński, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 1985, s. 951.



Jan Toorop, *Pandorra*, 1919, plakat teatralny

Interesującym przykładem plakatowego „obrazu pomyślanego” jest praca Jana Tooropa nawiązująca do utworu Artura van Schendela *Pandorra* (1919). Imię tytułowej bohaterki oznacza obdarzoną wszystkim, prócz Nadziei. Jego semantyczna konotacja wiąże się z grecką koncepcją losu, według której nie można uciec od przeznaczenia. To przeświadczenie, spełniające się w zgubnym doświadczeniu Pandory, personifikuje Toorop patetycznym przedstawieniem profilowo ujętej sylwetki półnagiej kobiety z wzniesioną do góry głową. Zmysłowa postać została ukazana na tle secesyjnych linii podobnych do jęzorów ognia. Zagarniając przestrzeń, symbolizują one cierpienie wywołane uwalnianiem się nieszczęść z puszki. Nieunikniony los Pandory koduje autor także obramowaniem jej wizerunku przez postaci smukłych kobiet, a także górne i dolne napisy. Taka kompozycja sygnalizuje zamknięcie bohaterki w doświadczeniach przypisanych jej w przeznaczeniu.

Plakatowy obraz Tooropa nie posiada fizycznego precedensu, jest endogeny. Budując go, artysta odwołał się do własnych myśli o antycznej determinacji ludzkiego życia, o cierpieniu wynikającym z niemożności odwrócenia biegu przypisanych istnieniu doświadczeń i o dzielnym, choć bezskutecznym stawianiu czoła przeciwnościom losu. Było to bliskie sensualności i *élan vital* początków XX wieku. Cierpienie antycznej Pandory twórca ukazał środkami plastycznymi, które ukształtowały jego koncepcję piękna – secesyjną linią i z lekka modernistyczną kreską.

## Rola słowa

Po wtargnięciu na informacyjną powierzchnię afisza, obraz szybko się rozprze-  
strzenił i rozpoczął rugowanie słów. W układaniu wzajemnych relacji warstwa  
obrazowa plakatu przesunęła się ku semantyce słownej, stając się widzialnym  
obrazem myśli. Jednak nie mogąc udźwignąć precyzji informacji, obraz był zmu-  
szony do uczynienia słów sprzymierzeńcem własnej ekspresji. Ostateczny pod-  
bój pisanego przez wizualne zakończył się paktem: słowo przekazuje informację,  
a obraz ją estetyzuje. Obraz święcił tryumf, ale i słowo okazało się niezbędne.



Piotr Młodożeniec, *Albośmy to jacy, tacy...*  
według Wyspiańskiego, 2006, plakat teatralny



Piotr Młodożeniec, *Stanisław Młodożeniec*.  
Wystawa malarstwa i rysunku, 2006, plakat  
wystawowy



Piotr Młodożeniec, *Festiwal Literacki*, 2006,  
plakat imprezowy

Słowo pisane ma dwa wymiary: semantyczny i graficzny. W przekazie książkowym pierwszy z nich jest nadrzędny wobec drugiego – zapis stanowi nośnik znaczenia. Inaczej rzecz się ma w plakacie. Tu bowiem obydwa wymiary są jednakowo ważne, a każdy spełnia odmienną funkcję.

Pierwsza polega na uściśleniu znaczeń towarzyszących słowom obrazów. Przykładem może być plakat Piotra Młodożenca *Albośmy to jacy, tacy... według Wyspiańskiego*. Warstwa obrazowa dzieła ukazuje dwie postaci, pomiędzy którymi znajduje się „rozdarta” Polska. Ten przekaz konotuje znaczenia związane i z konfliktem, i z przedmiotem sporu. Ich wieloznaczność odbiorca

może skonkretyzować dzięki wpisany w plakat słowom. Przywołują one kontekst możliwego znaczenia wizualizacji. Odnoszą graficzne formy do reklamowanego spektaklu.

Druga funkcja werbalnej warstwy plakatu jest związana z grafiką słów. W pracy zatytułowanej *Stanisław Młodożeniec. Wystawa malarstwa i rysunku* poszczególne znaki języka nie tylko tworzą informację, ale też przywołują jakości czysto plastyczne: barwne plamy (słowo „Hoża” stanowi tło, na którym została ujęta postać malarza) i linie (czarny rząd liter przekształca się w ślad pędzla artysty). W plakacie *Festiwal Literacki* rzędy liter układają się w znaki językowe ukazane na tle trzech kolorowy kół i pospołu z nimi tworzą plastyczną kompozycję.

W plakat�ch *Stanisław Młodożeniec... i Festiwal Literacki* słowo nie tylko znaczy, ale i spełnia funkcję obrazu.

# Reklama a plakat reklamowy

Reklama i plakat korzystają z tego samego obrazowo-słownego tworzywa. Jednak w reklamie nadrzędna wobec intelektualnego i estetycznego znaczenia obrazu jest perswazja. Aby była skuteczna, reklama musi „osaczać” odbiorcę informacją, „modelować” jego wolę i „zniewalać” pragnienia. Taka agresywna i kategoryczna forma przekazu obca jest sztuce plakatu. Ponad zdominowanie odbiorcy przedkłada on ambicję poruszenia jego intelektu i przeżyć. Dokonuje tego środkami plastycznymi, które pozostawiają widzowi miejsce na namysł nad ideowo-formalną złożonością towarzyszącą reklamie przekazu.



Kampania reklamowa kakao „Van Houtena”, jeden z pierwszych przykładów wykorzystania sztuki do potrzeb komercyjnych

Reklama. Odmiana sztuki użytkowej. Polega na przekazywaniu informacji związanych z produktem, usługą lub jakąś koncepcją w taki sposób, aby wywołać u odbiorcy komunikatu zainteresowanie, przychylne nastawienie, wreszcie potrzebę nabycia towaru lub skorzystania z usługi. Czynnikiem decydującym o skuteczności reklamy jest czynnik perswazyjny, a wśród elementów podnoszących jej skuteczność najczęściej wymienia się dostateczną informacyjność, możliwość łatwego zapamiętania (zwięzłość, oryginalność) i przejrzystość kompozycyjną (...).



Autor podpisujący się „Mimoza”, *Czekolada i cacao*.  
E. Wedel w Warszawie, 1904, gwasz, otówek, papier,  
55,5 x 41,5 cm

teczności reklamy jest czynnik perswazyjny, a wśród elementów podnoszących jej skuteczność najczęściej wymienia się dostateczną informacyjność, możliwość łatwego zapamiętania (zwięzłość, oryginalność) i przejrzystość kompozycyjną (...).

E. Mrowczyk, hasło *Reklama*, w: *Słownik kultury popularnej*, red. T. Żabski, Wrocław 1997, s. 354–355.

(...) reklama i sztuka spełniają podobne funkcje: wpływają na zachowanie jednostki. Reklama może również tworzyć styl życia i wewnętrzny świat jednostki, i w takim kontekście może mieć cechy, które spełnia sztuka. (...)

Podsumowując, nie każda reklama jest sztuką, chociaż posługuje się środkami artystycznymi, wymaga wycucia estetyki i przygo-

towania artystycznego. Reklama, która może być uważana za sztukę, powinna zawierać w sobie nie tylko ekonomiczne wartości, ale też takie, które kształtują świat jednostki, wpływają na jej codzienne zachowanie – w takim sensie reklamę można traktować jako sztukę.

I. Czudowska-Kandyba, *Czy reklamę można rozpatrywać jako sztukę?*, w: *Estetyka reklamy*, red. M. Ostrowicki, Kraków 2002, s. 82.

Po raz pierwszy pytania o artystyczny status reklamy pojawiły się w momencie ekspansji komercyjnych plakatów we Francji — w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych wieku XIX. Ówczesne środowisko artystów akademickich jednoznacznie postrzegało plakaty jako przejaw degradacji sztuki graficznej, chociaż z drugiej strony plakaty popularnego ówczesnie grafika komercyjnego Jules'a Chéreta<sup>114</sup> kolekcjonował Georges Seurat<sup>115</sup>. Sytuacja zmieniła się w latach dziewięćdziesiątych, kiedy plakaty reklamowe zaczęli tworzyć tak wybitni artyści, jak Henri de Toulouse-Lautrec<sup>116</sup> i Pierre Bonnard. Wtedy też po raz pierwszy doszło do zatarcia granic między sferą sztuki a reklamą. (...)

Reklamę jako dziedzinę sztuk plastycznych, po raz pierwszy w USA, zaczął promować od 1908 roku Earnest Elmo Calkins<sup>117</sup>, jeden z założycieli nowojorskiej agencji Calkins & Holden. Usiłował on odróżnić w ten sposób „sztukę reklamy” (*advertising art*) od codziennej „komercyjnej szmiry”. Calkins jako pierwszy w swojej agencji stworzył też „dział sztuki” (*art department*). Wymowne



Rafał Olbiński, *Deutsche Bank*, 1980, plakat reklamowy

<sup>114</sup> Jules Chéret – zob. *Noty o autorach*.

<sup>115</sup> Georges Seurat (1859–1891), francuski malarz, neoimpresjonista, twórca scen figuralnych, pejzaży morskich i okolic Paryża.

<sup>116</sup> Henri de Toulouse-Lautrec – zob. *Noty o autorach*.

<sup>117</sup> Earnest Elmo Calkins – 1868-1964, amerykański twórca reklam; zapoczątkował ruch związany z podniesieniem reklamy do rangi sztuki.



stało się również ukonstytuowanie się w latach dwudziestych w wielu agencjach reklamowych instytucji dyrektora artystycznego (*art director*), którego rolą było kształtowanie relacji między artystyczną stroną reklamy – a tym samym jej warstwą ilustracyjną i perswazyjną – a oczekiwaniami i gustami odbiorców.

A. Kisielewski, *Reklama – sztuka czy ikonosfera?*, w: *Estetyka reklamy*, red. M. Ostrowicki, Kraków 2002, s. 53–54.

Plakat Rafała Olbińskiego „Deutsche Bank” wymyka się banałowi. Ciepłe światło wydobywa z mroku blat kuchenny (deskę do krojenia?), na której leżą trzy kromki chleba. Za nimi widać bochenek, którego jedna część przypomina sztabę złota. Zaskakujące połączenie kształtów obydwu przedmiotów, wyrażenie wymodelowanych pięknym światłem, budzi konotacje z sytością, ciepłem domowego ogniska i dostatkiem. W kontekście nazwy banku oraz jego logo, obydwa nakładające się na siebie obrazy niosą reklamowy przekaz: Deutsche Bank gwarantem dostatniej przyszłości. Plakat ma zakodować w umyśle spektatora obraz usługi. Gdy odbiorca stanie w przyszłości przed wyborem instytucji, której ma powierzyć swoje oszczędności, wydobędzie je z pamięci i odpowiednio wykorzysta.

Plakat Olbińskiego czyni z obrazu wartość samą w sobie. Jest i wyzwaniem dla myśli, i rozkoszą dla oka.

# Metaszuka

Plakat może zachęcać do wysłuchania koncertu, obejrzenia filmu, spektaklu teatralnego, widowiska tanecznego, wystawy malarstwa. Czyniąc przedmiotem wypowiedzi dzieła innych dziedzin twórczości, staje się metasztuką.

Plakat mogący być dziełem metaartystycznym (utworem mówiącym językiem artystycznym o innym dziele sztuki), pojawia się w polu naszego widzenia jako esencja indywidualnego przeżycia innego dzieła. Zostaje ono wtórnie zobrazowane, by mogło zaistnieć jako o b r a z, który potem zostaje wystawiony na widok publiczny.

M. Knorowski, *Plakat polski*, w: *Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. prow. K. Spiegel, Warszawa 1996, s. 18.

Metaszuka powstaje jako rezultat twórczości ufundowanej jak gdyby na wyższej świadomości sztuki. (...) Metaartysta postrzega sztukę jak gdyby „z zewnątrz”. Dzięki temu może się od sztuki zdystansować, może ją uprzedmiotowić. Może również ogarnąć jej założenia i postawić przy nich znak zapytania; może dostrzec, że założenia te mają w istocie umowny charakter; może im zaprzeczyć; może je zmienić; może je wykpić. (...) Istotą metasztuki wydaje się być penetracja intelektualna istniejącej już zawartości przestrzeni sztuki, jej wewnętrznych i zewnętrznych relacji, mechanizmów funkcjonowania, jej problemów, paradoksów, możliwości.

J. Hanusek, *Ucieczka w metasztukę*, „Estetyka i Krytyka” 2004, nr 6 (1), <https://pja-esthetics.uj.edu.pl/documents/138618288/139072849/Hanusek.pdf/97ba8290-6f7d-462e-a682-292217759aaf>, s. 3–4.

(...) Cieśliewicz wybrał układ kompozycji z centralną osią i lustrzanym odbiciem. Dzięki temu powstała nowa, fantastyczna figura stworzona przez podwójne, symetryczne zestawienie motywu spękniętego ludzkiego popiersia. Pośrodku tej antropomorficznej formy widzimy wypalone, poranione, zdewastowane wnętrza, które możemy odczytać jako aluzję do historycznych losów Polski.

A. Oleksiak, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 123.

Roman Cieślęwicz, *Dziady*,  
Adam Mickiewicz, 1967,  
plakat teatralny  
© Adagp, Paris, 2021 - Photo:  
Adagp images



## Adam Mickiewicz *Dziady* cz. III

A. Mickiewicz, *Dziady* część III, w: idem, *Utwory dramatyczne*, Warszawa 1983, s. 205.

Fragment sceny VII, zatytułowanej *Salon warszawski*, w której poeta dokonuje charakterystyki polskiego narodu w czasach niewoli. Bohaterowie sceny tworzą dwie grupy. Jedna, kosmopolityczna, lojalistyczna, składa się z arystokratów, wysokich urzędników, wojskowych. Ich rozmowy na błahe tematy zdradzają brak zainteresowania losami ojczyzny. Do drugiej grupy należą polscy patrioci głęboko zatroskani represjami i aresztowaniami narodu. Wśród nich jest Wysocki. Jego słowa na temat postawy narodu polskiego w sytuacji zaborów kończą scenę.

N\*\*\*

Patrzcie, cóż my tu pocznem, patrzcie, przyjaciele,  
Otóż to jacy stoją na narodu czele.

W y s o c k i

Powiedz raczej: na wierzchu. Nasz naród jak lawa,  
Z wierzchu zimna i twarda, sucha i plugawa,  
Lecz wewnętrznego ognia sto lat nie wyziębi;  
Plwajmy na tę skorupę i zstąpmy do głębi.

Pretekstem do stworzenia plakatu Romana Cieślewicza była inscenizacja dramatu Adama Mickiewicza *Dziady* część III. Sztukę, wyreżyserowaną przez Kazimierza Dejmka, wystawiono na deskach Teatru Narodowego w Warszawie w 1967 roku.

Do udziału w widowisku artysta zachęcał przedstawieniem obrazu ukazującego część ludzkiego tułowia, ujętego jako biała plama pokryta siecią pęknięć. W jej centrum przedstawił okoloną czerwienią czarną plamę. Tymi lapidarnymi środkami plastycznymi Cieślewicz przywołał słowa jednego z bohaterów spektaklu – Piotra Wysockiego (*Nasz naród jak lawa...*). Plakat obrazuje polskie społeczeństwo czasów zaborów (niepełna, odrealniona w kształtach sylwetka człowieka) i jego postawy wobec carskiego zaborcy: ugodowość i służalczość (skorupa torsu) oraz żar patriotycznego serca (krater spod którego wylewa się lawa).

Praca Cieślewicza jest dziełem sztuki odnoszącym się bezpośrednio do innej sztuki – *Dziadów* Dejmka – a przez nie, pośrednio, do *Dziadów* cz. III Mickiewicza.



Jerzy Czerniawski,  
*Kordian, Juliusz Słowacki*,  
2006, plakat teatralny

**Juliusz Słowacki**  
**Kordian**

J. Słowacki, *Kordian*, oprac. M. Bizan, P. Hertz, Warszawa 1982, s. 115–116.

Ostatnia, X, scena dramatu ukazująca Kordiana w oczekiwaniu na egzekucję.

PLAC MARSOWY

*Z dala widać K o r d i a n a przed plutonem żołnierzy. Na przodzie sceny lud rozmawia.*

(...)

DRUGI Z LUDU

Jaki to krzyk? Czy krzyknął?...

PIERWSZY Z LUDU

Nie, usta ma blade

I nic nie mówi (...)

PIERWSZY Z LUDU

Chcą zawiązać oczy –

Nie pozwolił...

DRUGI Z LUDU

Oficer wystąpił po przodzie...

Już ma komenderować... coś mi serce tłoczy!

Podnieśli broń do oka...

W maju 1808 roku ludność Madrytu zbuntowała się i rozpoczęła powstanie przeciwko francuskim najeźdźcom, które zostało jednak krwawo stłumione. W 1814 roku (...) Goya został poproszony o przedstawienie na płótnie „bohater-skich czynów powstańczych przeciw tyranowi Europy, które okryły nas chwałą”. W pracy malarza nie ma ani krzty retoryki. W scenie egzekucji stają naprzeciw siebie dwie grupy: żołnierze plutonu egzekucyjnego mechanicznie wykonujący rozkaz (...) i sparaliżowani strachem powstańcy.

S. Zuffi, *Malarstwo nowoczesne: od romantyzmu do awangardy XX wieku*, tekst i dobór ilustracji S. Zuffi i F. Castria, przeł. A. Wieczorek-Niebielska, Warszawa 1999, s. 20.



**Francisco Goya, *Rozstrzelanie powstańców madryckich*  
3 maja 1808, 1814, Prado, Madryt**

Plakat Jerzego Czerniawskiego *Kordian*, *Juliusz Słowacki* nawiązuje do końcowej sceny *Kordiana* Słowackiego, w której, po nieudanej próbie zgładzenia cara, tytułowy bohater staje przed plutonem egzekucyjnym.

W porównaniu z przekładaną na język teatru literacką sceną rozstrzeliwania, wizja zaprezentowana na plakacie uległa uproszczeniu. Została ograniczona do dwóch postaci i ukazana w nawiązaniu do sytuacji z obrazu romantycznego malarza Francesco Goi – *Rozstrzelanie powstańców madryckich 3 maja 1808*. Poza skazańca, jego gest uniesionych rąk, biała koszula oraz wymierzona w pierś lufa karabinu stanowią powtórzenie figury śmierci madryckiego powstańca. Takie obrazowanie sugeruje analogię między polskim doświadczeniem niewoli a doznaniem hiszpańskiego narodu w podobnym historycznie czasie.

Temat pracy Czerniawskiego i sposób jego realizacji ujawniają złożony charakter plakatu jako dziedziny twórczości. Pokazują, że przedmiotem tego typu prac może być sama sztuka, a środkami ekspresji – figury i znaczenia wyrażone w dziełach niebędących bezpośrednim przedmiotem jej wypowiedzi.

## Walory artystyczne plakatu

Nośnikiem plakatowej informacji są oszczędne słowa „rozwinęte” i „zinterpretowane” obrazem. O nadaniu plakatowi rangi dzieła sztuki decyduje estetyka elementów plastycznych i graficznych oraz ich zespolenie w jednolitą artystycznie formę. Czytamy na ten temat w najstarszej polskiej rozprawie o plakacie *Sztuka w plakatach. Cele, powstanie, technika i artystyczne zasady nowoczesnego plakatu* (1898) Jana Wdowiszewskiego<sup>118</sup>:

Zakres przedmiotów przedstawienia jest w sztuce plakatowej nieograniczony. Należy tu wszystko, co tylko zostaje w związku z potrzebami i przyjemnościami życia i co może być przedmiotem publicznych ogłoszeń lub zalecenia drogą reklamy, a więc: Wystawy wszelkiego rodzaju, przedstawienia teatralne, cyrkowe, koncerty, bale, zebrania różnego rodzaju, wyścigi, wszelkie przyjemności sportowe, podróże, miejsca kuracyjne, płody literatury, wszelkie dziedziny handlu i przemysłu, techniki a nawet polityki. Otwiera się zgoła przed artystą nieskończona sfera nie tylko co do treści, ale także co do obrazowania odpowiedniego zdolnościom. Artysta, może popuszczać wodze najśmielszej fantazy i trącać aż o fantastyczność. Może być zupełnym realistą i fotografować nagie życie, może wreszcie sięgać także po laury ścisłej monumentalności. Treść plakatowa ukaże się powolną każdemu sposobowi pojmowania, byle ono tylko miało w sobie istotę prawdziwie artystyczną.

Plakatu bez celu nie można sobie pomyśleć. (...) Zatem pierwszym warunkiem dobrego plakatu artystycznego musi być zgodność obrazowego motywu z celem afisza. Artysta ma zadanie stworzyć środek pośredniczący między celem reklamy a publicznością. Pośrednictwo to jest podwójne: raz dla zwrócenia publicznej uwagi, że afisz istnieje w ogóle, powtóre, że istnieje dla takiego a nie innego celu. Pierwsze osiągnie artysta przez wielkość formatu, temat i sposób barwnego traktowania, drugie przez ścisłe zastosowanie motywu obrazowego do treści reklamy lub ogłoszenia. Ale co do pierwszego zachodzi jeszcze ta ważna

---

<sup>118</sup> W przytoczonym fragmencie zachowano oryginalną, dziewiętnastowieczną pisownię.

okoliczność, że nie dosyć jest, aby plakat wywarł wrażenie jako taki, lecz także jako plakat umieszczony w miejscu, gdzie wiele innych afiszów będzie mu robiło przypadkowe współzawodnictwo. (...)

Plakat nie tylko powinien wpadać w oczy, podrażnione ruchem ulicznym i pociągane w różne strony, ale nadto winien obudzać ciekawość, nęcić przechodnia, wbijać mu się w pamięć, zniewalać go do powtórnego spojrzenia a nawet, o ile możliwości, do dłuższego zatrzymania się przed sobą. W tym duchu ma on działać jako zamknięta całość tj. nie tylko swoją częścią obrazową, ale i częścią napisową. Jako kompozycja obrazowa, rysunkowa i barwna, winien to czynić jednym głównym momentem, główną postacią, ze skromnymi dodatkami, pobudzając fantazję już to ostre, lecz szarmonizowanymi, już to lubemi przeciwieństwami w pomyśle lub w kolorach. Wszelkiego przeładowania szczegółami i przepełnienia drobiazgami winien unikać, ponieważ one szkodzą wrażeniu fizycznie i estetycznie.

Kompozycję plakatu powinno oko objąć jednym spojrzeniem, gdy tymczasem wszelkie drobiazgowy szczegóły wymagają głębszego wniknięcia, bystrzejszego oryentowania się, na które przechodzący nie ma czasu. Mała ilość figur w obrazie — zaleca plakat. W ogóle motyw obrazowy bywa tem lepszy, im jest ściślej opracowany, bo wtedy formą, rysunkiem i barwą wdraża się w umysł lepiej przy odpowiednich rozmiarach i kontrastach. Rysunek i ornamentyka, względnie figury i ornamenta, powinny się wiązać ze sobą w sposób wymowny. Za wzór może służyć w tym względzie plakat belgijski



William H. Bradley, *The Chap-Book Thanksgiving number*, 1895, plakat reklamowy





Josef Rudolph Witzel, *Jugend*, 1896, plakat reklamujący tygodnik o modzie i sztuce

wyrażoną w linii i kolorach. (...) Barwnie rzecz biorąc, musi wprawdzie plakat krzyknąć, żeby zwrócić uwagę na siebie. Lecz gdy siła krzyku może polegać na odpowiednim zmodulowaniu głosu, mniej lub więcej sympatycznym dla ucha, przeto i wyborem barw powinna rządzić zasada estetyczna, której celem jest ujmująca harmonia. (...)

O estetyczności plakatu rozstrzyga także nastrój użytego w nim motywu. Chéret<sup>121</sup> (...) stworzył dla Paryża nowy świat postaci, które dziś są prawie

A. Crespina<sup>119</sup>, z reklamą dla architekta Pawła Hankar<sup>120</sup>, gdzie artysta sprząty architektonicznego zawodu, zużytkował nader zręcznie w roli ornamentów jego pracowni i obramień kompozycji (...).

Jakąkolwiek byłaby zresztą treść plakatu, to estetycznie musi on odpowiadać bezwzględnie wymogom dobrego smaku, czynić wrażenie sympatyczne, ujmujące; powinno go się oglądać z pewną przyjemnością nie raz i nie dwa razy, ale za każdym razem. Wybór motywu jest tutaj rozstrzygającym. Nie tylko merytorycznie powinien on budzić interes, ale przymilać się formą,

<sup>119</sup> Crespin – Adolphe Crespin (1859–1944), belgijski malarz, dekorator i plakacista okresu secesji.

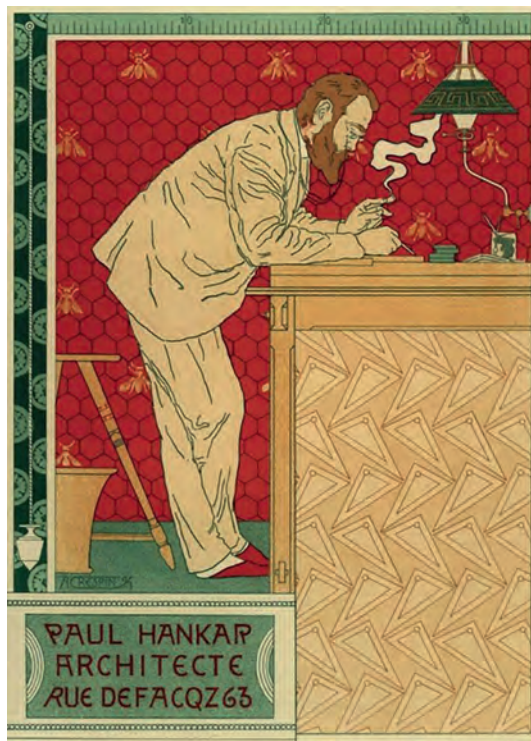
<sup>120</sup> Paweł Hankar – Paul Hankar (1859–1901), belgijski architekt i projektant mebli, przedstawiciel secesji.

<sup>121</sup> Chéret – zob. *Noty o autorach*.

tak nieodłączną częścią jego obrazu, jak setki innych rysów, bez których sobie niepodobna wyobrazić stolicy nad Sekwaną. Są to postacie baletowe, bohaterki publicznych lokalów zabawy, gdzie moralność, zawieszana przez noc na kołku, traci swoją krepującą powagę i surowość. Postacie te należą zgoła do sfer wesołych, ale nie wolnych od zarzutu zbyt swobody obyczajowej. Za przykład i wzór – nastroju z takich sfer podawać niepodobna, ale niepodobna również kłaść tu zbyt stanowczej granicy, bo należy zostawić pole rozwinięciu się artystycznej indywidualności. (...)

Zdaje nam się, że nie ma bardziej pożądanego żywiołu dla sztuki plakatowej nad humor, dowcip i wesołość. Natomiast wstrętnym bywa plakat reklamy, która się narzuca i nie przebiera w środkach. Takim bywał najczęściej organ reklamy dawnego autoramentu, któremu towarzyszyły np. podobne napisy, jak: „Mord i śmierć robactwu”, albo „Zbrodnię popełnia, kto nie kupuje u N. N.” albo „Większa część dzieci wymiera, ponieważ itd.” — Taki plakat zniechęca, a tem samym chybia celu. Nie wolno plakatowi nosić na sobie piętna ordynarności i gminności, nie wolno mu uwłaczać dobremu smakowi i uczuciu człowieka czyto religijnemu, czy patriotycznemu. Plakat powinien nosić charakter nawskróś godny. Na potępienie zasługują, obrazy plakatowe, obliczone na grubą zmysłowość i takie, co jak wyżej przytoczone, budzą w pierwszej chwili wstręt lub przestrasz.

Istotną część plakatu stanowi jego napis. On powinien współdziałać z obrazem i przyczyniać się wraz z tym do osiągnięcia wrażenia. Dawniejsze plakaty obrazowe, a nawet jeszcze starsze prace Chéreta, dawały dużo do czytania. Reklamy dla środków spożywczych i artykułów handlowych, bawiły się w wylizanie



Adolphe Crespin, *Paul Hankar architecte*, ok. 1894, plakat reklamujący pracownię architektoniczną P. Hankara



Alfons Mucha, *Dama Kameliowa*, 1896,  
plakat teatralny

wszystkich zalet i skutków prawdziwych i urojonych; afisze teatralne wypisywały całe programy itd. Dzisiejsze plakaty wprowadziły i w tym kierunku zupełnie inny stan rzeczy. Utarty zwyczaj trudnym był do przełamania u reklamujących, którym się zdawało, że właśnie w opisach tkwi cała wartość reklamy. I artyści nie zaraz dali się nakłonić do przyjęcia zdrowej zasady, że krótkość jest duszą dowcipu.

Chodzi więc w napisie o ograniczenie się na to, co najniezbędniejsze, o telegramową zwięzłość, bo celem jedynym jest zwrócenie uwagi na nazwę rzeczy lub firmy, o której wiadomo czem handluje; chodzi o nazwę fabrykatu, który wszedł świeżo w użycie, wynalazku, który właśnie został zrobiony, o sztukę, która ma być daną, względnie artystkę, która ma przedstawiać główną rolę itp. Kogo te momenta zainteresują, taki znajdzie drogę do wszelkich innych szczegółów i adresów. Szczegóły tego rodzaju zabierałyby tylko miejsce dla głównej rzeczy. (...) Odpowiednio do takiego pojęcia rzeczy, napis w plakatach musi być tak wielki i wyraźny, żeby działał z odległości. Od tego zależy znów rodzaj użytego pisma. Ono może być jednym z utartych, a więc lepiej w literach łańciskich lub renesansowych, jaśniejszych i dlatego z daleka czytelnych, aniżeli np. litery pisma niemieckiego. Pismo może być fantazyjnym, umyślnie opracowanym przez artystę w stylu i formach samego

obrazu. W takim razie zaleca się prostota obok oryginalności, jasność obok dekoratywnego bogactwa w liniach i barwach.

Miejsce dla pisma na plakacie należy obierać w ten sposób, żeby pismo nie istniało w oderwaniu od obrazu, lecz żeby również nie psuło jego wrażenia. W tym względzie trzeba oddać pierwszeństwo wzorom francuskim, zwłaszcza Chéreta. Jego napisy były na początku bogate, wielobarwne i dość fantastyczne.

W miarę rozwijania się jego stylu, pod wpływem opinii publicznej, zaczęły tracić na wybitności przy coraz ważniejszej roli figur. Jeszcze przed kilkunastu laty zajmowały w jego plakatach stanowisko równorzędne z obrazem. Dziś figura jest w nich rzeczą główną, a napis tylko towarzyszem. Zwyciężyła bowiem znowu zdrowa zasada, żeby ludność przyzwyczajać do czytania w liniach i barwach, a mniej z liter i podpisów na obrazach.

Kraków dnia 21 czerwca 1898 r.

J. Wdowiszewski, *Sztuka w plakatach. Cele, powstanie, technika i artystyczne zasady nowoczesnego plakatu*, Kraków 1898, s. 31–36.

O walorach estetycznych plakatu świadczy nie temat, lecz sposób jego ujęcia. Rangę artystyczną osiągają te spośród plakatów, których twórcom udało się:

1. Dobrać odpowiedni do celu reklamy motyw obrazowy i ująć go w stosowną linię i kolorystykę.
2. Ograniczyć warstwę werbalną przekazu i nadać słowom walor plastyczny.
3. Zespolic obraz ze słowem w kompozycyjną całość.

Koncept, humor, lekkość i wdzięk plakatu mają pobudzać wyobraźnię i myśl spektatora – czynić zeń świadomego odbiorcę zaproszenia do „konsumpcji” dzieł kultury, idei, produktów.

# Wymogi warsztatowe

Plakat, jak każda sztuka, wymaga talentu. Ten zaś najlepiej rozkwita, jeśli jest wsparty wiedzą warsztatową.

Plakat (...) składa się z 5 elementów, a mianowicie: kompozycji ogólnej, rysunku, koloru, przestrzeni wolnej i tekstu. Grafik musi te 5 elementów zbudować w taki sposób, aby plakat spełnił następujące warunki:

1. zaintrygował, wzbudzając chęć zapoznania się z ideą,
2. dał się odczytać i przyswoić bez wysiłku,
3. pozostawił w umyśle czytającego pozytywny stosunek do idei przedstawionej na plakacie.

(...)

## *Kompozycja*

Podstawowym warunkiem dobrego plakatu jest jego czytelność. Przystawanie idei plakatu nie może nastęczać trudności lub zmuszać do wysiłku myślowego. Dlatego też kompozycja, czyli rozplanowanie rysunku, walorów barwnych i tekstu winna być przejrzysta, jednoznacznie zrozumiała i rytmicznie harmonijna. (...) W ramach ogólnej kompozycji czyli rozmieszczenia na arkuszu papieru wszystkich elementów plakatu tzn. rysunku, koloru i tekstu, mieszczą się kompozycje poszczególnych wymienionych elementów. Tekst na przykład będzie miał własną kompozycję, własny układ, lecz podporządkowany wymaganiom kompozycji ogólnej.

Rozróżniamy kompozycję symetryczną i asymetryczną, ta ostatnia musi być dobrze „wyważona”, to znaczy, plakat nie może wywierać wrażenia, że się „przewraca” w tę czy inną stronę. Przeczyłoby to choćby warunkowi harmonijnego rozplanowania i wzbudzało uczucie drażniącego niepokoju. Każdy fragment barwny lub liniowy na plakacie musi mieć swój równoważnik w postaci odpowiedniego punktu w innym miejscu plakatu. (...) Część „rysunkową” można rozwiązać dwójako: rysunek główny pokrywa prawie całą przestrzeń papieru albo rysunek główny jest skupiony na małej części arkusza. Zagadnienie to winno być rozstrzygnięte zdecydowanie. Zasadniczy rysunek „wiszący” w przestrzeni pla-

katowej, niegrający swą proporcją do proporcji arkusza, wywiera wrażenie słabości.

Zależnie od tematu kompozycja może być spokojna lub dynamiczna, co w konsekwencji zobowiązuje grafika do odpowiedniego nie tylko typu rysunku, ale i barwy i liternictwa.

Ogólnie mówiąc kompozycja plakatu winna być intrygująca, ciekawa, jednak w ramach rytmicznej harmonii całości. Tekst i rysunek uzupełniają się lecz nie konkurują z sobą. (...)

#### Rysunek

Istnieje wśród artystów wyrażenie: „praca przegadana”. Określa się tym terminem pracę, w której autor zagubił się w szczegółach tematu rysowanego. Zamiast wysiłku twórczy skierować na wydobycie maksimum c h a r a k t e r u rysowanego obiektu, zachowując zasadnicze elementy podkreślające ten charakter, rozdrobnił się artysta w szczegółach tracąc zwartość istotną dla całości. Zdania budowane jasno i prosto przemawiają do każdego, wszelkie zbyteczne omówienia, zbyt liczne przymiotniki itp. zaciemniają główną myśl.

I właśnie dlatego rysunek główny na plakacie w żadnym wypadku nie może być „przegadany”. Człowiek na plakacie to nie fotografia, lecz syntetyczny obraz człowieka z zaznaczonymi t y m i paroma szczegółami rysunku ciała czy ubrania, które w myśl idei plakatu są *niezbędnie konieczne* dla określenia jego przynależności do narodu, klasy społecznej, czy też grupy zawodowej. Natomiast wysiłek artysty skieruje się na wydobycie charakterystycznej sylwety ruchu ciała, sugestywnego wyrazu twarzy, gestu, rąk itp.



Teodor Axentowicz, *Sztuka*, 1898, plakat wystawowy



**Wojciech Weiss, Raut artystyczny,**  
1898, plakat kulturalny

I znowu im prostszymi środkami uzyskamy ten sugestywny wyraz twarzy, im mniej będzie na niej kresek, linii i kolorów wzajemnie konkurujących, tym działanie na widza będzie silniejsze. Jeśli np. ręce postaci nie są głównym tematem rysunku, wypracowanie na palcach zmarszczek (stawy) będzie właśnie należało do pracy „przegadanej”.

Trzeba tak rysować dłoń, aby jej charakter nie budził wątpliwości co do przynależności jej właściciela np. do klasy pracowników fizycznych.

Możemy przyjąć jako zasadę: rysunek na plakacie nie powinien być realistyczny. Winien być syntetyczny, uproszczony, wyrażający charakter przedmiotu rysowanego. (...)

Rysunek winien być budowany linią płynną, nie szarpaną. Im precyzyjniejszy rysunek, tym czytelniejszy plakat.

#### *Barwa*

W plakatach ogranicza się ilość kolorów ze względu na znaczne koszty. Jednak nie powinno się używać mniej niż trzy kolory. Plakaty 2-barwne (kolor biały nie liczy się) zbyt słabo wyodrębniają się od tła muru czy sąsiednich plakatów. (...)

Są osoby o umysłach prostolinijnych, dla których ludzka twarz musi być różowa, trawa zielona itp. W plakacie sprawa barwy przedstawianych ludzi czy przedmiotów zwalnia na ogół od podobnego rozwiązania. Jak rysunek nie powinien być realistyczny, tak i barwy mogą odbiegać od realizmu na korzyść wzmocnienia efektu całości.

Zestawienia barwne stwarzają pewne nastroje u widza, stąd koloryt plakatu będzie zależny przede wszystkim od tematu ideowego, a następnie od tematu ilustracyjnego. Oczywiście jest, że temat optymistyczny, mający wywołać u widza nastrój pogodny, będzie rozwiązany w przewadze tonów jasnych, łagodnych. Nastrój powagi, rzeczowości zasugerują w tle kolory spokojne, niezbyt „lekkie”. (...)



Jan Lenica, *Wozzeck*,  
*Alban Berg*, 1965, plakat  
teatralny

© Adagp, Paris, 2021 -  
Photo: Adagp images

Dobór odpowiednich walorów (natężeń) koloru jest właściwie nieograniczony. Przez mieszanie barw uzyskuje się wszelkie odcienie, z których wybieramy najlepsze dla danego tematu. (...)

W zależności od użycia różnych narzędzi malarskich uzyskuje się różne efekty nastrojowe. W tle poziome ślady pędzla płaskiego a szerokiego, maczanego w farbie bardzo gęstej, stwarzają wrażenie przestrzeni i lekkości. Zakładanie tła pełnym kolorem daje zdecydowane oparcie dla rysunku pierwszoplanowego o delikatnej treści. Malowanie bryły pierwszoplanowej przy przejściu z cienia w światło dzięki pędzłom tzw. „japońskim” (szeroki, płasko ściętym) stosuje się przy plakatach o treści mocnej, zwartej, podkreślając siłę tkwiącą w temacie. Technika prószu (modelowanie przez mechaniczne rozpylenie pyłu rzadkiej farby) znakomicie wyrażamy lekkość, subtelność, efektowne błyski itp. Nie sposób omówić na tym miejscu wszystkich technik, sposobów i chwytów graficznych,



stosowanych przez artystów grafików. Stale szukają oni nowych pomysłów w rozwiązaniach technicznej strony plakatu. Nie mają słuszości ci z krytyków, którzy mówią: ależ to jest złe! tak się przecież nie robi! Że „tak się nie robi” jest tylko komplementem. Jak każda „nowość” musi mieścić się w ramach sensu i logiki.

### *Wolna przestrzeń*

Jak rysunek w plakacie nie może być „przegadany”, tak i plakat nie może być „zaduszony” przez wypełnienie całej powierzchni rysunkiem i liter.



Tadeusz Gronowski, *Sherrier*, 1930,  
plakat reklamowy

Dla łatwego przyswojenia sobie przez widza plakatu należy zachować trochę „powietrza”, to znaczy w niej przestrzeni, na której nic się nie dzieje, a więc dzięki której tym plastyczniej występują partie zasadnicze. Można to zagadnienie porównać do pokoju przepelnionego nadmiarem mebli. Taki skład uniemożliwia rozróżnienie poszczególnych przedmiotów, przytępia spostrzegawczość lub wręcz męczy. (...) „Wolna przestrzeń” w plakacie nie jest równoznaczna z pozostawieniem białych plam niezamalowanych, ani niezarysowanych.

Bardzo spokojne partie tła barwnego też tworzą dla oczu patrzącego owe potrzebne oazy wypoczynkowe.

### *Tekst*

Tekst na plakacie musi być krótki. Jest to zupełnie zrozumiałe, gdyż zmuszanie przechodnia do odczytywania dłuższych sentencji osłabia siłę ekspresyjną plakatu. Tekst ma zwykle formę hasła

wzywającego społeczeństwo do określonej czynności lub ma na celu wpłynięcie na ustosunkowanie się obywateli do pewnych zagadnień w pewien określony sposób. Atrakcyjność słów trzeba będzie na plakacie podkreślić odpowiednim rozmieszczeniem tekstu i doбором odpowiedniego typu i kroju liter. (...) Litera tworzą armię, przy pomocy której można odnosić zwycięstwa, ale również ponosić klęski. Niestaranne opisanie plakatu, nieodpowiednie tło lub kolor napisu, nieszczęśliwe rozmieszczenie, zły podział na tekst główny i pomocniczy, wresz-

cie fałszywy krój liter to zdecydowana przegrana dobrej idei, dobrego rysunku i dobrego ogólnego kolorytu. (...)

Przed wkomponowaniem tekstu w plakat musimy określić, które słowa są pierwszoplanowe i istotnie ważne by schwytać rozproszoną uwagę przechodnia, dając pierwsze nastawienie psychiczne (współpracuje w tym momencie rysunek z tekstem głównym), a które wyrazy są drugoplanowe, jako uzupełnienie tekstu głównego.

Tekst główny musi dać się czytać bez jakichkolwiek zahamowań. Rysunek tematu plakatu nie może konkurować swą wyrazistością z literami, oba te elementy muszą komponować się z sobą bez zastrzeżeń. Rozłożenie kolorów będzie natomiast na usługach części literniczej plakatu. Temat plakatu i treść słowna narzuca typ i krój odpowiednich liter. (...)

Ogólnie powiemy, że każda litera znajdująca się na plakacie musi być bez żadnych wątpliwości i bez żadnego wysiłku czytelna.

Zbyt daleko idąca fantazja autora plakatu niech raczej znajdzie ujście w rysunkowym temacie niż w liternictwie. Nikt nie zechce zadawać sobie trudu, by z mozołem odczytywać hasło plakatu.

Trzeba wyjść „naprzeciw” i tak tekst główny wrysować w plakat, by został przyswojony i zapamiętany muśnięciem oczu przez przechodnia.

J. Słomczyński, *Plakat. Idea – budowa – przykłady*, Warszawa 1947, s. 11–22.



Zofia Stryjeńska, *Polska na międzynarodowej wystawie nowoczesnej sztuki dekoracyjnej w Paryżu, 1925*, plakat wystawowy

Mimo tematyczno-formalnego i stylistycznego zróżnicowania plakatów, kryteria ich oceny pozostają niezmiennie. Dobry plakat powinien:

1. Zawierać czytelne przesłanie wyrażone harmonijnym układem wszystkich elementów artystycznych.
2. Operować syntetycznym obrazem skupionym na sugestywności znaczenia.
3. Zestawiać kolory w układy barwnych plam podkreślających nastrój kompozycji.
4. Lokować graficzne znaki w przestrzeni dzieła w taki sposób, by oko patrzącego łatwo mogło je wyodrębnić i rozpoznać.
5. Minimalizować ilość znaków językowych przekazu i „uplastyczniać” je, dzięki odpowiedniemu wyborowi rozmiaru i kroju czcionki wyrazów oraz miejsca ich rozmieszczenia w kompozycji.

## Z ulicy do muzeum

Naturalnym środowiskiem plakatu jest miejska ikonosfera. Tu, w pobliżu witryn sklepowych i na tle fasad, pojawił się on po raz pierwszy. Od razu przeobraził wygląd miasta. Odtąd szare mury stały się miejscem ekspozycji, a pokrywające je plakaty – nowymi „szatami” ulicy. Spragnione wrażeń oko mieszczucha nie pozostało na nie obojętne. Tadeusz Peiper tak zachwycał się nową jakością w życiu miasta na łamach drugiego numeru „Zwrotnicy” z 1922 roku: „Dojrzeć piękno w murach pokrytych barwnymi afiszami i radować się tą niezwykłą epopeją, która stale o tydzień naprzód opiewa życie miasta”<sup>122</sup>. Postrzegano więc plakaty nie tylko jako nową estetykę aglomeracji, ale też i przejaw dokonującego się za jej pośrednictwem komunikowania przechodniom teraźniejszego i przyszłego życia miasta.

Gdzie i jak eksponowano wówczas [w Krakowie na początku XX stulecia – przyp. A.B.] plakaty? Przede wszystkim u zbiegu ulic, tj. na ścianach narożnych kamienic, gdzie do wysokości parteru umieszczano tablice dostatecznie wielkie, aby moż-



Kraków, Rynek u wylotu ulicy Grodzkiej, fotografia (za: S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939*, Warszawa 1971, s. 27)

<sup>122</sup> T. Peiper, *Miasto, masa, maszyna*, w: idem, *Pisma wybrane*, opr. S. Jaworski, Wrocław 1979, s. 15.

na było na nich ulokować plakaty dochodzące do dwóch metrów. Tablice ogłoszeń wisiały również na wielu kamienicach wzdłuż ulic, często w załamaniach muru, na przyporach. Gęsto bywało od plakatów i afiszów na placach, na obydwu rynkach. Nieustający wernisaż trwał na palisadach i płotach otaczających parcele pod budowy.

S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 27–28.

**Plakaty nie tylko stroiły ulice i cieszyły oczy przechodniów, ale też prowokowały publiczność do sporów obyczajowych.**

## **Gabriela Zapolska**

### **List**

G. Zapolska, *Listy Gabrieli Zapolskiej*, t. I, zebra. S. Linowska, Warszawa 1970, s. 141.

### **Fragment listu do Stefana Laurysiewicza z 22 IV 1891 roku napisanego w Paryżu**<sup>123</sup>.

Co Ci napiszę? Chyba to, że rząd pozdzierał afisze Chéreta<sup>124</sup> i zakazał na przyszłość tworzenia podobnych skandali. Widzę, jak Ci się nos przedłuża. Si, si<sup>125</sup>!. A Chéret oznajmił, że skoro mu każą ubierać jego kobiety, to on więcej rysować nie będzie. Widziałam wystawę „Coourrier Francais”<sup>126</sup> i konałam ze śmiechu przed niektórymi rzeczami. Zwłaszcza Forain<sup>127</sup> jest niezrównany. Co za bestia dowcipna! A jak ta szelma rysuje! Trzy kreski i jest dziewczka.

Wśród typów zaludniających plakaty Chéreta powtarzały się postacie żywcem przeniesione z bulwarów i przedmieść: spacerowicze poszukujący uciech zmysłowych w przybytkach lekkiej i podkasanej muzy, feeryczne i zalotnie uśmiechnięte kobiety, kokietujące głęboko wyciętymi dekoltami, colombiny i pierroci, utracjusze i utracjuszki.

S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 9.

---

<sup>123</sup> Stefan Laurysiewicz – Jan Gwalbert Stefan Laurysiewicz (1867–1935), działacz gospodarczy, senator RP; bliski znajomy G. Zapolskiej.

<sup>124</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>125</sup> Si, si – (fr.) tak, tak.

<sup>126</sup> „Coourrier Francais” – „Le Courier Francais Illustre”, ilustrowany dziennik humorystyczny założony w Paryżu w 1884 roku przez Jules’a Roques’a. Wystawa rysunków „Le Courier Francais Illustre” odbyła się w kwietniu 1891 roku w ogrodzie zimowym Élysée Montmartre; zgromadziła ok. 1200 rysunków pomieszczonych w piśmie w 1890 roku. Wystawę zapowiadał afisz Chéreta.

<sup>127</sup> Forain – Jean-Louis Forain (1852–1931), francuski malarz impresjonista, litograf, akwarelista, rysownik.

Niektóre z XIX-wiecznych plakatów kończyły swój żywot pod wpływem nie-sprzyjających warunków pogodowych, inne po wygaśnięciu reklamy. Były jednak i takie, którym udało się ocaleć od zapomnienia dzięki kolekcjonerom. Wielu usuwało je z ulicy tuż po tym, jak zostały naklejone. Z czasem jednak zaczęto traktować takie praktyki w kategoriach procederu. O grożącej za nie karze informowały ostemplowania: „Plakat ten nie może być przekazywany ani sprzedawany. Jego posiadacz będzie traktowany jako przestępca”<sup>128</sup>. Ta próba zachowania plakatu w jego naturalnym *entourage'u* miała przede wszystkim bronić interesu reklamodawców i przemysłowców. *De facto* plakat był sztuką bez świątyni, a pokątne zbiory cieszyły oczy niewielkich grup.

W 1890 roku plakat stał się przedmiotem obrotu handlu dziełami sztuki<sup>129</sup>. Pojawiły się poświęcone mu katalogi (np. publikowany od 1899 roku co kwartał przez czasopismo „La Plume”), a także fachowe czasopisma (np. wydawany od 1899 roku w Anglii „The Poster” oraz od 1910 roku w Niemczech „Das Plakat”)<sup>130</sup>. Ze statusu sztuki bezdomnej plakat uwolnił się wraz z powstaniem galerii i muzeów. Pierwsze na świecie Muzeum Plakatu powstało w 1968 roku w Wilanowie<sup>131</sup>.



Jules Chéret, *Le Courrier Français/ Exposition*, 1891, plakat wystawowy

<sup>128</sup> S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 13.

<sup>129</sup> Ibidem.

<sup>130</sup> Ibidem.

<sup>131</sup> *Encyklopedia Warszawy*, red. prow. B. Kaczorowski, Warszawa 1994, s. 521.

Plakat w zbiorach muzealnych, uwolniony już z informacyjnej i dekoracyjnej służby na murach miasta, przyrównano kiedyś do motyla, którego urodę można ocenić najpełniej w kasecie kolekcjonera lub na albumowej reprodukcji, gdy wzrok obserwatora z poznawczą ciekawością może oglądać każdy szczegół, delektując się harmonią kolorów i celowością kształtu.

Uznanie plakatu za przedmiot muzealnej troski znaczy więc tyle, ile jego „unieruchomienie” po to, by mógł także w przyszłości zachwycać swym pięknem niezależnie od okoliczności, które spowodowały jego powstanie.

Dnia 4 czerwca 1968 roku zostało otwarte Muzeum Plakatu w Wilanowie, jako oddział Muzeum Narodowego w Warszawie. Było to wydarzenie bez precedensu w dziejach światowego muzealnictwa. W pewnym sensie stanowiło prototyp dla innych pokrewnych instytucji, które niebawem zaczęły powstawać na świecie, korzystając z wypracowanych tu metod. Plakaty polskie znalazły w Wilanowie bezpieczną przystań i schronienie przed niszczącym działaniem czasu, a ich autorzy zyskali gwarancję przetrwania swych dzieł.

K. Spiegel, *Muzeum Plakatu w Wilanowie*, w: *Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. prow. K. Spiegel, Warszawa 1996, s. 10.



**Wystawa Wielki Teatr Świata. Plakaty operowe z lat 1945–2012, 2013, fot. Marcin Michalak, Muzeum Plakatu w Wilanowie**

Powstanie galerii i muzeów plakatu nie tylko przedłużyło żywot plakatu, ale też przyczyniło się do podniesienia jego prestiżu. We wczesnym obiegu dzieł tej dziedziny twórczości głównym zadaniem autora była skuteczność w docieraniu do odbiorcy i chęć schlebienia jego gustom. Dziś twórcy mają świadomość, że plakaty mogą trafić z ulicy do muzeum. Według Doroty Folgi-Januszewskiej przyczynia się to do „coraz wyższego poziomu plakatu, coraz ciekawszego i coraz bardziej wyrafinowanego języka (...) komunikacji”<sup>132</sup>.

---

<sup>132</sup> D. Folga-Januszewska, bez tytułu, w: *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli. Biuletyn z sympozjum*, red. M. Ciesielska, M. Kurpiak, D. Sobczyk, Warszawa [1998], s. 8.





# Odmiany plakatu

*Ze względu na zróżnicowanie tematyczne i funkcjonalne plakatu wyodrębnia się różne jego rodzaje: kulturalny (informowanie o wydarzeniach artystycznych, np. teatralnych, filmowych, operowych), ideowy (upowszechnianie poglądów i myśli), reklamowy (promowanie przedmiotów i towarów), autorski (wyrażanie stanowiska twórcy wobec określonego zagadnienia). Każdy z nich realizuje ten sam cel – ma przekazywać odbiorcy informację i nakłaniać do korzystania z niej. Różni się od innych zestawem przywoływanych motywów ikonicznych.*

*Każda z odmian plakatu ma własną poetykę, czyli właściwy dla niej zestaw środków ekspresji, na przykład plakat filmowy często sięga po wizerunki aktorów, a plakat cyrkowy operuje bogatą, wyrazistą kolorystyką.*



# Literacki zwiastun – plakat księgarski

W XIX wieku afisz skutecznie promował oferty księgarskie. Gdy więc przeistoczył się w plakat, już nie musiał zdobywać tej branży handlowej. Sami autorzy nowości wydawniczych dbali, by pojawienie się ich książek na półkach księgarni poprzedzała plakatowa reklama.

## Honoriusz Balzak

### *Wielki człowiek z prowincji w Paryżu*

H. Balzak, *Wielki człowiek z prowincji w Paryżu*, w: idem, *Komedia ludzka*, przeł. T. Boy-Żeleński, Warszawa 1958, s. 198–199.

Fragment powieści *Wielki człowiek z prowincji w Paryżu* (1839). Wraz z częściami *Dwaj poeci* oraz *Cierpienia wynalazcy tworzy Sceny z życia z prowincji*, należące do *Straconych złudzeń* (1837–1843), będących ogniwem *Komedii ludzkiej*. Bohaterem utworu jest młody poeta, Lucjan Chardon de Rubempré, który przybywa do Paryża, aby spróbować swego szczęścia jako dziennikarz.

W chłodny wrześnieowy poranek, z dwoma rękopisami pod pachą, puścił się ulicą de La Harpe, dotarł do wybrzeża des Augustins<sup>133</sup>, przeszedł kilkadziesiąt kroków i spoglądając kolejno na Sekwanę i na sklepy księgarzy, jak gdyby dobry geniusz radził mu się rzucić raczej w wodę niż w literaturę. Po okresie piekących wahań, po bacznych przeglądzie więcej lub mniej łagodnych, wesołych, życzliwych, chmurnych lub smutnych twarzy widzianych przez szyby lub na progu, zauważył dom, przed którym chłopcy sklepowi w pośpiechu pakowali książki. Widocznie przygotowywano je do ekspedycji, mury bowiem pokryte były afiszami:

---

<sup>133</sup> Wybrzeże des Augustins – na lewym brzegu Sekwany, jeden z ośrodków księgarskich i antykwarskich.

#### WYSZŁY Z DRUKU:

*Samotnik*, przez wicehrabiego d'Arlincourt<sup>134</sup>, wydanie trzecie  
*Leonidas*, przez Wiktora Ducange, 5 tomów in 12°,  
na wytwornym papierze. Cena 12 fr.  
*Wnioski moralne* przez Kératry'ego<sup>135</sup>.

– Szczęśliwcy! – wykrzyknął Lucjan.

Afisz, nowa i oryginalna kreacja słynnego *Ladvocata*<sup>136</sup>, zakwitł wówczas pierwszy raz na murach. Niebawem naśladowcy tego nowego sposobu ogłaszania się, będącego źródłem jednego z dochodów publicznych, zalali cały Paryż. Wreszcie, z sercem wezbranym krwią i niepokojem, Lucjan, niegdyś tak wielki w Angoulême<sup>137</sup>, a tak mały w Paryżu, przesunął się pod domami i zebrał odwagę, aby wejść do sklepu zapchanego pomocnikami, klientami, księgarzami... „I może autorami!” – pomyślał Lucjan.

– Chciałbym mówić z panem Vidal albo panem Porchon – rzekł do subiekta. Wyczytał na szyldzie wielkimi literami:

#### VIDAL I PORCHON KSIĘGARNIA KOMISOWA NA FRANCJĘ I ZAGRANICĘ

– Zajęci – odparł subiekt.

– Zaczekam.

#### **Julia Frey** ***Monsieur Henri***

J. Frey, *Toulouse-Lautrec: biografia*, przeł. J. Andrzejewska, Warszawa 2004, s. 335–337.

**Fragment biografii H. de Toulouse-Lautreca. Studium prywatnego i artystycznego życia malarza ukazane na tle epoki, oparte na listach twórcy, jego najbliższych**

<sup>134</sup> d'Arlincourt – Charles-Victor Prevot, Vicomte d'Arlincourt (1788–1856) francuski pisarz okresu romantyzmu.

<sup>135</sup> Victor Ducange (1783–1833) – popularny w owym czasie powieściopisarz, prześladowany za Restauracji za liberalne poglądy; Auguste-Hilarion de Kératry (1769–1859) – liberalny działacz polityczny i publicysta, brał czynny udział w przygotowaniu rewolucji lipcowej 1830 r.

<sup>136</sup> *Ladvoat* (1790–1854) – księgarz paryski, za Restauracji wydawał dzieła pisarzy szkoły romantycznej.

<sup>137</sup> Angoulême – miasto i gmina we Francji, w regionie Nowa Akwitania, stolica departamentu Charente.

i znajomych, a także fotografiach i opiniach krytyków.

Z czasem Henry [de Toulouse-Lautrec<sup>138</sup>] (...) nawiązał kontakty z artystami i pisarzami, którzy współpracowali z „La Revue blanche”<sup>139</sup>.

Zawarł tam między innymi znajomość, która zaowocowała następnym zamówieniem na plakat. Poznał mianowicie kręcącego się w kręgach artystycznych, a mieszkającego również na Montmartrze, imigranta z Polski, Victora Joze Dobrskiego de Zastzebiec (właśc. Wiktor Józef Dobrski, herbu Jastrzębiec<sup>140</sup>). Dobrski pod pseudonimem Victor Joze pisał książki i artykuły, był autorem cyklu powieści erotycznych *Menażeria społeczna* (...). Poprosił Bonnarda, także związanego z „Revue blanche”, by zrobił ilustracje i okładkę do kolejnej jego książki *Reine de joie, moeurs du demi-monde* (*Królowa rozkoszy, czyli obyczaje półświatka*), która miała ukazywać się w odcinkach w magazynie erotycznym „La Fin de siècle”, założonym przez Edouarda Dujardina<sup>141</sup>, gdzie Joze był jednym z redaktorów. Plakat reklamowy zamówił u Henry’ego. Lautrec pracował nad



Henri de Toulouse-Lautrec, *Reine de joie*, 1893, plakat księgarski

<sup>138</sup> Zob. *Noty o autorach*.

<sup>139</sup> „La Revue blanche” – literacko-artystyczny dwumiesięcznik założony w 1889 roku w Liège (Belgia), w 1891 r. przeniesiony do Paryża; jego założycielami byli synowie (Aleksander, Tadeusz, Ludwik) działającego w Paryżu bankiera i kolekcjonera polskiego pochodzenia – Adama Natansona.

<sup>140</sup> Victor Joze Dobrski de Zastzebiec (właśc. Wiktor Józef Dobrski, herbu Jastrzębiec; 1861–1933), literat urodzony w Wyszogrodzie, od 20. roku życia obywatel francuski; jako „Victor Joze” zyskał rozgłos w literaturze francuskiej (m.in. autor powieści *La tribu d'Izidore*, 1897).

<sup>141</sup> Edouard Dujardin (1861–1949), francuski pisarz i krytyk literacki.

nim w kwietniu i maju 1892 roku (...). W liście do matki wspominał, że plakat ma się znaleźć na murach w końcu maja, tuż przed ukazaniem się książki i rozpoczęciem druku odcinków w magazynie. Reprodukacja plakatu zdobyła także stronę tytułową „La Fin de siècle” z 4 czerwca 1892, w którym opublikowano pierwszy odcinek powieści. (...)

*Reine de joie* znalazła się w poważnych opalach. Powieść opowiadała o związku lubieżnego barona Olizaca de Rozenfelda, starego, opasłego głupca, z młodą *demi-mondaine*<sup>142</sup>, Héliene Roland. Na plakacie Lautreca kobieta podczas prośzonej kolacji całuje bankiera w nos; na charakter łączących ich stosunków wskazuje symboliczna parabola między zmysłową pozą kobiety a wygięciami stojącej na stole karafki z winem, której dzióbek celuje w emaliowany herb barona, widniejący na talerzu.

Paryski bankier, baron Alphonse de Rothschild<sup>143</sup>, uznał, że bohater tej antysemickiej powieści miał być karykaturą jego samego, próbował więc doprowadzić do konfiskaty i książki, i plakatu. Grupa młodych maklerów giełdowych, zwolenników barona, chodziła po mieście, zrywając plakaty Henry'ego i wykupując je od rozlepiaczy. Rothschild nadał całej sprawie taki rozgłos, że szef paryskiej policji przesłuchał Bonnarda i Bidaulta z firmy reklamowej rozklejającej plakaty oraz aresztował dwóch jej nieszczęsnych pracowników.

U progu lat 50. jednym z priorytetów PWN było upowszechnianie wiedzy za pomocą serii tematycznych encyklopedii (zwanymi „małymi” ze względu na poręczny format), które stały się obowiązkowymi pozycjami w księgozbiorach inteligencji epoki PRL, oraz rozbudowanych sieciach powszechnie dostępnych bibliotek publicznych. W pewnym stopniu plakat Konstantego Marii Sopoćko – mistrza małej formy graficznej i exlibrisu – jest krypto-autoportretem. Ten mikrej postury artysta, niezwykle elegancki i uprzejmy starszy pan ze szczególnym poczuciem humoru, występuje tu w roli *cicerone*. Wyposażony w rekwizyt zwany kagankiem oświaty nawiązuje do pozytywistycznego postulatu krzewienia wiedzy i mimochodem prezentuje w ten anegdotyczny sposób ideę zaprojektowanego przez siebie sygnetu. Funkcjonująca do dziś, charakterystyczna ligatura PWN (zał. 1951), jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych projektów w historii polskiego projektowania graficznego, przy-

---

<sup>142</sup> *Demi-mondaine* (fr.) – określenie prostytutek naśladujących życie kobiet z wielkiego świata.

<sup>143</sup> Alphonse de Rothschild – baron Alphonse de Rothschild (1827–1905), francuski bankier i kolekcjoner.



Konstanty Maria Sopoćko, *Mała Encyklopedia Powszechna PWN*, 1958, plakat księgarski



Patrycja Longawa, *Antykwariat Abecadło*, 2020, plakat antykwaryczny

kładem subtelного połączenia tradycji klasycznego liternictwa z nowoczesną syntezą formy znaku.

M. Knorowski, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegiejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 57.

Z plakatem księgarskim spokrewniony jest plakat antykwaryczny.

O ile plakat księgarski służy reklamie książek, głównie nowości, o tyle plakat antykwaryczny promuje przestrzeń handlu książkami, głównie starymi. Przedmiotem obrazowania jest więc w nim nie konkretna pozycja wydawnicza, lecz szczególne przymioty miejsca obrotu dziełami piśmiennictwa. Na plakacie krakowskiego Antykwariatu Abecadło zaciśnięte miejsce intelektualnej przygody sygnalizują zarówno kot spoglądający na odbiorcę przez książkę, jak i feeria barw.



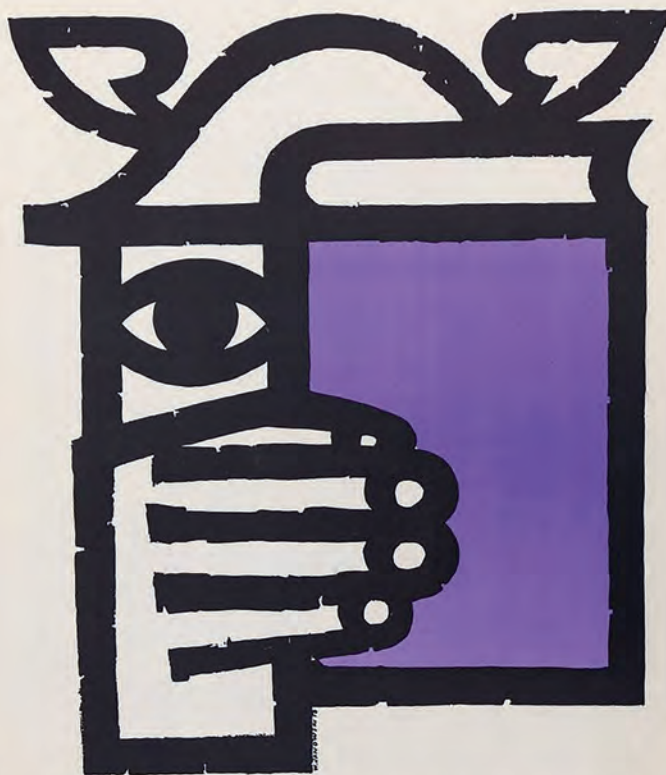
## Posłaniec wydawcy – plakat wydawniczy

Plakat księgarski służy reklamowaniu konkretnej publikacji książkowej, natomiast poster wydawniczy promuje wydawnictwo jako instytucję kultury, a także oferowane przez nią produkty. Pośrednio spełnia więc funkcję reklamy księgarskiej – wszystkich publikacji danego edytora.

Piotr Młodożeniec,  
60 lat. Wydawnictwo  
Czytelnik, 2004, plakat  
wydawniczy



May 15–22, 1966 Warsaw, Poland



## 11th International Book Fair



Witold Janowski,  
*XI Międzynarodowe  
Targi Książki*  
Warszawa, 1958,  
plakat wydawniczy

Z plakatem wydawniczym są też związane postery poświęcone targom książki, zaliczane do imprezowych. Ze względu na fakt, że spotkania handlowców księgarzy są świętem wydawców, promujące je plakaty można uznać za odmianę plakatu wydawniczego.

Klasyfikacja niektórych gatunków plakatów jest kwestią otwartą.

## Zza kulis sceny – plakat teatralny

Powiązania plakatu z teatrem datują się od momentu pojawienia się posteru, czyli od II połowy XIX wieku. Dzięki artystycznej reklamie sztuka sceniczna zyskała promocję swojego repertuaru, plakat zaś uczynił sztukę Melpomeny przedmiotem własnych inspiracji.

Teatr w różnie rozumianych formach – obrzędowych, widowiskowych, dramatycznych i komediowych – nieodłącznie towarzyszył człowiekowi, odzwierciedlając jego wszelkie fascynacje. Przez wieki wzbogacał się o rozmaite akcesoria – specjalną architekturę i literaturę, aktorów, scenografię, maski, kostiumy. Dziś ta ogromna machina teatralna funkcjonuje dzięki działaniu wielu elementów, które jak zębate koła wzajemnie wprawiają się w ruch. Takimi elementami są też od wieków afisze, a od ponad stu lat plakaty. Teatr to magiczne, a zarazem poważne pojęcie – pełne treści, tradycji, przyzwyczajzeń i uczuć. Teatr to równocześnie instytucja, spektakl i zespół twórców. I wreszcie teatr to inspiracja dla innych dziedzin kultury – dla działu objętego mianem „teatralia”. Z tego hasła obejmującego wszelkie informacje o historii, programach, widowiskach itp., wyodrębnić jeszcze można grafikę, z jej służebną wobec teatru rolę. Pomijając drobne druki, zaproszenia, ulotki, ogłoszenia w czasopiśmie – wyróżnić trzeba podstawowe formy reklamy: afisz teatralny i plakat teatralny. (...)

Afisz przemawia odpowiednio skomponowanym tekstem, urozmaiconą czcionką, czasami dodanym kolorem poszczególnych wyrazów lub tła. Ozdobniki graficzne zawsze spełniają rolę uzupełniającą, podkreślając atrakcyjność zasadniczej treści „literackiej”. (...) W ukształtowanym autorsko plakacie teatralnym większe znaczenie mają walory intelektualne i artystyczne, niż powszechność i dostępność informacji. (...)

Chociaż założeniem plakatu nie jest dokumentacja, to już najwcześniejsze plakaty dają wyobrażenie o widowiskach, scenach i ludziach teatru XIX wieku. Zostawiona przez ówczesnych artystów wizja form i postaci teatru może być subiektywna, ale jest wciąż niezwykle barwna i sugestywna w odbiorze (o czym świadczą plakaty teatrów i kabaretów paryskich). Pomimo iż plakat jest grafiką ulotną o charakterze informacyjno-reklamowym, w przypadku druków dla teatrów cecha ta często zanika

przyćmiona plastyczną interpretacją wydarzenia scenicznego. Plakat teatralny musi spełniać wiele warunków bliższych założeniom grafiki artystycznej niż wymogom grafiki użytkowej. Projektant-artysta powinien wykazać się wielką przenikliwością i zrozumieniem tekstu literackiego, intencji reżysera, gry aktorów. (...)

Prawdziwie przemyślany plakat teatralny nie może pozostawać obiektywny wobec konkretnego spektaklu, reżysera, scenografa i wykonawców. Temat teatralny musi u projektanta wyzwać umiejętne przełożenie na płaszczyznę papieru: intensywność środków wyrazu, dramatyzm i poetykę, symbolizm i naturalizm, umowność i dosłowność – kolor, linię, kompozycję, obraz i liternictwo. Nie ma ogólnej recepty na proporcje w stosowaniu bogactwa środków znaczeniowych i plastycznych – reklama teatralna to w ogromnej mierze intuicja twórcy, ale też jego znajomość „ducha” teatru. Dlatego zapewne najlepsze plakaty projektowali ludzie, którzy sami tworzyli teatr – teksty, scenografię i kostiumy – znający kulisy teatru. I chociaż ta spójność dotyczy bardziej początków plakatu teatralnego, współcześnie również szybko zauważamy plakat, którego autor „przeniknął” utwór, scenę, powód wystawienia spektaklu i stworzenia plakatu „na temat”.

A. Szpor-Węglarska, *Afisz i plakat polskich teatrów – przypomnienie*, w: K. Dydo, *Polski plakat teatralny 1899–1999*, Kraków 2000, s. 21–24.

Z Zakładów Pruszyńskiego wyszła w 1904 r. *Teka Melpomeny*, jedyna pozycja edytorska, dla której, w celach rozpowszechniania jej w księgarniach – wydano plakat zaprojektowany przez Karola Frycza.

S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 28.

Warstwa umowna tego plakatu, liternictwo, skojarzenia z antykiem są sugestywnym nawiązaniem do tradycji teatralnej.

A. Szpor-Węglarska, *Afisz i plakat polskich teatrów – przypomnienie*, w: K. Dydo, *Polski plakat teatralny 1899–1999*, Kraków 2000, s. 25.

Bardziej przelotnie ale całkowicie nowocześnie (kubizm w dekoracjach i kostiumach) projektowali dla teatru bracia Andrzej i Zbigniew Pronaszkwie. Niestety, niewiele wiadomo o ich plakatach dla warszawskich teatrów, oprócz późniejszego plakatu A. Pronaszki z 1925 roku do sztuki *Achilles*, dla Teatru Bogusławskiego. Jest on w polskim plakacie teatralnym jednym z niewielu przykładów Art deco – stylu, który zrewolucjonizował sztukę, reklamę, sposób bycia, a jednak nie zawładnął całkowicie plastyką teatralną.

A. Szpor-Węglarska, *Afisz i plakat polskich teatrów – przypomnienie*, w: K. Dydo, *Polski plakat teatralny 1899–1999*, Kraków 2000, s. 25.



Karol Frycz, *Teka Melpomeny*<sup>143</sup>, 1904



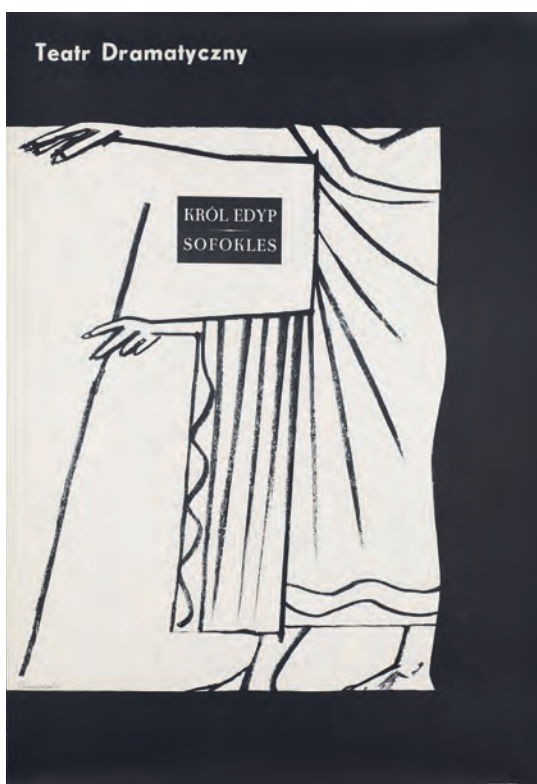
Andrzej Pronaszko, *Achilleis, St. Wyspiańskiego*, 1925, plakat teatralny

Plakat Tomaszewskiego przedstawia tytułowego bohatera tragedii Sofoklesa w chwili, gdy dowiedziawszy się, że jest nieświadomym zabójcą własnego ojca i mężem własnej matki, oślepią się i opuszcza Teby. Motywem głównym pracy graficznej jest studium niewidomego króla, a właściwie nie tyle studium osoby, ile próba stworzenia znaku – wizualnego ekwiwalentu zmysłowych doznań, jakie ze świata zewnętrznego może odbierać osoba niewidząca. W aspekcie wizualnym kompozycja jest szalenie prosta, bo odwołuje się bezpośrednio do zmysłów. (...) Pionowo ustawiony prostokątny bryt białego arkusza papieru otrzymał wzdłuż trzech boków szerokie pasy czarnej bordiury. W ten sposób zamknięta z trzech stron kompozycja otwiera się wręcz karkołomnie od strony czwartej krawędzi – w kierunku której zmierza oszczędnie naszkicowana postać w antycznej tunice. W jednej z rąk trzyma ona długi kij. Głowa (i szyja) nikną w strefie nieprzeniknionej czerni górnego pasa bordiury. Świetnie uchwycone gesty rąk (jedna uzbrojona w kij ostrożnie bada grunt pod nogami, a druga, niepewnie wyciągnięta przed siebie, stanowi ostatnie zabezpieczenie przed bole-

<sup>144</sup> *Teka Melpomeny* – zbiór karykatur krakowskich aktorów przełomu XIX i XX stulecia. Zostały one wykonane techniką litograficzną przez Karola Frycza, Stanisława Kuczborskiego, Antoniego Procajłowicza, Stanisława Rzeckiego, Kazimierza Sichulskiego i Witolda Wojtkiewicza. Karykatury ukazały się w 1904 roku. Uzyskany z ich sprzedaży fundusz był przeznaczony na dofinansowanie aktorskiego funduszu emerytalnego.

snym zderzeniem z nieprzewidywalną przeszkodą) nie pozostawiają wątpliwości, że patrzymy na postać ślepcą. Napięcie sytuacji skutecznie zwiększa dolny pas czerni, który nie tylko tworzy podstawę, po której stąpa niewidomy król, ale i przeszkodę (wysoki stopień), mogącą doprowadzić do upadku. Patrzący na plakat widz znajduje się w takim samym położeniu jak bohater tragedii – jest biernym obserwatorem zdarzeń, którymi rządzi ślepy los.

J. Szelegejd, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 83.



Henryk Tomaszewski, *Sofokles, Król Edyp*, 1961, plakat teatralny, dzięki uprzejmości Filipa Pągowskiego

Plakat reklamujący spektakl *Król Edyp* w Teatrze Dramatycznym łatwo zapada w wyobraźnię odbiorcy. Artyście udało się połączyć wiele kulturowych nawiązań z lapidarnością znaków, niewyszukaną linią, oszczędnością koloru. Jest w tej pracy odwołanie do ociemniałego bohatera – Edypa, konfliktu tragicznego, materialnej kultury greckiej i antycznego teatru. A wszystko związane w kompozycyjną jedność obrazową, sugestywnie zwartą i przejrzystą. Gdy plakat zniknie z pola widzenia, pozostaje w wyobraźni spektatora.

## Kurier wieści filmowej – plakat filmowy

Film (jego historia sięga 1895 roku) jest jedyną dziedziną twórczości artystycznej, która jest młodsza od plakatu. Obydwie formy wyrazu wzajemnie się inspirowały i wspomagały w zdobywaniu artystycznych szlifów. Ważnym elementem historii każdej z tych sztuk są więc zachodzące pomiędzy nimi wpływy i zależności.

Plakat jest pojedynczym komunikatem na płaszczyźnie, film jest ciągiem obrazowych komunikatów w czasie. Sensem filmu jest „następstwo”, istotą plakatu – krótki rozbłysk idei. Mimo wirtualizacji przekazu i cyfryzacji obrazu – ta różnica funkcji przetrwała.

Mamy więc przed sobą ciekawe spotkanie dwóch artystycznych formuł, w których plakat jest „metakomunikatem”, skróconą artystyczną i intelektualną relacją z filmu, kroplą soku wyciśniętego z filmowego owocu. (...)

Plakat filmowy należy dzisiaj do obszaru rozrywki. Czy mamy do czynienia z plakatem filmu wyrafinowanego artystycznie, czy też służy on reklamie miernej zabawy – zawsze jest kurierem wieści, konglomeratem samego filmu i swojej wewnętrznej, plakatowej formy graficznej. Jak było na początku?

Pierwsze plakaty filmowe były rysowanymi afiszami. Na przełomie XIX i XX wieku losy fotografii, grafiki i rodzącego się filmu były bardzo bliskie. Korzenie tych rozdzielonych potem dziedzin sztuki pochodziły ze ścisłego spłotu. Grafika, jako najstarsza z technik, wyposażona dodatkowo w zapis słowny, była zwiastunem plakatu. Fotografia, bliższa innowacjom techniczno-fizycznym (soczewki i chemia naświetlenia), w swych wczesnych realizacjach (talbotyp<sup>145</sup>, dagerotyp<sup>146</sup>) była unikatowym malowaniem światłem (istniała tylko jedna

---

<sup>145</sup> Talbotyp – talbotypia (kalotypia), pierwsza fotograficzna technika negatywowo-pozytywowa (1839); materiałem światłoczułym był papier zawierający bromek srebra; opracowana przez Williama Henry'ego Foxa Talbota (1800–1877).

<sup>146</sup> Dagerotyp – pierwsza technika fotograficzna (1839); materiałem światłoczułym był jodek srebra utworzony na powierzchni płytki; wynaleziona przez Louisa Jacques'a Daguerre'a (1789–1851) i Nicéphore'a Niepce'a (1756–1833).

naświetlona płyta); czasem połączona z grafiką i technikami reprodukcyjnymi wydała plakatowe metody druku (litografia offsetowa<sup>147</sup> i fotooffset<sup>148</sup>).

Pierwsze filmy były „złożeniem” fotografii, pierwsze plakaty filmowe rodzajem *didascalium*<sup>149</sup>: czego nie było w filmie, dopowiadał plakat; plakat wraz z filmem budowały scenografię nowej rzeczywistości. Może dlatego miejsca, gdzie wyświetlano filmy, zwano początkowo TEATRAMI ŚWIETLNYMI: film i plakat reżyserowały nowe zdarzenia. W Krakowie w 1896 roku istniały dwa takie protokina: Teatr Świetlny „Wanda” przy ulicy Gertrudy i Teatr Świetlny „Uciecha” przy Starowiślniej. Całość oprawy plastycznej, wystrój wnętrza wraz z plakatami filmowymi, zaprojektowane dla „Uciechy” przez Henryka Uziembłę<sup>150</sup> (1879–1949), czerpały jeszcze tradycji teatru żywego. W innych miastach „sinematografy Lumiera” pojawiały się coraz częściej, a z nimi reklama i nowe trendy dekoracji. (...)



Afisz reklamujący pokazy filmowe w Teatrze Lubelskim w Lublinie, 1899

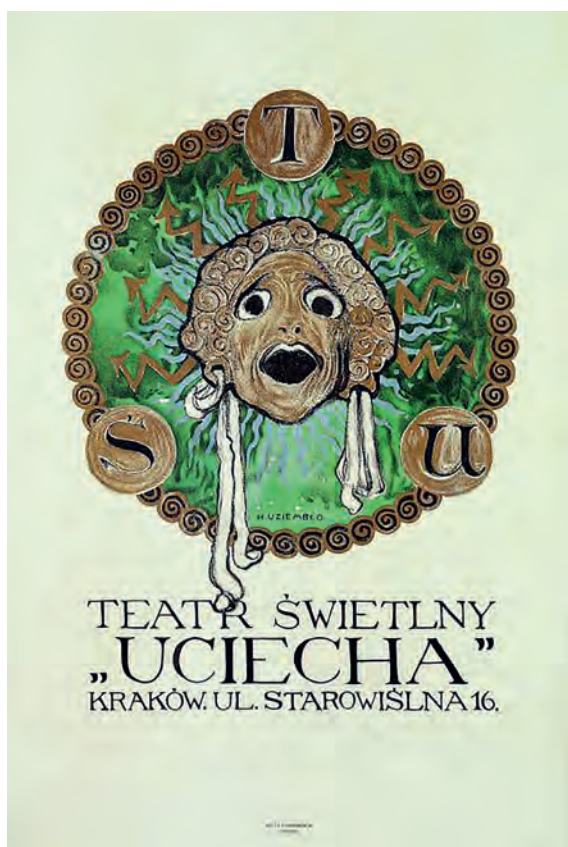
<sup>147</sup> Litografia offsetowa – litografia (technika graficznego druku płaskiego, w której rysunek przeznaczony do odbicia ryciny wykonuje się na kamieniu litograficznym; także odbitka wykonana tą techniką) drukowana za pomocą offsetu (formę drukową stanowi płyta – offsetowa, cynkowa, aluminiowana).

<sup>148</sup> Fotooffset – fotolitografia, metoda wykonywania form drukowych, w której przenoszenie rysunku oryginału na formę drukową odbywa się fotograficznie.

<sup>149</sup> *Didascalium*, gr. 'didascalos' – wyjaśnienie, pouczenie; tu słowny dodatek warstwy obrazowej.

<sup>150</sup> Henryk Uziembło (1879–1949), polski malarz, grafik, publicysta, współzałożyciel towarzystwa Polska Sztuka Stosowana; autor pejzaży, polichromii (katedra na Wawelu), wnętrza, grafiki książkowej, plakatów.





Henryk Uziembło, *Teatr Świetlny „Uciecha”*, 1912, plakat reklamowy

nych warstw papieru. Tak było między innymi z reklamą znanego niemieckiego filmu muzycznego w reżyserii Richarda Oswalda, do którego obowiązywała firmowa promocja. W polskich kinach doklejało z boku lub na dole niewielkie typograficzno-informacyjne afisze z tłumaczeniem i spolszczeniem nazwisk aktorów, postaci, informacją o twórcach i realizatorach. Niekiedy w tłumaczeniu zmieniano nawet tytuł filmu. (...)

Filmy zagraniczne, zwłaszcza znanych wytwórni, jak Warner Bros Picture, dostarczane były z gotowym serwisem reklamowym. Po przygotowaniu polskiej wersji językowej podpisów, opisów i dialogów zaklejało dolny fragment plakatu typograficznym afiszem.

Plakat filmowy (...) sięgał momentu, gdy ze splotu technik – fotografii, grafiki, rysunku i druku – zrodziły się popularne rodzaje sztuk, adresowane do szerokiego kręgu odbiorców.

Plakaty zamawiane do kin i plakaty filmowe były projektowane w taki sposób, aby mogły służyć w różnych miejscach i w różnych okolicznościach. Typową formą filmowego plakatu były tzw. ramówki, czyli plakaty „puste”, wykonywane nie do filmów, lecz dla kin – wizualne wizytówki coraz bardziej popularnych miejsc rozrywki. Doklejało do nich, na pozostawionych pustych płaszczyznach, informacje lub dodatkowe fotosy.

Niektóre plakaty wędrowały z filmami od kina do kina, często z kraju do kraju, a ich powierzchnia stawała się coraz grubsza od kolej-



Theo Matejko, plakat II do filmu *Wiktoria i jej huzar*, 1931, reż. Richard Oswald



Autor nieznany, plakat do filmu *Die Hölle der Jungfrauen wg Przedpiekla Gabrieli Zapolskiej*, 1928, reż. Robert Dinesen

Nie sięgano do źródeł literackich i językowych, nawet wówczas, gdy sprowadzano do Polski film nakręcony za granicą, ale oparty na polskiej literaturze, jak na przykład *Die Hölle der Jungfrauen*, zrealizowany przez Roberta Dinesena na motywach *Przedpiekla* Gabrieli Zapolskiej – na środku górnej partii malowanego plakatu pojawił się dodatkowy afisz z polskim opisem. Praktyka ta bardzo szybko przyjęła się w objazdowych kinach na prowincji i wiele polskich filmów oraz zamawianych do nich plakatów stosowało tę metodę.

D. Folga-Januszewska, *Ach! Plakat filmowy w Polsce*, Olszanica 2009, s. 5–11.

Fosse umieszcza *love story* kabaretowej śpiewaczki Sally (Liza Minnelli) i młodego Anglika (Michael York) w historycznych ramach roku 1931. Podczas kiedy ludność Berlina bawi się jeszcze w nocnych klubach, brunatny terror coraz silniej atakuje i zalewa Niemcy.

*Kronika filmu*, oprac. zespół pod kierunkiem M.B. Michalika, Warszawa 1995, s. 406.

Dostrzegalny jakby mimochodem – w formie migawek z berlińskiej stolicy – plan polityczny jest nawet istotniejszy niż historia związku amerykańskiej aktoreczki Sally i Anglika Briana, których ów mroczny Berlin fascynuje i gubi. (...) *Kabaret* jest jednym z najbardziej fascynujących filmowych studiów dekadencji, znajdującym dla stanu ducha, panującego w różnych stolicach Europy pierwszych dziesięcioleci XX wieku, formę estetyczną i kolorystykę. Pesymizm, drażniącą niepewność jutra, psychologiczną zgniliznę czuje się w dziele Fosse'a niemal fizycznie i to daje mu waloru autentyczności i nieprzemijającego dreszczu w portrecie społeczeństwa przed katastrofą.

J.F. Lewandowski, J. Słodowski, *100 filmów, które powinniście obejrzeć, jeśli znajdziecie okazję*, Katowice 1994, s. 154.

Praca Wiktora Górki nie ilustruje *Kabaretu* Boba Fosse'a. Filmową akcję szyfrują skąpe znaki – kobiece nogi w kabaretkach o układzie przypominającym swastykę, skierowana ku górze twarz kobiety o rozwartych do krzyku ustach i czerwone tło. Sugerują one odbiorcy romans, atmosferę nocnego klubu, a także grozę nazistowskich Niemiec. Każdy z tych znaków odnosi się zarówno do wątku filmowego, jak i do kabaretu jako głównego miejsca akcji, a także do czasu zdarzeń. To zapętlenie odniesień poszczególnych elementów plakatu do różnych warstw filmu intryguje odbiorcę, ale też nie zdradza mu sekretów reklamowanego dzieła. Po obejrzeniu *Kabaretu* widz dostrzeże w plakacie plastyczną interpretację filmowego obrazu.



Wiktor Górka, *Kabaret*, 1973, plakat filmowy

## Muzyczny konferansjer – plakat muzyczny



**Marcin Płonka, 45 Wrocławski Festiwal Jazzowy, 2009, plakat muzyczny**

Określenie „muzyczny” odnosi się do plakatów zapowiadających przedstawienia operowe, koncerty, recitale, konkursy muzyczne lub upamiętniających postaci wybitnych artystów muzyków.

[III Festiwal Warszawska Jesień – przyp. A.B.] Strumień pionowych, barwnych, wąskich prostokątów na tle jasnej poświaty, akcentowany wiązkami białych, cienkich linii, rozświetla diagonalnie po środku czarną przestrzeń plakatu, napełniając ją niespokojną dynamiką. To napięcie równoważy poziomy blok barwnych napisów.

A. Zabrzeńska-Pilipajć, *Dodekafonia w graficznej metaforze*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 133.

Prace Wojciecha Zamecznika z lat 60. mają charakter (...) wyważony, a w przypadku plakatu do VII Festiwalu Warszawska Jesień, 1963 – wręcz liryczny, kolorystyką nawiązujący do tytułowej pory roku. Mistrz posłużył się fotografią jako tworzywem graficznym (malarskim). Stosując powiększony odrealniony kadr, dał kompozycji urokliwy klimat złotej jesieni z kontrapunktem graficznym w dolnej partii plakatu.

A. Zabrzeńska-Pilipajć, *Dodekafonia w graficznej metaforze*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 133.

Warstwa obrazowa plakatów muzycznych może mieć charakter przedstawiający lub abstrakcyjny. Pierwsza z nich operuje obrazem powiązaniem z wykony-

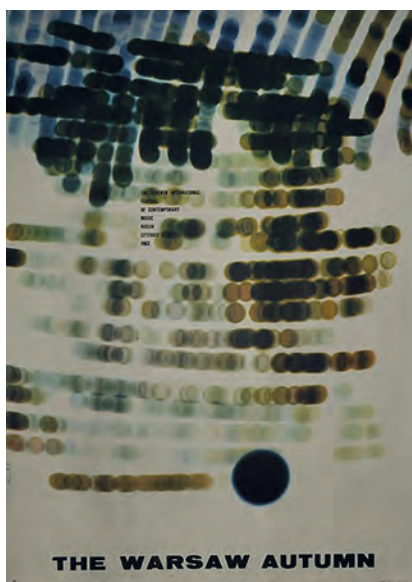
waniem muzyki, ale odnoszącym się do rzeczywistości zewnętrznej wobec kompozycji (np. instrumenty, muzycy, koncerty), druga zaś skupia się na przedstawieniu jakości czysto muzycznych (np. rytmu, brzmienia, tempa). Owa dwoistość wynika ze specyfiki tworzywa muzycznego, które ma charakter brzmieniowy, a nie obrazowy (choć niektóre dźwięki, dzięki imitacji odgłosów realnych, są podnietą dla wizualizacji).



Władysław Pluta, *I Międzynarodowy Konkurs Fletowy*, 1999, plakat muzyczny



Tadeusz Gronowski, *III Festiwal Warszawska Jesień*, 1959, plakat muzyczny



Wojciech Zamecznik, *VII Festiwal Warszawska Jesień*, 1963, plakat muzyczny

## Herold kibiców – plakat sportowy

Plakat sportowy narodził się w czasach Drugiej Rzeczypospolitej. Był to okres odbudowy zniszczonej przez zaborców wspólnoty społecznej oraz tworzenia nowej formy rozrywki zakotwiczonej pod banderą polskiej państwowości. Kibicujący polskim sportowcom rodacy znajdowali chwile wytchnienia od codzienności w czasach jednoczenia się u boku reprezentacji Niepodległej. Heroldem kibiców stał się wówczas plakat. Utożsamiając się z kreowanym na nim obrazem sportowca, Polacy mogli poczuć się wewnętrznie dynamiczni, sprawni i wolni. Plakat sportowy był terapią porozbiorowej polskiej duszy.

Związki sztuki ze sportem datują się już od czasów starożytnych olimpiad, na których, oprócz zawodów sportowych, organizowano także wystawy i konkursy sztuki. Od tego czasu, terminologia sportowa przeniknęła do języka i sposobu myślenia o sztuce. Mówi się przecież o olimpiadach artystycznych, a sama idea konkursu zakłada rodzaj współzawodnictwa właściwego rywalizacji sportowej. Sport dostarczał artystom wielu tematów, takich



Mariusz Zaruski, *I Międzynarodowy Dzień Narciarski i Zawody w Zakopanem, 1910*, plakat sportowy



Stefan Norblin, *Kurier Warszawski*, 1927, plakat sportowy



Stefan Osiecki, Jerzy Skolimowski, *Zakopane*, 1929, plakat sportowy

jak zmaganie człowieka z samym sobą, ze swoimi ograniczeniami, czy wytrwałe dążenie do celu, wykazywanie siły ducha albo słabości. W sztukach plastycznych zawsze widoczna była też fascynacja ciałem w ruchu, w różnych ujęciach, skrótach i perspektywach; poszukiwano najlepszego sposobu wyrażenia ruchu na płaszczyźnie lub w nieruchomej rzeźbie.

Od czasów starożytnych, ponowny rozkwit popularności sportu zaczął się w wieku XIX, mniej więcej w tym samym czasie, kiedy rodziła się sztuka plakatu. Naturalnie więc okazało się zaangażowanie tego nowego medium w propagowanie działalności rozlicznych instytucji, stowarzyszeń i klubów sportowych, a także rozwijających się wtedy nowych dyscyplin. Niezależnie od tego, czy plakaty anonsowały zawody, zachęcały do uprawiania sportu czy reklamowały jego konkretną dziedzinę, ich najczęstszym motywem była postać zawodnika ukazana w ruchu, w stroju sportowym, z niezbędnymi akcesoriami, jak narty, łyżwy czy wiosła, często na tle krajobrazu.

Przykładem może tu być jeden z najstarszych polskich plakatów sportowych, z 1910 roku, autorstwa Mariusza Zaruskiego, anonsujący I Międzynarodowy Dzień Narciarski i Zawody w Zakopanem. Przedstawia on narciarza zjeżdżającego



Stefan Osiecki, Jerzy Skolimowski,  
*Mistrzostwa świata w hokeju na lodzie, 1930,*  
plakat sportowy



Mieczysław Różański, Roman Wycłan,  
*Zima w Polsce, 1935, plakat sportowy*

ze stoku, trzymającego bambusowy drążek, którego wówczas używano zamiast dzisiejszych kijków, a obok niego kozicę.

D. Parszewska, *Graficy i narciarze. Polski plakat sportowy w 20-leciu międzywojennym*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpiak, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 254–255.

Po odzyskaniu niepodległości uroki sportu zaczęli dostrzegać wszyscy, począwszy od reprezentantów elit społecznych, politycznych, kulturalnych, a skończywszy na robotnikach, rzemieślnikach i chłopach. Kultura fizyczna ulokowała się ponad podziałami politycznymi, religijnymi i narodowościowymi. Dość powiedzieć, że w 1921 roku było 70 tysięcy sportowców, a już trzy lata później do klubów i towarzystw sportowych należało ponad 100 tysięcy osób, w 1938 czynnie uprawiało sport 352 tysiące osób w niespełna czterech i pół tysiąca organizacji.

A.M. Pycka, *Róg obfitości czyli puszka Pandory? Kultura Drugiej Rzeczypospolitej*, Warszawa 2016, s. 322.





- ▲ Robert Lewandowski, mecz Czechi–Polska, Piłkarskie Mistrzostwa Europy UEFA, Euro 2012, fot. Łukasz Laskowski
- ◀ Henryk Tomaszewski, *Football*, 1948, plakat sportowy, dzięki uprzejmości Filipa Pągowskiego

Stefan Osiecki (...) zdradzał wyraźny pociąg do plastyki. Łączył go całe życie z inną pasją – taternictwem i alpinizmem. Sport wywarł też wpływ na kierunek jego zainteresowań plastycznych. Chodził na zawody, robił notatki rysunkowe i posyłał do prasy sportowej karykatury sportowców. Nieprzypadkowo najlepsze plakaty Osieckiego poświęcone były tematyce sportowej. Pasja ta opanowała również jego kolegę i współautora plakatów, Skolimowskiego, medalistę olimpijskiego. (...) Duży sukces przyniósł obydwu artystom konkurs plakatów na imprezy sportowe (*Zakopane – 1929, Mistrzostwa świata w hokeju na lodzie – 1930*). „Wiadomości Literackie” zamieściły fotografię plakatu hokejowego pod zachęcającym tytułem „Piękny afisz”, z komentarzem: „(...) przy obecnym upadku sztuki plakatowej w Polsce prawdziwą rewelacją jest świetny plakat dwóch młodych grafików” („Wiadomości Literackie” 1931, nr 3). W plakacie tym przełamuje się rozwinięty styl geometryczny, który około 1930 roku osiągnął pełnię rozwoju. Pomysł polegał na graficznym wyrażeniu ruchu uwielokrotnionego skrótem postaci, jak gdyby zaobserwowanych z lotu ptaka, podkreślonego układem na przekątnych. Był to jeden z najlepszych plakatów sportowych dwudziestolecia.

S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 76.

Poetyka plakatu sportowego jest zbudowana z ograniczonego zbioru elementów, a jednak zniewala spektatora i daje mu wejrzenie w niezwykle zakamarki tego, co widzialne. Prace tego typu najczęściej ukazują zawodników, reprezentantów określonych dyscyplin sportowych. Są oni ujęci w ruchu, w feerii barw, w momencie gdy ich ciało sięga kresu ludzkich możliwości, przyjmując układ wymykający się spojrzeniu, będący częścią obrazu na granicy postrzeżenia. Zawodnicy zdają się lewitować, ich sylwetki tracą ciężar, unoszą się w powietrzu niczym istoty fantastyczne.

Zatrzymane w obrazie pozy i gesty są nie lada gratką dla patrzącego. Artystyczny ślad dodaje im magii, toteż należą do stałego kanonu poetyki plakatu sportowego.

## Klaun zaprasza – plakat cyrkowy

Widowisko cyrkowe jest pozbawione „literackiej” akcji. Jego konstrukcja opiera się na wielu luźno powiązanych ze sobą popisach akrobatycznych, treserskich i mimicznych, rozwijających się według porządku wynikającego ze sterowania uwagą widza. Ta specyfika spektaklu ogranicza zestaw motywów plakatu cyrkowego. Odnoszą się one do postaci i sytuacji „z przymrużeniem oka”, mają oddawać charakter i nastrój cyrkowej rozrywki.



Hubert Hilscher, *Cyrk*, 1966, plakat cyrkowy



Hubert Hilscher, *Cyrk*, 1971, plakat cyrkowy

W latach 1962/1963 [polska – przyp. A.B.] dyrekcja zespołów cyrkowych nawiązała bezpośredni kontakt z komisją artystyczną Wydawnictw Artystyczno-Graficznych, które stały się ogniwem koordynującym współpracę z grafikami. Dzięki niej artyści mieli możliwość przyjrzenia się życiu i pracy cyrkowców, od frontu i od kuchni. Zapraszani byli na treningi do Centralnego Ośrodka Szkolenia Kadr Cyrkowych w Julinku, na przedstawienia poszczególnych zespołów cyrkowych. Brali udział w dyskusjach nad nowymi formami reklamy branżowej. Postanowiono wydawać serie po kilkanaście plakatów, z których każdy zaprezentuje



Wiktor Górka, *Cyrk (Akrobatka)*, 1971, plakat cyrkowy

inny element widowiska, a zwornikiem ich będzie plakat wiodący, z informacjami o poszczególnych numerach programu. Takie zestawy miały być rozlepiane w mieście, stanowiąc obok zachęty do odwiedzania cyrku, swego rodzaju wystawy uliczne. Znakomicie nadawały się do tego, wciąż liczne w latach 60., parkany ogradzające place budów podnoszącego się ze zniszczeń wojennych kraju. W bezpośredniej reklamie ulicznej zamysł ten się nie sprawdził i prędko został zarzucony, ale w imię samej koncepcji wydano w latach 60., 70. i 80. XX w. wielką ilość prac, nieporównywalnych z żadnymi na świecie pod względem poziomu artystycznego i potencjału twórczego, plakatami cyrkowymi.

Wszyscy najwybitniejsi twórcy polskiej szkoły plakatu i ich późniejsi kontynuatorzy, mają na swym koncie co najmniej po kilka, a nawet kilkanaście

projektów plakatów cyrkowych. Dramaturgię tych dzieł stanowią uroczne sceny ze zwierzętami, niebezpieczne popisy akrobatów, linoskoczków, zadziwiająca zręczność wołyżerów, żonglerów itd. Klimat prac nacechowany jest liryką, humorem, dowcipem plastycznym, naiwnością sztuki ludowej, odpustowej.

Sceneria budowana jest z samej atmosfery znaku plastycznego: barwnych plam, świateł i cieni, nierzadko z udziałem fotografii jako materiału graficznego, układu liter i rodzaju zastosowanej czcionki. Napis „CYRK” towarzyszący grafice, w wielu wypadkach jest elementem gry plastycznej i spełnia w plakacie rozmaite role. Jest przy-

rzędem gimnastycznym, piedestałem dla zwierząt, rekwizytem żonglera, lub elementem ozdobnym, (...). Spersonifikowane litery przybierają postaci akrobatów (...). Są też fantazyjnymi zoomorficznymi twórami, które budują kompozycję plakatu, jej dramatyzm i niezwykłą akcję (...). Każdy artysta odnajduje w tej tematyce niszę dla swoich twórczych poszukiwań, bowiem plakat cyrkowy ma formę niezobowiązującą.

A. Zabrzaska-Pilipajć, *Wędrowna muza*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 237–238.



Jan Młodożeniec, *Cyrk*, 1969, plakat cyrkowy



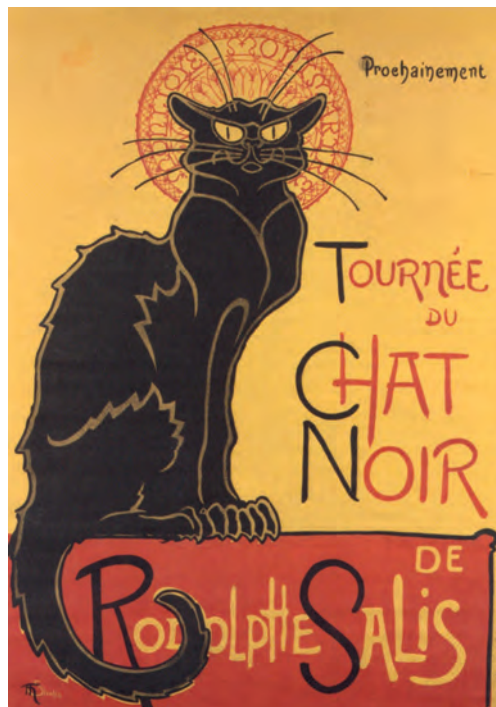
Henryk Tomaszewski, *Cyrk*, 1963, plakat cyrkowy, dzięki uprzejmości Filipa Pągowskiego

Finezyjne sylwetki ludzi i zwierząt zbudowanych nasyconymi plamami kontrastowo zestawionych barw, pospołu z „roziskrzonymi” kształtami i barwami wyrazów wywołują nastrój radosnej zabawy. To przedsmak tego, co czeka widza, gdy zawita do cyrkowego namiotu. Wówczas plastyczne formy plakatu ustąpią miejsca zapowiadанemu widowisku. „Ożyją” ekwilibrystyczne gesty klaunów, żonglerka akrobatów i popisy cyrkowej fauny. Bajkowy świat plakatu ulegnie poruszeniu. Cóż lepiej niż plakat zapowie cyrkowe widowisko? Afisz – nie poradzi sobie. Tysiące literackich słów – nie zdołają przekazać tego, co jeden obraz.

## Portier *variete* – plakat kabaretowy

Sztuka kabaretu jest równolatką plakatu. Narodziła się w 1881 roku w Paryżu. Zgodnie z etymologią (fr. *cabaret* 'szynk, knajpa') kabaretem nazywano lokal gromadzący w nocy miejski półświatek i niestroniący od niego świat artystyczny. Pierwszy taki lokal, działający w latach 1881–1897, nosił nazwę Chat Noir (Czarny Kot). Założył go w oberży „przy ciasnej uliczce Rochechouart”<sup>151</sup> Rodolphe Salis (1851–1897). Klientela kabaretu mogła posłuchać łatwo wpadającej w ucho piosenki i satyrycznych występów mierzących zarówno w ustatkowaną obyczajowość sfer wyższych, jak i oficjalne formy życia społecznego i politycznego. W 1885 roku lokal Salisa został przeniesiony na Montmartre. Czary Kot „wyskoczył” na paryskie ulice dzięki reklamującemu go plakatowi Théophile’a Alexandre’a Steinlena *Chat Noir*

(1896). Jego ikona – kot w ażurowej aureoli z napisem „Montmartre”, o silnym, nieustępliwym spojrzeniu – stawał się świętym Montmartre’u, patronem Muzy sztuki śmiechu i rozrywki. Kabaret tak oczarował paryżan, że wkrótce zaczęły powstawać inne tego typu nocne lokale. W 1889 założono Moulin Rouge, który swą wizytówką uczynił pokaz nowego tańca – kankana, urągającego ówczesnym dobrym obyczajom.



Théophile Alexandre Steinlen, *Chat Noir*, 1896, plakat kabaretowy

<sup>151</sup> I. Kiec, *W kabarecie*, Wrocław 2004, s. 6.

Divan Japonais przy 75 rue des Martyrs to adres otwartej w 1892 roku kameralnej sali koncertowej, będącej jednocześnie kawiarnią. Jej wnętrze urządzone było w stylu japońskim, a kelnerki ubrane w kimono. Główne atrakcje stanowiły tu pieśniarka o wspaniałym głosie Yvette Guilbert oraz tancerka kankana Jane Avril. Obie co noc przyciągały publiczność, w tym artystyczną bohemę Paryża. Lautrec, mistrz plakatu secesyjnego w oryginalny sposób przedstawił fenomen tego miejsca. Na pierwszym planie umieścił Jane Avril w czarnej sukni i kapeluszu. Przy niej siedzi krytyk literatury i sztuki Edouard Dujardin. Na scenie stoi Yvette Guilbert, przedstawiona bez głowy, ale rozpoznawalna dzięki długim, czarnym rękawiczkom.

*Divan Japonais* to jeden z najbardziej kultowych, najczęściej reprodukowanych, opisywanych i powielanych plakatów, który stał się symbolem nie tylko genialnego francuskiego artysty i Paryża, ale i plakatu jako dziedziny sztuki.

A. Oleksiak, w: *Skarby sztuki. Muzeum Narodowe w Warszawie*, red. nauk. A. Morawińska, R. Higersberger, Warszawa 2013, s. 354.



Henri de Toulouse-Lautrec, *Troupe de Mlle Elegantine*, 1896, plakat kabaretowy



Henri de Toulouse-Lautrec, *Divan Japonais*, 1892, plakat kabaretowy



Pierwszy polski kabaret, Zielony Balonik, powstał w 1905 roku. Ulokował się w kawiarni zwanej Jama Michalika w Krakowie: „Tu królowały cięty żart, drwina, satyra, tu obalano mity, wyśmiewano kołtuna i filistra, 'szargano świętości', odkłamywano frazeologię pseudopatriotyczną i sentymentalną egzaltację”<sup>152</sup>. Zwotywanu klienteli służyły na ogół zaproszenia okraszone dowcipnym słowem i rysunkiem, rzadziej publikacje o charakterze afisza. Kabaretowa kpina i satyra wyrażały się głównie w słowach absurdu, nie zaowocowały zapadającym w pamięć obrazem plakatowym.



Karol Frycz, zaproszenie do Zielonego Balonika z karykaturą Heleny Sulimy

[Polski] Kabaret (...) pojawił się jako składnik kultury dziewiętnastowiecznego mieszczaństwa i narzucił swój styl międzywojennej rozrywce. (...) Jego główne zadanie to bawić widza, pokazując mu rzeczywistość na opak. Zatem kabaret staje się gabinetem luster wykrojonych według reguł bezlitosnej groteski i jadowitej ironii.

Uczestnik kabaretowego spektaklu bierze udział w krytycznym poznawaniu rzeczywistości, które dokonuje się przez śmiech. Przedstawiany w kabarecie świat został uproszczony. Podlega regułom karykatury albo sentymentalnej idealizacji. Pokazany zostaje w postaci „ułatwionej”, co ma zapewnić widzowi osiągnięcie właściwego dystansu. (...) W kabarecie, nie będącym formą dramaturgiczną, lecz kompozycją małych form teatralnych, rzeczywistość nie dorasta do wymiaru tragicznego. Należy się jej zaledwie szyderstwo lub komplement.

A. Zawada, *Dwudziestolecie literackie*, Wrocław 1995, s. 122–123.

<sup>152</sup> S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 26.



Józef Tom, *Teatr „Qui-Pro-Quo” w podziemiach Galerii Luxenburga, 1919, plakat kabaretowy*



▲ Tadeusz Gronowski, *afisz warszawskiego kabaretu Perskie Oko działającego w latach 1925–1933, plakat kabaretowy*



◀ Autor nieznan, *Od A do Z. Wielka rewia w 2 akt. 32 obr. Teatr „Perskie Oko”, 1925, plakat kabaretowy*

„Radość z odzyskanego śmietnika” przejawiała się w międzywojennej Polsce poszukiwaniem nowych form życia kulturalnego i literackiego. Skutecznym narzędziem okazał się kabaret. Pragnąc odreagować urazy historii oraz „oczyszczyć” polską duszę z austrowęgierskich, pruskich i rosyjskich naleciałości, artystyczne środowiska międzywojnia wręcz zachłyśnięty się sztuką kabaretu. Niestety, za impetem, z jakim wybuchła moda na kabaret, nie poszedł plakat kabaretowy. Radość z odzyskanej wolności można mierzyć raczej podług słów absurdu niż plakatowych absurdalnych obrazów zapraszających na kabaret.



Eryk Lipiński, afisz programu *Gołdoledź* z repertuaru Kabaretu Dudek działającego w latach 1965–1975, 1973, plakat kabaretowy



Afisz programu *Coś by trzeba* gdańskiego satyrycznego teatru studenckiego Bim-Bom działającego w latach 1954–1960, brak roku powstania, plakat kabaretowy

(...) w polskich kabaretach, najpierw w drugiej dekadzie XX wieku, u progu niepodległości, a następnie w w latach 1955–1989, pojawiła się ostra, niszcząca parodia społeczno-polityczna, szukająca porozumienia z odbiorcą ponad uważnym wzrokiem i poza wyostrzonym słuchem cenzora. Od końca lat pięćdziesiątych

dominowała nawet w rodzimej rozrywce szczególna odmiana kabaretowych formacji: sceny polityczne. (...)

Poprzez parodie demaskowano mechanizmy funkcjonowania władzy, arogancję rządzących, absurdy życia publicznego i perswazyjny charakter nowomowy. Śmiechem oswajano ponurą rzeczywistość. Ośmieszona i zdegradowana przedstawiała być groźna.

I. Kiec, *Historia polskiego kabaretu*, Poznań 2014, s. 20–22.

Mimo znaczenia, jakie odgrywał kabaret w polskim życiu kulturalnym po drugiej wojnie światowej, nie cieszył się on szczególnym zainteresowaniem twórców plakatu. Jego historii nie można zilustrować zapadającymi w pamięć kabaretowymi obrazami zapraszającymi do uczestniczenia w „spektaklach śmiechu”. A przecież środki plastyczne są wdzięcznym narzędziem rejestrowania świata widzianego z przymrużeniem oka, zaś niektóre kabarety czerpią inspiracje zarówno z nowoczesnej, jak i tradycyjnej sztuki: „(...) Bim-Bom wpisywał się w najbardziej nowoczesny nurt europejskiej sztuki: zawierał elementy happeningu, sięgał do tradycji mimów średniowiecznych i komedii dell'arte, był jednym z pierwszych w Polsce zespołów stosujących niezwykle modną na Zachodzie metodę tak zwanego pisania na scenie (czyli tworzenia poszczególnych sekwencji spektaklu podczas prób – dosłownie: na scenie)”<sup>153</sup>. Przyczyn pozostawiania plakatu kabaretowego w cieniu innych gatunków tej sztuki można się dopatrywać zarówno w efemeryczności kabaretów, jak i w „oderwaniu się” kabareciarzy od lokalów, których wewnątrz nierzadko bywało oczkiem w głowie malarzy (np. Chat Noir, Zielony Balonik), a także w braku zaplecza zajmującego się promocją tego typu inicjatyw.

---

<sup>153</sup> I. Kiec, *W kabarecie*, op. cit., s. 170.

## Ajent reklamy – plakat handlowy

Plakat handlowy to produkt będący mariażem sztuki i gospodarki, służący promowaniu towarów i usług. W Polsce rozwinął się w pozaborowych czasach odradzania się gospodarki.

Aby zareklamować własny towar, rodzimi przedsiębiorcy zlecali artystom wykonanie reklamy plakatowej, pomagającej zaistnieć ich ofercie na rynku towarów. Dzięki temu budowano markę produktu, czyniono go rozpoznawalnym i pożądanym, co z kolei przekładało się na sukces handlowy. Zadowolony reklamodawca widział sens inwestowania w plakat, a twórcy dostrzegali wartość inwencji oraz talentu artystycznego. Tak oto plakat sam stał się produktem handlu z pogranicza gospodarki i sztuki, „towarem towarów” w świecie sztuki. Wart był uwagi handlowców i artystów.

W 1923 roku powstało Atelier Reklamy Artystycznej „Plakat”. Jego założycielami byli Tadeusz Gronowski, Jerzy Gelbard, Antoni Borman i Jan Mucharski. Swoje produkty artyści rekomendowali plakatem. Usługi przedsiębiorstwa kwitły, o czym świadczy praca Tadeusza Gronowskiego polecająca działalność innej wytwórni tej samej branży – *Zakładów Graficznych Straszewiczów*. Obydwa dzieła świadczą, że plakat będący nośnikiem reklamy stawał się



Tadeusz Gronowski (?), *Atelier Reklamy Artystycznej „Plakat”*, brak roku powstania, plakat reklamowy

w dwudziestoleciu przedmiotem własnych przedstawień i „postrze- gał” siebie jako dźwignię gospo- darki.

Ukazany na plakacie towar handlowy (np. ocet, pasta do obu- wia, cukier, żelazko elektryczne, maszyna krawiecka) „wyszedł” na ulice, do ludzi. Twórcy wpisali go w obraz codziennego życia na ogół nieobecny dotychczas w sztuce (np. robienie przetworów, przechadzka, toaleta, prasowanie, szycie), ujętego z perspektywy powszechnie akceptowanych bądź pożądanym przez ogół wartości (np. babcia jako gwarancja trady- cyjnego, dobrego smaku, dostatnie życie partnerów, domowy luksus, posługiwanie się w gospodarstwie domowym nowoczesnymi urzą- dzeniami, elegancja).

Wygasta oferta reklamowa związana z plakatem reklamowym dwudziestolecia międzywojennego. One same pozostały. Niektóre nadal fascy- nują i wzruszają obrazami rzeczy codziennych, pośród których upływało życie pierwszego porzobiorowego pokolenia Polaków.

Pamiętając o trudnych początkach rodzimego plakatu w Polsce, (...) należy przyjąć, że właśnie w okresie dwudziestolecia międzywojennego plakat stał się na dobre dziedziną docenioną, a wyspecjalizowani w jego projektowaniu graficy cieszyli się prestiżem cenionych twórców reklamy, których dyskretny, lecz widoczny podpis podnosił wartość druku. Co więcej – plakat, dzięki sys- tematycznie wzrastającej wśród zamawiających i odbiorców świadomości jego funkcji i celów, przekroczył tradycyjne ramy perswazji reklamowej, stając się ważnym medium służącym edukacji społecznej.

M. Warda, *Plakat i reklama*, seria *Dwudziestolecie międzywojenne*, t. 49, Warszawa 2014, s. 10.



Tadeusz Gronowski, *Zakłady Graficzne Straszewiczów*, 1932, plakat reklamowy



Autor nieznany, *Ocet Ludwik Spiess i Syn S.A. Warszawa*, ok. 1929, plakat handlowy



Tadeusz Gronowski, *Najlepszy w Polsce krem do obuwia*, 1927, plakat handlowy



Jan Mucharski, *Minęły czasy prababek*, 1932, plakat handlowy



Autor nieznany, *Lada reprezentacja na Polskę*, ok. 1935, plakat handlowy

Plakat przedstawia szybujący po pogodnym niebie, muskany delikatnymi chmurkami ziemski glob, a jedyną zaznaczoną na nim częścią świata jest kontur Polski. Glob stanowi podstawę dla eleganckich akcesoriów podróży: dwóch walizek, wykwintnego neseera i parasola, jakże podobnych do tych, których używał Gronowski podczas przedwojennych wielokrotnych wizyt w Paryżu. Kto wie, czy ten obraz, pochodzący jakby z sennego marzenia i wprowadzający widza w świat surrealny, nie był w tym czasie bardziej wieloznacznym przekazem. Przecież w roku 1946 o eleganckich podróżach można było tak naprawdę jedynie śnić i marzyć...

A.A. Szablowska, *Tadeusz Gronowski – sztuka plakatu i reklamy*, Warszawa 2005, s. 180.



Tadeusz Gronowski, *Polskie Biuro Podróży „Orbis”*, 1946, plakat handlowy

Plakat handlowy charakteryzuje się silną perswazją. Oprócz jakości czysto plastycznych (np. barwa, linia), nakłanianiu odbiorcy do zakupu służą obrazy produktu, unaocznionego wprost (np. *Minęły czasy prababek* Jana Mucharskiego) lub pośrednio, przez kojarzone z nim znaki ikoniczne (np. *Polskie Biuro Podróży „Orbis”* Tadeusza Gronowskiego). Obydwa typy wizualizacji często są tak ujęte, by kojarzyły się z powszechnie aprobowanymi wartościami (np. *Najlepszy w Polsce krem do obuwia* Tadeusza Gronowskiego).



## Promotor ekspozycji – plakat wystawowy

Plakat wystawowy jest definiowany ze względu na cel zawartej w nim reklamy – obwieszczenie o ekspozycji jakiegoś zbioru. Wyznaczone zadanie decyduje o randze plakatu wystawowego. Oprócz muzeów, galerii oraz czasopiśm o charakterze artystycznym, wystawiennictwo jest istotnym sposobem

popularyzowania wiedzy, kultury i sztuki, a także budzenia potrzeb intelektualnych i estetycznych społeczeństwa. „Wyższe” zadania plakatu wystawowego przekładają się na „wyższą” rangę motywów ikonograficznych, po które sięga twórca: miejsce elementów ludycznych zajmują symbole i estetyzujące środki ekspresji<sup>154</sup>.



Jan Bukowski, *Wystawa ogrodnicza w Krakowie*, 1904, plakat wystawowy

Truizmem byłoby spostrzeżenie, że na plakatach zapowiadających wystawy, siłą rzeczy, widać, niemal jak na dydaktycznym wykresie, rozwój sztuki XX wieku. Nawet w tak oszczędnej prezentacji uwidaczniają się praktycznie wszystkie nurty i kierunki artystyczne, poczynając od secesji, poprzez formizm, ekspresjonizm, konstruktywizm i modernizm poprzez powojenny abstrakcjonizm i surrealizm, aż do art brut i sztuki nowych mediów.

W równym stopniu jednak, co wydaje się nawet ciekawsze i istotniejsze, widać również rozwój XX-wiecznych teorii este-

<sup>154</sup> P. Zarębska, *Polski plakat wystawienniczy w latach 1894–1914. Wybrane problemy*, w: *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900–1950*, red. P. Rudziński, Lublin 2009, s. 67.

tycznych, nurtów myślenia o dziele sztuki i okolicznościach wypowiedzi artystycznej. Plakat wystawowy przechodził przyspieszoną ewolucję percepcji dzieła sztuki, czy raczej samego kodu estetycznego – od modernizmu, poprzez awangardę i strukturalizm, aż do postmodernizmu i dekonstrukcji.

R. Nowakowski, *Od „malarstwa ulicy” do dekonstrukcji. Refleksja nad sztuką w polskim plakacie wystawowym*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpiak, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 113.

Dbałość o stosowny dobór środków ekspresji daje się zaobserwować już w najstarszych polskich plakatach wystawowych.

W pracy Jana Bukowskiego *Wystawa ogrodnicza w Krakowie* roślinne motywy inspirowane ludową wycinanką zostały zróżnicowane pod względem wielkości, dzięki czemu sugerują centralnie zawężanie się perspektywy i głębię kompozycji. W jej środku artysta umieścił informację słowną o wystawie. Sposób rozlokowania tekstu oraz zróżnicowanie wielkości czcionki napisów wnoszą do plakatu element plastyczny. Znaki językowe nabierają jakości wizualnych, a oparty na symetrii obraz sugeruje jego ramę. Patrzenie staje się przyjemnością opartą zarówno na postrzeżeniu wzrokowym, jak i na odkrywaniu zasad konstrukcyjnych obrazu. Podobnie rzecz się ma z odbiorem plakatu *Wystawa architektury i wnętrza w otoczeniu ogrodowym*. Tu wyczelowane słowa łąmią porządek tradycyjnych linijek pisma. Ujęte w tle beżu stają się elementem konstrukcji wizualnej metafory – ziemi, na której wznosi się kunsztowny obraz altany ogrodowej okolonej zielenią.



Józef Czajkowski, *Wystawa architektury i wnętrza w otoczeniu ogrodowym*, 1912, plakat wystawowy



Michał Jandura, *Monotheistic Religions Poster Competition*, 2006, plakat wystawowy



Władysław Pluta, *Obraz jazzu w plakacie*, 2002, plakat wystawowy

W obydwu zaprezentowanych współczesnych plakatach wystawowych wizualność form niejako przesuwają się ze sfery jakości plastycznych ku językowym: symbol (Michał Jandura, *Monotheistic Religions Poster Competition*), tworzywo językowe (Władysław Pluta, *Obraz jazzu w plakacie*). Na plakacie *Religie monoteistyczne* trzy Święte Księgi tworzą figuralną jedność symbolizującą religijne jądro judaizmu, chrześcijaństwa i islamu, odnoszące się do idei wystawców. Z kolei centralna część pracy *Obraz jazzu w plakacie* posługuje się obrazem skonstruowanym ze słów. Kropka nad „j” łączy „wiąże” literę słowa „jazz”. Ich układ, oparty na schemacie trójkąta i naruszeniu graficznego porządku wyrazu, sugeruje, że w momencie postrzegania litery zakreślają kolisty ruch wahadłowy. Obraz słowa „jazz” oscyluje więc między znakiem języka a ikoną rytmu – jakości muzycznej.

## Przewodnik podróży – plakat turystyczny

Jest dźwignią przemysłu turystycznego. Reklamuje wojaże i odpoczynek (biura podróży, środki lokomocji, hotele, uzdrowiska, rozmaite zakątki świata i rodzaje rozrywki) oraz zachęca do poznawania ojczystej ziemi. Ta odmiana polskiego plakatu nawiązywała do XIX-wiecznej romantycznej mody na podróżowanie oraz opiewanie uroków rodzimej ziemi. Na początku XX wieku artystyczna reklama turystyczna była szczególnie sposobem krzewienia patriotyzmu i propagowania wiedzy o geografii, przyrodzie, historii, kulturze i gospodarce Polski.



Tadeusz Gronowski, *Polska Linja Lotnicza Aerolot*, 1928, plakat turystyczny

Spółka „Linie Lotnicze LOT” powstała w 1928 roku, z połączenia prywatnych przedsiębiorstw „Aerolot” i „Aero”, jako „państwowy podmiot gospodarczy (...) posiadający monopol na świadczenie usług transportowych w kraju i za granicą”. Tak więc w 1928 r. Gronowski projektował jeszcze plakaty dla Polskiej Linii Lotniczej „Aerolot”, a w 1929 już dla Linii Lotniczych LOT. Reklama tego najnowszego środka lokomocji bazowała z jednej strony na ówczesnym zachwycie wszystkim, co nowoczesne, a zatem także samolotem, którego przeczący prawom fizyki lot, otaczała aura romantyczności i sensacji. Z drugiej strony reklama ta musiała upewnić odbiorców o całkowitym bezpieczeństwie podróży lotniczej, czego symbolem mogą być, w jednym z plakatów Gronowskiego, lecące z samolotem bociany (...).

D. Parszewska, *Propaganda turystyczna w Polsce w latach 1918–1939*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 178.

Stefan Norblin, *Polska. Zakopane*, 1928, plakat turystyczny



Lwów został zwizualizowany żółtymi i czarnymi plamami brył budowli. Ich zróżnicowane kontury mającą na tle białego tła, oddają wieko-wość i czar miejsca. Niedopowiedzenie architektonicznych detali wprawia w ruch wyobraźnię. Pozostając z dala od Lwowa, odbiorca zaczyna sytuować swą myśl pośród zaułków tego miasta. Patrząc, staje się w myślach turystą. W reklamie ziemi zakopiańskiej zaś autor posłużył się wizerunkiem górala ujętego z dołu i na tle malowniczych szczytów. Monumentalny, dumnie stoi u progu Tatr, zapowiadając uroki aury i obyczaju.

Plakaty turystyczne są nie tylko odzwemem na podaż, ale też przejawem propagandy szerzonej na gruncie gospodarki. Mają na celu budowanie wizerunku towaru jako elementu potęgi przemysłu.



Stefan Norblin, Lwów, 1928, plakat turystyczny

## Wolontariusz i edukator – plakat społeczny

Wyróżnikiem plakatu społecznego jest misyjność. Wyraża się ona zaangażowaniem przekazu w rozwój poziomu edukacyjnego odbiorców, w propagowanie postaw prozdrowotnych, popularyzowanie bezpiecznych wzorów zachowań oraz budzenie wrażliwości widza.



Maciej Nowicki, Stanisława Sandecka, *Wszyscy do walki z gruźlicą*, 1934, plakat społeczny



Tadeusz Trepkowski, *Ręka skaleczona nie może pracować*, 1937, plakat społeczny



Wiktor Górka, *Bezpieczeństwo i higiena pracy*, 1966, plakat społeczny

W skorowidzu rzeczowym Muzeum Plakatu pod hasłem „plakat społeczny” można znaleźć takie działy, jak: „akcje społeczne”, „antyalkoholowy”, „antynikotynowy”, „narkomania”, „bezpieczeństwo na drogach”, „BHP”, „ZHP”, „morze”, „ochrona środowiska”, „gospodarka-praca-wydajność”, „PCK-zdrowie”, „festiwale i zloty młodzieżowe”, „ostrzegawcze (niewypały i kąpieliska)”, „przeciwpozarowe”... (...)



Mieczysław Wasilewski, *Nie daj się zniewolić!*, 1983, plakat społeczny



Wiesław Wałkuski, *Narkotyki zabierają życie*, 2002, plakat społeczny



Justyna Rybak, *Nie kradnij*, 2007, plakat społeczny

Tak jak reklama przedstawia na ogół wyidealizowane towary, tak „propaganda wizualna” sprowadza się do perswazji za pomocą bodźców odstrasżających, w tym wypadku przestawień wypadków, awarii, poranionych ofiar. Co prawda plakaciści unikali akcentów dosłownych, ponurej makabry kronik policyjnych,





Roman Zieliński, *Wszystko dla ciebie – ty dla wszystkich*, 1945, plakat społeczny



Włodzimierz Krusiewicz, *Jednakowo groźne*, 1956, plakat społeczny

ukazując czyhające niebezpieczeństwa raczej z pewnym dystansem, karykaturalnie, bez wstrząsającej dosłowności. Równolegle stosowano „motywację pozytywną”, obrazy sprawnie funkcjonującego społeczeństwa, maszyn, ludzi. (...)

W warstwie wzrokowej [plakat *Wszystko dla ciebie – ty dla wszystkich* Romana Zielińskiego], widzimy kompozycję utrzymaną w stylu konstruktywistycznym, wręcz futurystycznym, przedstawiającym wyprężoną sylwetkę młodego robotnika, w postawie niemal na baczność, z dumnie podniesionym czołem i narzędziem pracy, posągowego na tle powiewających sztandarów i pnących się w górę kominów. W warstwie słownej, do tej monumentalnej, choć dynamicznej kompozycji dopisano hasło, które głosi: „WSZYSTKO DLA CIEBIE, TY DLA WSZYSTKICH”. Stosunek między warstwami wydaje się jasny. Wyraźnie wyidealizowany wizerunek robotnika nakłania do utożsamienia się z nim, „pomnikowa” stylizacja wyraźnie wskazuje, że przedstawiona postać stawiana jest za wzór dla wszystkich konkretnych, realnych robotników. Slogan dopowiada sposób, wedle którego możemy osiągnąć taki propagowany status – poprzez kolektywną wymianę, a szerzej, wcielanie w życie zasad socjalizmu.

Jako następny weźmy plakat *Jednakowo groźne* Wł. Krusiewicza z 1956 roku. Warstwa wzrokowa tego plakatu (...) ukazuje fragment maszyny i tygrysa. W warstwie słownej plakat zawiera hasło: „JEDNAKOWO GROŹNE”. Najciekawszy jest tutaj stosunek między obiema warstwami, ponieważ lakoniczne hasło nadaje znaczenia powagi prostemu rysunkowi,

**Maksymilian Kałużny, *Pasta do zębów na straży całego organizmu*, 1954, plakat społeczny**

który przyciąga swoją sensacyjnością. Kiczowaty wizerunek tygrysa i schematyczne koła zębate maszyny mają za zadanie zwrócić uwagę właśnie swoją niezbyt wyszukaną artystycznie formą, aby potem skłonić do zastanowienia nad przesłaniem całości.

Wreszcie ostatni plakat, Maksymiliana Kałużnego *Pasta do zębów na straży całego organizmu* z 1954 r. swoim humorem, jak i symboliką, przypomina ilustracje w książkach dla dzieci i podręcznikach szkolnych. Oto tubka pasty do zębów, upozowana na rycerza lub giermka, trzymająca szczotkę do zębów jak włócznię, stoi na straży pięknego uśmiechu czystych, białych zębów. Warstwa słowna dopowiada zresztą z literalną dosłownością: „NA STRAŻY CAŁEGO ORGANIZMU”. I znowu dopiero relacja między obiema warstwami buduje pełne przesłanie plakatu: zdyscyplinowanie i planowość są konieczne dla utrzymania higieny, a więc i zdrowia, tutaj rozumianego jako fizjologiczna sprawność organizmu.

R. Nowakowski, *Gramatyka zachęty i przestrogi, czyli polski plakat społeczny*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 215–218.



Wojciech Kołek, *Daj(r) krwi*,  
2002, plakat społeczny



Głównym zadaniem plakatu społecznego jest zmiana świadomości odbiorcy. Służy temu wyrażenie sformułowane w tytule teza (np. *Narkotyki zabierają życie*) postulat (np. *Daj(r) krwi*) bądź sugestia o charakterze interwencyjnym (np. *Bezpieczeństwo i higiena pracy*). Perswazyjność tego rodzaju plakatów często jest wzmacniana przez użycie w sloganie form wyrazowych sugerujących personalny zwrot do adresata (np. *Nie kradnij*) lub też implikujących, że fakt respektowania propagowanej idei wiąże się z przynależnością do wspólnoty (np. *Wszyscy walczymy z gruźlicą*).

Plakaty społeczne opierają się na prostocie przekazu. W niektórych z nich widać ślad narracji (*Bezpieczeństwo i higiena pracy*), odwołanie do motywów kultury (*Wszyscy do walki z gruźlicą*), operowanie liryczną czułością (*Narkotyki zabierają życie*) czy wnioskowaniem ukrytym w poszczególnych znakach obrazowych (*Nie daj się zniewolić!*).

## W służbie ideologii – plakat propagandowy

Jako sztuka ulicy, plakat stanowi narzędzie sterowania ludzkimi myślami i działaniami. Może służyć celom propagandowym, rozpowszechnianiu jakichś poglądów i skłanianiu odbiorcy do zajęcia określonego stanowiska na dany temat.

Współcześnie słowo „propaganda” niesie ze sobą wyraźnie negatywny ładunek emocjonalny. Związane to jest z działaniami podejmowanymi przez rządy totalitarne w okresie II wojny światowej i po jej zakończeniu. Dziś na określenie działań perswazyjnych mających na celu pozyskanie odbiorcy używa się takich słów, jak informowanie, komunikowanie, promowanie czy popularyzowanie. W okresie międzywojennym termin ten nie budził tak jednoznacznie negatywnych skojarzeń, stąd też powstawały instytucje typu Instytutu Propagandy Sztuki, który miał na celu popularyzowanie polskiej sztuki współczesnej. Słowa „propaganda” niejednokrotnie używano zamiennie ze słowem „reklama”. Związane jest to z faktem, iż propaganda jest zjawiskiem operującym szerokim zakresem form. Rozróżnić można propagandę bezpośrednią, wymagającą kontaktu z odbiorcą, oraz pośrednią, posługującą się środkami przekazu, głównie masowego, takimi jak słowo pisane, obraz, znak i symbol. Propaganda pośrednia w dużej mierze ma charakter wizualny, wykorzystuje więc środki stosowane w działaniach reklamowych. (...) Działanie perswazyjne oraz nastawienie na osiągnięcie określonego celu są właściwe zarówno dla materiałów wytwarzanych na potrzeby propagandy, jak i dla reklamy. Wśród mediów wykorzystywanych przez oba te zjawiska należy wymienić wszystkie osiągnięcia techniki XIX i XX wieku, takie jak: radio, telewizja, ale również ulotki czy plakaty.

W okresie I wojny światowej oraz w dwudziestoleciu międzywojennym szczególne miejsce w działalności propagandowej zajmował plakat. Był to prosty środek ułatwiający dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców. Połączenie obrazu oraz krótkiego hasła musiało być wymowne i nasycone silnym ładunkiem emocjonalnym. (...)



▲ Mieczysław Szczuka, *Amnestji dla więźniów politycznych*, 1926, plakat propagandowy

◀ Antoni Romanowicz, *Wyzwól się od Twoich gnębicieli!*, 1920, plakat propagandowy



Antoni Wajwód, *FOM. Musimy Polskę dozbroić na morzu*, 1936, plakat propagandowy



Antoni Wajwód, *Nie damy się odepchnąć od Bałtyku!*, 1939, plakat propagandowy

W Polsce w okresie międzywojennym można dokonać klasyfikacji propagandy ze względu na przekazywaną treść i szerzone idee oraz podzielić ją na polityczną oraz społeczno-gospodarczą.

Propaganda polityczna związana była z wszelkimi działaniami prowadzonymi przez rząd, partie polityczne i administrację, które miały na celu wypracowanie pewnych postaw i przekonani obywateli wobec polityki nowo powstającego państwa. (...) Propaganda polityczna jest terminem odnoszącym się w dużej mierze do walki wyborczej, gdzie działania partii politycznych ukierunkowane są na pokonanie konkurencji w starciu o władzę. Ponadto jest ona postrzegana jako działanie jednokierunkowe, niedające adresatowi możliwości nawiązania dialogu lub chociaż wyrażenia opinii (zarówno aprobującej, jak i dezaprobuującej). Jedyną możliwością odpowiedzi na propagandę jest późniejsze zachowanie odbiorcy komunikatu.

Propaganda o charakterze społeczno-gospodarczym miała na celu zintegrowanie społeczeństwa, promowanie określonych wzorców zachowań, a także wpływanie na poprawę jakości i stylu życia. W zależności od sytuacji gospodarczej i ekonomicznej kraju promowała również rodzime wydarzenia, produkty i instytucje. W przeciwieństwie do propagandy politycznej, pozostawiała możliwość dialogu, reprezentowała różne obszary życia, uzależnione od potrzeby odbiorcy.

P. Dymmel, *Oblicza propagandy*, w: *Polski plakat propagandowy dwudziestolecia międzywojennego w zasobie Archiwum Państwowego w Lublinie*, oprac. M. Schmeichel-Zarzeczna, Lublin 2014, s. 28–30.

Ulice miejskie, pełne zgiefku i ruchu, ujęte obustronnie szpalerem okien wystawowych. Tłum ludzi szybko kroczących, psychicznie rozproszonych, spieszących do sobie wiadomych celów. Zdawałoby się, że nic nie będzie w stanie zmienić toku ich myśli lub tempa marszu.

Tymczasem zbliżają się do miejsca, gdzie na szarym murze niedawno naklejono barwny arkusz papieru. Kolory i rysunek tego tak proporcjonalnie niedużego arkusza mają jakąś potężną siłę, gdyż... zaabsorbowani swymi myślami, spieszący się ludzie zwalniają tempo, wzrok ich kieruje się na to nieduże „coś”, które ośmiela się zmuszać oczy i umysł przechodnia do zawarcia z sobą bliższej znajomości. Intrygująca, barwna plama na murze, stała się bodźcem, wyzwalającym u przechodnia powszechną ludzką cechę: ciekawość.

Ciekawość szybko zostaje zaspokojona, gdyż ów arkusz papieru jest w taki sposób pokryty rysunkiem i tekstem, aby *bez wysiłku i bez specjalnej potrzeby studiowania*, całość idei na nim wyrażonej stała się natychmiast *zrozumiała i przyswajalna*. Przechodzień może iść dalej, załatwić swe sprawy. Spełnił się pierwszy akt sztuki, której na imię propaganda plakatowa, a której celem jest oddziaływanie przez zmysł wzroku na kształtowanie się nastrojów i uczuć w społeczeństwie.



Tadeusz Trepcowski, *Grunwald 1410. Berlin 1945*, 1945, plakat propagandowy



Tadeusz Trepcowski, *Po walce praca*, 1945, plakat propagandowy

Gdzieś w pewnym mieście, przy pewnej ulicy, pracują wyszkoleni propagandziści. Śledząc przejawy życia społecznego, orientują się kiedy i w jakiej formie należy podsunąć do wiadomości obywateli pewną ideę, zgodną z potrzebą chwili czy też wynikającą z przemyślanej, planowej kampanii propagandowej. Do dyspozycji propagandzistów stoją liczne środki propagandowe: prasa, radio, prelegenci, konstrukcje makietowe ustawiane na wolnej przestrzeni, wystawy, druki specjalne: plakaty, afisze, gazetki ściennie, obwieszczenia, ulotki itp.

Propagandzista ustala ideę plakatu oraz tekst, poczem do głosu dochodzi drugi fachowiec: artysta grafik propagandowy. Zadaniem grafika będzie nadanie formy artystyczno-graficznej podsuniętemu tematowi, oczywiście z uwzględnieniem technicznych wymagań mechanicznego powielania.

Myśl przewodnia plakatu może iść w dwóch kierunkach: 1) otwarcie wzywającym do spełnienia pewnych czynności, zmiany lub pogłębienia istniejących nastrojów itp. (np. wybory – „głosuj!”, akcja przeciwpowodziowa – „pomóż!”); 2) w kierunku informacyjnym, *bezpośrednio* nie żądającym od społeczeństwa aktywności jako konsekwencji zapoznania się z plakatem (np. plakat informujący o wyborze Ob. Bieruta na Prezydenta R. P. – „Tydzień książki” – „Wystawa w Muzeum” itp.).

Plakaty informacyjne różnią się od typu pierwszego (nazwijmy ten pierwszy – typem „aktywnym”) tym, że mają obok tekstu głównego, zasadniczego, jeszcze



Mieczysław Berman, Juliusz Krajewski, *Senat jest hamulcem postępu/ Chcesz zniesienia Senatu – głosuj trzy razy tak*, 1946, plakat propagandowy



Włodzimierz Zakrzewski, *Wkracamy w plan 6-letni*, 1950, plakat propagandowy

dotatkowe teksty objaśniające, dla przeczytania których przechodzień musi się na krótko zatrzymać przed plakatem. (...)

Przeładowanie plakatu tekstem umniejsza jego siłę propagandową. Wyobraźmy sobie tancerza solistę, który, w trakcie tańca obserwowanego przez zainteresowanych widzów, zechciałby objaśniać słowami to, co w danym momencie pragnie wyrazić tańcem. Akcji plakatowej typu aktywnego towarzyszy z reguły silna akcja na innych odcinkach (prasa, radio, odczyty itp.). Ten stan rzeczy stwarza warunki dla tworzących plakat. Odpada bowiem wiele momentów, które teoretycznie winny znaleźć swój wyraz rysunkowy czy tekstowy na plakacie, a które zostały już dokładnie i wszechstronnie rozpracowane w towarzyszących innych środkach propagandowych. (...)

Zagadnienie, jak należy rozwiązać plakat ilustracyjnie, wpływa już z tematu ideowego. Rysunek główny można przedstawić przy pomocy symbolu lub sceny sytuacyjnej wziętej z życia. Którą drogę wybrać?

Rozwiązania przy pomocy symbolu są typowo „plakatowe” z uwagi na możliwość syntetycznego ujęcia rysunkowego. Są również ciekawsze, więcej intrygujące. Jednak





Eryk Lipiński, Tadeusz Trepkowski, *Z powrotem w Warszawie*, 1945, plakat propagandowy

nie zawsze udaje się zużytkować już stosowany symbol lub stworzyć nowy, który byłby dostatecznie czytelny i zrozumiały dla całego społeczeństwa.

Scenka sytuacyjna, wzięta z życia, jest mniej „plakatowa”, gdyż wymaga zestawienia większej ilości elementów. A wiemy, że warunkiem dobrego plakatu jest jego prostota. Toteż najczęściej stosuje się rozwiązanie *uproszczonej* sytuacji życiowej, sprowadzonej do symbolicznego zestawienia elementów najbardziej charakterystycznych dla ekspresyjnego przedstawienia idei.

Pod kątem udostępnienia plakatów odbiorcom rozróżnia się dwa sposoby kolportażu. Zgodnie z zamierzeniami propagandyzisty mogą być plakaty opracowywane dla rozlepienia ich na miejscach otwartych (ulic) oraz przeznaczono-

ne *tylko* do rozwieszenia w lokalach zamkniętych (świetlice, poczekalnie). Plakaty wewnętrzne, z uwagi na dłuższe, przymusowe obcowanie osób przebywających w lokalu, mogą posiadać teksty dodatkowe i nieco pełniejszą treść rysunkową.

J. Słomczyński, *Plakat. Idea – budowa – przykłady*, Warszawa 1947, s. 7–11.

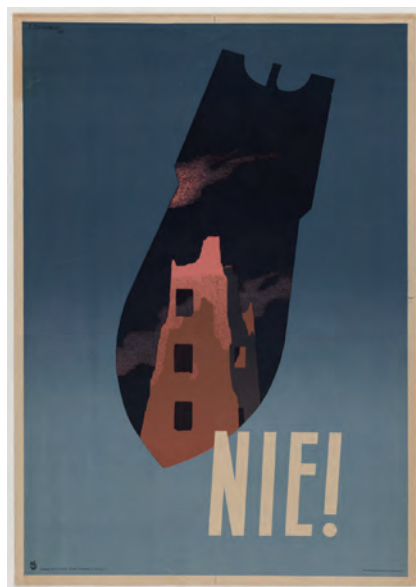
„Po wojnie, w 1945 roku, Lipiński otrzymał zamówienie na plakat, którego tematem była przeprowadzka redakcji «Robotnika» do Warszawy. Jak podaje w wywiadzie („Stolica” 1986, nr 10), akurat wyjeżdżał na proces norymberski i chciał zrezygnować ze zlecenia (...). Wówczas Tadeusz Trepkowski, który razem z Lipińskim przygotowywał się do wyjazdu, zaproponował pomoc. Plakat powstał więc wspólnie, zaś napis (już po ich wyjeździe) dorobił Aleksander Bernaciński. Powrót do plakatu w 1945 roku odbywał się dynamicznie, jego owoce były gęste od symboliki i ukrytych (...) znaczeń. Praca ukazuje ruiny zniszczonej Warszawy – ze szkieletu kamienicy ulatuje dym – nad którym zawisnął biały gołąbek, którego korpus złożony jest z gazety „Robotnik”. Plakat tym samym zwiastuje

pokój i nadzieję na odbudowę Warszawy, skumulowaną w postaci gołąbka-symbolu. Jest wyrazem żywiołowych przemian, a przekaz „z powrotem w Warszawie” jest czytelny na wielu poziomach odbioru.

A. Lewandowska, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegajd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 11.

Na niebieskim tle, sugerującym niebo, widać kształt widać kształt spadającej bomby, w której artysta umieścił ruiny budynku. Zwięzła kompozycja plakatu wykorzystująca jedynie dwa znaki – bombę i ruiny – tworzy skojarzeniowy rebus, którego sens jest na tyle jasny, że wystarczy proste słowo, krótkie hasło „nie” z wykrzyknikiem, by jego moc wyrazu dała się objąć przy pierwszym spojrzeniu.

A. Lewandowska, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegajd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 23.



Tadeusz Trepcowski, *Nie!*, 1952, plakat propagandowy

Propaganda jest jednym z narzędzi różnej maści polityków oraz dyktatur, służące jej plakaty mogą więc budzić niepokój. Podobnie jak większość odmian tego typu ikoniczno-werbalnych przekazów, plakat propagandowy oddziałuje na świadomość odbiorcy. W przeciwieństwie do nich jednak nie pozostawia widzowi miejsca na rozumowanie i samodzielność sądu. Śle mu bowiem jednoznaczne i kategoryczne przesłanie na temat przedmiotu swej wypowiedzi. Ta cecha łączy plakat propagandowy z plakatem reklamowym, którego istotą jest „przekonanie” do kupna jakiegoś towaru czy „wymuszenie” skorzystania z jakichś usług. Jednak w odróżnieniu od plakatu reklamowego, plakat propagandowy o wiele głębiej ingeruje w świadomość odbiorcy, gdyż narzuca mu konieczność podjęcia pewnych decyzji światopoglądowych, podporządkowania jakiemuś politycznemu gremium, zaangażowania się w działania społeczne. Perswazja reklamy jest nakierowana doraźnie i ekonomicznie, zaś propagandy – dalekosiężnie i mentalnie.

## Na usługach państwa socjalistycznego – plakat socrealistyczny

Plakat socrealistyczny jest wariantem plakatu propagandowego. To wizualno-werbalny przekaz mający nakłonić odbiorców do zaakceptowania ideologii partii komunistycznej. W Polsce rozwijał się w latach 1949–1955, w związku z ogólnym zaleceniem, by tworzyć sztukę, która w treści i formie byłaby zgodna z programem politycznym ówczesnej władzy.

W warstwie obrazowej tego typu plakatów pojawiają się wizerunki proletariatu i chłopów zaangażowanych w codzienną pracę na rzecz kraju, a także alegoryczne postaci przywódców lub wrogów mas ludowych. Wzmocnieniem ikonicznego przesłania jest warstwa słowna w postaci sloganu. Tak ukształtowany przekaz artystyczny stanowił narzędzie społecznej ideologizacji.



W.P. Dybczyński, *Kolego! Chodź z nami budować Nową Hutę*, 1950, plakat socrealistyczny

Z inicjatywy posła na Sejm Ustawodawczy (a od 1952 roku Ministra Kultury i Sztuki) Włodzimierza Sokorskiego wprowadzono w 1949 roku ogólne zalecenia dla twórców, wskazujące, jak należy kształtować sztukę w państwie socjalistycznym i jakie wartości propagować. Pierwszym symptomem nadchodzących ze Związku Radzieckiego zmian był referat Bolesława Bieruta wygłoszony 3 lipca 1948 roku na Konferencji Warszawskiej PZPR. Praktyczne znaczenie dla sztuk wizualnych miała tak zwana Konferencja Nieborowska z 12–13 lutego 1949 roku, na której Sokorski i Juliusz Starzyński przekonywali o potrzebie sztuki trafiającej do ludzi. By ideologiczne treści łatwiej trafiały do odbiorcy, sztuka miała stać

się komunikatywna, czytelna dla każdego, nie edukująca artystycznie, lecz ułatwiająca indoktrynację.

D. Folga-Januszewska, *Sztuka polskiego plakatu*, Olszanica, 2018, s. 229.

## **Jan Brzechwa**

### ***Plakaty***

J. Brzechwa, *Wiersze wybrane*, Warszawa 1955, s. 219–220.

Wisi plakat. Na plakacie  
Regularne trzy postacie,

Trzy prawice, trzy tułowie,  
A na każdym z nich po głowie.

Napis głosi: „Walcz o pokój!”  
Taką rzecz choć w ramkę okuj.

Obok inny plakat macie:  
Trzy postacie na plakacie,

Trzy tułowie do połowy,  
Trzy prawice i trzy głowy,

A do tego napis w dole:  
„Młodzież walczy z alkoholem.”

Inny plakat podziwiacie,  
Znów te same trzy postacie,

Tylko głowy odwrócone  
Spoglądają w inną stronę,  
A pod spodem napis zwięzył:  
„Budujemy radiowęzły.”

Obok widać plakat nowy:  
Trzy tułowie i trzy głowy.

Napis przy tej trójce dziarskiej  
Brzmi: „Popieraj sport narciarski.”

I znów plakat. Już go znacie:  
Na plakacie trzy postacie,

Z których jedna, nieco sporsza,  
Rzuca hasło: „Jedźmy dorsza.”

Wisi plakat przy plakacie,  
Wciąż te same trzy postacie,

Trzy tułowie, trzy prawice,  
Zdobią place i ulice.

A przechodnie myślą: „Psiakość!  
Nie przechodzi ilość w jakość”.

Wiersz o socrealistycznym plakacie. Ja mówiące występuje tu w roli przewodnika oprowadzającego odbiorców po wystawie („Wisi plakat”, „Obok inny”, „Inny plakat podziwiacie”, „Obok widać”, „I znów plakat”). Prezentujący kolekcję skupia uwagę widzów na powtarzalności kompozycyjnej plakatów. Koncentruje ich spojrzenie na metodzie twórczej – łączeniu podobnych ikonicznych motywów ze sloganami. Obserwacja prowadzi do krytycznej oceny estetycznej powojennego plakatu, wynikającej z faktu, że bogactwo ilościowe nie przekłada się na interesujące rozwiązania formalne. Przedmiotem oceny w wierszu Jana Brzechwy jest więc nie dominacja funkcji perswazyjnej przywołanych prac czy ich doraźność ideowa, lecz płycizna środków artystycznego wyrazu.



Mieczysław Teodorczyk, *II Zjazd ZMP*.  
*Dla ciebie Ojczyzna biją nasze młode serca*,  
1955, plakat propagandowy

## Ku (nie)chwale nacji – plakat nacjonalistyczny

Plakat jako nośnik informacji bywa wykorzystywany przez skrajne ideologie. Staje się wówczas narzędziem piętnowania ras, nacji, religii, wartości oraz wzorów życia odmiennych od tych, które reprezentują jego twórcy. Tego typu plakaty są określane mianem nacjonalistycznych.



Autor nieznanym, *Faszyzm?!? Jesteśmy gorsi!!!*, (?) plakat nacjonalistyczny

Wszyscy bohaterowie obrazu, zarówno oprawcy, jak i ofiara, są odziani w „strój organizacyjny”. (...) na ramieniu sponiewieranego mężczyzny widnieje znak trójkąta. W hitlerowskich obozach koncentracyjnych takim znakiem napiętnowani byli homoseksualiści.



Autor nieznany, *Obronimy katolicyzm*, 2007, plakat nacjonalistyczny



Autor nieznany, *Jestem skinem, Śląska fanem, oficjalnym chuliganem, (?)*, plakat nacjonalistyczny

Wartości będące istotą głównego nurtu współczesnego (nowoczesnego) katolicyzmu stoją w sprzeczności z działaniem, które sugeruje twórca obrazu. Plakat (...) oznacza próbę wypracowania nowego, a w zasadzie powrót do bardzo starego, języka w odniesieniu do powinności i postawy „prawowitego” katolika.

Potrzeba zaistnienia w świadomości społecznej, a co za tym idzie wpływania na rzeczywistość, ujawnia się również w swoistym mariażu (...) ze środowiskami, które są podatne na nacjonalistyczny sentyment i jednocześnie same ochoczo go wyrażają. Mowa tu o środowiskach „kibicowskich”.

W. Dymarczyk, „*Faszyzm??? My jesteśmy gorsi!!!*”. *Współczesny polski plakat nacjonalistyczny*, w: *Wojna, obraz, propaganda. Socjologiczna analiza plakatów wojennych*, red. T. Ferenc, W. Dymarczyk, P. Chomczyński, Łódź 2014, s. 212, 213, 215.

Plakaty nacjonalistyczne stanowią narzędzie ideologicznej walki grup i organizacji najczęściej niemających jawnej reprezentacji politycznej, a wyrażane w nich poglądy odbiegają od demokratycznie ustalonej doktryny państwa.

## Mundur w obrazie – plakat wojskowy

Źródła polskiego plakatu wojskowego wiążą się z ukształtowaną w ciągu wielu wieków świadomością, że suwerenna i bezpieczna ojczyzna stanowi największe dobro Polaków. Ponieważ plakat jako medium pojawił się w czasach gdy Polska była w niewoli, najstarsze polskie postery wojskowe są wyrazem zaangażowania się twórców w walkę o niepodległość. Po odzyskaniu wolności skupili się oni na umacnianiu suwerenności, opiece nad mogiłami poległych oraz sławieniu narodowych bohaterów i zdarzeń historycznych okupionych krwią żołnierzy. Dziś plakat wojskowy powoli zanika. Ważne dla polskiej wojskowości zdarzenie, jakim było wejście Polski do NATO, nie zostało upamiętnione żadnym posterem<sup>155</sup>.



Autor nieznanym, *Do broni! Wszyscy na front*, po 1917, plakat wojskowy



Adam Setkiewicz, *Przysięga Sokół*, 1914, plakat wojskowy

<sup>155</sup> S. Wieczorek, *Wstęp do: Poland first to fight. Katalog polskiego plakatu wojskowego*, oprac. i red. nauk. A. Gąsiorowska, M. Lewnau, Warszawa 2002, s. 6.





Ferdynand Ruszczyc, *Uczcijmy mogily poległych. Loterya na cele opieki nad mogilami poległych...*, 1917, plakat wojskowy



Michał Boruciński, *Józef Piłsudski Naczelnik Państwa i Naczelnny Wódz, Pierwszy Marszałek Polski*, 1920, plakat wojskowy



Władysław Skoczylas, *Józef Piłsudski*, 1920, plakat wojskowy



Stanisław Lipiński, *Warsaw 1939–1944, 1944*, plakat wojskowy



Andrzej Radziejewski, *Monte Cassino 18 V 1944 – 15 V 1984, 1984*, plakat wojskowy

Plakat wojskowy operuje motywami odwołującymi się do powszechnie aprobowanych wartości, takich jak ojczyzna, lud, wiara, umiłowanie wolności, bohaterstwo. W katalogu schematów wizualizacji można znaleźć alegoryczny obraz Ojczyzny ujętej jako młoda kobieta (A. Setkowicz), utożsamienie polskości z tradycją polskiej wsi modelowanej na wzór stajenki z Maryją, Józefem i Dzieciątkiem (W. Skoczylas), pojmowanie historycznych doświadczeń w kategoriach męki Chrystusa (S. Lipiński), sakralizację narodowych bohaterów (*Józef Piłsudski naczelnik państwa i naczelny wódz, pierwszy marszałek Polski*), przesvědzenie o polskim poświęceniu graniczącym z brawurą (*Do broni! Wszyscy na front*). Wizualizacje najstarszych polskich plakatów są oparte przede wszystkim na tradycji chrześcijańskiej. Autorzy plakatów powojennych „przemawiają” do odbiorcy także znakami współczesności zaczerpniętymi ze sfery profanum: symbolem Polski Walczącej czy polnego maku, nawiązującego do pieśni z 1944 roku *Czerwone maki na Monte Cassino* Feliksa Konarskiego.

## Mobilizacyjny apel – plakat wojenny

Uzyskanie akceptacji odbiorcy dla apelu o gotowość do złożenia ofiary z własnego życia na froncie wojennym wymaga dokonania sakralizacji celu walki albo uczynienia go analogiem wartości transcendentnych, takich jak duchowość. Ta konieczność jest wykorzystywana w schematach obrazów i sloganów wojennych. Ich twórcy chętnie instrumentalizują ludzkie potrzeby zaspokajane mitem i religią.

[Plakat *Your Liberty Bond. Will Help Stop This*] Miał (...) nakłaniać do zakupu obligacji wojennych. (...) większość mieszkańców wysp stanowili katolicy. Ta

struktura wyznaniowa była dziedzictwem hiszpańskiej kolonizacji, jaka trwała tam od XVI w. (...). Na pierwszym planie mamy do czynienia z niemieckim żołnierzem krzyżującym żołnierza amerykańskiego. Na horyzoncie pojawia się amerykańska armia. Daje ona nadzieję na przerwaniu tej męki. Przeraza też niemieckich oprawców, którzy na jej widok zaczynają uciekać. Funkcjonujący na plakacie motyw pasyjny, silnie zakorzeniony w katolicyzmie w ogóle, ze szczególną siłą musiał oddziaływać na Filipińczyków, gdyż miejscowe misteria towarzyszące obchodom wielkanocnym nierzadko przybierały tu bardzo spontaniczny i krwawy charakter.

W propagandzie wojennej odwoływano się nie tylko do postaci Chrystusa. Na plakatach pojawiali



Fernando y Cueto Amorsolo, *Your Liberty Bond. Will Help Stop This*, 1917, plakat wojenny



Autor nieznanym, *Can You longer resist the Call? (Czy jesteście w stanie opierać się dłużej wezwaniu?)*, 1915, plakat wojenny



Autor nieznanym, *Враг рода человеческого (Wróg rodzaju ludzkiego)*, ok. 1915–1918, plakat wojenny

się także święci. Zachęcali do wstąpienia do wojska. Taka sytuacja przedstawiona jest na plakacie rekrutacyjnym (...) skierowanym do irlandzkich rolników. Na pierwszym planie widzimy chłopa, który przerywa oranie ziemi, gdy objawia mu się otoczony światłością św. Patryk. W tle obecna jest zniszczona katedra. Na dole widnieje napis: *Can You longer resist the Call? (Czy jesteście w stanie opierać się dłużej wezwaniu?)*. (...)

Znacznie bardziej złożony jest (...) rosyjski plakat [*Враг рода человеческого*], na którym także pojawia się wątek diabelski. W odróżnieniu od wszystkich pozostałych nie ma on charakteru satyrycznego, w swej formie przypomina zaś stronę ze średniowiecznego dzieła poświęconego demonologii. Centralne miejsce zajmuje na nim Szatan, tutaj utożsamiony z cesarzem Niemiec. O jego diabolicznej naturze świadczą kopyta, ogon, sierść na ciele. Cechy te, które pierwotnie przypisywano greckiemu Panowi, w pierwszych wiekach naszej ery zostały użyte przez chrześcijan do budowy obrazu diabła. Piekielne pochodzenie cesarza wyrażono także za pomocą koloru czerwonego, symbolizującego krew, żar Gehenny. Wilhelm II przyodziany jest w zbroję, na której widnieje niemieckie godło, w obu swych rękach trzyma



Eugeniusz Nieczuja-Urbański, *Do broni!*,  
1920, plakat wojenny

zniszczone budynki, wałający się gruz, łunę pożaru gdzieś w oddali, wystającą spod kamieni rękę. W centralnym miejscu znajduje się jednak ołtarz, będący pozostałością kościoła. Przekaz ten jest jednoznaczny. Bolszewicy nie dość, że niszczą i grabią, jak wszyscy inni najeźdźcy, to jeszcze nie mają szacunku dla świętości. Nie bez powodu też bohaterem plakatu stała się polska wieś. Ówczesne władze mogły się obawiać, jak chłopcy zareagują na komunistyczne hasła. Nowe państwo jeszcze nie okrzepło, bolszewicy sugerowali zaś, że będzie ono kontynuacją feudalnych porządków. Propaganda wojenna odwoływała się zatem do tradycyjnej wiary polskich chłopów, ich przywiązania do takich symboli, jak krzyż. Nawiązanie do pobożności ludowej znajduje się także na plakacie [*Kto w Boga wierzy, w obronie Ostrobramskiej, pod sztandar Orła i Pogoni!*]. (...) Żołnierz przedstawiony na plakacie chroni przed bolszewikiem nie tylko kobietę z dzieckiem, ale też i wiarę (w tym – Matkę Boską Ostrobramską). (...)

Analizując postery z tego okresu [drugiej wojny światowej – przyp. A.B.] zaobserwowałem, że pojawiające się na nich odniesienia religijne są nie tylko różne

ludzkie czaszki. Ten wygląd cesarza, demoniczne przymioty, jakimi obdarzył go autor dzieła, skonfrontowane zostały ze stonowanym, zielono-żółtym tłem. Można na nim rozpoznać europejskie miasta, narysowane na modłę średnio-wieczną, otoczone rozkwitającymi łąkami. Na plakacie zostały wymienione ich nazwy. Miasto po lewej stronie to francuskie Reims, podczas I wojny światowej zbombardowane i niemal całkowicie zniszczone przez Niemców. Podobny los spotkał miasto znajdujące się w prawej części plakatu. Jest to belgijskie Leuven. Wilhelm II, okryty zbroją, diabelski w swej istocie, burzy ten niemal idylliczny obraz Europy. Sta-je się ucieleśnieniem Zła, demonem krążącym po kontynencie i siejącym zniszczenie. (...)

Zgodnie z tytułem znajdującym się u dołu, na plakacie [*Do broni!*] przedstawiono wieś po najeździe bolszewików. Widzimy na nim całkowicie

od tych, które pozostawały typowe dla wcześniejszych konfliktów, ale w ogóle jest ich zdecydowanie mniej. (...) Niektóre plakaty (...) zdawały się zawierać odniesienia religijne, choć trzeba tu zaznaczyć, że uległy one dekompozycji i już przekształcone umieszczane były w kontekście pozbawionym zakorzenienia w sferze *sacrum*. Strategia ta cechowała przede wszystkim propagandę niemiecką. (...) Autor tworzący poster zrezygnował (...) z odniesień *stricte* chrześcijańskich na rzecz symboliki germańskiej. Zabieg ten wielokrotnie był stosowany w niemieckiej propagandzie z czasów II wojny światowej. Przykładem tego są poniższe plakaty, które miały zachęcać ludność państw skandynawskich do poparcia Trzeciej Rzeszy (*Nordmenn Kjemp for Norga*), a także podjętej przez nią walki z komunizmem (*Mot bolsjevismen, For Danmark! Mod bolchevismen!*). (...)

Na każdym z nich zidentyfikować można w tle elementy nawiązujące do Ducha dawnych czasów, do okresu, kiedy Skandynawowie byli budzącymi lęk wojownikami. Łączą one w sobie wojenną terażniejszość z waleczną przeszłością plemion germańskich. Plakaty *Nordmenn Kjemp for Norga* oraz *For Danmark! Mod bolchevismen!* sugerują, że współczesnymi Wikingami są żołnierze walczący po stronie Trzeciej Rzeszy. Świadomie używam tutaj takiego właśnie określenia, gdyż chociażby na posterze *Nordmenn Kjemp for Norga* nieprzypadkowo pojawia się esesman (który wcale nie musi być Niemcem). Można odnieść wrażenie, że celem autorów było przedstawienie działań zbrojnych podejmowanych przez Trzecią Rzeszę jako aktu realizowanego w imię wszystkich ludów germańskich. Innymi słowy, plakaty miały namawiać do wstępowania do SS i walki po stronie Niemiec. (...)



Autor nieznaný *Nordmenn Kjemp for Norga*, ok. 1941–1943, plakat wojenny



Autor nieznaný, *Mot bolsjevismen*, ok. 1941–1943, plakat wojenny



Autor nieznaný, *For Danmark! Mod bolchevismen!*, ok. 1941–1943, plakat wojenny



Autor nieznan, *This is the Enemy (To jest wróg)*, 1941, plakat wojenny

waną na nim swastyką, który burzy wieżyczkę typowego amerykańskiego kościoła protestanckiego. Niebo przykrywają ciemne chmury zwiastujące burzę. (...)

W działaniach propagandowych typowych dla I wojny światowej odwołania do symboliki i tematyki religijnej były liczne. Dzięki temu sam konflikt zyskał szerszą perspektywę. Wojna stawała się kolejną odsłoną odwiecznej walki między Dobrem a Złem. Propaganda wprost nawiązywała do chrześcijańskiej eschatologii. Świat doczesny stał się miejscem manifestacji istot transcendentnych – Chrystusa i Szatana. (...) Ta polaryzacja, przejawiająca się w plakatach właściwych dla I wojny światowej (oraz dla wojny domowej w Rosji i wojny polsko-bolszewickiej), służyła oczywiście określonej roli – dehumanizacji wroga.

To wzajemne przenikanie się dwóch wymiarów, transcendentnego i doczesnego, odzwierciedla pewien rozdzźwięk typowy dla ówczesnej Europy. Jest to

W propagandzie czasów II wojny światowej całkowicie jednak nie lekceważono roli odniesień chrześcijańskich. Odwołania tego rodzaju były powszechne w plakatach amerykańskich. Przykładem tego są postery przedstawione poniżej.

Na plakacie *This is the Enemy* widać rękę wbijającą bagnet w Pismo Święte. Na jego dole jawi się następujący napis: *This is the Enemy (To jest wróg)*. Na ubraniu, być może na fragmencie munduru, który widnieje na plakacie, obecna jest swastyka. Podobny motyw mamy na drugim z analizowanych tutaj rysunków.

Na plakacie widzimy ogromny but z wymalo-

kontynent kroczący drogą uprzemysłowienia, pokładający nadzieję w nauce, odrzucający obskurantyzm minionych epok. Religijne odniesienia obecne w propagandzie wydają się w tej sytuacji niedorzeczne. Tym bardziej skłaniają zatem do pewnych przemyśleń. Mimo wielu osiągnięć, zwłaszcza w sferze techniki, ówczesny europejski Rozum zdawał się być przesiąknięty tradycyjnym Duchem. Pełna ekspresja tego związku nastąpiła dopiero podczas wojny, gdy owo racjonalne myślenie kapitulowało na rzecz mitów, religijnej symboliki i tematyki. Europejczycy zdawali się nie być świadomi sił, które wyzwolili wkraczając na drogę modernizacji. Te siły trzeba było w rezultacie ukazać odwołując się do znanych i zakorzenionych w religii archetypów. Wspomniane zjawisko skłania do sformułowania bardziej uniwersalnego wniosku. Być może nigdy nie jesteśmy tak ucywilizowani, za jakich chcemy uchodzić, a mur dzielący nasz świat od barbarzyństwa pozostaje bardzo kruchy.

Religijne odniesienia rządziej pojawiały się w działaniach propagandowych typowych dla II wojny światowej. Za interesujący przedmiot analizy należy uznać w tym przypadku plakaty nazistowskie. Nawiązywały one do czegoś bardziej pierwotnego niż religia, do tego, co dziś wielu socjologów określa mianem duchowości. Duchowość pozostaje niedefiniowalna. Nie wpisuje się w wąskie granice wyznaczone przez systemy religijne. Wyłania się wprost z ludzkiej nieświadomości.

Ł. Kutyło, *Religijne odniesienia w propagandzie wojennej. Analiza zjawiska*, w: *Wojna, obraz, propaganda. Socjologiczna analiza plakatów wojennych*, red. T. Ferenc, W. Dymarczyk, P. Chomczyński, Łódź 2014, s. 82–101.



Autor nieznaný, *We're fighting to prevent this* (*Walczymy, aby temu zapobiec*), ok. 1941, plakat wojenny



## Julian Tuwim

### *Do prostego człowieka*

J. Tuwim, *Do prostego człowieka*, w: *Poezja polska okresu międzywojennego*, wybór i wstęp M. Głowiński, J. Sławiński, Wrocław 1997, s. 124–125.

Wiersz z tomu *Biblia cygańska* (1933). Po raz pierwszy został wydrukowany w „Robotniku” (1929). Wywołał polemikę ze strony środowisk pravicowych, które atakowały poetę za „osłabienie sił obronnych kraju i (...) brak uczuć patriotycznych”<sup>156</sup>.

Gdy znów do murów kłajstrem świeżym  
przyklepać zaczną obwieszczenia,  
gdy „do ludności”, „do żołnierzy”  
na alarm czarny druk uderzy  
i byle drab, i byle szczeniak  
w odwieczne kłamstwo ich uwierzy,  
że trzeba iść i z armat walić,  
mordować, grabić, truć i palić;  
gdy zaczną na tysięczną modłę  
ojczyznę szarpać deklinacją  
i łudzić kolorowym godłem,  
i judzić „historyczną racją”,  
o piędzi, chwale i rubieży,  
o ojcach, dziadach i sztandarach,  
o bohaterach i ofiarach;  
gdy wyjdzie biskup, pastor, rabin  
pobłogosławić twój karabin,  
bo mu sam Pan Bóg szepnął z nieba,  
że za ojczyznę – bić się trzeba;  
kiedy rozścierwi się, rozchami  
wrzask liter pierwszych stron dzienników,  
a stado dzikich bab – kwiatami  
obrzucać zaczną „żołnierzyków”. –

---

<sup>156</sup> Przypis do wiersza Juliana Tuwima *Do prostego człowieka*, w: *Poezja polska okresu międzywojennego*, wybór i wstęp M. Głowiński, J. Sławiński, Wrocław 1997, s. 124.

– O, przyjacielu nieuczony,  
mój bliźni z tej czy innej ziemi!  
wiedz, że na trwogę biją w dzwony  
króle z panami brzuchatemi;  
wiedz, że to bujda, granda zwykła,  
gdy ci wołają: „Broń na ramię!”  
że im gdzieś nafta z ziemi sikła  
i obrodziła dolarami;  
że coś im w bankach nie sztytuje,  
że gdzieś zwęszyli kasy pełne  
lub upatrzyły tłuste szuje  
cło jakieś grubsze na bawełnę.  
Rznij karabinem w bruk ulicy!  
Twoja jest krew, a ich jest nafta!  
I od stolicy do stolicy  
zawołaj broniąc swej krwawicy:  
„Bujać – to my, panowie szlachta!”

Podobnie jak skarbnica motywów kultury, plakat, rozumiany jako potencjalny nośnik obrazów i słów, jest „bezbronny” wobec intencji twórców. Tak jak każda sztuka, literatura, malarstwo, muzyka, podlega zarówno „zaborowi”, jak i „manipulacji”. To, co stanowi jego siłę – kontakt z masowym odbiorcą – może się więc okazać wielką słabością. Tak się dzieje, gdy zostaje zaanektowany przez populistów, finansistów, polityków.

Sztuka plakatu nie posiada środków, którymi mogłaby oponować wobec idei wyrażonej na innym plakacie. Ta zdolność jest właściwością literatury. Słowo (idea dzieła literackiego) z całą ostrością może wystąpić przeciw słowu (myśli wyrażonej w innym dziele literackim). Może też piętnować manipulację obrazami. W wierszu Juliana Tuwima autor staje na straży interesów tytułowego adresata – odbiorcy plakatów wojennych. Obnaża egoizm motywacji autorów obwieszczeń agitacyjnych „do murów klajstrem/ przylepianych”. Tekst literacki spełnia tu funkcję „krytyczną” i „edukacyjną” wobec „czytania” tekstu i podtekstu plakatu.



# Słowo w plakacie

*Plakat to świat obrazu i słowa. „Układ sił” obydwu materii artystycznych można tu uznać za szczególny. Dominium mundi sprawuje obraz, ale słowo, będące „poddanym”, jest jednocześnie „stwórcą” wizualnego przedstawienia.*

*Układ nadrzędności tworzywa ikonicznego nad językowym skutkuje ograniczeniem autonomii słowa. Jest to dostrzegalne zarówno w płaszczyźnie reguł wyrażania znaczeń, jak i graficznego zapisu. Leksemy zostają wyswobodzone z więzów semantyki oraz konwencji ich pisemnego utrwalania. Zluzowane wobec macierzystego systemu, otrzymują nowe powinności – plastyczne – a to czyni je znakami pogranicznymi, językowymi i ikonicznymi.*

*Nadawanie słowom walorów wizualnych przybiera różnorodne formy. Może się przejawiać rozluźnieniem reguł składni spajającej poszczególne elementy językowe, luzowaniem schematu ich graficznego zapisu, a także przekształcaniem słów w barwne plamy bądź obrazy czy składniki obrazowego przedstawienia.*



## Język służebny

Podwalina plakatu, afisz, jest konstrukcją językową skupioną na informacji podanej w estetycznej formie graficznej. W toku rozwoju forma ta została dopełniona naocznością ikonyczną, co doprowadziło do narodzin protoplakatu. Elementy obrazowe okazały się atrakcyjne dla odbiorców. Kierunek ewolucji został więc podtrzymany. Wszak dalsze poszukiwanie terytorium pod ekspansję obrazu wiązało się z rugowaniem słów i podporządkowywaniem ich warstwie ikonicznej. Wreszcie język zdał „dowodzenie” obrazowi i protoplakat przekształcił się w plakat. Z kolei wyzwolona z ryz użyteczności estetyka pozostała w gestii ikony. Wkroczywszy na terytorium słowa, obraz uczynił je służebnym, i za jego pośrednictwem wstąpił w szeregi sztuki jako nowa dziedzina – plakat. Ewolucja afisza okazała się sukcesem i dla potencji tworzywa językowego, i plastycznego.



Józef Mehoffer,  
Loterya  
na urządzenie  
Domu  
Matejki, 1899,  
afiszoplakat  
społeczny

Praca Józefa Mehoffera *Loterya na urządzenie Domu Jana Matejki* powstała w związku ze zbiórką funduszy na rozbudowę muzeum Jana Matejki, otwartego w 1896 roku w Krakowie trzy lata po śmierci malarza. To jedno z pierwszych dzieł związanych z kształtowaniem się polskiego plakatu. Środkiem komunikacji z odbiorcą jest tu tekst słowny ujęty w ornament roślinny po prawej i lewej krawędzi dzieła. Motywy plastyczne artysta powiązał z przekazem językowym wspólną kolorystyką. Ciemnobrązowym literom otoczonym czerwoną linią nadał odpowiedniki w postaci kwiecica o takich samych barwach, a równe, ciasne rzędy liter w dolnej partii pracy zharmonizował z gęstymi liniami łodyg

i pąków na obramowaniu językowej kompozycji.

Czytając komunikat umieszczony na afiszopлакacie, odbiorca „ogłąda” mieniące się kolorami litery. Doznaje też wizualnej satysfakcji, rozpoznając w masywnych, „ciasnych” liniach grafię słów tworzących tekst zagnieżdżony w okalających go roślinach. Choć z formalnego punktu widzenia dzieło jest afiszem, to ze względu na estetyzację zapisu i rozbudowaną ornamentykę zbliża się do protoplakatu.

*Swoszowice, zdrojowisko pod Krakowem* Wojciecha Jastrzębowskiego można uznać za afiszopлакatek. Podobnie jak w *Loteyi...*, głównym środkiem informacji jest tu język, a tekst został rozbudowany jak w afiszu. W porównaniu z pracą Mehoffera warstwa plastyczna nie ogranicza się do ornamentu, lecz przybiera formę obrazu, który poza funkcją dekoracyjną służy też dopełnieniu informacji o krakowskim uzdrowisku. Artysta ukazał tu swoszowicki krajobraz, malownicze łąki i toń wody z brzegami porośniętym paprocią i drzewami. Nastrojowy pejzaż



Wojciech Jastrzębowski, *Swoszowice, zdrojowisko pod Krakowem*, 1907, plakat reklamowy



Alfons Mucha, *Gismonda*, 1894, plakat teatralny

w secesyjnej konwencji obiecuje potencjalnym kuracjom spokój, czym „dopowiada” językową informację o uzdrowisku.

W afiszoplakacie Swoszowice... widoczna jest dążność do przenoszenia ciężaru ekspresji ze słowa na obraz. W tej formie reklamy ikona nadbudowała się nad językiem i konkuruje z nim w ogniskowaniu spojrzenia widzów. Choć słowo broni jeszcze swego dominum, to jego dawne terytorium uległo znacznemu ograniczeniu.

Historia z grudnia 1894 roku o złożonym w wydawcy Lemeriera, nie cierpiącym zwłoki zamówieniu na plakat teatralny dla Sary Bernhardt do sztuki *Gismonda*, brzmi jak bajka. Mucha uważał, że to przeznaczenie. Światowej sławy aktorka, której prawdziwe nazwisko brzmi Henriette-Rosine Bernard (1844–1923), zaczęła grać w *Gismondzie* pod koniec października 1894 roku. Sztukę napisał dla niej jej oddany wielbiciel Victorien Sardou. *Gismonda* to opowieść biblijna. W akcie trzecim tytułowa Gismonda przyłącza się do procesji w Niedzielę Palmową. Na afiszu Mucha przedstawił Bernhardt w kostiumie scenicznym, z liściem palmowym w dłoni. (...)



Plakat do tej sztuki [*Gismonda* – przyp. A.B.] ma 217 x 75 cm. Przedstawia samotną postać Sary Bernhardt jako tytułowej Gismondy. Dwuwymiarowa, płytka przestrzeń podkreśla kształt ciała. Sarah stoi, patrząc przed siebie, na cokole lub scenie, głowa zwrócona lekko w prawo, oczy spoglądają ku światłu. W prawym ręku trzyma przed sobą liść palmowy, daleko od ciała. W obrazie można wyróżnić trzy części, jego pionowy format podkreśla wydłużoną, smukłą sylwetkę Gismondy. W górnej części znajduje się napis *Gismonda*, śmiałym pismem w kolorze niebieskim, na tle ciemnozłotej, bizantyńskiej mozaiki. Kolor ten dopełnia rudozłotą barwę rozpuszczonych włosów, luźno przewieszonych przez ramię. Tuż pod nim, na półokręgu obejmującym głowę postaci w kwietnym wieńcu, wersalikami napisano „Sarah Bernhardt”. Przy czym słowo „Sarah” jest przesłonięte wierzchołkiem palmowego liścia, podkreślając w ten sposób nazwisko. W środkowej części na jasnym tle widnieje postać odziana w jedwabną, wyszywaną klejnotami empirową suknię z długimi rękawami. Dolna część obejmuje scenę czy też cokół nad którym widnieje napis „Theatre de la Renaissance”. Tren sukni zwiesza się z krawędzi sceny. Naturalna wielkość postaci i wydłużony liść podkreślają smukły kształt plakatu i przyciągają uwagę do sylwetki Bernhardt.

R. Ormiston, *Alfons Mucha i jego świat*, przeł. H. Turczyn-Zalewska, Warszawa 2010, s. 93, 97.

W swoich plakatach dla firmy ciastkarskiej Lefevre-Utile, reklamujących herbatniki o nazwie *Flirt*, Mucha ponownie wykorzystał trójdzieloną kompozycję, zastosowaną w plakacie Bernhardt. Nazwa herbatników widnieje u góry ilustracji, a nazwa firmy u dołu. W centrum umieścił Mucha stojącą blisko siebie parę z towarzystwa, ubraną jak do teatru. Mężczyzna patrzy na partnerkę, która skromnie spuściła oczy. Mucha dodał dekoracyjne kwiaty i fasadę teatru w tle – zapewne Theatre de la Renaissance Sary Bernhardt. Różne warianty tego obrazu pojawiały się później, w innych reklamach przygotowywanych przez Muchę dla tej firmy.



Alfons Mucha, *Flirt*, 1895, plakat reklamowy

Przypuszczalnie najbardziej znanymi do dziś litografiami Muchy są (...) reklamy opracowane w 1896 roku dla firmy Job produkującej bibułki papierosowe (1896). Mucha po mistrzowsku operuje kolorami i kształtami, zwłaszcza stosując swój znak firmowy, charakterystyczne długie loki – zwane swego czasu „makaronem Muchy”. Powstały dwie wersje kolorystyczne: jedna w tonacji brązów, złota i zieleni (...), druga w ciemnej purpurze, błękicie i zieleni. Piękna dziewczyna o wpół przymkniętych oczach i rozchylonych wargach trzyma w prawym ręku zapalonego papierosa. Ma na sobie długą suknię. Mucha nie ukazał ubrania tak wyraźnie, jak w innych pracach, gdzie detale strojów są silnie stylizowane. Kobieta odchyliła głowę w tył i rozkoszuje się aromatem wijącego się w tle tytoniowego dymu. Wygląda, jakby zatraciła się w ekstazie palenia. (...) Długie i bujne włosy wypełniają przestrzeń i wychodzą poza ozdobne obramowanie. Jedną trzecią tła za głową zajmuje nazwa producenta JOB, napisana zielonymi literami w mozaikowej obwódce. Tło wypełniają drobniejsze, stylizowane monogramy JOB.



Alfons Mucha, *Job*, 1896, plakat reklamowy

R. Ormiston, *Alfons Mucha i jego świat*, przeł. H. Turczyn-Zalewska, Warszawa 2010, s. 106–108.

W pracach Alfonsa Muchy zatytułowanych *Gismonda*, *Flirt*, *Job* głównym środkiem wyrazu jest obraz. Pośród elementów czysto plastycznych spectator napotka także składniki należące do innego porządku semantycznego – słowa. Egzystują one w przestrzeni pracy na nieco innych zasadach niż w tekście językowym. Ich grafika służy bowiem nie tylko celom semantycznym, ale i estetycznym, co, poza poezją konkretną, nie jest przedmiotem tekstów językowych. W omawianych dziełach Muchy naoczność słowa pełni funkcję zdobniczą kompozycji plastycznej, sprawiając zarazem, iż stają się one czymś więcej niż tym, co przedstawiają. Pod wpływem znaków języka obrazy przekształcają się w wizualne interpretacje przedmiotu reklamy, związane z nim wrażenia, nastroje i sugestie. Taki właśnie mariaż słowa i obrazu jest właściwy dla plakatu.

# Słowa wyzwolone

Słowo to znaczenie, którego nośnikiem jest dźwięk (język mówiony) i obraz (język pisany). Wizualna forma przekazu semantycznego stanowi płaszczyznę, na której może się dokonać nadawanie pisanemu znakowi językowemu walorów plastycznych. Taka operacja artystyczna wiąże się jednak z rozbijaniem konwencji graficznego zapisu.

Wilhelm Schulz, *Secesja berlińska*,  
II Wystawa Sztuki, maj–październik  
1900, plakat wystawowy



Jan Toorop, *Arnhem*, 1900,  
plakat reklamowy



Jerzy  
Romański,  
*Wystawa  
prac Związku  
Studentów  
Architektury*,  
1928, plakat  
wystawowy

Bohater filmu Domenico Cantoni, młody chłopak z małego miasteczka, przybywa do Mediolanu w poszukiwaniu pracy. Bierze udział w konkursie na stanowisko urzędnika w nowoczesnym biurze. Jak wszyscy kandydaci, poddawany jest absurdalnym sprawdzianom i testom psycho-fizycznym. Rezultat go nie satysfakcjonuje – zostaje przyjęty, ale na początek musi zadowolić się posadą gońca. Gdy w sposób „naturalny” zwalnia się lepsze stanowisko, zaczyna się klasyczna „walka o stołek”. (...) Mimo wielkich starań, młodemu adeptowi udaje się usiąść jedynie na skraju wielkiego krzesła (symbolu kariery w rozrośniętym systemie biurokracji). Co charakterystyczne, wszystkie napisy rozmieszczone na powierzchni tego krzesła, są niejako wpisane w jego strukturę, niczym hierarchia w danym miejscu pracy. Patrząc na ten plakat, uzmysławiamy sobie (...) zachwianie proporcji. Możemy sobie wyobrazić, jakim wysiłkiem woli zdobywa się taką pozycję (...). Wymogi biurokratyczne są ponad ludzką miarę. Ten plakat to również interesujący przykład zastosowania liternictwa. Widzimy indywidualne, różne proporcje odręcznego pisma, a także litery z szablonu. Tytułowy napis, nazwisko reżysera, nazwiska odtwórców głównych ról zostały wyróżnione specjalnym krojem czcionki prawdopodobnie wyciętej z szablonu lub naśladowującej taką formę. Kolor czerwony z natury swej działa mocno. Możemy go odczytać również jako ostrzeżenie dla niedoświadczonych młodych pracowników.

- A. Oleksiak, w: 123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelejejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 103.



Waldemar Świerzy, *Posada*,  
1963, plakat filmowy



Władysław Pluta, *Obiad rodzinny*,  
1995, plakat teatralny



R. Ormiston, *Alfons Mucha i jego świat*, przeł.  
H. Turczyn-Zalewska, Warszawa 2010, s. 102.

W polskim języku pisanym litery o jednakowym kształcie i wielkości układają się w słowa, które są łączone w zdania zapisywane od strony lewej do prawej w kolejnych szeregach wersowych. Graficzna struktura tekstu jest okolona przez marginesy, wyjustowana i podzielona na akapity. W plakacie ta konwencja komunikacji pisemnej nie obowiązuje. Dopuszcza się deformację liter (np. J. Toorop, *Arnhem*), różnicowanie ich wielkości, kształtu i kolorystyki, a także uwalnienie z obowiązku przylegania do siebie w poszczególnych słowach (np. W. Pluta, *Obiad rodzinny*). Zapis tekstu jest pozbawiony marginesów (np. W. Świerzy, *Posada*), a wersy słów mogą biec w różnych kierunkach (np. W. Pluta, *Obiad rodzinny*) i nie muszą być porządkowane według jednej linii brzegowej (np. W. Schulz, *Secesja berlińska*). Czytając plakatowe napisy, odbiorca zostaje wybity z rytmu konwencji. Dłużej niż w tradycyjnym tekście pisanym koncentruje się na znakach, by dokonać ich identyfikacji. Zadanie to jest nie lada doświadczeniem odkrywczym i estetycznym. Oto znaki słowne stają się migotliwe, linie słów przesistaczają się w obrazy lub stają granicami obrysów barwnych palm. Czytając, oglądamy.

## Słowa – plamy barwne

Słowo pisane, podobnie jak obraz, istnieje w przestrzeni dwuwymiarowej. Tworzą go na ogół czarne kreski, proste i giętkie, o określonym kroju, wysokości i szerokości. W plakacie jakości graficzne słowa pisanego nabierają walorów plastycznych. Kreska może zmienić barwę, zostać pogrubiona i fantazyjnie odkształcona. Może też ulec „rozdwojeniu”, tworząc w swym wnętrzu siedlisko dla barwy. Bywa, że sama barwna plama nabiera kształtu litery współtworzącej słowo, a słowa układają się w jedno- lub wielokolorową, prostą bądź serpentynową linię. Odbiór takich znaków językowych jest nie tylko czytaniem, ale i oglądaniem słów. Nierzadko to właśnie atrakcyjność wizualna znaków słownych przyciąga uwagę odbiorcy.

W plakacie Ignacego Witza *Circus Praga* pismo jest nie tylko nośnikiem semantycznym, ale i przekaźnikiem barwy. Słowa wyglądają jak kolorowy neon, lśniący i pulsujący nad obrazkiem z zabawną scenką cyrkową. Kolorystycznie zharmonizowane z warstwą ikoniczną, znaki języka stają się zapowiedzią aury reklamowanej rozrywki.



Ignacy Witz, *Circus Praga*, 1957, plakat cyrkowy

Waldemar Świerzy,  
*Cepelia*, 2013,  
plakat reklamowy



Z kolei w plakacie Waldemara Świerzego *Cepelia* kanwą obrazowości jest jedynie słowo ukazane na sposób plastyczny, jako falująca linia barw ujętych w kształt liter. Feerię kolorów podkreślają czarne tło kompozycji oraz czarna, cienka, giętka kreska, stanowiąca przesiekę między polami pojedynczych znaków słownych.

W plakacie Piotra Młodożeńca *9. Festiwal Literacki Manifestacje Poetyckie* przekształcenia znaków słownych wiążą się nie tylko, jak w *Circus Praga* i *Cepelia*, z ich „pokolorowaniem” i rozrzuconiem w przestrzeni, ale i z rozluźnieniem wiązań literowych w słowach oraz zawieszeniem poszczególnych liter w obszarze kompozycji pospołu z formami należącymi do porządku ikonicznego – kołami. Plastyczne modyfikowanie pisma przejawia się tu także w nadaniu płaszczyznom liter, tak jak płaszczyznom kół, „przezroczystej” barwy. Nałożone na siebie znaki językowe i plastyczne multiplikują abstrakcyjne plamy barw, stwarzając wrażenie głębi.



Bohdan Bocianowski, *Cyrk*, 1975,  
plakat cyrkowy



Piotr Młodożeniec, *9. Festiwal Literacki  
Manifestacje Poetyckie*, 1975, plakat  
reklamowy

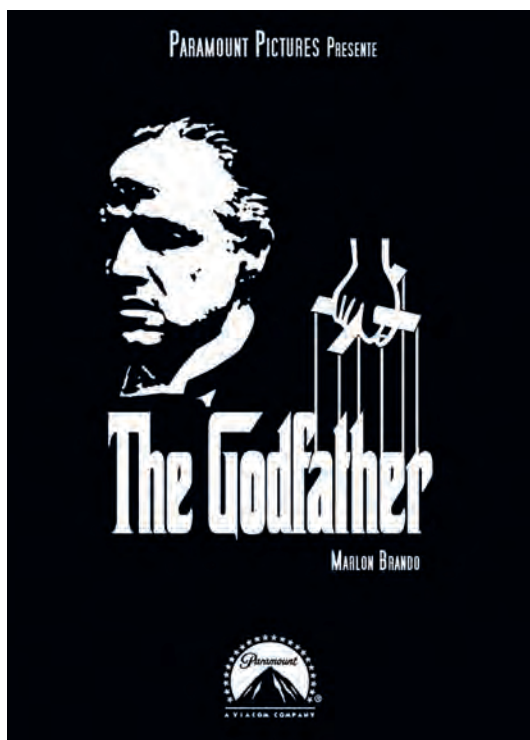
Jeszcze inny model obecności warstwy werbalnej w plakacie prezentuje praca Bohdana Bocianowskiego *Cyrk*. Kolorowym literom autor nadał formy figuratywne. Ich krój oraz dodatkowe elementy zdobnicze upodabniają poszczególne litery do bohaterów cyrkowego widowiska, żonglerów i kuglarzy, zaś lokacja względem siebie czyni je obrazem zespołowej figury akrobatycznej.



## Słowa stelaże

Transformacje tworzywa werbalnego w plakatach mogą polegać nie tylko na łamaniu reguł językowych i zdobniczej grafice, ale też na czynieniu słów konstrukcjami nośnymi obrazu. W takich pracach elementy leksykalne pełnią funkcję stelażu ikonicznej płaszczyzny plakatu. Bez nich plakatowy obraz nie tylko zmieniałby swą wizualność, ale też i znaczenie.

Brando gra [w filmie Francisa Forda Coppoli *Ojciec chrzestny* z 1971 roku, będącym adaptacją powieści Mario Puzo o tym samym tytule – przyp. A.B.] Don Vita Corleone. Głową jednego z klanów rodzinnych, przybyłych do USA z Włoch, którego „biznesowe” powiązania sięgały do wszystkich odgałęzień świata przestępczego. Jednakże pozostał w nim odruch moralnych skrupułów: nie chce wesprzeć i kryć swymi powiązaniem handlu narkotykami, przynoszącego coraz większe zyski. Tym samym rozpętuje krwawą wojnę między gangami, w której akty zemsty mnożą się jeden po drugim, a rywalizujące rody są dziesiątkowane. Krótco przed śmiercią stary ojciec chrzestny doprowadza do zawieszenia broni, ale za rządów jego syna Michaela (Al. Pacino) wojna toczy się dalej. Widzowie



Autor nieznany, *Ojciec chrzestny*, 1971, plakat filmowy

są zafascynowani tytułowym bohaterem w interpretacji Brando. Jego wyniosła postać, którą kamera pokazuje tylko w połowie lub pozostawia w cieniu, dominuje nad filmem. (...) I widzowie otrzymują wszystko, co składa się na prawdziwe arcydzieło: napięcie, wzruszenie, krew, łzy, przemoc i mity, a przede wszystkim wspaniałą grę aktorów.

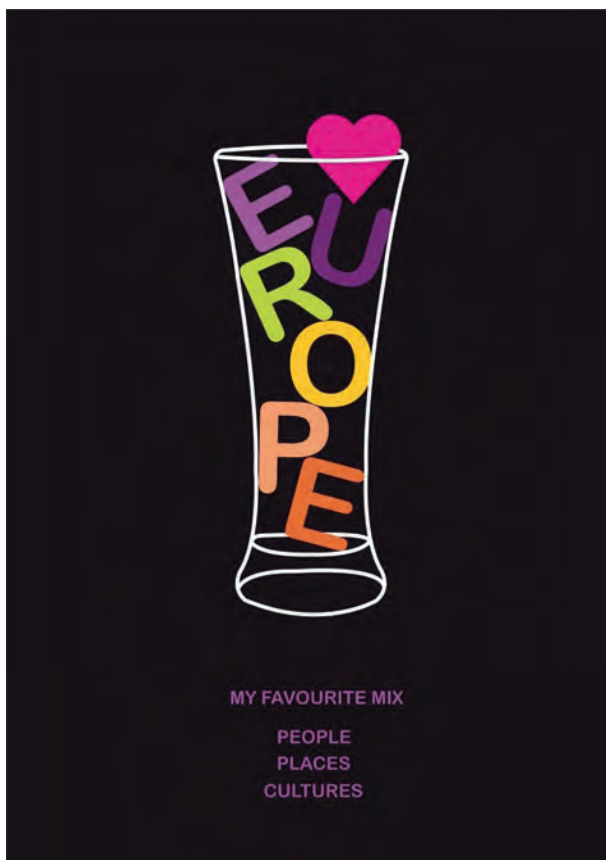
*Kronika filmu*, oprac. zespół pod kierunkiem M.B. Michalika, Warszawa 1995, s. 398.

Plakat Marii Mileńko, studentki Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu, zwyciężył w konkursie na plakat promujący Dzień Europy 2010. (...)

Mileńko umieściła na czarnym tle szklankę do drinków, do której „wysypała” kolorowe litery składające się na słowo „Europe”. Dodała do nich różowe serce. Napis pod szklanką, w języku angielskim, brzmi: „My favourite Mix. People. Places. Cultures”, czyli: „Mój ulubiony mix. Ludzie. Miejsca. Kultury”.

– Organizatorzy napisali, żeby się zastanowić, co nam się najbardziej podoba w Europie. Chciałam pokazać, że podoba mi się ta mieszanka różnych osobowości, miejsc i kultur i zastanawiałam się za pomocą czego można to pokazać. Wtedy przyszedł mi do głowy taki smakowity koktajl. Plakaty z mapami i flagami już były, ja próbowałam znaleźć coś nietypowego – powiedziała Mileńko.

[http://www.newsweek.pl/polska/polski-plakat-zwyciezyl-w-konkursie-i-love-europe\\_52922,1,1.html](http://www.newsweek.pl/polska/polski-plakat-zwyciezyl-w-konkursie-i-love-europe_52922,1,1.html) (dostęp: 11.05.2021).



**Maria Mileńko, Kocham Europę, 2010, plakat promujący**

Utrzymany w czarno-białej kolorystyce plakat *Ojciec chrzestny* przedstawia zdjęcie Marlona Brando, odtwórcy głównej roli reklamowanego filmu, opatrzone tytułem *The Godfather*. Sześć liter ostatniego słowa zikonizowano, łącząc pionowymi liniami ze znajdującą się nad nim dłonią. W takim ujęciu znaki słowne stają się odpowiednikami pacynek animowanych ręką aktora, co zapowiada podejmowany w filmie problem sterowania światem polityki i biznesu przez ludzi mafii. Choć elementy werbalne nie naruszają tu norm języka pisanego, to sposób ich użycia sugeruje wyobraźni odbiorcy kryjące się za nimi obrazy – pociągane za sznurki lalki symbolizujące wpływowe środowiska. Słowa „dopowiadają” więc brakującą część konstrukcji ikonicznej. Są językowymi znakami i językowymi schematami znaków plastycznych. Stanowią fundament wizualności, a także obrazowych wyglądów i znaczeń.

Podobną funkcję spełniają słowa w plakacie Marii Mileńko *Kocham Europę*. Obraz przezroczystej szklanki ze znajdującym się na jej brzegu serduszkim nabiera pełnej jakości wizualnej i znaczeniowej dopiero w zespoleniu ze słowem „EUROPE”. Leksem ten charakteryzuje się walorami plastycznymi ze względu na dekompozycję tworzących go liter oraz barwę grafii, a także ulokowanie we wnętrzu naczynia. Jest on fundamentem plakatowego obrazu, stanowiącego metaforę wspólnoty europejskich kultur. Serduszko na brzegu naczynia czyni prezentację osobistą tytułową deklaracją autorki: „Kocham Europę”.

## Słowa obrazy

W kompozycjach plakatowych zbudowanych jedynie z leksemów modyfikacje zapisu często służą wywołaniu za pośrednictwem grafii wrażeń obrazowych. W takich pracach fragmenty znaków literowych, a także litery lub słowa mogą stanowić kanwę zarysu obrazu referencyjnego lub też będącego wizualizacją jakiegoś wrażenia czy pojęcia. To słowa obrazy.

Jednostka brytyjskiego oficera, Nicholsona (Alec Guinness), znajdująca się w japońskiej niewoli, ma budować ważny strategicznie dla Japończyków most na rzece Kwai. Żołnierze jednak odmawiają pracy, a po miesięcznym areszcie japoński pułkownik Saito ustępuje i wypuszcza ich. Nicholson ogląda stan robót i triumfująco wskazuje na fuszerkę. W końcu (...) obejmuje kierownictwo robót i kończąc budowę mostu, demonstruje z dumą brytyjską wyższość. Jednocześnie aliancka grupa komandosów przygotowuje wysadzenie mostu. W dniu jego otwarcia Nicholson odkrywa przeciągnięty kabel. W pierwszym odruchu oburzenia usiłuje przeszkodzić eksplozji, ale uświadamia sobie, że tym samym stanie po stronie Japończyków. Sam powoduje wybuch, oddając przy tym życie. Film rezygnuje z ironicznego krytykowania bezsensu wojny, jak to się dzieje w powieści Pierre'a Boulle'a, na której jest oparty; mimo to cieszy się dużym powodzeniem wśród publiczności i krytyki.

*Kronika filmu*, oprac. zespół pod kierunkiem M.B. Michalika, Warszawa 1995, s. 290.

W plakacie *Most na rzece Kwai* masywne, zgeometryzowane litery słowa „MOST” przypominają przęsła przejścia nad wodą. Ich falująca i postrzępiona u dołu linia imituje toń wody odbijającej elementy konstrukcji nośnej kładki. Słowo jest tu nie tylko nim samym, ale też obrazem tytułowego motywu. W podobny sposób został potraktowany leksem „Szymanowski” w plakacie Władysława Pluty. Wyeksponowanie trzech pierwszych liter nazwiska kompozytora przez ich powiększenie i pochylenie przekształca je w szczyty gór. Ta modyfikacja sprawia, że na niebiesko-czarne tło przecięte pasem liter odbiorca spogląda „twórczym” okiem, scalając go ze zikonizowanymi literami w osobliwy pejzaż górski. Inspiracją zamysłu autora jest tu fascynacja Szymanowskiego Tatrami i kulturą góralską.



Mieczysław Wasilewski, *Most na rzece Kwai*, 1988, plakat filmowy



Władysław Pluta, *Szymanowski*, 2007, plakat promujący



Rostaw Szaybo, *Jazz*, 1962, plakat muzyczny



Władysław Pluta, *Chleb*, 1976, plakat społeczny

Będąc mieszkańcem Zakopanego od 1930 roku, ze względu na niepełnosprawną nogę, kompozytor mógł, niestety, podziwiać góry jedynie z perspektywy ich podnóża. Tę niemoc w sposób wymowny podkreśla czerń dolnej części plakatu.

O ile w pracach *Most na rzece Kwai* oraz *Szymanowski* wyprowadzone ze słów obrazy mają charakter referencyjny, o tyle w pracy Rosława Szaybo *Jazz* wizualizacji podlega desygnat niematerialny i z natury nieobrazowy – jazzowy dźwięk muzyczny. Taki efekt autor osiągnął poprzez „rozedrganie” zapisu tytułowego słowa i wielokrotne powtórzenie go na tle różnobarwnych plam. Stosując grafię o różnym nasyceniu czarnej czcionki, stworzył wrażenie głębi słowoobrazu, sygnalizujące czasowy charakter dźwięku. Z kolei efektem wibrowania słowa oddał jazzowe jakości akustyczne.

Jeszcze innym typem przekształcenia słowa posłużył się autor plakatu *Každy kłos na wagę złota*. Tu bowiem przedmiot obrazu powstałego z zapisu słowa nie wizualizuje desygnatu spoza plakatowej ikoniki, tak jak w pracach *Most na rzece Kwai*, *Szymanowski* czy *Jazz*, lecz kształt słowa stanowi kompozycję z kłosów zabóż, a więc z obrazu elementów powiązanych z przedmiotem znacznym słowem-obrazem – „chleb”.



# Literatura i plakat – integracja sztuk

*Podobnie jak pozostałe dziedziny twórczości, literatura i plakat są formą porozumiewania się artystów z odbiorcami. Każda ze sztuk używa innego systemu semantycznego. Literatura komunikuje znakami literackimi (uformowanymi nad kodem językowym), plakat – znakami plastycznymi (powstałymi nad kodem wizualnym) wraz ze znakami językowymi.*

*Mimo odmiennych nośników, obydwie sztuki istnieją w tym samym kontekście kulturowym i korzystają ze wspólnych środków ekspresji. Jest to źródłem obopólnych nawiązań, co przejawia się we wzajemnych inspiracjach, w podobieństwie elementów wyrażania znaczeń, a także we wzajemnych interpretacjach. Zjawisko to określa się pojęciem „korespondencji sztuk”.*





# Więź motywu

Motyw to elementarna cząstka świata sztuki (np. postać, przedmiot, zdarzenie) wykorzystywana przez twórców w procesie przekazywania znaczeń. Gdy pojawi się w sferze artystycznej, może być stosowany w dziełach różnych sztuk i czasów. Każde użycie wzbogaca go o dodatkowe znaczenia. Twórcy mogą odwoływać się do jakiegoś motywu świadomie, inspirując się nim, a także mimowolnie, korzystając z kanonu powszechnych środków wyrażania doświadczeń egzystencjalnych. Każde z tych odwołań „łączy” nowo powstałe dzieło z dotychczasowymi utworami artystycznymi. Motywy są zatem jedną z płaszczyzn korespondencji sztuk. Ich międzyartystyczne funkcjonowanie można wykorzystać w tropieniu związków i zależności literatury i plakatu.

**Daniel Naborowski**

*Do Anny*

*Helikon sarmacki. Wątki i tematy polskiej poezji barokowej*, wybór tekstów, wstęp i komentarz A. Vincenz, Kraków 1989, s. 218.

Autor (1573–1640) nie publikował swych wierszy za życia. Wiele jego utworów zawiera *Wirydarz* poetycki kolekcjonera tekstów literackich Jakuba Teodora Trembeckiego (1643–1719/1720).

Z czasem wszystko przemija, z czasem bieżą lata,  
Z czasem państw koniec idzie, z czasem tego świata.  
Z czasem [u]stawa dowcip i rozum niszczeje,  
Z czasem gładkość<sup>157</sup>, uroda, udatność<sup>158</sup> wiotszeje<sup>159</sup>.  
Z czasem kwitnące łąki krasy ostradają<sup>160</sup>,  
Z czasem drzewa zielone z liścia opadają.

---

<sup>157</sup> Gładkość – piękność.

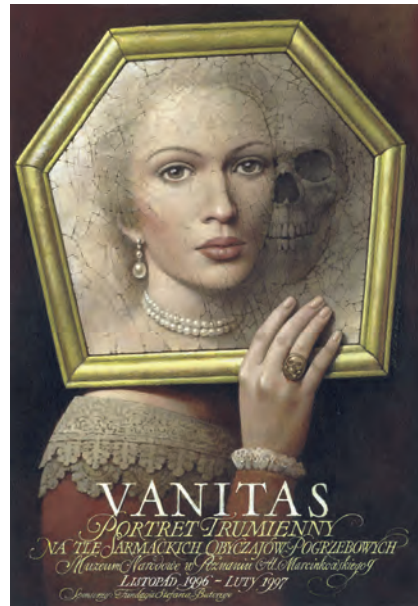
<sup>158</sup> Udatność – elegancja, wdzięk.

<sup>159</sup> Wiotszeje – staje się wiotcha, tj. zelżała, zwiotczała ze starości.

<sup>160</sup> Krasy ostradają – tracą krasę, urodę.

Z czasem burdy ustają, z czasem krwawe boje,  
Z czasem żal i serdeczne z czasem niepokoje.  
Z czasem noc dniowi, dzień zaś nocy ustępuje,  
Czasowi zgoła wszystko na świecie hołduje.  
Szczyra miłość ku tobie, Anno, me kochanie,  
Wszystkim czasom na despekt<sup>161</sup> nigdy nie ustanie.

Do *Anny* Daniela Naborowskiego i *Vanitas* Wiesława Wałkuskiego oddziela ponad trzystuletnia cezura czasowa, różni – tworzywo artystyczne, temat, cel, sposób recepcji. A jednak wiersz i plakat łączy bliskie pokrewieństwo, wynikające z odwołania się do motywu *vanitas*: *Vanitas vanitatum et omnia vanitas* – Marność nad marnościami i wszystko marność (Koh 1,2 BT). Wiersz Naborowskiego jest wyrazem metafizycznej wrażliwości czasów barokowych na słowa Koheleta. Z kolei plakat Wałkuskiego świadomie i bezpośrednio odnosi się do ich barokowej interpretacji, widocznej w przywołaniu innych XVII-wiecznych motywów (np. portret trumienny, trupa czaszka w tle portretu i na pierścieniu damy). Jednocześnie obydwaj artyści zespolili kulturowe zapożyczenie z toposem kobiety, co dodatkowo zbliża ich dzieła. Pod powierzchnią artystycznej wspólnoty tekstów *Do Anny* i *Vanitas* przejawia się jednak odmienna intencja twórcza. Sięgając po motyw *vanitas*, Naborowski wyznaje kobiecie uczucie, Wałkuski natomiast – zaprasza na wystawę barokowych funeraliów. W pierwszym przypadku kobieta stanowi adresatkę wpisaną w tekst, obiekt niemijającej miłości w mijającym życiu, w drugim – symboliczne wzmocnienie niszczycielskiej władzy czasu, sugerowanej krótkotrwałością kobiecej urody.



Wiesław Wałkuski, *Vanitas*, plakat wystawy portretu trumiennego na tle polskich obyczajów pogrzebowych, 1996, plakat wystawowy

<sup>161</sup> Na despekt – na przekór, na hańbę.

# Ekfrazza plakatu

Pojęcie „ekfrazza” wywodzi się ze starożytności. Pierwotnie było ono określeniem opisu dzieła malarskiego, rzeźby, budowli. Współcześnie odnosi się także do literackich prezentacji wytworów sztuk, które narodziły się w czasach nowożytnych<sup>162</sup>. Sygnałem ekfrazzy są nawiązania metatekstualne lub/i intertekstualne<sup>163</sup>. Pierwsze polegają na przywołaniu w tytule dzieła literackiego (i/lub jego podtytułu, dedykacji, tekście) tytułu dzieła sztuki i/lub nazwiska jego twórcy bądź nazwy sztuki. Z kolei intertekstualnym sygnałem ekfrazzy jest werbalizacja wytworów artystycznych.

**Stanisław Barańczak**

*Plakat*

S. Barańczak, *Wybór wierszy i przekładów*, Warszawa 1997, s. 64–65.

Wiersz z tomu *Dziennik poranny* (1972).

Z głową  
lekką wzniesioną, ze szczerym spojrzeniem utkwionym  
w przyszłość, która znajduje się (jak powszechnie  
wiadomo)  
zawsze o stopień wyżej na ruchomych schodach postępu,  
a jej świetlaność razi tylko skryte  
za szklami,  
przekrwione oczy krótkowidzów (sami sobie winni,  
za dużo czytają po nocach, noc  
jest po to, żeby spać);

---

<sup>162</sup> P. Gogler, *Kłopoty z ekfrazą*, w: *Ruchome granice literatury. W kręgu teorii kulturowej*, red. S. Wyślouch, B. Przymuszała, Warszawa 2009, s. 34.

<sup>163</sup> A. Dziadek, *Obrazy i wiersze. Z zagadnień interferencji sztuk w polskiej poezji współczesnej*, Katowice 2004, s. 54–55.

z głową lekko wzniesioną, więc  
widziany od dołu,  
potężny,  
choć streszczony do popiersia przez dolną krawędź papieru,  
domyślnymi nogami kroczy tylko naprzód, wyższy  
o głowę (lekko wzniesioną w dodatku)  
ponad przeciętną  
tłumu;  
w perspektywicznym skrócie dostrzega się głównie  
planowy rozwój podbródka, który osiąga szerokość  
szynki wieprzowej (usta  
są po to, żeby jeść), natomiast czoło,  
proporcjonalnie węższe, ma rozmiar 23 cali  
i mieści się swobodnie w znormalizowanym  
hełmie;  
z wyrazem twarzy  
myślącym,  
ale optymistycznym:  
głowa jest po to, żeby myśleć, tu  
trzeba z głową, panowie, z głową  
lekko wzniesioną.

Plakat Włodzimierza Zakrzewskiego, *Partia*, powstały w 1955 roku, funkcjonuje w dyskursie nie tylko artystycznym (...). Przedstawia on dobrze zbudowanego mężczyznę, ukazanego z żabiej perspektywy, który trzyma koło od steru. Nad postacią znajduje się napis „PARTIA”. (...) partia na plakacie Zakrzewskiego została przedstawiona jako sternik, czyli wódz prowadzący okręt, na którym wszyscy płyną tak, aby jak najprędzej osiągnąć cel (o szybkości ruchu świadczy zresztą rozwiany włos wodza). Jest on także tym, który wyznacza kierunek, widzi odległy cel, zwracając wzrok daleko naprzód. Metaforyka żeglarska jest także wyjątkowo trafna, jeśli uświadomić sobie, że po wypłynięciu w morze nie można już zejść ze statku, trzeba płynąć tam, dokąd prowadzi kapitan. Mówiąc w skrócie, plakat ten jest idealną ilustracją hasła przewodniej roli partii komunistycznej w Polsce.

A. Szydłowska, *Plakat okresu stalinowskiego w Polsce: od socrealizmu do popkultury*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 198–199.

Ikoniczna personifikacja Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej (PZPR, 1948–1989), sprawującej niepodzielną, monopolistyczną władzę w epoce PRL-u, tu przedstawiona pod postacią sternika państwa. Ikonograficznie wywodzi się z dawnej tradycji przedstawiania partii o rodowodzie socjalistycznym (...). W tym przypadku źródłem inspiracji mógł być plakat Borisa Jefimowa z 1933 roku, przedstawiający w takiej samej roli Józefa Stalina z towarzyszącym mu tekstem „Kapitan kraju sowietów, wiodący nas od zwycięstwa do zwycięstwa”.

M. Knorowski, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 43.



Włodzimierz Zakrzewski, *Partia*, 1958, plakat propagandowy



Boris Jefimow, *Kapitan kraju sowietów, wiodący nas od zwycięstwa do zwycięstwa*, 1933, plakat propagandowy

Metatekstualne odniesienie w tytule utworu Stanisława Barańczaka wskazuje na korespondencję wiersza z plakatem. Nie ujawnia jednak ani tytułu opisywanego dzieła plastycznego, ani nazwiska jego twórcy. Mimo to ukonkretnienie przedmiotu ekfrazy jest możliwe dzięki jego werbalizacji. Dowiadujemy się z niej, że pierwowzór przedstawia człowieka ujętego od pasa w górę („streszczony do popiersia”, „widziany od dołu”), z uniesioną głową („lekką wzniesioną”), patrzącego przed siebie („spojrzenie utkwione/ w przyszłość”). Przywołane w opisie szczegóły artystycznej rzeczywistości wskazują, że wiersz nawiązuje do pracy Włodzimierza Zakrzewskiego *Partia*. Rozszyfrowanie inspiracji nie jest zadaniem prostym. Ze względu na ogólnikowy charakter nawiązań metatekstualnych wymaga bowiem znajomości przywołanego dzieła plastycznego.

Zastosowane w ekfrazie ekwiwalenty słowne mają charakter ironiczny wobec bohatera plakatu („w perspektywicznym skrócie dostrzega się głównie/ planowy rozwój podbródka”, „czoło,/ (...) mieści się swobodnie w znormalizowanym/ hełmie”), a ich aluzyjność obnaża słabość idei, z którą się on utożsamia („podbródek, który osiąga szerokość/ szynki wieprzowej”). Demistyfikacji służy także warstwa wersyfikacyjna wiersza. Zastosowane w utworze przerzutnie podkreślają monumentalność bohatera przewodzącego tłumom oraz doniosłość głoszonej przez niego socjalistycznej utopii, a zarazem wyrażają niewiarę „ja” lirycznego w szczerość intencji trybuna ludowego i prawdziwość jego ideowej argumentacji („przyszłość, która znajduje się (jak powszechnie/ wiadomo)”, „trzeba z głową, panowie, z głową/ lekko wzniesioną”). W stosunku do obrazu plakatu, obraz literacki odznacza się też naddatkiem kompromitującym bohatera („światłość [jego głowy – przyp. A.B.] razi tylko skryte/ za szkłami,/ przekrwione oczy krótkowidzów (sami sobie winni,/ za dużo czytają”). Wszystko to potwierdza instrumentalny charakter ekfrazy. Jej stylistyczno-językowa warstwa ujawnia gry z ideologią i estetyką socrealizmu. Służy kontestowaniu socrealistycznego plakatu i politycznej rzeczywistości powojennej Polski.

Wiersz Barańczaka jest przejawem subiektywnej percepcji plakatu. Wyraża się to zarówno w wybiórczym przywołaniu znaków rzeczywistości oraz pominięciu ich alegorycznego wymiaru, jak i w nadbudowaniu ponad opisem znaczeń wykraczających poza jego przedmiot, odnoszących się do idei, która doprowadziła do pojawienia się socrealizmu.

## Ze znaków literackich na ikoniczne

Podobnie jak malarstwo, plakat należy do sztuk przestrzennych. Jego warstwa ikoniczna ukazuje wyglądy osób, rzeczy i sytuacji zatrzymanych w czasie, nieruchomych. W odróżnieniu od naocznego i statycznego obrazu plakatowego, mentalny obraz literacki ma charakter dynamiczny, jest zdolny rozwijać się w czasie. Ta różnica sprawia, że dzieło pisarza nie może być w całości przełożone na system znaków ikonicznych. Plakaty inspirowane literaturą zawsze stanowią kompozycje będące odpowiednikami wybranych sytuacji literackich bądź też stanowiące syntetyczne ujęcie różnych elementów dzieła pisanego.



Stanisław Wyspiański, *Wnętrze. Odczyt Stanisława Przybyszewskiego*, 1899, plakat teatralny

Kompozycja plakatu [*Wnętrze. Odczyt Stanisława Przybyszewskiego* – przyp. A.B.] jest trójczłonowa, symetryczna, w kształcie poziomego, wydłużonego prostokąta. Pośrodku informacja skomponowana odręcznym pismem artysty. Po bokach powtórzony motyw kompozycyjny zamyślonej, smutnej, dorastającej dziewczynki ujętej w półpostaci, z kaskadą opadających włosów, z dłońmi i czołem przylegającymi do szyby. Janina Więckowska-Lazar napisała o plakacie: „Litografia barwna ascetyczna w zestawieniach zszarzałych



czerni, pożółkłych bieli i wysublimowanych seledynów potęgujących nastrój i klimat tragiczny tego dzieła”. Krytycy podkreślali zwykle dwie cechy – uniknięcie ilustracyjności i narracyjności kompozycji oraz powszechnej wówczas, secesyjnej ozdobności, nieobciążanie ornamentem. Artysta zerwał z dotychczasowym układem typograficznym, dając wyraz nowym poszukiwaniom i rozwiązaniom artystycznym.

M. Czubińska, *Krakowskie plakaty i grafika użytkowa z lat 1890–1918*, w: *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900–1950*, red. P. Rudziński, Lublin 2009, s. 55.

## Maurice Maeterlinck

### *Wnętrze*

M. Maeterlinck, *Wnętrze*, przeł. Z. Sarnecki, w: *Dramaty wybrane*, red. K. Pleśniarowicz, Kraków 1994, s. 111–116.

Fragment dramatu Maurice’a Maeterlincka *Wnętrze* z 1894 roku (wydanie polskie 1901). Akcja utworu rozgrywa się w ogrodzie przed domem. Mieszkańcy zamknęli się w jego wnętrzu w obawie przed złem i niebezpieczeństwem świata. Tymczasem do ogrodu przybywają ludzie i, obserwując przez szyby spokojne życie rodziny, zastanawiają się, jak przekazać wieść, że jedno z jej dzieci utonęło. Ukazana sytuacja ma charakter symboliczny, obrazuje świat jako przestrzeń mroku i nieszczęścia, od którego nie sposób uciec.

*Stary ogród, zasadzony wierzbami. W głębi dom, w którym trzy parterowe okna oświetlone. Dość wyraźnie widać za nimi siostrę, czuwającą przy lampie. Ojciec siedzi przy kominie. Matka, łokciem wsparta na stole, patrzy przed siebie. Dwie dziewczyny, białe ubrane, haftują, marząc i uśmiechając się niekiedy. Dziecko drzemie z główką spoczywającą na lewym ramieniu matki. Gdy jedna z osób tu się znajdujących powstanie, chodzi lub gestykułuje, ruchy jej wydają się poważne, powolne, nie powtarzają się często, jakby były uduchowione odległością, światłem i mieniącą się zasłoną okien. Starzec i Obcy wchodzą ostrożnie do ogrodu.*

(...)

STARZEC Czy dawno przed mym przybyciem znaleźliście jej ciało?

OBCY Parę minut zaledwie. Zdązałem do wsi; było późno, więc nad brzegiem ściemniać się zaczynało. Szedłem z oczami zwróconymi na rzekę jaśniejszą od drogi. Wtem, o dwa kroki od kępy sitowia, spostrzegam coś niezwykłego... Zbliżam się i widzę jej włosy, które kręgiem podniosły się nad głową i wirują prądem

(...)

STARZEC A dziś rano żyła jeszcze!... Spotkałem ją wychodzącą z kościoła. Mówiła mi, że odjeżdża, że ma zamiar odwiedzić babkę mieszkającą za rzeką, z której ją wydobyliście. Mówiła, że nie wie, kiedy się zobaczymy...

(...)

OBCY Spójrzcie w izbę, oni się tam wszyscy teraz uśmiechają.

STARZEC Spokojni... Dziś, wieczorem, nie oczekiwali jej.

(...)

OBCY Zdają się szczęśliwi, bo nie wiedzą, co ich czeka...

STARZEC Mniemają, że są bezpieczni... Zamknęli drzwi... u okien mają kraty. Wzmocnili mury starego domostwa; zaryglowali troje drzwi dębowych... Przewidzieli wszystko, co przewidzieć można.

(...)

*Maria wchodzi.*

(...)

MARIA Czy powiedziałaś im, dziaduniu?

STARZEC Widzisz, żeśmy dotąd nic nie powiedzieli. Jeszcze tam, przy lampie, czekają na wieść żalobną... Patrz, moje dziecko, patrz! Zobacysz coś, co ci o życiu da pojęcie...

MARIA Och, jacy oni spokojni!... Zdaje mi się, jakbym ich we śnie widziała...

OBCY Ostrożnie! Obie siostry drgnęły...

STARZEC Powstają...

OBCY Sądzą, że chcą zbliżyć się do okien...

*Jedna z dwóch siostr zbliża się w tej chwili do pierwszego okna; druga do trzeciego. Opierają równocześnie dłonie na szybach. Patrzą długo w ciemność.*

Historię polskiego plakatu artystycznego otwiera *Wnętrze...* Stanisława Wyspiańskiego. Dzieło jest bliskie afiszowi, ze względu na rozbudowaną warstwę językową. Informuje, że 20 lutego odbędzie w sali miejskiego teatru w Krakowie odczyt Stanisława Przybyszewskiego „połączony z przedstawieniem dramatycznym Maurycego Maeterlincka *Wnętrze*”. Do plejady gwiazd kultury związanych z plakatem należy też Gabriela Zapolska, której nazwisko widnieje wśród odtwórców ról teatralnych.

Plakat składa się z trzech segmentów jednakowej wielkości. W środkową została wpisana informacja słowna, na zewnętrznych artysta zdublował grafikę ukazującą postać dziewczynki ujętą we framugę okna. Jej czoło i ręce przylgnęły do okna, niepokojące spojrzenie zogniskowała dal za szybą. Takie przedstawienie stanowi wyrafinowane nawiązanie do fragmentu didaskaliów z *Wnętrza* Maeterlincka: „Jedna z dwóch siostr zbliża się (...) do pierwszego okna; druga do trzeciego. Opierają równocześnie dłonie na szybach. Patrzą długo w ciemność”. Obydwie grafiki stanowią plastyczne znaki będące transpozycją znaku literackiego tego fragmentu dramatu. Przestrzeń z sekwencją słowną, znajdującą się między oknami, również ma charakter znaczący. Współtworzy imitację układu okien, co świadczy o świadomym zacierananiu przez Wyspiańskiego „szwu” łączącego dwie różne materie artystyczne, a zarazem o jego ambicji zinterpretowania, a nie zilustrowania, tekstu literackiego.

O ile układ znaków słownych i ikonicznych plakatu jest wyrazem dążeń twórcy do oryginalnego zespolenia w artystyczny przekaz materii różnych sztuk, o tyle treść plakatowego obrazu jest również oryginalnym odpowiednikiem symboliki dramatu Maeterlincka. Powielając grafikę, Wyspiański nadał bohaterkom dramatu jednakowe wyglądy i pozy, czym wyraził zarówno tożsamość ich doświadczeń egzystencjalnych, jak i powszechność płynącego z wnętrza świata poczucia lęku i nieuchronności nieszczęścia.

Plakat Wyspiańskiego stanowi interpretację sztuki Maeterlincka w materii innej niż pierwowzór. Tworząc go, artysta najpierw dokonał wyboru znaków literackich, a następnie wykonał ich plastyczne odpowiedniki. Jego przekład jest jednym z możliwych, ale nie jedynym. Dla tego samego fragmentu tekstu inny twórca plakatów zaproponowałby odmienną kompozycję plastyczną. Jeden tekst literacki (lub jego fragment) może być źródłem nieskończonej ilości przekładów na znaki plastyczne.

# Plakat jako temat literacki

Rzeczywistość plakatu może przeniknąć do świata przedstawionego dzieła literackiego. Dotyczy to sytuacji, gdy poster staje się przedmiotem narracji/monologu lirycznego. Jego pojawienie się w materii słownej jest wówczas powiązane z tematem lub wątkiem utworu i pełni wobec nich funkcję służebną.

## Wilhelm Dichter

### *Szkoła bezbożników*

W. Dichter, *Szkoła bezbożników*, Kraków 1999, s. 167–170.

Fragment powieści *Szkoła bezbożników* (1999), finalistki nagrody Nike. Akcja utworu rozgrywa się na przełomie lat 40. i 50. Jej narratorem jest ocalały z Holocaustu nastoletni żydowski chłopiec przeżywający pierwszą miłość, a także zauroczenie komunizmem i stalinizmem. Utwór stanowi kontynuację powieści *Koń Pana Boga* (1996).

Kilka dni później umówiliśmy się na Ogólnopolskiej Wystawie Plastyki<sup>164</sup>.

Z początku E. nie chciała na to iść, choć zachęcałem ją, jak mogłem. (...) I nagle, gdy straciłem już nadzieję i przestałem ją namawiać, powiedziała, że pójdzie. (...)

Przy wyjściu ze szkoły zatrzymał mnie Władymir (...).

- Śpieszę się do Muzeum Narodowego.
- A co tam takiego jest? – ściągnął brwi.
- Sztuka socrealistyczna. (...)

Nad muzeum błyskało słońce. Wkrótce przyszła E. Była w białej bluzce, szarej spódnicy i sandałach. W ręce trzymała chustę z frędzlami.

---

<sup>164</sup> Ogólnopolska Wystawa Plastyki – I Ogólnopolska Wystawa Plastyki zorganizowana przez Zarząd Główny ZPAP i Centralne Biuro Wystaw, otwarta 20 marca 1950 roku w Muzeum Narodowym w Warszawie.

W marmurowej sieni, przed szatnią, leżały stopy wojsłoków<sup>165</sup> ze wstążkami. Opierając się o drewnianą ladę i stając to na lewej, to na prawej nodze, przywiązaliśmy swoje do butów i ruszyliśmy płynnie za grupą, która „ślizgała się” przed nami. Przewodził jej łysy mężczyzna, rozprawiający o „partyjności sztuki”.

– Co to jest? – pytał retorycznie swoich słuchaczy. – Nic innego, jak zrozumienie prawdy, że partia jest przodowniczką narodu. Ten fakt trzeba wcielić w obraz lub książkę.

– Kto nie rozumie przemian stylistycznych – dodała mała kobieta – ten wspiera starą estetykę i tym samym imperializm. (...)

W sali wrzało jak w ulu. Urzędnicy z teczkami, uczniowie, żołnierze w czapkach – wszyscy oni przesuwali się na tle nienaturalnie wielkich postaci przywódców (Bierut<sup>166</sup> na mównicy, Cyrankiewicz<sup>167</sup> z piórem w ręku, Rokossowski<sup>168</sup> na koniu) oraz gigantycznych brył robotników. (...)

W milczeniu przeszliśmy przez salę z plakatami. Znowu robotnicy; wielu w kaszkietach. Krakowianka i chłop na traktorze: DO DOBROBYTU! DO SOCJALIZMU! Żniwiarka, wręczająca świeże kłosa marszałkowi Rokossowskiemu. Młody żołnierz z matką i ojcem: RADOŚĆ I DUMA RODZICÓW. Od tych szczęśliwych ludzi odróżniał się rażąco kulak z rzadkimi zębami i wyciągniętą prawicą (lewa pięść za plecami): STARA MĄDROŚĆ UCZY: NIE WIERZ BOGACZOWI! JEDNĄ DŁOŃ CI PODA – A DO DRUGIEJ ZŁOWI! Pośrodku podłogi rozpięty był na sztalugach główny plakat: Stalin w białym mundurze ze złotymi guzikami i Bierut w garniturze. Przywódca polski, choć mniejszy, miał, nie wiadomo dlaczego, większe uszy.

„Ktoś za to beknie”, pomyślałem z rozbawieniem. Chociaż... skoro znalazło się to w Muzeum Narodowym? Może tak ma być?

---

<sup>165</sup> Wojsłok – niskogatunkowy filc produkowany z wełny zmieszanej z sierścią zwierzęcą oraz włóknami roślin, używany do wyrobu obuwia tekstylnego; tu: obuwie ochronne zakładane na buty przez zwiedzających muzeum.

<sup>166</sup> Bierut – Bolesław Bierut (1892–1956), polski polityk i działacz komunistyczny, prezydent RP (1947–1952), premier (1952–1954), od IX 1948 sekretarz generalny KC PZPR, a od XII 1948 przewodniczący KC PZPR; odpowiedzialny za wprowadzenie i realizację polityki stalinowskiej w Polsce.

<sup>167</sup> Cyrankiewicz – Józef Cyrankiewicz (1911–1989), polski polityk i prawnik, działacz komunistyczny; więzień obozów w Oświęcimiu i Mauthausen; od 1945 sekretarz generalny PPS; 1948–1954 sekretarz i członek Biura Organizacyjnego KC PZPR; 1947–1952 i 1954–1970 premier, 1952–1954 wicepremier; 1970–1972 przewodniczący Rady Państwa.

<sup>168</sup> Rokossowski – Konstanty Rokossowski (1896–1968), marszałek ZSRR i marszałek Polski; podczas drugiej wojny światowej był dowódcą 16. armii; uczestniczył w obronie Moskwy, bitwie stalingradzkiej i kurskiej, a także w wyzwolaniu ziem polskich; minister obrony narodowej, wicepremier i członek Biura Politycznego KC PZPR; 1956–1962 wiceminister obrony ZSRR.



- ▲ Autor nieznany, *Radość i duma rodziców*, lata 50., plakat propagandowy
- ◀ Autor nieznany, *Dobry kułak. Stara mądrość uczy: nie wierz bogaczowi! Jedną dłoń ci poda, a do drugiej złowi*, lata 50., plakat propagandowy



Autor nieznany, *Przyjaźń polsko-radziecka to pokój, niezawisłość, szczęśliwe jutro naszej ojczyzny*, lata 50., plakat propagandowy

**Marek Nowakowski**  
**Traktor**

M. Nowakowski, *Mój słownik PRL-u*, Warszawa 2002, s. 149–152.

Utwór stanowi fragment tekstu *Mój słownik PRL-u* (2002). Książka ma formę haseł słownikowych, z których każde tworzy obrazek rzeczywistości społeczno-kulturowej czasów realizmu socjalistycznego.



Witold Chmielewski, *Młodzieży – naprzód do walki o szczęśliwą socjalistyczną wieś polską*, 1951, plakat socrealistyczny

Był hasłem wywoławczym mechanizacji i kolektywizacji rolnictwa. Spełniał wymogi teorii i praktyki. Jako idea przybył do nas z ZSRR. Zaczynaliśmy tworzyć gospodarkę uspołecznioną i perswadowaliśmy chłopstwu wyższość kolektywów rolnych nad gospodarką indywidualną. Traktor scalał szachownicę chłopskich pól w wielkie przestrzenie spółdzielni produkcyjnych i PGR-ów.

Ponieważ wraz z nierównościami klasową zniesiono nierówność kobiet, mogły one być traktorzystkami. Plakaty z traktorzystką lub traktorzystą pojawiały się wszędzie. Oblepiały płoty, mury domów, fabryk, dworce, szkoły, szpitale. Stalowy rumak (to z pieśni radzieckich traktorzystów: „Hej wy konie, rumaki stalowe”) i na siodełku siedzi roześmiany młody mężczyzna, z konopną czupryną, trzyma oburącz kierownicę,

a wokół aż po horyzont złote łany zbóż. Mogła też jego miejsce zajmować hoża dziewczyna o ciężkich piersiach, łabędziej szyi, obwiązanej fantazyjnie czerwoną chusteczką, a drugi plan był taki sam: łany, łany. Pikanterii może dodać fakt, że jedną z najpiękniejszych traktorzystek na ówczesnych plakatach była pewna aktywistka organizacji młodzieżowej, dziewczyna na wskroś miejska, która nigdy nie siedziała na siodełku traktora; później znana dziennikarka stołecznej

prasy. (...) Powstawały wiersze, proza – *vide*: powieść *Traktory zdobędą wiosnę*<sup>169</sup> i wiadomo o co chodziło: za pomocą wspaniałych maszyn skolectywizujemy wreszcie oporną wieś.



Tadeusz Gronowski, *Szybko odstawimy zboże państwu*, 1952, plakat socrealistyczny

Albo film *Jasne łany*<sup>170</sup>. Tam poruszano jeszcze inne ważne elementy pracy i walki. Traktor z człowiekiem obojga płci na siodełku przez wiele lat był czołowym motywem propagandy i spełniał funkcję symboliczną zarówno na wsi, jak i w mieście. Traktorzysta(tka) trzymał(a) w jednej ręce łopoczący czerwony sztandar i to była metafora zwycięstwa ludu pracującego nad wyzyskiwaczami rodzimymi i obcymi. (...)

<sup>169</sup> *Traktory zdobędą wiosnę* – zbiór pięciu socrealistycznych opowiadań Witolda Zalewskiego z 1950 roku. Ukazują one komunistycznych działaczy, którzy w środowisku wiejskim walczą z wrogiem klasowym, „kułakami”, o zmianę świadomości i polepszenie warunków życia chłopów.

<sup>170</sup> *Jasne łany* – polski film z 1947 roku w reżyserii Eugeniusza Cękałskiego; pierwsze dzieło polskiej kinematografii należące do nurtu socrealistycznego. Film ukazuje dzieje młodego nauczyciela walczącego ze społecznym i ekonomicznym zacofaniem wiejskiej społeczności.



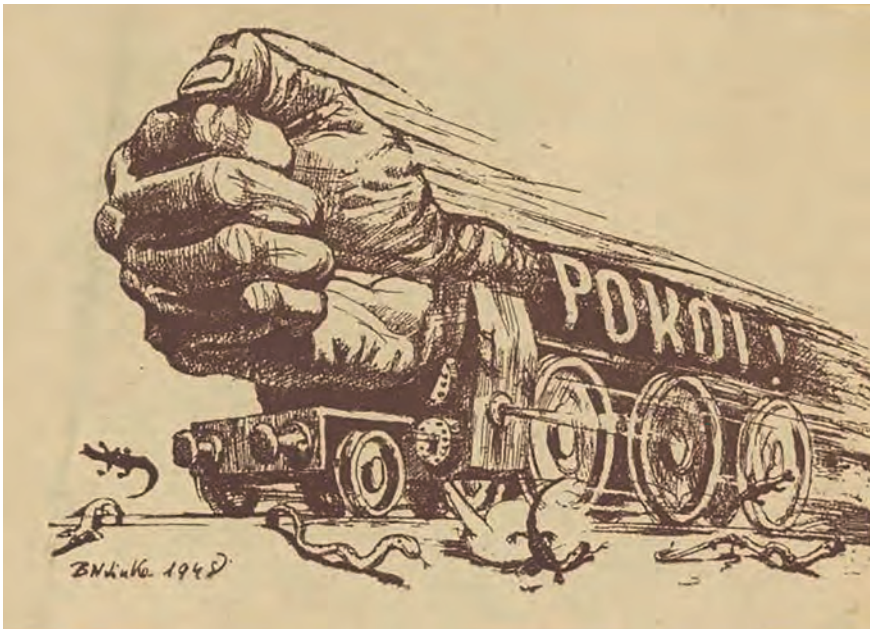
Ale (...) traktor utracił całkowicie blask symbolu dynamicznych przemian. Po Październiku 1956 roku zaprzestano kolektywizacji w formie zdecydowanie przymusowej i traktor z jego kierowcą kojarzył się nam bardziej z widokiem PGR-u, gdzie pod sklep GS-u (akurat przywieźli piwo) podjeżdżają z hukiem te stalowe rumaki (...). Często wtedy pertraktowali z nimi indywidualni rolnicy i za gorzałkę czy forszę ci traktorzyści, kombajniści bronowali, orali, siali i sprząтали prywatne chłopskie pola. Ten widoczek nie nadawał się już na żaden plakat propagandowy.

Teksty Wilhelma Dichtera i Marka Nowakowskiego opowiadają o polskiej rzeczywistości okresu stalinizmu. *Szkoła bezbożników* prezentuje ją w konwencji „z wnętrza czasu”, widzianą oczyma uwodzonego nową ideą młodego chłopca – narratora, *Traktor* natomiast eksponuje tę rzeczywistość *ex post*, ujętą obiektywnie („słownik”), a zarazem prywatnie („mój”). W obydwu tekstach plakat pojawia się jako narzędzie stalinowskiego wabienia społeczeństwa, tryb mechanizmu inżynierii dusz.

W *Szkole bezbożników* przywołanie I Ogólnopolskiej Wystawy Plastyki wiąże się z kreowaniem i rozwijaniem zdarzeń fabularnych. Pobieżność i wybiórczość relacji oddającej postrzeganie przez bohatera poszczególnych dzieł ekspozycji ukazuje ich osaczający dydaktyzm, a także atmosferę społecznego lęku widoczną w reakcji narratora na plakat prezentujący Stalina i Bieruta. Z kolei przypomnienie przez Nowakowskiego plakatowej manii traktorów ma obrazować przejawy kultu nowej maszyny na miarę nowych czasów, a zarazem ukazywać zawłaszczenie przestrzeni sztuki dla narzucania i upowszechniania społecznej utopii. W przywołanych tekstach plakat jest elementem fabuły bądź afabularnej opowieści. Został wpisany w przestrzeń literackiego świata przedstawionego jako jego uwierzytelnienie i udokumentowanie.

## Plakatowa literatura

Głównym celem literatury socrealistycznej było upowszechnianie modelu życia zgodnego z założeniami ideowymi powojennej władzy. Aby skutecznie wypełniać zadanie, teksty, skierowane do masowego i mało wyrobionego odbiorcy, musiały operować znakami o wyrazistej wymowie i łatwej do odczytania treści. Z tego powodu literatura lat 1949–1955 często operowała obrazem-alegorią połączoną z komentarzem rozwijającym zakodowaną w nim treść. Taki sposób ekspresji zbliżył literaturę do sztuki plakatu<sup>171</sup>.



Bronisław Linke, z cyklu *Podżegaczom wojennym mówimy NIE!*, 1948

<sup>171</sup> W. Tomasiak, *Alegoryczność*, w: *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasiak, Kraków 2004, s. 8.

**Władysław Broniewski**  
***Słowo o Stalinie***

W. Broniewski, *Słowo o Stalinie*, Warszawa 1953, s. 9–13.

Poemat napisany w 1949 roku na konkurs z okazji siedemdziesiątej rocznicy urodzin Józefa Stalina. Utwór zdobył pierwszą nagrodę.

III

„Rewolucja – parowóz dziejów”...  
Chwała jej maszynistom!  
(...)

V

Pędzi pociąg historii,  
błyska stulecie-semafor.  
Rewolucji nie trzeba glorii,  
nie trzeba szumnych metafor.

Potrzebny jest Maszynista,  
którym jest On:  
towarzysz, wódz, komunista –  
Stalin – słowo jak dzwon!

W przytoczonym fragmencie poematu wizualizowanie postaci Stalina dokonuje się dzięki odwołaniu do alegorii rewolucji-lokomotywy powstałej pod wpływem marksistowskiego sloganu „Rewolucja to lokomotywa historii”<sup>172</sup>. Stanowi ona załączek kolejnych alegorycznych obrazów: pociągu-historii (dzieje porewolucyjne), maszynisty-Stalina (przywódca), dwudziestego stulecia-semafora (przepustki w erę po przewrocie). Dyskursywność obrazowania jest tak przejrzysta i sugestywna, że „nie trzeba szumnych metafor”. Kilka słów (np. „towarzysz, wódz, komunista”), dźwięcznie brzmiący rym („On” – „dzwon”), slogan („Chwała (...) maszynistom!”) wystarczą, by, podobnie jak za sprawą warstwy werbalnej w plakacie, dokonało się scalenie ikonicznych elementów w jednolity przekaz – pochwałę Stalina. Wyrażony w tworzywie słownym panegiryk jest przykładem możliwości „przesuwania się” literatury w kierunku sztuki plakatu.

---

<sup>172</sup> Ibidem, s. 9.

## Wspólnota kontekstu

Dzieło sztuki istnieje w określonej rzeczywistości, wiążąc się z nią siecią rozmaitych połączeń – biograficznych, artystycznych, filozoficznych, społecznych, politycznych. Stanowią one kontekst, którego znajomość pozwala uchwycić i zinterpretować znaczenia utworu, a także tropić wspólne elementy poszczególnych dziedzin sztuki, zarówno w warstwie stylistycznej, jak i ideowej.

**Tadeusz Konwicki**

*Przy budowie*

T. Konwicki, *Przy budowie*, Warszawa 1953, s. 44–47.

Fragment opowiadania *Przy budowie* (1950). Autor wykorzystał własne doświadczenia z lat 1949–1950, kiedy pracował jako robotnik w Nowej Hucie. Akcja utworu rozgrywa się na przełomie 1949 i 1950 roku; chodzi o budowę linii kolejowej koło Łuńczyc. Przedsięwzięcie ma być ukończone 22 lipca 1950 roku. Ze względu na złą organizację pracy, szkodliwe działania „wrogów klasowych” oraz słabe zaangażowanie robotników, zwieńczenie pracy opóźnia się. Główny bohater, Paweł Czajkowski, zostaje oddelegowany przez pierwszego sekretarza organizacji partyjnej na teren budowy, aby wspomóc Referenta Modernizacji Pracy, Kitowicza, w uświadomieniu politycznym robotników i zachęceniu ich do wydajniejszej pracy. Utwór został wyróżniony Państwową Nagrodą Artystyczną III stopnia w 1950 roku.

Kitowicz wystąpił na środek, pomacał karakułową czapeczkę i uklonił się niezgrabnie.

– Słuchajcie, panowie – zaczął ze sztuczną swobodą. – My tu przyszliśmy do was z taką sprawą. Jak wiecie, na całej naszej budowie wprowadza się roboty akordowe. Zapytacie się, co to takiego „roboty akordowe”. Przy robotach akordowych płaci się tyle, ile robotnik wyrobi. Oto w tej książeczce – uderzył dłonią po różowym Katalogu cen normowych jednostkowych – wszystko jest spisane, każda robota. Ile się wyrobi, tyle człowiek zarobi. Ludzie przyjechali, żeby zarobić. Co się tam objać na dniówkę, czy nie lepiej zarobić tysiąc złotych dziennie? – spytał i spojrzał triumfująco na zebranych.

Ludzie milczeli patrząc nieufnie na prelegenta. Kitowicz zmieszał się, czuł na sobie dziesiątki nieufnych spojrzeń. Robił wrażenie zastraszonego pogromcy w klatce lwów. (...)

Kitowicz odsunął się lekliwie i spojrzawszy błagalnie na Pawła wznowił przerwany referat.

– Pomyślcie sobie – zaczął z chytrym uśmiechem, kącki ust drgały mu lekko – pomyślcie sobie, dlaczegoż to państwo takie dobre i chce dać zarobić robotnikowi? Otóż i państwo z akordu ma korzyść. Bo jak szybciej wykona się robotę, to maszyny mogą być wykorzystane gdzie indziej. Urzędnicy wtedy też są niepotrzebni, nie muszą wam obliczać płacy, mogą iść do innej roboty. Wychodzi z tego oszczędność. Ja sam pracowałem na akord i pracowałem na dniówkę – zaczął łącać Kitowicz – to wiem, jaka to robota na dniówkę. Jak widzę, że majstra nie ma, to sam buch w krzaki! – ostatnie zdanie wypowiedział, według swego mniemania, po chłopsku i czekał teraz na efekt.

Tu i owdzie pojawił się anemiczny śmieszek. Pawłowi zrobiło się żal Kitowicza. Zabawnie musiał wyglądać na znarowionym koniu. (...)

Paweł widział, że zebranie skończyć się może niefortunnie. Wyszedł na środek. Kitowicz z ulgą schował się za piecyk.

– Towarzysze, (...) chciałbym uzupełnić to, co mówił towarzysz referent Modernizacji Pracy. Kraj nasz jest zniszczony i zacofany pod względem gospodarczym, za mało mamy fabryk, okrętów, sklepów, ubrania. Musimy to wszystko nadrobić. Jesteśmy teraz gospodarzami w swoim kraju. Na kierowniczych stanowiskach są ludzie pracy, bardzo często robotnicy. Państwo ludowe dba o robotnika. Przed wojną robotnicy budowlani robili tylko w sezonie. Teraz, żeby ludzie nie tracili zarobku w zimie, roboty prowadzi się i podczas mrozów. W żadnym kraju kapitalistycznym tego nie ma. Z tej roboty zimowej podwójna korzyść: robotnicy zarabiają i jednocześnie idzie naprzód odbudowa, podnosi się dobrobyt ludzi pracy. Większość robotników w całym kraju stanęła do wyścigu pracy. Wyścig pracy wyrabia w robotniku samodzielność, skłania go do myślenia, do wynalazczości, robi z niego świadomego, ambitnego współtwórcę Polski Ludowej. Wyścig ten wydobywa najwartościowszych ludzi, którzy potem zajmują kierownicze stanowiska w kraju. A budujecie tutaj przecież dla siebie. Ta kolej będzie wam służyć. Po niej pociągi będą wozić wasze dzieci do szkół, po niej pójdą wagony z materiałem do fabryk, które wy budujecie i w których wy staniecie przy maszynie.

Zrobiło się tak cicho, że słycać było cykanie w rurze piecyka.



A. Nowosielski, *Murarz Gorecki wzywa: Budowlani! Wykonujcie i przekraczajcie nowe normy!*, 1953, plakat socrealistyczny



Wiktor Górka, *Pracujemy w trójkę – budujemy za 12-stu*, 1953, plakat socrealistyczny

Ekonomiczną podstawę ruchu współzawodnictwa pracy stworzył socjalistyczny system gospodarki planowej, w polskich warunkach usankcjonowany uchwałą Krajowej Rady Narodowej z września 1946 roku o trzyletnim Narodowym Planie Odbudowy Gospodarki na lata 1947–1949. Inicjatorem (...) został górnik kopalni „Jadwiga” W. Pstrowski, autor pamiętnego hasła: „Kto wyrąbie więcej niż ja?”, opublikowanego przez prasę 27 lipca 1947 roku. Odzew na ten apel szybko przyjął postać ogólnokrajowej akcji bicia rekordów produkcyjnych, nagłaśnianej przez propagandę i wspieranej przez system specjalnego premiowania najaktywniejszych przodowników. Oficjalna motywacja do podejmowania zobowiązań produkcyjnych miała jednak, rzecz jasna, naturę ideową. Walka o przedterminowe wykonanie planu nasiliła się na przykład w 1948 roku za sprawą Kongresu Zjednoczeniowego PPR i PPS, który ponad pół miliona robotników uczciło udziałem w tzw. czynie przedkongresowym. (...)

Jego priorytetowa ranga przesądziła nie tylko o nadzwyczajnej mobilizacji sił we wszystkich gałęziach gospodarki, ale również o nałożeniu z tego tytułu specjalnych zadań na literaturę. Powołanie jej przez zjazd szczeciński do roli czołowej orędowniczki „założeń sześciolatki” doprowadziło do zdominowania

wszystkich form literackich przez tematykę produkcyjną, świetnie nadającą się do gloryfikacji dzieła tworzenia socjalizmu oraz towarzyszących temu przemian społecznych. Walka o wykonanie planu awansowała automatycznie do roli dyżurnego leitmotiwu produkcyjnych fabuł, a ruch współzawodnictwa pracy jako swoisty znak firmowy budownictwa socjalistycznego stał się jego nieodłącznym dopełnieniem. To on powołał również do życia typ postaci, w której zogniskują się wszystkie wartości wyzwolone przez nowy ustrój, czyli bohatera pozytywnego, wyposażonego obowiązkowo w rysy przodownika pracy. (...) jako pionier sił postępu, zwyciężający w walce z reakcyjnym wrogiem i z zapaściami procesu produkcyjnego, oraz jako agitator, zdobywający dla „sprawy” sceptycznych i niewyrobionych ideologicznie współtowarzyszy pracy. (...) To właśnie ten bohater, (...) pobudzający do naśladownictwa, wziął na siebie ciężar wypełniania misji dydaktycznej, spoczywający na socrealistycznej literaturze.

M. Jarmulowicz, *Przodownika pracy obraz*, w: *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasiak, Kraków 2004, s. 240–241.

Opowiadanie *Przy budowie* oraz plakaty *Murarz Gorecki...* i *Pracujemy w trójkę...* powstawały bez wzajemnych nawiązań. Ich korespondencja wynika z podobieństwa podejmowanego tematu, a także z inspiracji wspólnym kontekstem społeczno-politycznym. Rzeczywistość obydwu utworów to alegoryczny obraz robotników budujących kolej, wznoszących mury domów, a zarazem tworzących i propagujących socjalistyczny wzorzec pracy. Są oni faktycznymi bądź potencjalnymi przodownikami pracy, akordzistami świadomymi dokonującej się zmiany. Sposób ich prezentacji wynika z zadań wyznaczonych powojennej sztuce przez politykę.

Sytuacja zobrazowana w opowiadaniu odznacza się kompozycyjną prostotą oraz publicystyczną doraźnością i sugestywnością intencji. Główni bohaterowie uświadamiają robotnicze masy, a ich oddziaływanie wywiera wrażenie na słuchaczach.

Schematyczność oraz interwencyjność przekazu dotyczy także plakatów. Postacie budowniczych są swojskie, uśmiechają się do odbiorców. Jednocześnie ujęte z dołu, wydają się stojącemu przed nim widzowi monumentalne, co czyni je podobnymi do postaci z tekstu Konwickiego – Czajkowskiego i Kitowicza – stojących oko w oko z pouczanym tłumem. Tak jak bohaterowie *Przy budowie*, robotnicy z prac Nowosielskiego i Górki przemawiają do ludu. Robią to pozą i gestem, a także wpisana w plakat warstwą słowną, przybierającą formę osobistego apelu bądź deklaracji. Osadzone we wspólnym kontekście politycznym dzieła literackie i plastyczne realizują we właściwym sobie tworzywie artystycznym te same zadania, kierują do patrzących i czytających podobny przekaz.

## Mowa w lustrze literatury i plakatu

Pośród kontekstów będących źródłem powinowactwa dzieł literackich i plakatowych szczególne miejsce zajmuje komunikacja językowa. Sam proces porozumiewania się, „co” i „jak” się mówi, może być przedmiotem refleksji wyrażonej środkami języka literackiego i języka plakatowego, a więc daje się rozpatrywać jako jeden z kanałów korespondencji obydwu sztuk.

Samokrytyka była zjawiskiem przeniesionym do życia literackiego i samej literatury wprost z obszarów życia publicznego (politycznego), gdzie (...) określała sposób funkcjonowania „mas pracujących” w społeczeństwie komunistycznym, stając się normą moralną i narzędziem sprawowania władzy.

W takim rozumieniu samokrytyka jawiła się przede wszystkim jako składnik ideologii, jako element podstawowej metody „ujawniania i przewycięzania błędów i braków w działalności partii marksistowskich” („marksistowska spowiedź”). (...) Metoda krytyki i samokrytyki uchodziła za jedną z „najważniejszych sił napędowych rozwoju”, była wyrazem „ideologicznego wzrastania” i „przechodzenia na wyższy szczebel świadomości”.

Można zatem samokrytykę rozumieć jako składnik programowanych i w pełni zrytualizowanych zachowań, a więc składnik komunistycznej obyczajowości (chodziło bowiem o uznawanie stawianych zarzutów, a więc o odpowiedź na wcześniejszą krytykę). Należy też jednak postrzegać samokrytykę jako specyficzny gatunek mowy: definiowalny, o stałych cechach, wyrazistej formie i co najważniejsze – znakowym charakterze; gatunek realizowany w różnych typach wypowiedzi, tak publicystycznych, jak i literackich. (...)

W Polsce wyraźne i głośne oznaki zjawiska można było obserwować w drugiej połowie 1948 roku. Pokazową lekcją samokrytyki było z pewnością sierpniowe plenium KC PPR z 1948 r., na którym rozprawiono się z tzw. odchyleniem prawicowo-nacjonalistycznym w partii (...). Od tego też momentu krytyka i samokrytyka wkraczała z wolna na teren literatury, stając się zasadą określającą zachowania i postawy uczestników życia literackiego. Przyjmuje się nawet, iż szczególnym sygnałem ofensywy socrealistycznej była seria głośnych samokrytyk, z jakimi na początku 1950 roku wystąpili m.in. J. Andrzejewski, T. Borowski i K. I. Gałczyński (na łamach „Odrodzenia”).



Będąc odpowiedzią na wcześniejsze zarzuty, a także publiczną deklaracją, formą spektakularnego akcesu, stała się samokrytyka najpopularniejszym i zarazem najważniejszym gatunkiem wypowiedzi przełomu lat 40. i 50., czyli tym samym – najważniejszym składnikiem programowanej sockomunikacji. Jej optymalny wariant zakładał odgrywanie w życiu publicznym dwóch podstawowych ról: kogoś tropiącego „błędy” i stawiającego zarzuty (prokuratora) i kogoś uznającego ich słuszność (oskarżonego).

M. Zawodniak, *Samokrytyka*, w: *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasiak, Kraków 2004, s. 302–303.

## **Marek Hłasko**

### ***Cmentarze***

M. Hłasko, *Cmentarze*, w: *Utwory wybrane*, t. II, Warszawa 1985, s. 133–135.

Opowiadanie wydane w 1958 roku nakładem Instytutu Literackiego w Rzymie. Autor otrzymał za nie nagrodę polskiego miesięcznika literackiego „Kultura” dla pisarza krajowego.

Bohaterem utworu jest Franciszek Kowalski, dawny żołnierz AL, obecnie urzędnik i członek partii. Po spotkaniu z dawnym znajomym z partyzantki zostaje oskarżony o dwulicowość i nielojalność wobec władzy, a w konsekwencji zwolniony z pracy i pozbawiony legitymacji partyjnej. Aby się oczyścić z „zarzutów” Franciszek poddaje się samokrytyce na zebraniu partyjnym. Jego „partyjną spowiedź” poprzedza samokrytyczne wystąpienie towarzysza Jabłonki, które jest tematem poniższego fragmentu opowiadania.

Zebranie podstawowej organizacji rozpoczęło się o piątej po południu następnego dnia. (...) Za stołem, zasłanym czerwonym, flagowym płótnem (...) siedział już pierwszy sekretarz (...), jego zastępca (...), dwaj towarzysze z Egzekutywy oraz delegat z Komitetu Dzielnicowego partii. (...) Pierwszy sekretarz uciszył salę stanowczym ruchem ręki i wstał.

– Otwieram zebranie podstawowej organizacji partyjnej (...).

Złożył ręce do oklasków, lecz nim zdążył je złączyć – klaskała już cała sala. Trwało to długą chwilę; potem oklaski stopniowo ścisły.

– Wobec tego – rzekł (...) zebranie uważam za otwarte. Na porządku dziennym samokrytyka towarzysza Jabłonki (...). Czy ktoś z towarzyszy prosi o uzupełnienie porządku?

I nim ktokolwiek zdążył odpowiedzieć, pierwszy zaklaskał. Oklaski trwały parę minut; potem wstał towarzysz Jabłonka.

– Towarzysze – zaczął (...) – Powiem prosto, po naszymu, po robotniczemu – pobłądziłem. Żeby tam nie wiem jak myśleć i myśleć, to zawsze człowiekowi porządnemu lepiej powiedzieć od razu: pobłądziłem i koniec. Bo człowiek to sobie czasem pomyśli: a może zrobić tak? albo tak? A ja nie; ja mówię po prostu, po naszymu – pobłądziłem i koniec. I takie różne myśli przychodzą człowiekowi do głowy. A po co? Pytam się ja: a po co? Ale przecież czasami człowiek pomyśli sobie, zrobię tak a tak, potem, okazuje się – pobłądzi. Więc ja powiem od razu, po prostu, po robotniczemu – zbłądziłem i koniec, żeby tam nie wiem co. – Podniósł głos o ton wyżej. Towarzysze – krzyknął. Był głód, był kapitalizm, była nędza, ludzie umierali z głodu, puchli – sam to widziałem (...). Aż przyszedł człowiek imieniem Lenin. I ludzie się obudzili, towarzysze. I sami wiemy, jak jest, i wiemy, że będzie lepiej. A ja pobłądziłem, towarzysze. (...) Czasy były straszne. Był głód, i nędza, i kapitalizm; aż przyszedł człowiek imieniem Lenin. A na drugi raz, towarzysze – łopaty do transportu kuźnia dostarczy w terminie.

Umilkł. Ludzie ocknęli się. Potężne brawa wstrząsnęły salą; klaskali wszyscy, nawet ci, których sen lekko zmorzył na początku zebrania; rozglądając się szeroko nieprzytomnymi i przerażonymi oczyma, klaskali najmocniej, aby jak najprędzej otrzeźwieć (...). Niektórzy towarzysze mieli łzy w oczach (...). Podeszły wiekiem kierownik grupy spawaczy (...) przetarłszy gwałtownie oczy, krzyknął: „Niech żyje”.

**Stanisław Barańczak**

**Protokół**

S. Barańczak, *Wybór wierszy i przekładów*, Warszawa 1997, s. 68.

*Wiersz z tomu Dziennik poranny (1972).*

Zdając sobie sprawę  
z własnej winy, ponad wszelką wątpliwość (*oklaski*)  
udowodnionej przez przedmówców, chciałbym  
oświadczyć na usprawiedliwienie, mimo (*okrzyk: brawo!*)  
iż takie wykroczenie przeciw wszelkim normom  
nie może być (*oklaski*) usprawiedliwione,  
że urodziłem się istotnie, ale  
nie z własnej woli i bez złych zamiarów;  
ten postępek mi ciążył przez (*uśmiech, brawa*) długie  
lata; jak słusznie podkreślano  
w dyskusji, nie potrafiłem wyciągnąć  
z (*oklaski*) tego odpowiednich wniosków

i starałem się zatrzeć ślady swego czynu,  
ale po (*ironiczne sykanie*) gruntownym  
i szczerym przemyśleniu swej dotychczasowej  
postawy, pragnę stanowczo  
odciąć się od niej i poprosić o  
(*śmiech*) danie mi jeszcze  
jednej szansy (*oklaski*  
*przechodzące w owację*).

Fragment opowiadania *Cmentarze*, wiersz *Protokół* oraz plakat *Krytyka i samokrytyka* ukazują proces „deformacji” naturalnego sposobu komunikowania się i „formowania” nowomowy. Podejmują kwestie związane z językiem/

myśleniem, które stanowią załączek wszelkiej inwencji artystycznej i które w toku tworzenia uzewnętrzniają się w określonej materii artystycznej. Płaszczyzną korespondencji sztuk jest w nich język naturalny, podstawa języka sztuki słowa (literatury) oraz wszelkiego wyrazu ikonicznego.

Hłasko i Barańczak przytaczają wypowiedź „marksistowskiego grzesznika” i reakcje słuchającej gawiedzi. Jego sytuacja przypomina okoliczności, w których znalazł się Józef K. z *Procesu* Franza Kafki. W przeciwieństwie do niego mogą się oczyścić, pod warunkiem, że przyjmą „winę”. Mówią więc wbrew własnemu myślowi, co odbija się na zawitym, pokrętnym toku wypowiedzi. Zachowanie schematu samokry-



Zbigniew Lengren, *Krytyka i samokrytyka*, 1953,  
plakat społeczny

tyki (przyznanie się do winy, żal, obietnica poprawy) pozwalają im powrócić na łono życia społecznego nadzorowanego przez partię. Protokolarna oraz dramaturgiczna forma wiersza dodatkowo wzmacniają jego wymowę. Uwy-puklają zawartość i determinację zdarzenia oraz kojarzą je z na poły poufnym dokumentem łąpiącym bieg zdarzeń na gorącym uczynku.

Kwestia narzucania wzorów myślenia i nieprzystawalności schematu samo-krytycznej wypowiedzi do rzeczywistej sytuacji jest też tematem satyrycznego plakatu Z. Lengrena. Dwie postaci – czarna i biała – i dwa kubły z farbą takiego koloru. Czarna postać dzierży dwa pędzle, z których każdy jest umoczony w innej farbie. Białą maluje własną głowę, czarną – głowę sąsiada. Na trop aluzji tego ikonicznego żartu naprowadza podpis „krytyka i samokrytyka”. Aby go zrozumieć, należy odwołać się do językowej konotacji bieli i czerni. Pierwsza kojarzy się z „prawdą”, „wybielaniem się” (stąd słowo „samokrytyka” zapisane białą czcionką), druga – z „kłamstwem” i „oczekianiem” (wyraz „krytyka” zapisany czarną czcionką). Operując tak niewielką ilością elementów przedstawiających, artysta przywołał mechanizm partyjnej samokrytyki. Jest w tym plakacie plastyczny odpowiednik oskarżonego, oskarżającego, a także istoty dokonującego się procesu nadawania człowiekowi nowej, marksistowskiej świadomości. W satyrycznej formie uchwycił Lengren dramat jednostki dokonujący się za pośrednictwem jej najważniejszego narzędzia – języka.

# Literatura jako krytyka plakatu

Literatura jest jedną ze sztuk o największych możliwościach kreatywnych. Posiada potencjał „opisywania” („wizualizacji”), „opowiadania” („snucia historii”) i „interpretacji” („wyrażania opinii”). Zdolność formułowania ocen czyni ją wyjątkową pośród innych dziedzin twórczości. Dzięki tej możliwości może wypowiadać się o utworach własnych oraz o dziełach innych sztuk, czyli pełnić funkcję krytyki artystycznej. To z kolei otwiera literaturę na korespondencję sztuk.

**Tadeusz Borowski**

*Plakaty, kulacy, historia*

T. Borowski, *Plakaty, kulacy, historia*, w: idem, *Utwory zebrane*, t. IV, Warszawa 1954, s. 198–201.

Jeden z pięćdziesięciu felietonów publikowanych od 1950 roku w tygodniku „Nowa Kultura” w rubryce *Mała kronika*. Czterdzieści dwa z nich ukazały się w wydaniu książkowym w 1951 roku pod wspólnym tytułem *Mała kronika wielkich spraw*.

Jeżdżę czasem po Polsce. Zbyt mało jak na pisarza. Dobrze się muszę namęczyć, aby wyrwać sobie kilka wolnych dni. Ale kiedy już wyrwę, to się rozglądam. Nie zawsze można od razu napisać o tym, co się widzi. (...) Popijając piwko na dworcu w Radomiu wypatrzyłem się w wiszący naprzeciwko plakat o biurokratach. Plakat ogromny, złożony z dwu części (pierwsza część: biurokrata krytykuje, wrzeszczy, pieni się, oburza; druga część: biurokrata składa samokrytykę, rozpływa, zachwyca się sobą). Plakat z dwu części, ogromny, ale goły jak święty turecki. Nie wiadomo, skąd wychyla się zabawny biurokrata, nie wiadomo, do kogo przemawia. Artysta wprawdzie miał rozmach, umiał stworzyć przekonującą postać biurokraty, ale nie dał mu realistycznego tła, poskąpił ludzi, do których zwraca się biurokrata. (...) A przecież plakat jest najbardziej dostępnym dziełem sztuki dla „mas”. Plakat zaś satyryczny ma szczególnie ważne zadania: mobilizuje masy, podnosi ich świadomość polityczną, zaostrza ich czujność na braki, zwraca uwagę na walkę nowego ze starym, likwiduje przeżytki myślenia

burżuazyjnego w postępowych warstwach narodu, pomaga im w codziennej, żmudnej pracy. Tej, która czasem się nazywa: budowanie podstaw socjalizmu.

(...) Kiedy spojrzy się na bogactwo życia w Polsce, a potem na formalistyczne ubóstwo naszych plakatów satyrycznych, zawieszonych w świetlicach spółdzielni, w korytarzach firm wydawniczych, w poczekalniach dworcowych, na słupach reklamowych w małych miasteczkach, w szkołach i po prostu na ścianach domostw – to obok podziwu dla rozmachu akcji człowieka chwyta zwykła, ludzka złość. Jeżeli plakat ma pomagać w robocie, to powinien również mówić o konkretnych sprawach, którymi żyje dany powiat, dana wieś, dane miasteczko. Słowem – tak zwany teren. A problemy, którymi żyje wieś spółdzielcza w Rzeszowskim, są może trochę inne niż np. sprawy wsi podwarszawskiej, na pewno zaś różnią się od codziennych trosk górników katowickich. Tam, do tych ośrodków, winien dotrzeć śladem pisarza karykaturzysty, autor plakatów; winien on przyjrzeć się pracy ludzi, posiedzieć trochę na ich zebraniach, poszkicować sobie troszeczkę z natury (...).

Kiedyś przystanąłem na ulicy w miasteczku i zagapiłem się na jarmark. W bramie domu koło mnie handlowała wiejska babina. Trzymała w ręku sznurek. Na drugim końcu sznurka kwiczał brudny prosiak. Podchodzili do babiny przekupnie, targowali; jeden dawał pięć, drugi pięć z groszami, trzeci tylko pomacał, babina zaś chciała sześć tysięcy i ani postąpi! Cóż takie bydłę może ważyć i czemu go się sprzedaje? – zainteresowałem się po dyletancku. Ochoczo objaśnił mnie otyły przechodzień, który przyglądał się fachowo babinie i prosiakowi. „Babina ma karłowate gospodarstwo – powiada – a takie może wyżywić więcej żywego inwentarza niż bogacz i w ogóle jakaś spółdzielnia produkcyjna. Wyżywiła, więc sprzedaje. Jasne, nie? Widzisz pan, ja przed wojną uczyłem się w instytucie w Puławach. W d... nam dawali, ale co w głowę wbili, to do śmierci nie wyleci!” Popatrzyłem na rynek miasteczka, na którym rozłożyły się biedne straganiarki z sałatą, bobem, grzebyczkami, tasiemkami, kartoflami, świeżą ziemią, sadzonkami, dewocjonaliami, popatrzyłem na kobiety wiejskie siedzące wprost na kamieniach przy chustkach, na których rozsypały trochę nasion, na biedki chłopskie z wyprężonymi końmi, na ruch w barze przy rynku pełnym chłopów, popatrzyłem na kiermasz książkowy, który przed bazarem zorganizował „Dom Książki”, popatrzyłem na czysty, wybielony dom Związku Samopomocy Chłopskiej, popatrzyłem na brudnego, kwiczącego rozpaczliwie prosiaka i okutaną w chustę babinę i pomyślałem sobie: „Ach, ty kułaku śmierdzący! Już ja cię opiszę!” Ale nie potrafiłem tego propagandzisty kułackiego narysować. Żałowałem, że nie było ze mną jakiegoś karykaturzysty. Spełniłby konkretną, rzetelną robotę: dając obraz walki nowego ze starym, kronikę przemian społecznych w Polsce (...).

11 VI 1950



Stefan Wielgus, *Spekulant kułacki diabłu duszę sprzedał – żeby nie gromada, nic by państwu nie dał!*, 1953, plakat socrealistyczny



Konstancy Maria Sopoćko, *Uprzejmie i szybko obsługujemy ludzi pracy*, 1953, plakat społeczny

Plakat jest przedmiotem opisu oraz tematem felietonowej opowieści Tadeusza Borowskiego i w obydwu tych płaszczyznach służy krytyce artystycznej. Literatura orzeka tu o plakacie z perspektywy zadań sztuki socrealistycznej, postrzegając dzieła ikonoczno-werbalne na „uwięzi” społecznych mas oraz politycznych celów. Jeśli odrzucimy ideologiczne ograniczenia tej wypowiedzi, dosięgniemy ponadczasowych sądów na temat relacji literatury i sztuki plakatu („nie potrafiłem tego propagandzisty kułackiego narysować. Żałowałem, że nie było ze mną jakiegoś karykaturzysty”). Autorefleksyjny komentarz literacki otworzy się na eksterytorialną przestrzeń artystyczną.

## Środki artystycznej łączności – metafora i symbol

Wyróżnikami sztuki literackiej są obrazowość (zdolność tworzywa językowego do wywoływania w świadomości odbiorcy obrazów literackich), fikcja (nieweryfikowalność świata przedstawionego wobec rzeczywistości istniejącej na zewnątrz dzieła literackiego) oraz poetyckość (podporządkowanie elementów językowych funkcji estetycznej). Ostatni atrybut jest kształtowany dzięki środkom stylistycznym.



Rafał Olbiński, *Galeria Grafiki i Plakatu*,  
plakat reklamowy



Rafał Olbiński, *Gardens – Royal Łazienki  
Museum*, plakat reklamowy

Metafora (przenośnia) to środek stylistyczny polegający na zestawianiu słów, w wyniku którego powstaje znaczenie niebędące sumą dosłownych sen-



sów poszczególnych słów, lecz odstawiające nowe, nieznanne treści (np. słowa obłoki", „pochmurne słowo").

Metaforę można skonstruować także w obrazie. Powstaje ona w wyniku tworzenia analogii wizualnej między obrazowanymi przedmiotami, łączenia kształtów różnych elementów w figuralną jedność, sugerującą znaczenia wykraczające poza to, co widome (np. obraz chmur kontynentów).

Symbol to pojęcia, przedmioty, motywy, które poza przypisanym im znaczeniem posiadają inne, nieuchwytnie, trudno wyrażalne (np. drzewo – wzrost, energia, wiadomość złego i dobrego, odrodzenie).

W obrazie plastycznym znaczenia symbolicznego nabierają te elementy, które zostały wyizolowane z naturalnego kontekstu, ukazane w sposób, w jaki nigdy nie odstawiają się ludzkiemu oku (np. drzewa szybujące po niebie; w zestawieniu z innymi znakami mogą sugerować marzenia, tęsknoty, duchową łączność ze światem).

**Ryszard Krynicki**

***Świat w obłokach***

<https://www.youtube.com/watch?v=9IdntuEh43U> (dostęp: 11.05.2021).

Utwór powstał w 1974 roku. Został spopularyzowany dzięki wokalnemu wykonaniu Marka Grechuty (album *Magia obłoków*, 1974). Wszedł w skład spektaklu muzycznego *Magia obłoków*, wystawionego w 2012 roku w Teatrze Polskim w Szczecinie przez Adama Opatowicza. Widowisko było reklamowane plakatem Rafała Olbińskiego o tym samym tytule co spektakl.

Świat wokół ciebie się zmienia, zmieniają się pory roku.  
Stopy twe więzi ziemia, a oczy magia obłoków.

Obłoków wiedza tajemna, obłoków fantasmagoria.  
Obłoków cudze spojrzenia, obłoków pewność ulotna.

Jak obłok wiedza tajemna, jak obłok fantasmagoria,  
jak obłok cudze spojrzenia, jak obłok pewność ulotna.

Jak obłok, jak obłok  
jak obłok, jak obłok

Jak obłok, jak obłok  
jak obłok, jak obłok

Jesteś mieszkańcem ziemi, a uczysz się od obłoków.  
Swojej niepewnej nadziei, ulotnej jak pory roku.

Obłoków wiedza tajemna, obłoków fantasmagoria,  
obłoków cudze spojrzenia, obłoków pewność ulotna.

Jak obłok wiedza tajemna, jak obłok fantasmagoria,  
jak obłok cudze spojrzenia, jak obłok pewność ulotna.

Jak obłok, jak obłok  
jak obłok, jak obłok

Jak obłok, jak obłok  
jak obłok, jak obłok

Świat wokół ciebie się zmienia, przez ciebie płynie niepokój.  
Płyną chmury po niebie, pod białą flagą obłoków.

Obłoków wiedza tajemna, obłoków fantasmagoria,  
obłoków cudze spojrzenia, obłoków pewność ulotna.

Jak obłok wiedza tajemna, jak obłok fantasmagoria,  
jak obłok cudze spojrzenia, jak obłok pewność ulotna.

Jak obłok, jak obłok  
jak obłok, jak obłok

Jak obłok, jak obłok  
jak obłok, jak obłok

Egzystencjalny stan bohatera wiersza charakteryzuje rozpięcie między materią ciała przypisaną ziemi a duszą unoszącą się ku obłokom. Ów sytuacyjny konstans poeta wpisał w zmienność konstelacji nieba i ziemi, skazującą człowieka na nieustanny domysł i mrzonkę. Znakiem ludzkiego losu są w *Świecie w obłokach* metafora („Stopy (...) więzi ziemia,/ a oczy magia obłoków”) oraz symbol (obłoki – „wiedza tajemna”, „fantasmagoria”, „cudze spojrzenia”, „pewność ulotna”). Przenośnia określa sytuację jednostki w świecie, symbol oddaje nieuchwytność sensu własnego losu.



Rafał Olbiński, *Magia obłoków*, 2012, plakat muzyczny

Obydwie figury stylistyczne wiersza Krynickiego zostały przeniesione na plakat Rafała Olbińskiego *Magia obłoków*. Egzystencjalne poczucie uwięzienia i wolności oddał artysta figurą człowieka stojącego na drodze łączącej skarpę z przestrzenią niebios, której kres wieńczy biały ptak. Trakt niepostrzeżenie przechodzi w trajektorię szybowania. Jest to ekwiwalentem literackiej metafory: „stopy (...) uwięzione ziemią,/ a oczy magią obłoków”.

Artystycznym naddaniem charakteryzują się także obłoki znajdujące się w tle kompozycji. Zarówno ich zespolenie z torem lotu ptaka, jak i ześrodkowanie na nich uwagi człowieka z plakatu sprawiają, że nabierają znaczeń symbolicznych, trudnych do sprecyzowania. Ten element plakatu jest równoważnikiem treści wyrażonych w refrenie tekstu Krynickiego.

# Plakat jako metaliteratura

Korespondencja literatury i plakatu może mieć charakter bezpośredni, to znaczy dokonywać się w konsekwencji przywołania w posterze jakiegoś motywu literackiego, nawiązania do plakatu w narracji, lirycznym monologu, akcji dramatu bądź też podejmowania w utworach obu sztuk podobnego tematu czy odniesienia ich do wspólnego kontekstu. Powinowactwa dzieł mogą się również dokonywać w sposób pośredni – dzięki mediacji innych sztuk. Dotyczy to plakatów reklamujących spektakle teatralne i utwory filmowe będące adaptacją dzieła literackiego. W tego typu pracach tekst jest obecny jako temat innej sztuki, będącej przedmiotem inspiracji plakatu.

W wypadku, gdy przedmiot plakatu jest wierny pierwowzorowi, znaki posteru mogą wyrażać jednocześnie zarówno oferowany produkt, jak i przedmiot jego inspiracji.

## Aleksander Fredro

### *Zemsta*

A. Fredro, *Zemsta*, wstęp i komentarze M. Ingot, Wrocław 1987, s. 60–63.

*Zemsta* Aleksandra Fredry powstała w 1833 roku. Akcja komedii jest osnuta wokół sporu powiatowych dygnitarzy – Cześnika Raptusiewicza i Rejenta Milczka – sąsiadów podzielonego na dwie części starego zamczyska. Konflikt zaostrza się, gdy Cześnik usiłuje udaremnić zlecenie naprawy muru dzielącego zamek. Zostało to ukazane w VII scenie komedii.

*PAPKIN, ŚMIGALSKI, kilku służących z kijami, później REJENT i CZEŚNIK w oknach.*

PAPKIN

Panie majster, proszą waści  
Przyzwoicie, grzecznie, ładnie,  
Nie murować tu z napaści,  
Bo mu na grzbiet co upadnie.  
(*Po krótkim milczeniu*)  
Wy zaś drudzy, dobrzy ludzie,

Którzy młotki, piony, kielnie  
W niepotrzebnym dzisiaj trudzie  
Używacie arcydzielnie,  
Idźcie wszyscy precz, do czarta!  
*(Po krótkim milczeniu)*  
Będzie, widzę, rzecz uparta!  
Ta hołota, jakby głucha,  
Mego słowa ani słucha. –  
No, Śmigalski! Nie trać czasu –  
Ściągniej za kark! weź narzędzie!  
Grzecznie, ładnie, bez hałasu,  
Niech wszystkiemu koniec będzie.  
Nic się nie bój – ja za tobą.  
*(ŚMIGALSKI posuwa się ze służącymi ku Mularzom. – P APKIN cofa się za róg domu)*

ŚMIGALSKI

Precz! precz!

REJENT

*(w oknie)* Stójcie! co to znaczy?

ŚMIGALSKI

Cześćnik, pan mój, kazać raczy,

Aby muru nie kończono.

CZEŚNIK

*(w oknie)*

Tak jest, każę, bo mam prawo.

Dalej naprzód! dalej żwawo!

*(ŚMIGALSKI posuwa się naprzód. – P APKIN, który był wyszedł, znowu się cofa za róg domu)*

REJENT

Jakie prawo?

CZEŚNIK

Jak kupiono

Mur graniczny, tak zostanie.

REJENT

Ależ, luby, miły panie,  
To szaleństwo z waszej strony –  
I mur będzie naprawiony.

CZEŚNIK

Wprzód trupem go zaściele.

REJENT

*(do Mularzy)*

Kończcie śmiało, przyjaciele,  
Gardźcie ze mną próżnym krzykiem.

CZEŚNIK

Chcesz więc bójki?

REJENT

Mój Cześniku,  
Mój sąsiedzie, luby, miły,  
Przestań też być rozbójnikiem.

CZEŚNIK

Co! jak! – Żwawo! bij, co siły!  
*(ŚMIGALSKI z swoimi ludźmi wstępuje na mur. – Mularze cofają się  
tak, że bójka zostaje zakryta częścią muru całego)*

REJENT

Panie majster, ja w obronie –  
Nic się nie bój! – Niechaj bije,  
Kiedy go tam świędzą dłonie.  
Dobrze! dobrze! – po czuprynie.  
Ot, tak – lepiej! co się wlezie!  
Nic się nie bój! – tego trzeba. –  
Niechaj bije! Świat nie zginie!  
Ja Cześnika za to skryję,  
Gdzie nie widać ziemi, nieba.

CZEŚNIK

*(wołając za siebie)*

Hej! Gerwazy! daj gwintówkę<sup>173</sup>!

Niechaj strąć tę makówkę!

Prędko!

(*REJENT zamyka okno*)

Ha, ha! fugas chrustas<sup>174</sup>!

No, Śmigalski, dosyć będzie!

Daj półzłotka albo złoty

Baserunku<sup>175</sup> dla hołoty!

Ale zabierz im narzędzie. Dosyć, dosyć na dziś będzie.

(*Zamyka okno*)

Zwrot w *Zemście* (powst. 1833, wyst. 1834) ku Polsce szlacheckiej, ku odchodzącemu już światu, był nierzadki w literaturze tamtych czasów. Lecz w *Zemście* nie był ani jej chwałbą, ani surowym sądem. Ginący już świat kontuszowy, ale tak dobrze jeszcze zapamiętany z lat młodości, ukazał Fredro z humorem, którego pogoda źródło swe miała w serdeczności uczucia. Komizm sporu o „mur graniczny” wynikał z ujęcia go jako parodii awanturnicznych romansów rycerskich, które romantyczna wyobraźnia wskrzeszała z zamkowych ruin. Z postaci dwóch wrogów Cześnika Raptusiewicza i Rejenta Milczka, stworzył Fredro wyśmienitą w uchwyceniu cech typowych syntezę dawnej szlachty. I tutaj gra kontrastów w charakterach tych postaci – magnackiej pychy, sobiepaństwa, krewkości nieskorego do nauk a nawykłego do używania karabel Cześnika i równie po szlachecku dumnego a obłudnie uniżonego pełnego zawiści i zazdrości o majątek i zaszczyty zgryźliwego, zasuszanego palestranta<sup>176</sup> – miała w sobie ogromną siłę komizmu. (...) Zaostrzone rysy ich charakterów nie ujęły im cech prawdziwości. Natomiast przezabawna postać Papkina, wiążącego nic intrygi, występującego w różnych rolach – rycerza, sentymentalnego kochanka, posła, tchórza, w swym blagierstwie przypominającego żołnierza-samochwałę (...) miała w sobie coś z zabawowej improwizacji *commedia dell'arte*<sup>177</sup>.

J. Kulczycka-Saloni, M. Straszewska, *Romantyzm, pozytywizm*, Warszawa 1990, s. 176.

---

<sup>173</sup> Gwintówka – strzelba z gwintowaną lufą.

<sup>174</sup> Fugas chrustas – zwrot łacińsko-polski: zmykasz w krzaki.

<sup>175</sup> Baserunek – z niem. wynagrodzenie za pracę.

<sup>176</sup> Palestrant – człowiek należący do palestry – ogółu adwokatów.

<sup>177</sup> *Commedia dell'arte* – komedia ludowa powstała w XVI wieku we Włoszech; rodzaj improwizowanego widowiska teatralnego wywodzącego się z tradycji rzymskiej pantomimy oraz średniowiecznych popisów błazeńskich.

Cieplak<sup>178</sup> potraktował *Zemstę*<sup>179</sup> tak, jakby ją na powrót oddawał widzom – do śmiechu i do refleksji. Dowcipnie i z czułością. Aktorzy Teatru Polskiego grają bez kontuszów, szabel i wąsów. Papkin zamiast słynną Artemizą wywija kijem bejsbolowym i śpiewa songi na rockową nutę, Rejent używa do pisania swoich pomówień laptopa, a Waclaw płaci za milczenie szeleszczącymi setkami zamiast brzęczącym złotem. (...) wszystkie te zabiegi nie są nachalne – raczej uniwersalizują spektakl niż go na siłę współczesniają. Kostiumy – wyjąwszy papuziego Papkina – są stonowane, zwyczajne, codzienne. To ludzie tacy jak my,

tyle że mówią wierszem. (...) Scenograf Andrzej Witkowski powtórzył na scenie charakterystyczne łóżko z widowni, dając sygnał, że wewnątrz teatru odwraca o 180 stopni. Trochę to dosłowne. Ale już finałowy zabieg reżyserski to ładna, pełna czułości metafora. Zgoda panuje na scenie, a Papkin puszcza do widzów



Michał Batory, *Zemsta*, 2005, plakat teatralny

<sup>178</sup> Cieplak – Piotr Cieplak (1960–), polski reżyser teatralny, absolwent teatrologii w PWST w Warszawie i reżyserii w PWST w Krakowie; w 2005 roku wyreżyserował *Zemstę* Aleksandra Fredry w poznańskim Teatrze Polskim.

<sup>179</sup> *Zemsta* – spektakl teatralny na podstawie *Zemsty* (wyd. 1838) Aleksandra Fredry wyreżyserowany przez Piotra Cieplaka w 2005 roku na deskach Teatru Polskiego w Poznaniu.



papierowy samolocik. Ten kołysze się nad ich głowami na cieniutkiej niteczce. Spadnie czy nie spadnie? Wszystko w naszych rękach.

E. Obrębowska-Piasecka, *Zgoda w rękach widzów* – „Zemsta” Piotra Cieplaka w Poznaniu, 30 października 2005, <http://wyborcza.pl/1,75410,2992514.html> (dostęp: 11.05.2021).

[Współczesny teatr – przyp. A.B.] chce być blisko ludzi i ich problemów. (...) Stąd bierze się na przykład pomysł przenoszenia przedstawienia w realną przestrzeń, zmiana sposobu gry aktorskiej w celu pozbawienia jej sztuczności czy wprowadzenie do scenografii elementów wziętych wprost z życia codziennego. W ostatnim dziesięcioleciu przemiany w teatrze doszły tak silnie do głosu, że nie mogło to pozostać bez wpływu na kształt plakatów do przedstawień. Palącą stała się teraz potrzeba realności (...).

K. Matul, *Shakespeare uwolniony. O realności we współczesnym plakacie teatralnym*, w: *Plakaty w zbiorach Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 86–87.

Adaptując *Zemstę* Aleksandra Fredry, Piotr Cieplak dokonał jej uwspółcześnienia. Zachował temat i bieg akcji pierwowzoru, ale przeniósł je ze sztafażu sarmackiego we współczesny. Tę właśnie aktualizację reżyserskiej interpretacji tekstu literackiego wykorzystał twórca reklamującego spektakl plakat. Artysta posłużył się znakiem – wyciągniętą ręką-kaktusem – odnoszącym się do scenicznego konfliktu (zgoda – gest podawanej ręki oraz spór: palce – ciernisty kaktus), sygnalizując jego uniwersalny, ponadczasowy wymiar (puste tło uniemożliwia przestrzenną i temporalną lokalizację zdarzeń). Będąc ogólną figurą sztuki scenicznej inspirowanej pierwowzorem literackim, plakat Michała Batorego zachowuje łączność z dramatem Fredry. Między dziewiętnastowieczną komedią a współczesnym plakatem pośredniczy spektakl teatralny. Jest on swoistym traktem w procesie korespondencji utworu literackiego i graficznego.

## Mechanizm opisu – mechanizm widzenia

Korespondencję literatury i plakatu można badać na płaszczyźnie modelowania wizji świata w obydwu sztukach. Tożsame inspiracje sposobów i celów spostrzegania rzeczywistości implikują analogie między językową a obrazową wizualizacją postrzeganego przedmiotu.

Nieprzypadkowo w charakterystyce literackiego opisu zapożyczamy nomenklaturę historyków sztuki, podkreślającą „strukturalną wspólnotę” obu dziedzin. Mówimy o opisach impresjonistycznych (...) impresjonistyczna „wrażliwość”, związana z podmiotową percepcją, nie zawsze daje się unaocznnić. Konwencjonalna, „malarska” terminologia jest myląca, jeśli traktuje się ją jako synonim unaocznienia czy wyznacznik związków historycznoliterackich. Ma jednak sens, jeśli przyjmujemy, że uświadamia identyczność operacji, którym podlegają zarówno obraz malarski, jak i literacki opis, i które prowadzą do specyficznego ukształtowania podmiotu (postawa „obiektywna” lub „wrażliwa”, emocjonalna), wyznaczają sposób widzenia przedmiotu (substancjalny czy zjawiskowy, psychizowany czy reifikowany) i udział aktu percepcji.

S. Wysłouch, *Literatura i obraz. Tereny strukturalnej wspólnoty sztuk*, w: *Intersemiotyczność: literatura wobec innych sztuk (i odwrotnie)*, red. S. Balbus, A. Hejmej, J. Niedźwiedz, Kraków 2004, s. 25.

**Magdalena Tulli**

***Sny i kamienie***

M. Tulli, *Sny i kamienie*, Warszawa 1999, s. 5–6.

Fragment debiutanckiej książki *Sny i kamienie* (1995), stanowiącej opowieść, utrzymaną w aurze poetyckiej, o budowaniu i rozpadaniu się miasta. Utwór otrzymał nagrodę Fundacji Kultury i nagrodę Fundacji im. Kościelskich (1997).

Drzewo świata, jak wszystkie drzewa, z początkiem sezonu wegetacji wypuszcza delikatne złotawe listki, które z czasem nabierają ciemnozielonej barwy i srebrnego połysku.

Kiedy sezon wegetacji ma się ku końcowi, drzewo świata obsypane jest owocami. Owoce dojrzewają, spadają i gniją. W każdym tkwi pestka, w pestce zawiązek drzewa i przeciwdrzewa, korona i korzeń. Wszystkie przyszłe sezony wegetacji czekają na swój czas w pestkach, w zawiązkach, w zawiązkach zawiązków. Owoce należy do drzewa, lecz mieści w sobie całe przyszłe drzewo razem z owocami, jakie na nim wyrosną.

Miasta, które dojrzewają na drzewie świata, są zamknięte w swoim kształcie jak jabłka. Wszystkie takie same: każde inne. Wcieleniem pojedynczej możliwości z rejestru tego, co możliwe, jest nawet nazwa wypisana nad peronami. Jedna rzeka – drugiej nie potrzeba – określa swój bieg gruntownie i raz na zawsze. Jeden spis ulic, jeden ogród zoologiczny. Mieszkańcy znają na pamięć odcienie chmur i tynków. Cokolwiek stanie się jakieś, nie może już być inne. Toteż kiedy miasto zawiązuje się, kiedy dojrzewa i kiedy gnije, zawiera w sobie wszystkie naraz możliwości i cały plan świata. Jest częścią i całością, bezkresem i zapadłą dziurą zabita deskami. Drobiną w świecie i zarazem otchłanią, w której świat się gubi – mały jak śliwka, co wpadła w kompot. Reguła porządkująca większe i mniejsze całości głosi bowiem, że małe zawiera się w wielkim, a wielkie w małym. I tylko

dzięki temu świat pomieścił się w sobie. I tylko w ten sposób może trwać. Bo inaczej nie miałby gdzie się podziać.

### **Bruno Schulz** ***Sklepy cynamonowe***

B. Schulz, *Sklepy cynamonowe*,  
oprac. J. Jarzębski, Wrocław 1998,  
s. 5.

Fragment opowiadania *Sierpień* z tomu *Sklepy cynamonowe* (1933). Opowiadanie to wraz z *Sanatorium pod Klepsydrą* (1933) stanowi zmitologizowaną, baśniowo-oniryczną rzeczywistość inspirowaną autobiograficznymi wspomnieniami z rodzinnego Drohobycza.



Ryszard Kaja, *Wierzbie* (z serii *Polska*), 2017,  
plakat promocyjny, [www.ryszardkaja.pl](http://www.ryszardkaja.pl)

Stare domy, polerowane wiatrami wielu dni, zabarwiały się refleksami wielkiej atmosfery, echem, wspomnieniami barw, rozproszonymi w głębi kolorowej pogody. Zdawało się, że całe generacje dni letnich (jak cierpliwi sztuczatorzy, objijający stare fasady z pleśni tynku) obtłukiwały kłamliwą glazurę, wydobywając z dnia na dzień wyraźniej prawdziwe oblicze domów, fizjonomię losu i życia, które formowało je od wewnątrz. Teraz okna, oślepione blaskiem pustego placu, spały; balkony wyznawały niebu swą pustkę; otwarte sienie pachniały chłodem i winem.

Za utrwaloną w językowym i obrazowym tworzywie wizją miasta (*Sny i kamienie – Wierzbie*) i domu (*Sklepy cynamonowe – Bielsko-Biała*) tkwi podobna postawa artystyczna. Opisy i obrazy miejsc zostały wyswobodzone z reguł mimetycznego odwzorowania. Silnie zsubiektywizowane, koncentrują się na kreowaniu przedmiotu opisu. W literackiej prezentacji fasada kamienicy staje się „obliczem”, którego „fizjonomię” ukształtowało doświadczenie „losu i życia” płynące „od wewnątrz”, z psychiki.

Podobne wizualizowanie rzeczy wyraża akt postrzegania kamienicy utrwalonej w plakacie *Bielsko-Biała*. Ujęcie, zestawienie i cieniowanie architektonicznych detali przekształca fasadę w ludzką twarz. Podobne analogie można odnaleźć w mieście Magdaleny Tulli i Ryszarda Kai, toteż przy wszelkich różnicach obydwu wedut, łączy je subiektywizm znajdujący ujście w figurze animizacji. Tulli, Schulz i Kaja wizualizują obraz rzeczy, uwalniając jej kształt, dzięki czemu dają wyraz nie tyle przedmiotowi wizualizacji, ile wrażeniom, jakie on wywołuje w postrzegającym podmiocie.



Ryszard Kaja, *Bielsko-Biała* (z serii *Polska*), 2017, plakat promocyjny, [www.ryszardkaja.pl](http://www.ryszardkaja.pl)

# Plakat narrator

Narrator (łac. *narratio* – opowiadanie) to osoba prezentująca zdarzenia ukazane w utworze literackim. Wykonywana przez niego czynność, podobnie jak samo zdarzenie, ma charakter czasowy, toteż potrzeba biegu chwil, by odtworzyć to, co już miało miejsce. Mimo iż tej właściwości nie posiada sztuka plakatu, to jego twórca może zasugerować odbiorcy działanie się, a więc jest w stanie opowiedzieć prostą fabułę.

**Helena Bechlerowa**

***O dwóch kotkach***

<http://www.wesolyprzedszkolak.pl/index.php/wiersze/1531-wiersze-o-kotkach> (dostęp: 11.05.2021).

Czarny kotek wlaźł na płotek,  
Wąsikami ruszył.  
Myje łapki i futerko.  
Ogonek i uszy.  
Przechodziła świnka z synkiem  
I podniosła ryjek:  
– Popatrz, synku jak się pięknie  
Czarny kotek myje.  
Umył kotek swe futerko  
I opuścił płotek.  
Zaraz po nim na to miejsce  
Wskoczył biały kotek.  
Powracała świnka z synkiem:  
– Widzisz, synku mały,  
Długo mył się czarny kotek,  
Aż zrobił się biały.



Tadeusz Gronowski, *Radion sam pierze*, 1926, plakat reklamowy

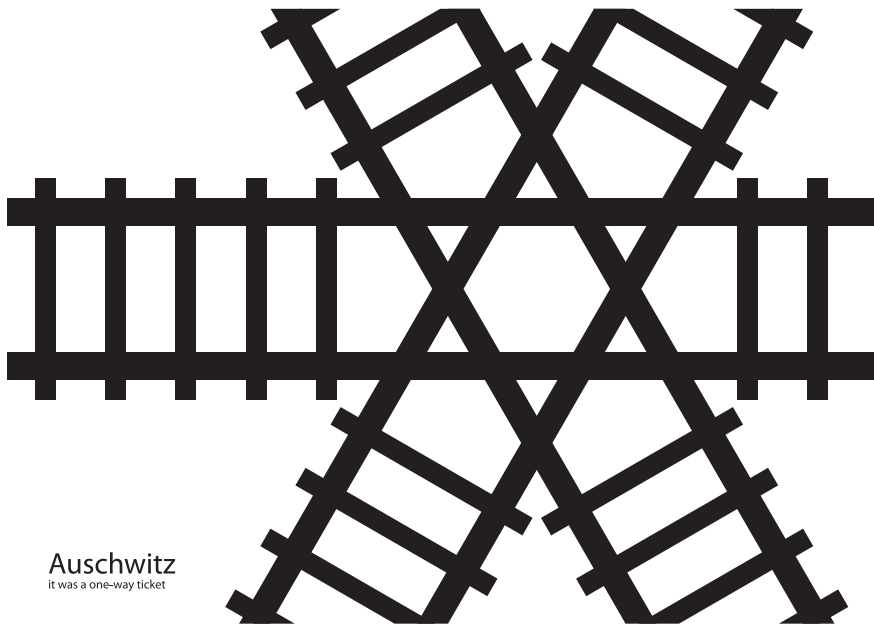
Historyjka przedstawiona w narracyjnym wierszyku *O dwóch kotkach* na charakter dowcipu. Jego istota wynika z konfrontacji dwu spojrzeń na kocią ablucję: narratora i świnki z synkiem. Opowiadający zdarzenie widział myjącego się na płocie kotka, najpierw czarnego, potem białego. Mama prosiaczka, która była świadkiem fragmentów zdarzenia, tłumaczyła synkowi, że brudny zwierzak mył się tak długo, aż jego sierść zbielała. „Skrót” ciągłości widzenia sceny implikuje niedorzeczne wnioski.

Paradoksalna przemiana czarnego kota w białego, dokonana w konsekwencji skąpania go w kuble ze spienionym proszkiem Radion (jak sugeruje slogan), została wykorzystana przez Tadeusza Gronowskiego do promowania skuteczności detergentu. Tym razem bawi odbiorcę nielogiczność czy też pozorna logiczność obrazu. Choć plakat ukazuje statyczną sytuację, a więc jest pozbawiony dziania się, upływu czasu, to sugestia przemiany zwierzaka z „brudnego” w „czystego” jest oczywista, co oznacza, że narracja jest możliwa do przywołania środkami plastycznymi. W obydwu tekstach kultury narracja toczy się wokół absurdalnej transformacji czarnego kota w białego, choć jej źródła są inne: rzekome „umycie się” (wierszyk) i „wypranie się” (plakat) zwierzaka.

## Język platformą spotkania

Elementy języka pisanego istnieją w dwu wymiarach – semantycznym i graficznym/dźwiękowym. W literaturze graficznie utrwalonej, poza poezją konkretną, istotna jest treść znaków werbalnych, zapis zaś stanowi warunek konieczny jej zaistnienia.

W plakacie obydwa wymiary słowa pisanego ulegają znaczącemu przekształceniu. Semantyka znaku werbalnego zostaje podporządkowana obrazowi. Służy wprowadzaniu znaczeń, których nie można zakodować środkami ikonicznymi, z kolei kształty liter i słów przeistaczają się w barwne plamy i/lub elementy plastycznego przedstawienia.



Michał Dyakowski, *Auschwitz*, 2010, plakat upamiętniający

Nierealistyczność warstwy obrazowej plakatu sprawia, że denotowanym przedmiotom trudno jest wyznaczyć jednoznaczny sens. Oko spoglądającego na *Auschwitz* Michała Dyakowskiego rozpoznaje rozmaite elementy, a następnie spaja je w wizualny symbol. Znaki werbalne są więc w plakacie sterownikami znaczeń obrazu.

W pracy *Love...* znak językowy jest generatorem plakatowego obrazu, a zarazem regulatorem znaczeń. Jego zapis stanowi materię obrazu. Pozostaje ona w znaczeniowej bliskości z semantyką słowa. Leksem nabiera waloru ilustracyjnego, dzięki odstępstwom od schematu jego graficznego zapisu. Zagięcie górnej części „L”, obwiedzenie konturu „O” czerwoną kreską, a także gęszcz miękkich linii wokół „V” sprawiają, że litery sugestywnie przeistaczają się w obrazy związane z genitaliami. Wszystko to otwiera wyobraźnię patrzącego-czytającego na myślenie-widzenie, pozwalające sprząć treść słowa ze strzępami towarzyszących mu obrazów.

Ze względu na warstwę wizualną plakat pozostaje w powiązaniu z malarstwem. Elementem różnicującym obydwie sztuki jest język. W malarstwie elementy werbalne istnieją na zewnątrz obrazu, w postaci tytułu nadającego dziełu tożsamość i umożliwiającego jego identyfikację. W plakacie zaś są one także artystycznym tworzywem.

Z kolei operowanie językiem zbliża plakat do sztuki literatury. W pierwszej z wymienionych sztuk znaki werbalne umożliwiają konkretyzację znaczeń obrazu i biorą na siebie ciężar obrazowania, w drugiej – są podstawą do tworzenia znaków literackich.



Henryk Tomaszewski, *Love*. Henryk Tomaszewski. *Affiches tekeningen*, 1991, plakat wystawowy, dzięki uprzejmości Filipa Pągowskiego



## Pod urokiem sztuki konkretnej

Współczesne plakaty, w których słowo pełni funkcję semantyczną i plastyczną, zbliżają się formą do poezji wizualnej. W tego typu tekstach istotne staje się eksponowanie kształtu i typograficznego układu znaków werbalnych na płaszczyźnie strony, dokonujące się kosztem poluzowania znaczeń elementów języka. Słowa nie służą już precyzyjnemu wyrażaniu myśli, ale „malowaniu” obrazów, co w konsekwencji powoduje upodobnienie się dzieła literackiego do dzieła malarskiego.

### Bogusław Roztworowski *Apokalipsa*

B. Roztworowski, *Apokalipsa*, w: M. Dawidek Gryglicka, *Historia tekstu wizualnego. Polska po 1967 roku*, Kraków–Wrocław 2012, s. 406.



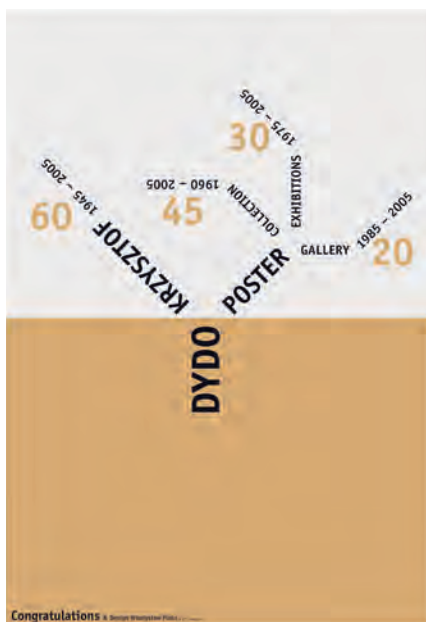
### Stanisław Dróżdź *Klepsydra*

S. Dróżdź, *Klepsydra*, „Poezja” 1972, nr 7, druga strona okładki.



Teksty Bogusława Roztworowskiego i Stanisława Dróżdźa różnią się od tradycyjnej literatury obrazową formą oraz brakiem początku i końca. Otwierają się na różne wersje semantyczne, zależne od uporządkowania linii wersowych

(Apokalipsa), jak i brzmieniowe, sugerowane wielkością czcionki (Klepsydra). Wartości czysto literackie ulegają w nich zespoleniu z plastycznymi, co upodabnia je do obrazów malarskich.



Władysław Pluta, *Dydo*, 2005, plakat upamiętniający



Lex Drewniński, *Dzieci rytmem świata*, 2002, plakat społeczny

Upamiętniając dokonania Krzysztofa Dydy w dziedzinie plakatu, Władysław Pluta zestawiał dwie płaszczyzny kolorów, na których rozrzucił znaki werbalne i niewerbalne. Układem barwnych plam zasugerował przekrój poprzeczny przestrzeni ziemi i powietrza, zaś słowa i cyfry ułożył w kształt krzewu z owocami-cyframi przywołującymi sześćdziesięciolecie życia Dydy oraz jego jubileusze na różnych polach kolekcjonerstwa.

Ilustracyjny charakter mają także słowa na plakacie Lexa Drewnińskiego. Ich układ przypomina końcowe kadry filmu. Pionowe rzędy liter na obydwu końcach klatki imitują celuloidową perforację, a wyjustowana kolumna ze zdrobniejszymi imionami oraz nazwiskami wybitnych ludzi kultury przypomina finalne napisy filmowe.

W obydwu plakatach tworzywo literackie nabiera właściwości znaków plastycznych.

## Myślące plakaty

Ikoniczne znaki plakatu, w odniesieniu do sygnowanych nimi przedmiotów, są pozbawione referencyjności. Skupiają się na interpretacji i przekazywaniu sensów. W zamierzeniu niektórych autorów plakatów współczesnych mają nie tylko kształtować przekonania odbiorcy, ale też pobudzać go do samodzielnego myślenia na jakiś temat.

W plakat�ch myślĄcych forma plastyczna nie występuje jako wartoŃc sama, a raczej pełni rolę słuŃebnĄ, podporzĄdkowanĄ nadrzĘdnej idei. Ma swój poczĄtek w pomyŃle plakatu i wybranej przez autora metafory czy znaku, jest więc budowana jakby od Ńrodka – na zewnĄtrz. (...) WiększoŃc (...) plakatów [W. Pluty – przyp. A.B.] działa



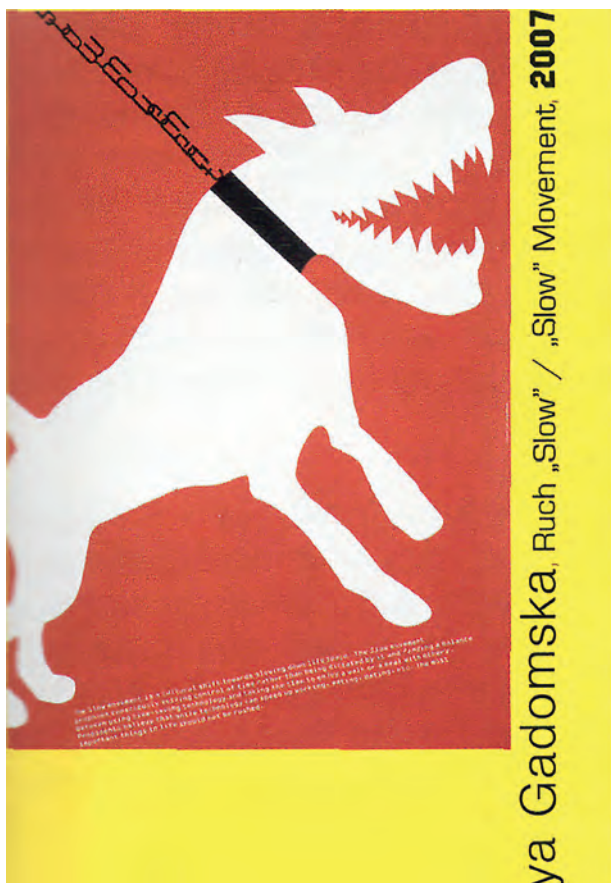
na mnie jak gwóŃdz wbijany w mózg, atakujĄc w dwoisty sposób. PierwszĄ liniĄ ataku jest znak (...). Odebrane przeze mnie znaki uruchamiajĄ ciĄg skojarzeñ i wtedy natychmiast dopowiadam przychodzĄcy sygnał wlasnym doŃwiadczeniem (...). O ile pierwszy, przychodzĄcy z plakatu sygnał jest myŃlowy, to jego dopełnienie jest zmysłowe, intuicyjne i częŃto trudne do werbalizacji. Ta dwustopniowoŃc reakcji jest jak bomba opóŃnionym, ale głĘbokim działaniu. Czasem wydaje mi się, Ńe projektowane przez Plutę plakaty to tylko umiejętnie zapisane na papierze komponenty przekazu, który w swej ostatecznej formie staje się wspólnym dziełem autora i odbiorcy. To wlasnie odbiorca jest podmiotem plakatu.

Władysław Pluta, 8 marca, 1976, plakat społeczny

W swoim prywatnym archiwum mam dwa zbiory plakatów Władysława Pluty. Każdy jest inny i opatrzony innym zdjęciem autora. Na froncie pierwszego, młody wówczas autor, z chochlikiem w oku goli się, żeby godnie uczcić Dzień Kobiet. Panie są jego lustrem.

K. Lenk, *Mysłące plakaty*, „2+3D” 2003, nr 9, s. 8.

(...) jeden z plakatów Viktoriiji Gadomskiej podszeptuje (...) SLOW MOVEMENT – ruch spowalniania. „Ruch Slow to Kulturowy Przewrót w stronę zmniejszenia tempa życia. Ruch Slow proponuje wytrwałe przejmowanie kontroli nad czasem zamiast podporządkowywania się i znajdowania równowagi pomiędzy korzystaniem z technologii oszczędzających czas a spędzaniem go na spacerach lub wspólnych posiłkach. Jego teoretycy wierzą, że o ile technologia może przyspieszyć pracę, jedzenie, chodzenie na randki, o tyle w przypadku najważniejszych rzeczy w życiu nie powinniśmy się śpieszyć.” – czytamy napis białymi literami na czerwonym tle (...) Czyżby nowa forma plakatu ideowego? Co prawda tym razem nie chodzi o wzrost produkcji, lecz o zwolnienie tempa, uwolnienie myśli.



Viktoriya Gadomska, *Ruch „Slow”*, 2007, plakat społeczny

## FASHION VICTIMS



Anna Szczepańska, *Ofiary mody*, 2007,  
plakat ekologiczny

Sztuka walcząca! O obronę nowych poszkodowanych. „Fashion victims” – ofiary mody, mamy więc społeczny problem – skrzywdzeni przez konwencję? Poczucie humoru zostaje wystawione do walki z humorem. Gra zaczyna być niebezpieczna. Plakat wojuje nie wojując. Zaczepia miękkością. Prowokuje zdziwieniem.

Jest wstrząsająco społeczny – Każdego stać na szofera – skojarzenia tańczą między ubóstwem a nadmiarem, Kongo a Warszawą, wygodą a masochizmem, żartem a namową. Jest „czysty” formalnie, prosty jak sztuka dziecka, żadnych op-artów<sup>180</sup>, ani olśnień barwnych, żadnych kontrastów ani złotych koronek. Lata ćwiczeń redukcji, głęboka, dobrze przerobiona lekcja funkcjonalizmu, opanowana teoria informacji wizualnej, warsztat wzorowy.



Szymon Prandzioch, *Każdego stać na szofera*, 2007,  
plakat społeczny

<sup>180</sup> Op-art (ang. *optical art.*) sztuka optyczna, wzrokowa, wizualizm; kierunek w sztuce współczesnej, którego celem jest oddziaływanie na wrażenia wzrokowe widza przez abstrakcyjne linie wywołujące geometryczne złudzenia optyczne.

Prawa ludzi i dziecko [*Menschenrechte und Kinder*] – mówi Wolfgang Schoeck – dostatni (tłustawy) małe pociąga Coca-colę (?), miejmy nadzieję, że tylko], przebiegle wyrafinowana forma butelki sprawia, że nie wiemy na pewno, co to za napój, a więc wahanie, zatrzymanie myśli, biel, czern i czerwień – (...) kolory zaangażowane. Domyślamy się najgorszego. (...) Ambiwalencja nastroju bierze się z barw, czytelności (rozpoznania, porównania) kształtów, ich separacji barwą.

Ten sam zestaw barw używa Dawid Krzysteczko w plakacie, który jest kwintesencją Ruchu Istnienia, „się jest!” – głosi niezidentyfikowana mała forma [muchy?], czarny punkt bytu pośrodku. Obok duża, widoczna jak na obrazie sygnatura artysty. Plakat „więc jest” sztuką, jej outdoor’ową<sup>181</sup>, intymną postacią. W tym ideowo-życiowym komunikacie tkwi manifest pokolenia, rodziców, dziadków, pijaków na ławce i polityków, szczęśliwych i nieszczęśliwych ze swego istnienia, wszystkich, którzy są. (...) Plakat (...) odgrywa rolę młodego mentora. Napomina, przypomina, prosi o zastanowienie.

D. Folga-Januszewska, *Młody teatr zaangażowanego plakatu*, w: 21. *Międzynarodowe Biennale Plakatu*, red. M. Kurpik, K. Matul, Warszawa 2008, s. 27–29.

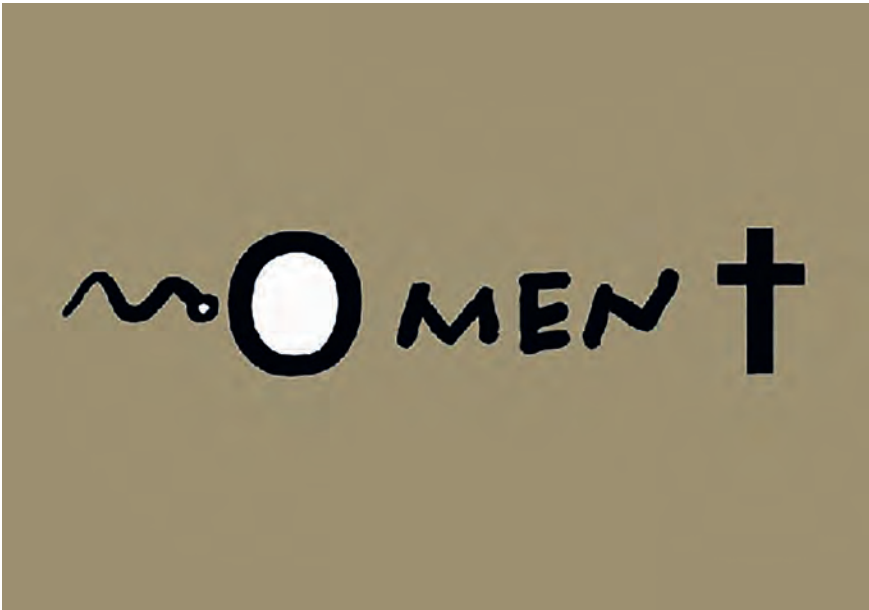


Wolfgang Schoeck, *Prawa ludzi i dziecko*, 2007, plakat społeczny



Dawid Krzysteczko, *Się jest!*, 2007, plakat społeczny

<sup>181</sup> Outdoorowy, od *outdoor* (ang.) – reklama umieszczana na wolnym powietrzu, zwłaszcza plakat na ogromnej tablicy; w znaczeniu przymiotnikowym: służący prezentacji zewnętrznej, odbywający się na zewnątrz.



Piotr Młodożeniec, *Moment*, 2003, plakat autorski

We współczesnej kulturze można zaobserwować rozdzielanie się dróg plakatu i reklamy. Ta ostatnia znajduje dziś bardziej dalekosiężne media – billboardy, citylighty, telebimy itp. Wyzwolone z obowiązku informowania i perswadowania, plakaty stały się refleksyjne. Coraz częściej przestają oddziaływać na wolę odbiorcy, skupiając się na jego myśli. To, co ongiś było ich celem (zbyt produktu), teraz staje się przedmiotem kontestacji (np. skutki konsumpcji). Same zaczynają też prowokować ważne tematy egzystencjalne – obrazem inicjują językowy dyskurs.

# Środki plakatowego wyrazu

*Korespondencja literatury i plakatu może wyrażać się nie tylko w podobieństwie motywów i tematów obydwu sztuk czy też w ich wzajemnych inspiracjach, ale i w analogicznych operacjach artystycznych, ujętych w schemat tropów stylistycznych – metafor, animizacji, personifikacji, symboli, alegorii, porównań – a także w narracji. Pierwotnie stanowiły one wyposażenie warsztatu myśliciela/pisarza. „Wynalazł” je, by rozluźnić konstrukcje językowe służące mimetycznemu obrazowaniu, by tworzyć nazwy rzeczy i zjawisk dotychczas niewyodrębnionych/nienazwanych lub też „zagęścić” myśl/estetykę wypowiedzi.*

*Przejmując literackie instrumentarium, plakaciści wykorzystują je w analogicznych celach. Dzięki temu rozluźniają mimetyczne wiązania pomiędzy wizualizowanymi formami plastycznymi, czyniąc je migotliwymi, płynnymi, wieloznacznymi. W ten sposób, zachowując plastyczną substancję obrazów, wzbogacają ją o właściwości dyskursywne charakterystyczne dla tworzywa literackiego.*





## W warsztacie Muz

Sztuka jest jedna, jej odmian – wiele. Choć wszystkie służą wyrażaniu myśli, każda czyni to w innym tworzywie. Pomimo odmiennych materii artystycznych, różne dziedziny twórczości mogą się posługiwać analogicznymi strukturami myśli, wyodrębnionymi i opisanymi przez poetykę. Metafora, porównanie, symbol, alegoria, narracja to instrumentarium przydatne w warsztacie artystów parających się różnymi odmianami sztuki.

(...) wśród narzędzi poetyki znaleźć można aliterację czy kalambur, które odnoszą się wyłącznie do tekstów słownych (są działaniami na słowach), jak i metaforę, epitet, symbol, paralelizm czy choćby narrację, a więc pojęcia, które posłużyć mogą do opisu wszelkiego typu tekstualności. Fakt, iż poetyka wypracowała takie narzędzia w toku badań nad literaturą, nie świadczy o specjalnej pozycji literatury w świecie sztuki, ale raczej o tym, że w r ó ż n y c h r o d z a j a c h sztuki o d n a l e ż ć m o ż n a a n a l o g i c z n e s t r u k t u r y t e k s t o w e. (...) Poetyka jako nauka o budowie utworu pozwala określić miejsca wspólne w przekazach reprezentujących różne dziedziny sztuki. Badając struktury tekstowe, wskazuje na relacje między sztuką u ludzkim myśleniem. Prezentuje sztukę jako akt twórczego myślenia będącego swoistą jednością wypowiadającą się za pośrednictwem znaków obrazowych, dźwiękowych, słownych. Znaki te aktywnie uczestniczą w kreacji określonych typów tekstów, kształtując medium literatury, teatru, filmu, komiksu i innych. W efekcie analogiczne struktury myślowe „wypowiadają się” w różnych systemach semiotycznych. Poetyka, odnosząca się do zasad tworzenia, ujawnia je w różnych tekstach, niezależnie od organizacji semiotycznej przekazu, wyznaczając wspólnotę myślową przekazów polisemiotycznych.

Poetyka zatem z jednej strony wskazuje na podobieństwo struktur myślowych obecnych w przekazach literackich, filmowych, malarskich, internetowych, z drugiej natomiast ujawnia różnice między tekstami kreowanymi w odmiennych mediach, potwierdzając tym samym uczestnictwo semiosfer, jak i mediów w tworzeniu znaczeń. (...) Jeśli możliwy jest podział na figury, które mają swe źródło w myśleniu, oraz te, które zakotwiczone są w języku, możliwe

powinno być również wyodrębnienie figur zakotwiczonych w innych niż język systemach semiotycznych, a także tych, które powstają w interakcji różnych systemów znakowych. Oznaczałoby to w konsekwencji możliwość podziału na figury m o n o s e m i o t y c z n e, więc figury słowa, obrazu czy dźwięku, oraz i n t e r s e m i o t y c z n e [podkreśl. w oryginale – przyp. A.B.] – powstające w relacji między odmiennymi systemami znakowymi (tak jak ma to miejsce w przypadku filmu, komiksu, plakatu).

E. Szczęsna, *Wprowadzenie do poetyki intersemiotycznej*, w: *Intersemiotyczność: literatura wobec innych sztuk (i odwrotnie)*, red. S. Balbus, A. Hejmej, J. Niedźwiedz, Kraków 2004, s. 29–31.

**Maria Dąbrowska**

*Pielgrzymka do Warszawy*

M. Dąbrowska, *Gwiazda zaranna*, Warszawa, 1964, s. 16.

Fragment opowiadania z tomu *Gwiazda zaranna* (1955).

Patetyczne zwaliska kościoła Świętego Aleksandra sterczą w niebo kolumnami rozbitej nawy. Tylko jedna strona placu między Bracką a Nowym Światem nie zburzona. Poza tym gruzy, gruzy. (...) Mijam plac Zbawiciela. Na środku cmentarz. Kościół stoi, ale ciężko poharatany. Mokotowska od placu do Polnej też w znacznej części spalona. Zaglądam na Jaworzyńską. Dom nr 2, gdzie był szpital powstańczy, osmalony, okna przeważnie bez futryn, a nad każdym czarna smuga sadzy, widać wewnątrz zgorzało. (...) Skręcam w Polną koło zastra-



Eryk Lipiński, *Ulica Graniczna*, 1948, plakat filmowy

szającej ruiny domu nr 32, który tyle razy palił się w czasie powstania i do którego gaszenia wołano ciągle i mieszkańców naszej kamienicy. (...)

Coraz wolniej, tak jakby wszystko ujrzone czepiało się nóg i wlokło za mną, zbliżam się do bramy Polna 40. Na framudze kredą: „Rozminowano 27 stycznia 1945 roku”. W bramie wita mnie stary przyjaciel, dozorca domu. Zapuścił siwą brodę. Rzucamy się sobie w objęcia i całujemy się płacząc. Razem przeżyliśmy powstanie, w którym on stracił syna, ja – siostrę. Tak się zaczął mój pierwszy dzień w zburzonej Warszawie.

Przytoczony fragment *Gwiazdy zarannej* Marii Dąbrowskiej łączy z *Ulicą graniczną* Eryka Lipińskiego podobny sposób ekspresji wojennych doświadczeń. Zwaliska gruzów rozpościerające się przed oczyma narratora opowiadania ulegają w toku relacji ożywieniu, co wyraża się w obdarzeniu ich zdolnością współodczuwania ludzkiego cierpienia („wszystko ujrzone czepiało się nóg i wlokło za mną”). W takim ujęciu człowiek upodabnia się do rumowiska, a ono samo, przepełnione bólem ludzkiej duszy, staje się podobne do psa wiernie towarzyszącego niedoli pana.

Podobnie figuruje zgłiszczca autor plakatu *Ulica Graniczna*. Ułomkowi muru nadał kształt ludzkiej sylwetki. Czarny kikut ściany z czerwonymi, wypalonymi oknami w miejscach twarzy, serca i trzewi posłużył mu do rzutowania człowieczej boleści. W obydwu tekstach kultury gruzy powojennej Warszawy ożywają i cierpią. Są współczującym świadkiem tragedii człowieka – emocjonalnej ruiny – ofiary wojny.

## Metaforyzacja obrazu

Metafora to właściwość języka polegająca na tworzeniu nowych znaczeń przy pomocy słów istniejących w zasobie leksykalnym. Występuje zarówno w języku powszechnym (metafora potoczna), jak i w języku literatury (metafora poetycka). Po wielokroć powtarzana, w codziennej komunikacji staje się środkiem ekspresji znaczeń skonwencjonalizowanych, pozbawionych nowatorstwa semantycznego i estetycznego. Szczególnej wartości nabiera w przestrzeni sztuki literackiej. Jest tu wyrazem potrójnego odkrycia: egzystencjalnego (nowego doświadczenia), językowego (słowa dającego wyraz przeżyciu) i estetycznego (niezwykłości desygnatu i jego werbalnego odpowiednika).

Według Seweryny Wystouch „metafora może istnieć (i istnieje!) w warstwie przedmiotowej obrazu, gdy jest spełniony jeden zasadniczy warunek: o s ł a b i e n i e f u n k c j i o z n a c z a j ą c e j (referencyjnej) przedmiotów przedstawionych”<sup>182</sup>.

Twórca plakatów może skonstruować ten środek plastycznej ekspresji, odwołując się do któregoś z dwóch sposobów deikonizacji znaku plastycznego. Jeden polega na stylizowaniu kształtów odtwarzanych w obrazie elementów, by mogły sugerować podobieństwo z kształtami innych elementów, drugi zaś na takim „konfigurowaniu i deformowaniu przedmiotów, które odbiera im dosłowność, ‘uniemożliwia’ odniesienia mimetyczne”<sup>183</sup>.



Michał Batory, *Piano-Folies*, 2006, plakat muzyczny

<sup>182</sup> S. Wystouch, *Literatura a sztuki wizualne*, op. cit., s. 76.

<sup>183</sup> Ibidem.

W *Piano-Folies* artysta wykorzystał obraz palców dłoni człowieka białego i czarnoskórego. Odpowiednio je konfigurując, sprawił, że w spojrzeniu odbiorcy tracą oczywistość obrazowania, przeistaczają w inny przedmiot wizualizacji – fragment czarno-białej klawiatury fortepianu. Obydwa zakresy plastycznej metafory odnoszą się do przedmiotu reklamy określonego w warstwie werbalnej plakatu – koncertu fortepianowego.

W pracy *Recital z okazji 250. rocznicy urodzin Mozarta* Batory posłużył się podobnym zabiegiem artystycznym co w plakacie *Piano-Folies*. Skojarzenie z klawiaturą instrumentu klawiszowego tym razem uzyskał dzięki odpowiedniemu ułożeniu czarnych i białych świec. Ukazując płomień i dym nad świecami, artysta zasugerował odbiorcy dodatkowe konotacje odnoszące się do charakteru koncertu, *in memoriam*, a więc do upamiętnienia zmarłego kompozytora. Plastyczną metaforę dzieła współtworzy także warstwa werbalna plakatu. Poszczególne napisy wiją się nad płomieniami świec, obrazując nitki dymu. Podobnie jak warstwa ikoniczna plakatu, są znaczeniowo dwuznaczne.

Obydwa omawiane plakaty Batorego są dla spektatora doświadczeniem bez precedensu, i to z dwu powodów. Po pierwsze, dotychczas jego oko niczego podobnego nie widziało, a więc obraz jest odkrywczy. Po drugie, zobaczone nie ma odpowiednika w realnym świecie, lecz w rzeczywistości mentalnej. To szczególne wizualne doświadczenie stało się możliwe dzięki plastycznej metaforze, która pozwala widzieć skroś widzialnego i postrzegać to, co niewidzialne.



Michał Batory, *Recital z okazji 250. rocznicy urodzin Mozarta*, 2006, plakat muzyczny

## Sugestia podobieństwa – porównanie

W literaturze porównaniem nazywamy figurę zbudowaną ze słów, służącą uwypukleniu jakiejś cechy czy właściwości desygnatu przez wskazanie podobieństwa do cech i właściwości innych desygnatów.

P o r ó w n a n i e (...) jest przybliżaniem, relacją styczności elementów porównywanych. (...) uwydatnia jakąś cechę, która może być podana wprost, np. głupi jak osioł, piękna jak Afrodyta, lub sugerowana, np. ona jest jak kocica (przymilna, schlebająca, wygodna, tajemnicza, sprytna). Porównanie wprowadza selekcję cech: dopuszcza jedną cechę lub kilka możliwych, pomijając inne, np. porównanie do kotki eliminuje takie cechy jak: prostoliniowość, pracowitość, uczciwość. Porównanie służy zatem wyszczególnieniu jakichś cech, przy jednoczesnym „odsuwaniu w niepamięć” innych.

We wszystkich przypadkach porównania językowego mamy do czynienia z figurą mającą postać „X jest jak/niby/niczym Y”. Tymczasem niewerbalność czy polisemiotyczność ogranicza lub uniemożliwia użycie słownego elementu komparatywnego. Niezbędne staje się zatem zasugerowanie podobieństwa czy analogii na drodze określonego doboru zestawianych elementów. Brak elementu komparatywnego prowadzi też do z a a n g a ż o w a n i a odbiorcy w akt porównywania. W znacznie większej mierze niż w przypadku przekazów werbalnych od woli interpretatora zależy, czy zestawienie elementów różnosemiotycznych odczyta jako porównanie czy też na przykład jako metaforę lub epitet. W przekazach polisemiotycznych zatarciu ulegają bowiem wyraźne granice między niektórymi figurami, np. hasło reklamowe: „Peugeot – nowa moc silnika” w połączeniu z wizerunkiem pędzącego lamparta może dawać efekt metafory (Peugeot jest lampartem), porównania (Peugeot jest jak lampart) lub epitetu (lamparci silnik, szybki samochód).

E. Szczęsna, *Wprowadzenie do poetyki intersemiotycznej*, w: *Intersemiotyczność: literatura wobec innych sztuk (i odwrotnie)*, red. S. Balbus, A. Hejmej, J. Niedźwiedz, Kraków 2004, s. 35–36.



Tadeusz Gronowski,  
*Wielki balet*, 1954,  
 plakat baletowy

Plakat *Wielki balet* Tadeusza Gronowskiego reklamuje film muzyczny o tym samym tytule oparty na baletach *Jezioro łąbedzie* Piotra Czajkowskiego, *Fontanna Bachczysaraju* oraz *Płomień Paryża* Borisa Asafjewa. Twórca posłużył się obrazem baletnicy na tle łabędzia, wraz z którym unosi się na tafli wody. Zestawione w obrazie elementy układają się w schemat plastycznego porównania. Odpowiednikiem członu porównywanego jest tu tancerka klasyczna. Podkreśleniu gracji jej ruchów służy łabędź, powszechnie uznawany za stworzenie odznaczające się wytworną sylwetką i płynnością ruchów. Ptak pełni więc w warstwie kompozycji ikonicznej plakatu funkcję członu porównującego. Jest nośnikiem i najwyższą miarą doskonałości ucieleśnionej w obrazie baletnicy.





Tadeusz Gronowski, *Aerolot*, 1927, plakat reklamowy



Tadeusz Gronowski, *Linie lotnicze LOT*, 1929, plakat reklamowy

W sztuce słowa model porównania tworzy schemat *tertium comparationis*. Porównywane i porównujące są zespolone wyrażeniami „jak”, „tak jakby”, „niby”, „na kształt”. Ponieważ spojenia zestawianych członów są nieprzekładalne na język plastyki, porównanie obrazowe jest dwuczłonowe, *duo comparationis*, wynika z podobieństwa przywoływanym motywów. Z tego względu łatwo pomylić je z metaforą. Jednak przenośnia polega na łączeniu w figuralną jedność konturów różnych desygnatów, w rezultacie czego stają się one obrazowo wieloznaczne (np. samolot-ptak, *Aerolot*), zaś porównanie wyraża się w takim zespalaniu kształtów, które pozwala im zachować jednoznaczność obrazowania (np. samolot i ptaki – *Linie lotnicze LOT*).

## Raz jeszcze – figura powtórzenia

Mianem powtórzenia określa się każde co najmniej dwukrotne przywołanie jakiegoś członu wypowiedzi językowej. Stanowi ono podstawę rymu (powtórzenia jednakowych lub przybliżonych układów brzmieniowych w zakończeniach wyrazów), instrumentacji głoskowej (powtórzenia głosek usytuowanych w bliskim sąsiedztwie), anafory (powtórzenia elementów językowych w kolejnych segmentach wypowiedzi), epifory (powtórzenia słowa/słów w zakończeniu następujących po sobie fragmentów tekstu), paralelizmu (powtórzenia tożsamy lub podobnych treści, układów kompozycyjnych, zdań, wersów, strof, wątków). Stosowanie powtórzeń w literaturze służy rytmizacji wypowiedzi, eksponowaniu znaczeń oraz wzmaganiu ekspresji.

Powtórzenie jako środek plakatowej ekspresji polega na dwu- lub wielokrotnym użyciu tego samego bądź analogicznego elementu obrazowego w celu wyrażenia lub podkreślenia pewnych znaczeń, a także estetyzacji wizualnego przekazu.

Powstała w 1916 roku we Włocławku Fabryka Ferdynanda Bohma & Co (dzisiejsza „Delecta”) zachwalała w 1926 roku produkowaną w niej kawę z dodatkiem cykorii plakatem z wize-



Tadeusz Gronowski, *Najstarsza w Polsce fabryka cykorii Ferdynand Bohm & Co*, 1926, plakat reklamowy

runkiem bobasa trzymającego olbrzymią filiżankę kawy. Cieknąca po śliniaku strużka napoju rozpryskuje się na ziemi, skąd jest spijana przez małego pieska. Obraz dwukrotnie wykorzystuje figurę powtórzenia. Pijący maluch ma analogię w wizerunku chłpcącego zwierzaka. Z kolei czerwono-biały wizerunek dziecka i pieska z łączącą ich czarną płaszczyzną napoju wylewającego się z filiżanki łączy się w figuralną jedność, zmultiplikowaną w szaroniebieskim cieniu tej scenki. Figura powtórzenia jest tu nie tylko źródłem wrażeń estetycznych, ale też sygnałem, że napój jest dobry i zdrowy.



Szymon Prandzioch,  
*Kraj Wschodzącego Słońca*, 2006, plakat  
promocyjny

W plakacie *Kraj Wschodzącego Słońca* czerwone koło jest znakiem gwiazdy symbolizującej Japonię. Ośmiokrotne powtórzenie przybliżonego jej kształtu, od małego i do połowy przesłoniętego, przez coraz większy i większy, aż do dużego i pełnego, oznacza wschód gwiazdy. Odpowiednią konfiguracją powielanych elementów plakacista zwizualizował synonimiczne miano Japonii.

## Franz Kafka

### *Proces*

F. Kafka, *Proces*, w: idem, *Wybór prozy*, wstęp i oprac. Ł. Musiał, Wrocław 2018, s. 130–132.

Bohater *Procesu* (1925), trzydziestoletni prokurent bankowy Józef K., zostaje pewnego dnia aresztowany. Ani powód uwięzienia, ani jego zleceniodawca nie zostają mu wyjawieni. Usiłując rozpoznać własną sytuację i dowieść niewinności, toczy na temat swego położenia rozmowy z różnymi ludźmi – adwokatem

Huldem, malarzem Titorellim, kapelanem więziennym. Poniższy fragment ukazuje rozmowę Józefa K. z nadzorcą.

– (...) Wnioskuje to z tego, że jestem wprawdzie oskarżony, ale nie mogę znaleźć najmniejszej winy, o którą można mnie było oskarżyć. Ale i to jest drugorzędną sprawą; kto mnie oskarża? – oto zasadnicze pytanie. Jaka władza prowadzi dochodzenia? Czy pan jest urzędnikiem? Nikt z was nie ma munduru (...). W tych kwestiach żądam wyjaśnień i jestem przekonany, że po ich otrzymaniu najserdeczniej się rozstaniemy.

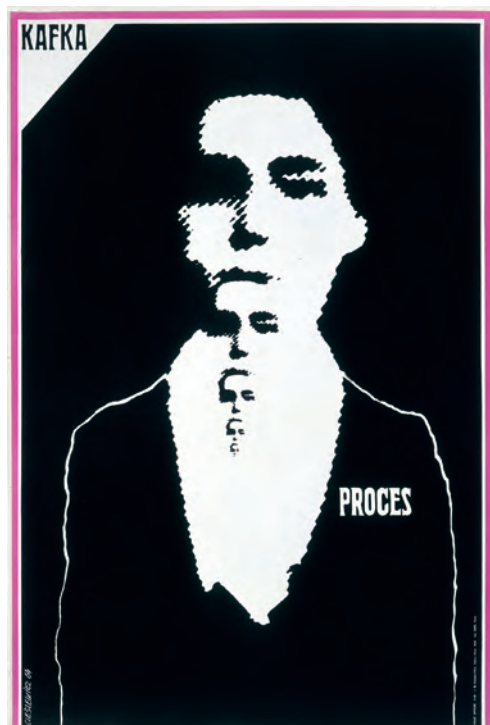
Nadzorca opuścił na stół pudełko z zapalkami.

– Pan jest w wielkim błędzie – rzekł. – Ci panowie i ja stoimy w tej sprawie całkiem na uboczu, co więcej, my o niej prawie nic nie wiemy. (...) Powinien pan też być powściągliwszy w słowach. Prawie wszystko, co pan przedtem powiedział, można było po pierwszych paru słowach wywnioskować z pańskiego zachowania, zresztą nie było to nic dla pana szczególnie korzystnego.

K. wpatrzył się w nadzorcę. Dostawał nauczki jak w szkole, i w dodatku może od człowieka młodszego od siebie! Za swoją otwartość został ukarany naganą! A o przyczynach aresztowania i o tym, kto je nakazał, nie dowiedział się niczego!

Zirytowany przemierzał pokój tam i z powrotem, w czym mu nikt nie przeszkadzał, podciągnął mankiety, obmacał sobie pierś, przygładził włosy, przeszedł obok trzech mężczyzn, powiedział:

– Ależ to nie ma sensu – na co się odwrócili i popatrzyli na niego życzliwie, ale z powagą, a on wreszcie zatrzymał się przy stole nadzorcy. – Prokurator Hasterer jest moim dobrym przyjacielem – rzekł. – Czy mogę do niego zatelefonować?



Roman Cieśliewicz, 'Proces' Kafka, 1964, plakat teatralny

© Adagp, Paris, 2021 - Photo: Trawinski Piotr/Adagp images

– Oczywiście – powiedział nadzorca – tylko nie wiem, jaki to mogłoby mieć sens. Chyba że ma pan z nim omówić jakąś prywatną sprawę.

(...) Dobrze, nie będę telefonował.

– Ależ proszę – powiedział nadzorca i wskazał ręką na przedpokój, gdzie był telefon. – Proszę, może pan zatelefonować.

– Nie, już teraz nie chcę – rzekł K. i podszedł do okna.

Józef K. zostaje oskarżony. Nie wie, o co, ani przez kogo. Rozpoczyna walkę z tajemniczą Instytucją, która mieni się sądem. (...) Ta walka ma jednak sens tylko, gdy toczy się ją samotnie. Najpierw trzeba poznać siebie, czyli dojść własnej winy. Potem zaś – albo równocześnie – Prawo. Czy poznanie jest jednak możliwe? Poznanie Instytucji Prawa nie oznacza poznania jego Treści. A uświadomienie swojej samotności, dobranie się do własnego siedliska łąków, przecucie własnych przeznaczeń nie będzie triumfem, lecz wyrokiem.

J. Łukosz, posłowie do: F. Kafka, *Proces*, przeł. B. Schulz, Wrocław 1994, s. 291.

Technika fotograficzna wzbogaciła warsztat graficzny Cieslewicza już na początku lat sześćdziesiątych, a sposób podejścia do tworzywa fotograficznego oparty na „zakodowaniu zdjęcia” był obecny w pracach reklamowych, jak i tych powstających z czystej pasji tworzenia. Często podkreślał, że właśnie fotografia była jego materią z wyboru, „prawie biologicznym elementem ciała”, a jej struktura dawała mu nieskończone możliwości eksperymentowania.

A. Grabowska-Konwent, *Roman Cieslewicz*, w: *Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, red. J. Mrowczyk, Kraków 2017, s. 245.

Znakiem teatralnej adaptacji *Procesu* Franza Kafki artysta uczynił czarno-biały portret mężczyzny. Ustawioną frontalnie sylwetkę zdeformował, wpisując w korpus trzykrotnie powieloną twarz postaci. Umieszczona jedna pod drugą, w proporcjonalnym pomniejszeniu, figura ta wyraża schodzenie w głąb własnej psychiki, błądzenie po jej zakamarkach w poszukiwaniu dowodów własnej niewinności.

## Figura życia – animizacja

Ożywienie, zwane też animizacją, stanowi odmianę metafory. Polega na nadawaniu twórcom nieożywionym, zjawiskom natury i pojęciom abstrakcyjnym cech oraz zachowań właściwych istotom żywym.



Joao Machado, *Międzynarodowy Rok Lasów 2011*, 2011, plakat ekologiczny

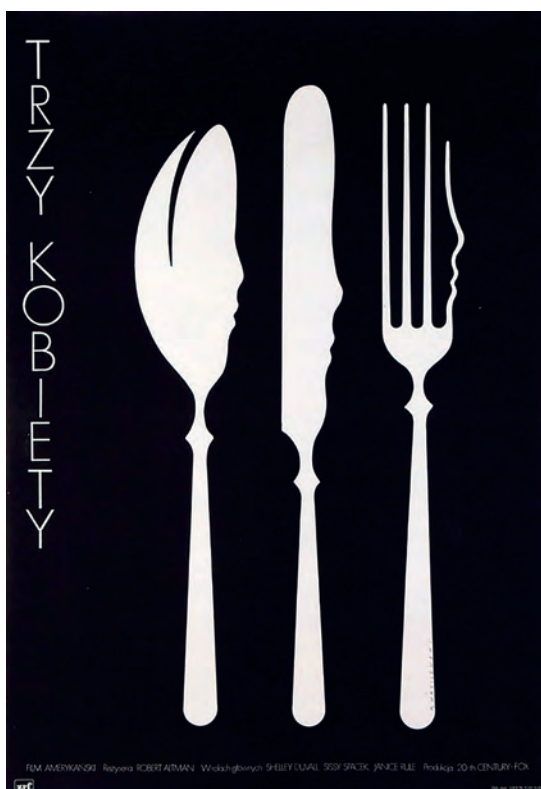


Wojciech Korcuć, *Chroń naturę*, 2010, plakat ekologiczny

Uwolnienie plakatowych obrazów od obowiązku mimetyzmu pozwala artystom tchnąć życie w formy nieożywione. Z materii martwej powstaje budulec witalny, liście mienią się ptakami, a czarny kleks przekształca się w głowę sarenki. Powstaje magiczny, jak w baśni, obraz świata. Czarodziejką stylu jest animizacja – odmiana metafory.

## Trop człowieka – personifikacja

Personifikacja, podobnie jak ożywienie, jest odmianą metafory. Powstaje w konsekwencji stylizowania opisu/obrazu rzeczy, pojęć, zjawisk, roślin i zwierząt na „obraz i podobieństwo” człowieka.



Mieczysław Wasilewski, *Trzy kobiety*, 1978,  
plakat filmowy

W plakacie *Trzy kobiety* autor wykorzystał motyw sztućców. Ukazując je na czarnym tle, bez naturalnego kontekstu wizualnego, przekształcił w znak wykraczający poza to, co bezpośrednio przedstawiają. Na tropich nowego znaczenia wprowadza tożsame odkształcenie prawego konturu każdego prezentowanego elementu zastawy, upodabniające je do profilu ludzkiej twarzy. Dzięki takiej konstelacji i metamorfozie stają się one odpowiednikami trzech bohaterek reklamowanego filmu. Czarne tło nie tylko koncentruje uwagę widza na nietypowych personach – sztućcach-ludziach, ale też może sugerować, że film jest psychologicznym studium kobiet.



Eugeniusz Skorwider, *Weekend z Napoleonem*, 2007, plakat kulturalny

*Weekend z Napoleonem* to trzydniowa impreza rozpoczęta 29 września 2007 roku pod patronatem Prezydenta Miasta Poznania dla uczczenia dwusetnej rocznicy pobytu Napoleona w Poznaniu. W ramach imprezy odbyły się wykłady, pokazy pamiątek, konkursy i projekcje filmowe, a także kostiumowy Bal Napoleoński.

Upostaciowienie plakato-  
wego motywu może wykraczać  
poza ogólnikowość ludzkiej syl-  
wetki i podsuwać odniesienia  
do konkretnej osoby, jak to ma  
miejsce w pracy Eugeniusza  
Skorwidera *Weekend z Napo-  
leonem*. Mimo schematycznego  
zarysu, autor przywołał postać  
Napoleona, wpisując w kon-  
tur głowy charakterystyczny  
element galowego umundu-  
rowania cesarza Francuzów –  
dwurożnej czapki, bikornu.



Jacques-Louis David, *Napoleon przekraczający Przełęcz Świętego Bernarda w 1800 roku*, 1800–1801, Zamek w Malmaison, Francja



# Świat urzeczowiony – reifikacja

Reifikacja (łac. *res* – ‘rzecz’) to takie przedstawianie treści abstrakcyjnych oraz istot żywych, które nadaje im formy materialne właściwe przedmiotom. W takim ujęciu desygnaty pojęć stają się substancjalne, ludzie zaś postaciowani są według wyglądnów rzeczy i przyjmują ich sposób obecności i funkcjonowania w świecie.

Reifikacja (...) zdaje się (...) operacją, która tworzy prostą i symetryczną opozycję wobec zjawiska personifikacji – szeroko rozumianego uczłowiczenia rzeczy nieożywnionych. Posługuje się przecież tymi samymi mechanizmami, tyle że odwraca kierunek zmian znaczeniowych. (...)

## personifikacja

na barkach góry leży śnieg  
noga stołu  
oko sieci, ucho dzbana

(...)

## reifikacja

(o człowieku) ty góro mięsa!  
ty nogo stołowa!  
oko i ucho szefa

Personifikacja i reifikacja obecne są w naszym języku i korzystają z tych samych mechanizmów semantycznych: metafory (...).

Personifikacja jest zadomowiona w języku i oceniana pozytywnie. Reifikacja budzi emocje, ponieważ wiąże się z deprecjacją człowieka (noga stołowa, góra mięsa, czyjeś oko i ucho).

S. Wysłouch, *Paradoksy reifikacji w literaturze i sztuce*, w: eadem, *Literatura i semiotyka*, Warszawa 2001, s. 142–143.



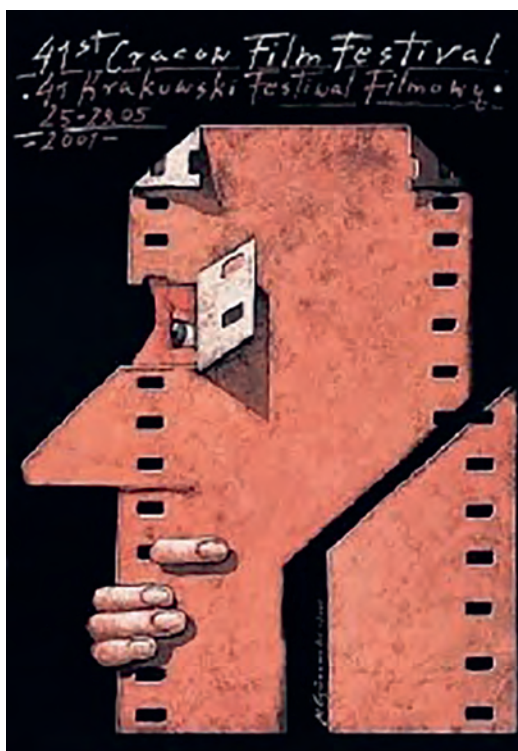
Mieczysław Górowski, *XXV Rzeźba Roku '88*, 1989, plakat wystawowy

Budował [M. Górowski – przyp. A.B.] repertuar możliwie nośnych motywów i symboli, wśród których obok ludzkich kończyn, narządów zmysłów i wszystkiego, co może je skrywać – masek, pancerzy, bandaży, butów, koron czy kapeluszy – charakterystyczną grupę stanowią „maszyny proste”: wózki, śruby, węzły, rusztowania, drabiny, wagi, krzesła itp. „Pociąga mnie seryjność myślenia. Konsekwencja. Zabawa tym samym elementem” – przyznawał. (...) Plakaty „kombinatoryczne” zależnie od warunków ekspozycji można przecinać, obracać czy zestawiać dla spotęgowania ich działania albo wymowy.

M. Pawłowski, *Mieczysław Górowski, w: Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, red. J. Mrowczyk, Kraków 2017, s. 339–340.

Krakowski Festiwal Filmowy (KFT) to impreza kulturalna odbywająca się od 1961 roku na przełomie maja i czerwca w Krakowie, poświęcona filmom krótkometrażowym, dokumentalnym i animowanym. W jej ramach odbywają się także pozakonkursowe pokazy filmów znanych reżyserów, etiudy studenckie, a także warsztaty, konferencje, wystawy. Należy do najważniejszych festiwali filmowych w Europie.

Reifikacja jednostki w XXV *Rzeźbie Roku '88* wyraża się w odrealnieniu plakatu motyw oraz w możliwości niekończącego się zestawiania zmultiplikowanego plakatu. Oto atletyczna męska ręka przyśrubowana do nieistniejącego tułowia (?) mocno chwyta narzędzie pracy. Napięte żyły znamionują najwyższy wysiłek, którego sens nie jest dany naszemu spojrzeniu. Ułożenie powielonego plakatu we fryz łączy reifikującą figurę z myślą o ubezwłasnowolnieniu jednostki i zniewoleniu ślepą, cykliczną powtarzalnością,



Mieczysław Górowski, 41. Krakowski Festiwal Filmowy, 2001, plakat filmowy

z której nie można się uwolnić. Narzędzie trzymane przez rękę okazuje się kluczem francuskim przykręcającym/odkręcającym ją samą. Widzimy obraz nieskończonego znoju człowieka – mechanizmu maszyny zdeterminowanej samonapędem i autokontrolą. Figura reifikacji służy więc nie tylko kształtowaniu stylu, ale też wyrażaniu treści ontologicznych.



Mieczysław Górowski, *Absolut Warhola*. Stanisław Mucha, 2001, plakat filmowy

*Absolut Warhola* to niemiecki film dokumentalny z 2001 roku w reżyserii Stanisława Muchy, poświęcony życiu i twórczości Andy'ego Warhola (1928–1987), amerykańskiego artysty wywodzącego się ze słowackich łemków, przedstawiciela pop-artu.

Plakaty 41. *Krakowski Festiwal Filmowy* oraz *Absolut Warhola*. Stanisław Mucha uprzedmiotawiają ludzką głowę. W przeciwieństwie do XXV Rzeźby Roku '88, reifikacja nie deprecjonuje tu istoty ludzkiej, lecz służy jej przybliżeniu. W pracy zapowiadającej festiwal filmowy artysta zestawia oko i palec człowieka z wyciętym z taśmy celuloidowej konturem głowy, kreując

syntetyczny znak reżysera – twórcy rejestrującego świat okiem kamery. Z kolei w plakacie promującym film dokumentalny o Andym Warholu zespolił figurę walca z czupryną, w jakiej artysta ukazał się na autoportrecie<sup>184</sup>. O ile fryzura odnosi plakatowy obraz do Warhola, reifikujący go walec sygnalizuje jego pop-artowską ideę unifikacji życia i sztuki.

<sup>184</sup> Praca do obejrzenia na stronie: <https://www.wikiart.org/en/andy-warhol/self-portrait> [dostęp: 30.07.2021].

## W zastępstwie – metonimia i synekdocha

Metonimia to figura stylistyczna polegająca na zastąpieniu jakiegoś elementu językowego innym, pozostającym z nim w semantycznej zależności. Jeśli zastępujący element stanowi część elementu zastępowanego, wówczas mamy do czynienia z odmianą metonimii – synekdochą.

Podobną jak w literaturze wymianę składników dzieła na inne, kojarzące się z nimi, spotykamy w sztukach plastycznych.

Ideę United International Children's Found (UNICEF – Fundusz Narodów Zjednoczonych na Rzecz Dzieci) Jukka Veistola zobrazował elementami zastawy stołowej. W opartej na symetrii kompozycji centralne miejsce zajmuje talerz, od którego promieniście rozchodzą się łyżki. Obydwa elementy plakatowego obrazu są przykładem metonimii. Stanowią ikoniczne zamienniki pomocy charytatywnej oraz rzeszy potrzebujących, pozostające z reprezentowanymi desygnatami w znaczeniowej bliskości.



Jukka Veistola, *UNICEF*, 1969, plakat społeczny



Vincent van Gogh, *Pokój van Gogha w Arles*, 1888, Muzeum Vincenta van Gogha w Amsterdamie

Plakat *Sztuka jest zabawą* podejmuje grę z obrazem Vincenta van Gogha *Pokój van Gogha w Arles*. Artysta angażuje oko widza w zabawę przypominającą dziecięcą zgadywanekę w odnajdywanie podobieństw i odmienności między przywołanymi w plakacie elementami dzieła malarskiego a obrazem van Gogha. Pośród rozmaitych odstępstw od oryginału najważniejsze jest duże ucho oparte o brzeg łóżka. Ta oczywista aluzja do obcięcia tej części ciała przez chorego artystę została skonstruowana na schemacie synekdochy *pars pro toto*. Dzięki niej Thomas Matthaues Müller zasugerował obecność w *Pokoju van Gogha* osoby samego malarza.



Thomas Matthaues Müller, *Sztuka jest zabawą*, 2007, plakat wystawowy

## Wyolbrzymienie i przesada – hiperbola

Hiperbolą nazywamy takie przedstawienie jakiegoś zjawiska, które wyolbrzymia jego wygląd, rolę i oddziaływanie. Przesada w jego ukazaniu jest wyrazem silnych emocji mówiącego oraz chęci wywołania podobnie intensywnych przeżyć w odbiorcy.

Cassandre uważał, że projektant powinien być jedynie pośrednikiem w procesie przekazu przesłania plakatu do odbiorcy, jak telegrafista przekazujący treść telegramu. Zasadniczą rolę w projektowaniu odgrywał jego zdaniem intelekt. Na szczęście nie pozostawał obojętny wobec tematów swoich plakatów, które przesycone są emocjami. Monumentalne kompozycje o przeskalowanych proporcjach, ze skrótami perspektywicznymi, przemawiały do widza nowatorskimi rozwiązaniami. Dwa plakaty Cassandre'a: *Normandie* i *Paris* (...) powstały w tym samym 1935 r. *Normandie* reklamował słynny transatlantyk francuski pływający na linii Havre – Southampton – Nowy Jork i należał do najważniejszych jego osiągnięć. Autor przedstawił przód kadłuba statku z tzw. żabiej perspektywy. Symetria ujęcia podkreśla monumentalność i majestatyczność transatlantyku. Wszystkie te zabiegi zmierzały do jednego – wywołania u widza wrażenia solidności statku i wyjątkowości podróży na nim. (...)

*Paris* to plakat turystyczny, odbiegający nieco klimatem od najbardziej charakterystycznych, zgeometryzowanych plakatów Cassandre'a, z ich syntetyczną charakterystyką przedmiotów i postaci. Na pierwszym planie widzimy łuk triumfalny z placu du Carrousel przy Luwrze. W celu spotęgowania wrażenia monumentalności budowli projektant pokazał tylko środkowy fragment łuku, a w prześwicie daleką perspektywę głównej osi Paryża biegnącej poprzez egipski obelisk na placu de la Concorde i dalej przez Pola Elizejskie do wielkiego Łuku Triumfalnego na placu de l'Etoile (obecnie Charles'a de Gaulle'a). Symetria kompozycji została złamana przez lekkie pochylenie łuku w prawo na pierwszym planie i parę gołębi wzlatujących ku górze.

Z. Schubert, M.A. Cassandre, w: *Plakat musi śpiewać*, red. Z. Schubert, Poznań 2012, s. 64.

Motywy którymi posłużył się Cassandre w plakatach *Normandie* oraz *Paris*<sup>185</sup>, wykraczają poza naturalną skalę wielkości. W *Normandie* francuski transatlantyk w całości wypełnia płaszczyznę widzenia. W dodatku ujęty frontalnie, z dołu, z lekkością dźwiga dziób ku górnej krawędzi kompozycji, „obwieszczając” widzowi niezatapialność i luksus. Podobnie zręcznym wykorzystaniem retoryczności hiperboli posłużył się artysta w obrazowaniu Łuku Tryumfalnego. Nie pozostawiając prześwitu między murami budowli a brzegami plakatu, wciągnął widza w przestrzeń między kolumnami, gdzie ludzie i budowle pozostają kontrastowo maleńcy wobec Łuku. Podobnie jak w *Normandii*, gdzie „dźwignął” ku górze rufę transatlantyku, ciężar architektonicznej konstrukcji „odciążył” dwoma unoszącymi się w powietrzu gołębiami. Ich asymetrią złągodził pompatyczność wizji. Cassandre to mistrz hiperboli, powiększenia, za którym stoi przecież reklamowa oferta.

---

<sup>185</sup> Prace „Normandie” i „Paris” do obejrzenia na stronie: <https://retrographik.com/a-m-cassandre-art-deco-poster-artist/> [dostęp: 30.07.2021].

## Obrazy w obrazie – symbol

Symbol jest znakiem odnoszącym się do pogranicza poznanego i niepoznanego. Jego przekaz ujmuje treści trudne do sprecyzowania, częściowo niedostępne dla zmysłów. Powszechność tego typu doświadczeń sprawia, że symbol należy do podstawowych form wyrażania sensu i w życiu, i w sztuce. Ponieważ może się urzeczywistniać w rozmaitych materiałach artystycznych – językowej, obrazowej, dźwiękowej, kinetycznej – jest płaszczyną korespondencji sztuk.

**Symbol** – 1. pojedynczy motyw lub zespół motywów występujący w dziele, który jest znakiem treści głęboko ukrytych i niejasnych, mający za zadanie kierować ku nim myśl czytelnika. Odbiór symbolu wymaga dwustopniowej interpretacji semantycznej: zlokalizowania określonej całości (postaci, przedmiotu, sytuacji, zdarzenia, fabuły) w obrębie świata przedstawionego utworu i rozpoznania w owej całości wykładnika znaczeń zaszyfrowanych. Dwustopniowość taka łączy symbol z alegorią; zasadnicza różnica polega wszakże na tym, że w alegorii związek między zjawiskiem przedstawionym a ukrytym sensem jest konwencjonalnie ustalony, natomiast w symbolu ma on charakter jednorazowy i nieokreślony.

*Słownik terminów literackich,*  
red. J. Sławiński, Wrocław 1988,  
s. 501.



Jukka Veistola, bez tytułu, 1969, plakat społeczny



(...) symbol jest podstawowym środkiem artystycznym plakatu. (...) tym się różni od metafory, że należy do planu treści, reprezentuje zbiór, z którego został wzięty, podczas gdy metafora oparta jest na analogii przedmiotów, pojęć i sytuacji.

S. Wysłouch, *Literatura a sztuki wizualne*, Warszawa 1994, s. 93.



Jukka Veistola, *DDT*, 1969, plakat ekologiczny



Jukka Veistola, *Yellow flowers*, 1969, plakat społeczny

Jukka Veistola zadebiutował na arenie międzynarodowej podczas 3. Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie w 1970 r. i od razu zdobył dwa medale: złoty i brązowy. Złotym medalem nagrodzono antynarkotykowy plakat *Yellow flowers*, który był wizualizacją ostatnich słów wypowiedzianych przed śmiercią przez młodą dziewczynę, narkomankę: „Żółte kwiaty. Grób. Procesja. Widzę to wszystko. W ostatnim śnie”. Plakat ten pokazany podczas biennale jedynie w formie projektu, był zaskakującym zestawieniem spokoju emanującego z kompozycji i dramatu zawartego w treści. Głowa leżącej dziewczyny z profilu zajmowała dolną część kompozycji, z jej twarzy wyrastały kwiaty, całość uderzała

monumentalną skalą. (...) Brązowy medal przypadł mu za ekologiczny plakat *DDT* przedstawiający ptaka w masce gazowej na czerwonym tle, symbolizującego zagrożenie. Na tym samym biennale Veistola pokazał jeszcze (...) antywojenny plakat bez tekstu przedstawiający granat, na którym zostały zaznaczone zarysy kontynentów. (...) Sukces plakatu *Yellow flowers* Veistoli na warszawskim biennale przyczynił się do znalezienia wydawcy w Finlandii – bynajmniej nie organizacji walczącej z narkotykami, lecz drukarni, której ów plakat stał się znakomitą reklamą.

Z. Schubert, *Finlandia*, w: *Plakat musi śpiewać*, red. Z. Schubert, Poznań 2012, s. 246.

Do stworzenia symbolu w plakacie prowadzą cztery typy operacji plastycznych<sup>186</sup>:

1. wyizolowanie przedmiotu/detalu z kontekstu – polega na oddzieleniu znaku ikonycznego lub jego części od naturalnie związanych z nim elementów (np. Jukka Veistola, bez tytułu, *DDT*, *Yellow flowers*),
2. konfigurowanie znaków ikonicznych – sprowadza się do wyznaczania nowych kontekstów znakom ikonycznym lub też do łączenia w całość znaków przeniesionych z różnych kontekstów (np. Jukka Veistola, bez tytułu),
3. deformacja znaku ikonycznego – przejawia się w zniekształceniu znaku ikonycznego, sugerującym zniesienie referencyjnego charakteru (np. Jukka Veistola, *DDT*),
4. opatrzenie znaku ikonycznego tekstem językowym – opiera się na połączeniu znaku ikonycznego z komunikatem językowym, który uchyla jego referencję i zmienia konotację (np. Jukka Veistola, *Yellow flowers*).

Modyfikując naturalne obrazy poszczególnych elementów plakatu, twórca generuje znaczenia trudne do określenia, niekiedy przeczuwalne, niejasne, otwarte na rozmaite interpretacje. Tak jest w wypadku plakatu bez tytułu Veistoli. Zaskakujące połączenie we wspólnym wizerunku granatu i siatki kontynentów prowokuje spektatora do poszukiwania sensu tego niezwykłego zespolenia. Jednak każda próba odczytania budzi niedosyt. Niekiedy interpretator stąpa po tak śliskim gruncie, że choć potrafi określić, co „widzi”, to trudno mu wyrazić, co „zobaczył”. I nawet dodatkowe słowa, jak w *Yellow flowers*, nic tu nie pomogą. W języku i w obrazie symbol jest figurą niepewnych znaczeń.

---

<sup>186</sup> S. Wysłouch, *Literatura a sztuki wizualne*, op. cit., s. 80.

## Obraz w obrazie – alegoria

Alegoria to środek stylistyczny służący zdwajaniu znaczeń. W plakacie polega na takim kształtowaniu warstwy wizualnej, by oprócz tego, co ukazuje bezpośrednio, miała jeszcze zdolność wizualizowania czegoś innego.



Bogdan Nowakowski, *Ojczyzna wzywa Was!*  
*Kupujcie polską pożyczkę państwową*, 1918,  
plakat propagandowy



Antoni Romanowicz, *Wyzwól się od Twych gnębieli!*  
*Głosuj za Polską!*, 1920, plakat propagandowy

Alegoria – pojedynczy motyw lub rozwinięty zespół motywów (sceneria, postacie, wydarzenia) w utworze literackim lub dziele plastycznym, który poza znaczeniem dosłownym i bezpośrednio przedstawionym ma jeszcze inne, ukryte i domyślne,

zwane alegorycznym. Powstaje ono na fundamencie znaczenia dosłownego, a łącząca je więź ma charakter w dużym stopniu konwencjonalny, opiera się na odpowiedniościach utrwalonych przez tradycję literacką, kulturalną, religijną, ideologiczną, emblematyczną itp., rzadziej zaś motywowana jest naturalnym podobieństwem, związkami przedmiotowymi i zależnościami językowymi.

*Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 1988, s. 22.

Obydwa plakaty mają charakter propagandowy. Stanowią agitację za odradzającym się po latach niewoli państwem polskim. Przemawiają emocjonalnym sloganem sprzęgniętym z dwuznaczeniowym obrazem mocno zapadającym w wyobraźnię, o łatwo czytelnych znaczeniach.

Plakat Bogdana Nowakowskiego przedstawia kobietę z uniesionymi rękami. Proporcje jej ciała (nadnaturalna wielkość w stosunku do majaczących na tle horyzontu domów), wygląd (czerwona szata z białym orłem) oraz poza (rozpostarte ramiona i lekko ku górze biegnące spojrzenie) rozbudowują bezpośrednie znaczenie obrazu o jeszcze jedną notację – matki Polki. Podobna dwuznaczeniowość jest także właściwością plakatu Antoniego Romanowicza. Na tle przemysłowego pejzażu artysta przedstawił spracowanego mężczyznę dźwigającego na plecach trzy postacie w niemieckich strojach: przemysłowca, wojskowego i urzędnika. Realia pozwalają odbiorcy zidentyfikować scenę jako obraz ciemienia polskich Ślązaków przez niemieckich panów. Stanowi on wizualny argument wobec propolskiego sloganu skierowanego do uczestników plebiscytu na Górnym Śląsku w 1921 roku.

Postępowanie się alegorią w omawianych plakatach było przemyślanym chwytem artystycznym, nastawionym przede wszystkim na skuteczność. W wynaradawianych od dziesiątków lat Polakach obrazowa alegoria budziła emocje i wzruszenia. Była łatwo czytelna zarówno dla oddalających się od polskości, jak i mało wyrobionych artystycznie odbiorców. Wybornie służyła idei budzenia i jednoczenia Polaków.



# Dzieło literackie w przestrzeni plakatu

*Dzieła pisarzy często goszczą w plakatowych przekazach. Ich obecność w posterach najczęściej dokonuje się dzięki pośrednictwu innej sztuki (np. teatru, filmu), która, stanowiąc właściwy przedmiot reklamy, nawiązuje do utworu literackiego. W tego typu plakatach znaki plastyczne odnoszą się bezpośrednio do artystycznej adaptacji, a pośrednio – do jej literackiego pierwowzoru.*

*Odbiorca plakatu zachęcającego do obejrzenia filmu lub spektaklu, wywodzącego się z literatury, postrzega znaki plastyczne interpretujące w tworywie właściwym przekładanej sztuce znaki literackie.*



## Między życiem a śmiercią – mit o Persefonie

Persefona (Kora) była córką Zeusa i Demeter. Zauroczonej jej pięknem bóg podziemi – Hades – rozwarł ziemskie czeluści i porwał do swego królestwa jako małżonkę. Gdy Zeus usłyszał rozpacz Demeter szukającej córki, nakazał Hadesowi jej zwrot matce. Na pożegnanie bóg podziemi poczęstował Korę kilkoma ziarnami granatu, które na zawsze związały ją ze światem podziemnym. Odtąd na czas jesieni i zimy bogini musiała schodzić do Hadesu, by zasiadać u jego boku jako władczyni świata podziemnego, na wiosnę i lato zaś wracała do matki. Natura, uosabiająca smutek Demeter, zamierała w chwili schodzenia Persefony do podziemi, rozkwitała zaś, gdy córka powracała na ziemię.

**André Gide**

*Persefona*

A. Gide, *Persefona. Melodramat*, przeł. R. Kołoniecki, Warszawa 1936, s. 20, 26–29.

Dramat *Persefona* został przetłumaczony na język polski w 1936 roku. Składa się z trzech obrazów. Pierwszy ukazuje tytułową bohaterkę spędzającą czas na wiosennej łące. Wbrew ostrzeżeniom nimf, bogini zrywa kwiat narcyza, który odprowadza ją do królestwa zmarłych. Pobytowi Persefony w „bezkresnej” krainie poświęcony jest obrazek II. Tu obserwuje życie istot zmarłych, przeżywa tęsknotę za opuszczonym światem oraz kosztuje owocu granatu. Powrót Persefony do matki został przedstawiony w obrazku III. Radująca się z przybycia na ziemię bogini ostatecznie decyduje się jednak powrócić do krainy zmarłych, tam, gdzie za sprawą skosztowanego owocu granatu „los niepokorniony wielkim głosem wzywa”.

Pierwszy z przytoczonych fragmentów ukazuje cierpienie Persefony w krainie zmarłych, drugi – opowiada o jej powrocie na ziemię i decyzji o ponownym zejściu do podziemia.



#### FRAGMENT OBRAZU DRUGIEGO

*Persefona (na przodzie sceny), otoczona Chórem Cieni, wyjmuje narcyz z za przepaski, gdzie go poprzednio zatknęła, i wpatruje się długo w kielich kwiatu.*

#### PERSEFONA

Gdzież wy – pieśni i wonie, które miłość czynią?...  
Wszystko, co tutaj widzę, śmierci jest pustynią:  
Łąki smutne, bez kwiatów, pola się nie kołyszą,  
Każąc tęsknić za latem, tęsknić za rozkoszą.  
Już w bugajach, na stokach pagórków – niestety! –  
Rzewnych śpiewek nie słyszą sielankowe flety;  
Z wszystkiego, zda się, płynie cichy szloch żalony,  
Jakby wszystko czekało nadaremnie wiosny.  
Lecz niech głos mój znękany innym zabrzmie tonem.

#### FRAGMENT OBRAZU TRZECIEGO

#### PERSEFONA

*Płyty kamienne poruszyły się na zawiasach. Persefona wstaje z mogiły.*  
(...)

#### CHÓR DZIECI

Coś tak chwiejna Persefono,  
Jakby w sidła cię złowiono?  
Wkoło jeszcze chłód i mrok,  
Lecz już ptak gardziołko nurza  
W niebie i rozkwita róża  
Wszędzie, gdzie postawisz krok.

(...)

Wszystko – aż po krańce świata –  
W jasność wielką, w śmiech się splata...  
I ty też wstępujesz w blask.

#### CHÓR NIMF

O czym dumasz – co cię smęci,

Że tak stoisz bez pamięci,  
Gdy tu miłość chce twych łask?

(...)

#### PERSEFONA

(...) Wbrew miłosnej ochocie – pójde nieszczęśliwa,  
Gdzie los niepokromiony wielkim głosem wzywa,  
Hen! W miasto utrapienia, gdzie mnie mrok ogarnie.

(...)

Zobaczyłam, co ciemność więzi w swem ukryciu,  
I odtąd strasznej prawdy zapomnieć nie mogę.  
Z własnej woli z Merkurym wyruszę dziś w drogę;  
Nie korona mnie kusi, że iść się tam ważę;  
Nie prawo mi ten powrót, ale miłość każe.  
Krok za krokiem zdążając, mozolnie, powoli,  
Zejdę na dno rozpaczy – na dno ludzkiej doli.

Prapremiera pierwszej *Persefony* miała miejsce w Operze Paryskiej 30 kwietnia 1934 roku. (...) To wybitne dzieło muzyczne zaistniało na polskiej scenie dzięki niezłomnemu uporowi Bohdana Wodiczki, który w latach 1961-1965 sprawował funkcję dyrektora artystycznego i pierwszego dyrygenta Opery Warszawskiej. Dzięki niemu Cieślewicz (...) zyskał zamówienie na ten plakat. (...) Plakat prostymi środkami oddaje klimat Tartaru, podziemnego królestwa śmierci. Patrząc na tę pracę, odnajdziemy doskonale wyważone zasady emocjonalnego i racjonalnego kreowania znaku graficznego. Rozwiązanie, bazujące na układzie geometrycznym, wykorzystujące prosty pomysł zbudowania kompozycji plakatu wyłącznie za pomocą liternictwa, które niejako samo tworzy określony klimat obrazu. Monumentalna tektonika liter, niczym magiczny krąg Stonehenge, przykuwa uwagę zapraszając do zatrzymania się i kontemplacji „wydzieranych obelisków”. Emocjonalny stosunek do liternictwa uderza ogromnym ładunkiem ekspresji. Zarówno krój liter pisanych odręcznie, jak i tych wydzieranych z papieru, które dominują i budują całą kompozycję, jest własną kreacją autora, opartą jednak na metodzie twórczej, jaką stosowali kubiści na początku XX wieku. (...)

A. Oleksiak, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Selegejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 79.



Roman Cieślewicz, *Persefona*, 1961, plakat operowy

© Adagp, Paris, 2021 - Photo: Adagp images

Mit jest załącznikiem literatury mówionej. Pierwotne opowieści z czasem stały się podstawą tekstów literackich (np. dramat André Gide'a *Persefona*), a te z kolei posłużyły za kanwę dzieł innych sztuk (np. przedstawienie baletowe *Persefona* z muzyką Igora Strawińskiego).

Kreując plakatowy znak wielotworzywowego widowiska artystycznego, Roman Cieślewicz posłużył się słowem „Persefona”, ujętym na sposób ikoniczny i ukazany na ciemnobrązowym tle. Formujące napis litery są niczym gruzy materii leżące na jałowej ziemi, widziane z lotu ptaka. Ich bryłowatość autor kreuje nie tylko dzięki nieregularności kształtów, ale też sposobowi rozkładania

barwy. Naszemu oku może wydawać się, że kompozycja jest postrzegana w chwili, gdy zaczyna dzień/zapadać zmierzch lub też gdy następuje przesilenie zima–wiosna/jesień–zima. Na litery umieszczone w pierwszym i trzecim szeregu blask pada z lewej krawędzi plakatowego obrazu, a w drugim – z prawej, dzięki czemu praca Cieślewicza koduje też myśl o cykliczności zmian w naturze.

Plastyczne ujęcie słowa „Persefona” jest w plakacie Cieślewicza wyrazem labilnej sytuacji córki Demeter. Czy artysta sugeruje odbiorcy moment związany z pożegnaniem matki z córką, czy też chwilę tuż przed ich spotkaniem? Fakt, że na to pytanie nie można udzielić jednoznacznej odpowiedzi, świadczy o tym, że znak plastyczny odnosi się nie do jednego zdarzenia libretta/dramatu, ale do całości fabularnych zdarzeń obydwu tekstów kultury.

## Pan Kwiat – mit o bożku Panie

Według mitologii greckiej Hermes, opiekun spokoju domowego, wędrowców, kupców, zmarłych podróżujących w zaświaty, spłodził z jedną z nimf rzecznych syna o imieniu Pan. Z racji pieczy powierzonych potomkowi nad pasterzami i trzodą, jest on najczęściej przedstawiany jako człowiek z nogami, rogami i uszami kozła. W różnych tekstach kultury często ukazuje się go na łonie natury, z syryngą<sup>187</sup> w dłoniach, pochłoniętego uwodzeniem nimf.



Pieter Rubens, *Pan i Syrinx*, 1619, Museumslandschaft Hessen Kassel

Pan (...) bóstwo lubieżne, nie dające spokoju nimfom, które go jednak, z nieznanых przyczyn, nie chciały: jedna z nich, Echo, uciekając przed nim, zmieniła się w echo leśne, druga, Syrinks, w trzcinę rzeczną, z której Pan wycinał sobie syringi, fletnie Pana (zespół piszczałek różnej wielkości, połączonych w jednym rzędzie), trzecia, Pitys, przeobraziła się w jodłę. (...)

Panika, paniczny strach lęk, który wg mitu greckiego Pan budził niekiedy przez swe nagłe, przeraźliwe krzyki, zwłaszcza w ciszy południowej sjęsty, kiedy w szczytowej godzinie upału śpi człowiek i przyroda; przerażenie ludzi zerwanych ze snu nawiązuje tu zapewne do widoku pędzącego na ośle, przestraszonego stada.

Panika, paniczny strach lęk, który wg mitu greckiego Pan budził niekiedy przez swe nagłe, przeraźliwe krzyki, zwłaszcza w ciszy południowej sjęsty, kiedy w szczytowej godzinie upału śpi człowiek i przyroda; przerażenie ludzi zerwanych ze snu nawiązuje tu zapewne do widoku pędzącego na ośle, przestraszonego stada.

W. Kopaliński, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 1985, s. 824–825.

<sup>187</sup> Syrynga – syrinks, fletnia Pana, instrument muzyczny składający się z szeregu złączonych razem piszczałek różnej długości; od Syrinks – nimfa wodna, która uciekając przed bożkiem Panem, zamieniła się w trzcinę rzeczną, z której stworzył on później instrument muzyczny.

## **Autor nieznany**

### **Hymn do Pana**

*Hymn do Pana*, za: Z. Kubiak, *Literatura Greków i Rzymian*, Warszawa 2003, s. 67–68.

Starożytny utwór należący do *Hymnów homeryckich* – zbioru tekstów pisanych heksametrem, adresowanych do bogów greckich i związanych z postacią Homera.

O ukochanym potomku Hermesa opowiedz mi, Muzo,  
Kozionogim, dwurożnym miłośniku zgiełku,  
Jak idzie przez leśne mokradła z tańczącymi nimfami.  
One na urwiskach, od których stronią i kozy, Przyzywają Pana,  
który, pięknowłosy, a rozczochrany,  
Dostał losem wszystkie ośnieżone gór grzbiety,  
Wszystkie ich szczyty, skaliste wierzchołki. Więc wędruje  
Tu i ówdzie przez najgęściej skłębione zarośla,  
Dokąd go wabią szemrzące cicho strumyki, lub znowu  
Przemierza strome skały i na wierzchołek najwyższy  
Wspina się, aby stamtąd przypatrywać się stadom.  
Często zwiedza wielkie góry błyszczące w słońcu,  
Często przebiega parowy w pogoni za zwierzyną,  
Bystrooki łowca. Tylko pod wieczór, wróciwszy  
Z polowania, bawi się trzcinią, na nich słodkie  
Wygrywa tony. O, nie prześcignie go w tych melodiach  
Nawet ptak, który wiosną, rozsypując kwiaty,  
Wyśpiewuje swój żal, miodową pieśń pośród liści.  
W owej porze Panowi do wtóru oready<sup>188</sup> dźwięczne,  
Żwawo przebierając nogami u źródła ciemnej wody,  
Śpiewają, a pod samym góry szczytem Echo płacze.  
Bóg z jednej lub z drugiej strony tych chórów, a niekiedy  
Wkradając się między nie, przytupuje. Okrył plecy  
Skórą rysia okrwawioną. Raduje się powabnymi pieśniami  
Na miękkiej łące, gdzie i szafran<sup>189</sup>, i wonne... hiacynty<sup>190</sup>  
Wśród trawy tu i tam, i wszędzie, rozkwitają.

---

<sup>188</sup> Oready – nimfy.

<sup>189</sup> Szafran – ciemnopomarańczowy proszek otrzymywany z pręcików kwiatu krokusa; stosowany jako przyprawa.

<sup>190</sup> Hiacynt – roślina cebulkowa z rodziny liliowatych.

W okresie secesji nastąpił intensywny rozwój niemieckiej sztuki plakatowej w dwóch czołowych ośrodkach artystycznych: monachijskim i berlińskim. Szczególną rolę w tym względzie odegrały nowo powstałe czasopisma – ukazujący się od 1895 r. w Berlinie magazyn literacko-artystyczny „Pan”, satyryczny „Simplicissimus” wydawany w Monachium od 1896 r. i magazyn kulturalny „Jugend” (jego nazwę przejęła później cała niemiecka odmiana stylu secesyjnego). Wydawnictwa (...) stały się wykładnikami modernistycznego ducha czasu, szerzyły nowe idee artystyczne i nowy styl życia; bogato ilustrowane i wyposażone w nowatorską szatę graficzną, szeroko oddziaływały na środowiska twórcze. Często w celach promocyjnych okładkę czasopisma, czy też towarzyszącą mu kolorową wkładkę, powielano na większym formacie papieru i – jak to widać na przykładzie (...) Josefa Sattlera („Pan”) – projekt funkcjonował wówczas jako niezależny plakat.

Plakat niemiecki, sięgający przede wszystkim do doświadczeń ilustracji i rysunku satyrycznego, wypracował ekspresyjny i łatwo rozpoznawalny, sobie tylko właściwy język przekazu graficznego oparty na uproszczonym wyobrażeniu obwiedzionym mocnym i precyzyjnym konturem, zdecydowanym kolorystycznie, prostych formach ornamentalnych i indywidualnym liternictwie harmonijnie zespolonym z obrazem. (...) Cechowała go wielość odmian i różnorodność projektów, całej rzeszy różnorodnie ukształtowanych indywidualności artystycznych, jak chociażby przywołana już wcześniej, sięgająca do mitologii i nasycona złożoną symboliką, intrygująca praca Josefa Sattlera promująca czasopismo „Pan”.

I. Przymus, *Secesja niemiecka*, w: *Plakat musi śpiewać!*, red. Z. Schubert, Poznań 2012, s. 26.



Josef Sattler, *Pan*, 1895, plakat reklamowy

Plakat Josefa Sattlera „przesuwa” wizualizację bożka Pana z realiów starogreckiego mitu w symbolikę secesyjnej wrażliwości. W tle przestrzeń lasów i dojrzewających zbóż, rozgrzanych do czerwoności słońcem. Atmosfera jeszcze „leniwa”, ale przecież wyłaniająca się z łanów istota o głowie z rogami i kozim zaroście zapowiada nadchodzący popłoch nimf. Jeśli spojrzeniu lubieżnego bożka przeciwstawimy optykę ofiary, pokrywającą się z optyką spektatora, to przyszła zdobycz nie przeczuwa jeszcze zbliżającego się niebezpieczeństwa. Odbiorcę urzeka uroda pierwszoplanowego elementu kompozycji. Wabi i nęci znajdujący się w apogeum rozkwitu biały kwiat, o dekoracyjnie zwijających się, ciężących ku ziemi płatkach. Spojrzenie przyciągają z lekkością dźwigające się ku górze długie słupki zapętlające się na szczycie w pręciki. Ten kwiat to secesyjny znak chuci pożądanego bożka, ale też i wabik oferty handlowej, ponieważ przy lewej krawędzi obrazu widzimy akcesoria ogrodowe. Doskonałe posunięcie marketingowe pozwoliło artyście zaprezentować i uniezwykliczyć wartość reklamowanego produktu dzięki powiązaniu go z potęgą pierwotnego instynktu ukazaną już nie potocznie i siermiężnie, jak w pierwotnej opowieści słownej, lecz w sposób wzniosły, uduchowiony.

## Kolejność powinności – *Antyгона* Sofoklesa

*Antyгона* jest jednym z siedmiu (ze stu dwudziestu) zachowanych w całości dramatów Sofoklesa (ok. 496–406 r. p.n.e.). Dzieło powstało około 441 r. p.n.e.

Przystępując do omawiania tego dramatu, (...) musimy poznać zdarzenia poprzedzające akcję, a odnoszące się do dziejów domu skazanego na zagładę. Jest to dom Lajosa w Tebach. Lajos zgrzeszył, klątwa z kolei spada na jego syna, Edypa. Gdy po wielu męczarniach Edyp umiera, pozostawia dwóch synów, Eteoklesa i Polineikesa, którzy w kłótni zakończonej walką zabijają się wzajemnie. Królem Teb zostaje Kreon, który urządza Eteoklesowi pogrzeb z wszystkimi należnymi mu honorami, równocześnie jednak zabrania pochować zwłoki Polineikesa, ponieważ prowadził on wraz z wojskiem przeciw ojczystemu miastu. Pozostały po Edypie jedynie dwie córki, Antyгона i Ismena. Antyгона jest narzeczoną Hajmona, syna Kreona. (...) Antyгона słyszała proklamację i chociaż wie, że każdego, kto naruszy rozkaz, czeka śmierć, postanawia pochować godnie ciało swego brata. (...) Kreon (...) ogłasza swe zarządzenie. Ledwie przebrzmiały jego słowa, gdy (...) na wpół obłąkany żołnierz opowiada, że znalazł zwłoki Polineikesa przysypane ziemią. Kreon wybucha gniewem, szaleje z wściekłości. Odrzuca z pogardą domysły chóru, że może to być uczynek bogów, i oświadcza, że jest przekonany, że ktoś został przekupiony, by tego czynu dokonać. (...)

Hajmon, naręczony Antygony, chce ją bronić. (...) dowodzi, że żaden człowiek, nawet najmądrzejszy, nie może być bezwzględnie przekonany o słuszności swego sądu. (...) Monarcha pozostaje nieugięty (...) Antyгона idzie ku swej zagładzie, ma być zamurowana w skale. (...) W *Antygonie* (...) nacisk położony jest na postacie ludzkie, lecz chociaż wśród występujących osób nie pojawiają się żadne siły nadprzyrodzone, bogowie w tajemniczy sposób bliscy są akcji. Postacie ludzkie wraz z ich postępkami znajdują się przez cały czas w świetle głównego tematu, tematu zasadniczo metafizycznego. W całej sztuce powraca refren dwóch spraw. Dla Kreona nadrzędnymi wartościami są rozum i ład



społeczny, dla Antygony, kierującej się wiarą i uczuciem, przede wszystkim przykazania duchowe.

A. Nicoll, *Dzieje dramatu od Ajschylosa do Anouilha*, t. I, przeł. H. Krzeczkowski, W. Niepokólczycki, J. Nowacki, Warszawa, 1983, s. 42–45.

## Sofokles

### *Antygona*

Sofokles, *Antygona*, przeł. M. Brożek, Wrocław 1967, s. 58, 68–69.

We fragmencie pierwszym została przytoczona część epejsodionu I, w którym Kreon obwieszcza własne poglądy na temat sprawowania władzy, uzasadniając w ten sposób zakaz pochowania Polinejka. Fragment drugi to wyjątek z epejsodionu II. Antygona objaśnia Kreonowi, dlaczego nie poszanowała woli władcy i zdecydowała się pochować zwłoki brata.

#### FRAGMENT I

#### KREON

(...)

Wydałem w sprawie synów Edypowych:  
By Eteokla, co zginął w obronie  
Naszego miasta, walcząc bohatersko,  
W grobie pochować i uczcić w ofiarach,  
Które w kraj zmarłych idą za dzielnymi;  
Brata zaś jego, to jest Polinejka,  
Co ziemię ojców i bogów tej ziemi  
Ogniem chciał zniszczyć doszczętnie, z wygnania  
Przeciw nim idąc, i bratnię zapragnął  
Krwią się nasycić, a innych wziąć w jarzmo,  
Jakom na mieście ogłosił – nie wolno  
Ni w grobie chować, ni płakać nad zmarłym.  
Nie pogrzebany niech leży, aż sępy  
I psy go w widok rozszarpią okropny!  
To moja wola! I ode mnie nigdy  
Żli przed prawymi nie doznają łaski.  
Tylko przyjaciel ojczyzny po śmierci,  
Tak jak za życia, czczon będzie przeze mnie.

## KREON

(...) śmiałaś przekroczyć ustawy?

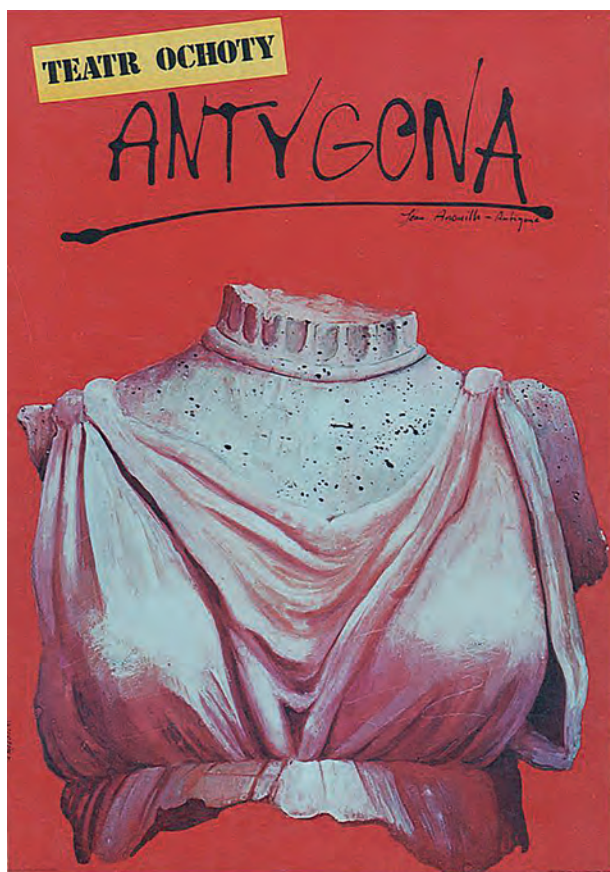
## ANTYGONA

Tak, bo nie Zeus był tym, co je obwieścił,  
 Ni współmieszkanka bóstw podziemnych, Dike<sup>191</sup>.  
 Oni dla ludzi prawa zakreslili!  
 Nie sędzę, że tak święta jest twa wola,  
 Żeby śmiertelnik kiedy miał przekraczać  
 Bogów najświętsze prawa nie pisane,  
 Co nie od dziś są, na chwilę, lecz wiecznie  
 Trwają, a nikt ich początku nieświadom.  
 Z tych nie chcę sprawy zdać przed sądem bogów,  
 Gdybym się miała człowieka ulęknąć.  
 Wiem, że mam umrzeć. Bo jakżeż inaczej? I bez rozkazu twego! A że trochę  
 Wcześniej śmierć przyjdzie, to tylko zysk dla mnie.  
 Bo kto jak ja w nieszczęściach samych żyje,  
 Jakżeż ma śmierci nie uznać za korzyść!  
 Toteż nie widzę bólu w tym, że taki  
 Los mnie spotyka. Lecz bym z jednej matki  
 Brata pogrzebać nie miała po śmierci,  
 To straszny ból! Więc los mój mnie nie martwi.  
 A jeśli ci się zda, że głupstwo robię,  
 Nic to – głupiemu wydawać się głupią.

Kreon nie jest bezbożnikiem: w wierszu powołuje się na swą cześć dla Zeus. Ale nie może zrozumieć, jak by wolą bogów, stróżów państwa, być mogło, by ten, co przyszedł niszczyć ich świątynie, ich prawa i ziemię – bo ziemia jest własnością tych bogów, którzy są jej opiekunami – by więc ten złoczyńca miał być czczony na równi z dobroczyńcą państwa. (...) Antygona jest przedstawicielką tych, którzy mówili, że Kreon, nie miał prawa wydawać takiego zakazu, wobec tego jej nie

---

<sup>191</sup> Dike – córka Zeusa, bogini sprawiedliwości, strzegąca praw w niebie, w podziemiu, na ziemi.



Andrzej Pągowski, *Antygona*, 1980, plakat teatralny

ukazał jednak kamienne popiersie bez głowy, choć żłobieniami na kolumnie zasugerował, że szyja stanowi tryb maszynerii. Marmurowe popiersie z pracy Pągowskiego stanowi powłokę dla serca, którego impulsy napędzają szyję, przekładając się na racje rozumu.

obowiązuje posłuszeństwo: ona nie może się ulęknąć przemocy, jak Ismena, i zrezygnować z dopełnienia powinności wobec zmarłego, a także wobec bogów. Tę powinność stawia ponad powinność posłuszeństwa władzy (...).

M. Brożek, *Wstęp do: Sofokles, Antygona*, przeł. M. Brożek, Wrocław 1967, s. 31.

Przyodziane w szatę antycznej kobiety, marmurowe popiersie jest szczególnym znakiem bohaterki dramatu Sofoklesa – *Antygony*. Uwagę widza przykuwa szyja w kształcie starogreckiej kolumny. W powszechnym mniemaniu szyja jest uważana za element poruszający głowę. Pągowski

## Amfora i polityka – *Odprawa posłów greckich* Jana Kochanowskiego

*Odprawa posłów greckich* Jana Kochanowskiego (1530–1584) to renesansowy dramat nawiązujący do mitu o wojnie trojańskiej oraz do wzorców kompozycyjnych antycznej tragedii.

Utwór powstał około 1565/1566 roku. Pierwsza inscenizacja dzieła uświetniła wesele Jana Zamoyskiego z Krystyną Radziwiłłówną w Ujazdowie pod Warszawą. W spektaklu uczestniczyli król Stefan Batory i Anna Jagiellonka.

*Odprawa posłów greckich* podjęła ambitnie starożytny wątek upominania się Greków o uwieczoną przez królewicza trojańskiego Parysa Helenę, żonę Menelausa, króla Sparty. Posłowie greccy stawiają Trojanom ultimatum, zapowiadając wojnę w razie odmowy. (...) *Odprawa posłów greckich* składa się z pięciu związanych aktów-epizodów (gr. *episodion*) dzielonych trzema wiążącymi się z akcją pieśniami Chóru. (...) Utwór jest głęboko ujętą tragedią moralną, czy moralno-polityczną, w której straszliwe fatum zwisające nad Troją spełnić się musi jako kara za grzech syna królewskiego i zbrodnię pogwałcenia świętego prawa gościnności. Tragizm dramatu pogłębia fakt, iż główny winowajca, który przynosi zgubę miastu Aleksander-Parys, nie jest postacią jednoznacznie ujemną. Działanie jego jest uzasadnione psychologicznie. Helena dana mu jest w nagrodę za przychylny Wenerze wyrok w sporze bogiń o złote jabłko piękności. To właściwie Wenus i jej fatalna siła złamała prawo moralne i wyrządziła krzywdę Menelausowi. Niewytłumaczalna natomiast, czyli podwójnie złowieszcza, jest postawa króla Priama i Rady trojańskiej odrzucających słuszne żądania Greków i wyzwalających nieuchronne fatum. Tragiczne postaci nie rozumianej przez ojca Kasandry, z rozpaczą wieszczącej zagładę Troi, oraz mądrego, reprezentującego cnoty obywatelskie Antenora, obok świetnych psychologicznie Heleny, Parysa i wygodnego, krótkowzrocznego Priama – unaocniają los narodu, który zapłaci za grzechy władców.

T. Ulewicz, *Odprawa posłów greckich*, w: *Literatura polska. Przewodnik encyklopedyczny*, t. II N-Ż, komitet red. J. Krzyżanowski, od 1976 C. Hernas, Warszawa 1986, s. 63.

*Odprawa* jest dramatem także o Polsce XVI wieku czy schyłku tego stulecia. Świadczą o tym (...) zawarte w utworze opinie na temat przekupstwa, prywaty, braku odpowiedzialności za losy państwa wśród ludzi w hierarchii społecznej najwyżej postawionych. (...) Poeta unikał konsekwentnie, jak twórcy tragedii greckiej, historycznej szczegółowości. Wskutek tego *Odprawa* nie przynosi obrazu ani Troi, ani Polski XVI wieku. W sztuce górę bierze ogólna, syntetyczna refleksja. Okoliczność ta sprawia, że utworu nie można zamknąć w granicach określonego momentu historycznego. Jego zawartość nie ma waloru wąsko pojętej, doraźnej aktualności.

E. Kotarski, *Odprawa posłów greckich Jana Kochanowskiego*, Warszawa 1969, s. 38.

### Jan Kochanowski *Odprawa posłów greckich*

J. Kochanowski, *Odprawa posłów greckich*, oprac. T. Ulewicz, Wrocław 1974, s. 7.

Antenor, najbliższy doradca króla Troi, Aleksandra, mówi o niebezpieczeństwie, na jakie zostanie narażone państwo, jeśli rządzący nim nie zgodzą się na zwrot uprowadzonej Greczynki Heleny – żony Menelaosa.

[Plac publiczny przed pałacem. Z boku sceny chór panien trojańskich. Na środek sceny wchodzi Antenor]



Jan Młodożeniec, *Odprawa posłów greckich*, 1974, plakat teatralny

## ANTENOR

...Com dawno tuszył<sup>192</sup> i w głos opowiadał,  
Że obelżenia<sup>193</sup> i krzywdy tak znacznej  
Cierpieć<sup>194</sup> nie mieli waleczni Grekowie:  
Teraz już posły ich u siebie mamy,  
Którzy się tego u nas domagają,  
Aby Helena była im wydana.  
Którą w tych czasiech przeszłych<sup>195</sup> Aleksander  
Będąc w Grecyjej, gość nieprawie wierny<sup>196</sup>,  
Uniósł od męża<sup>197</sup> i przez bystre morze  
Do trojańskiego miasta przeprowadził.  
Tę jeśli wrócim i mężowi w ręce  
Oddamy, możemy siedzieć za pokojem<sup>198</sup>,  
Lecz jeśli z niczym posłowie odjadą,  
Tegoż dnia nowin słuchajmy, że Greczyn  
Z morza wysiada i ziemię wojuje<sup>199</sup>.  
(...)

Dwa artefakty kojarzące się ze starogrecką kulturą: antyczna amfora i rogi baranie nawiązujące do woliuty porządku jońskiego. Elementy zostały ukazane w układzie sugerującym napieranie zwierzęcia na ściany naczynia, pod wpływem którego ulega ono zniszczeniu. W kontekście *Odprawy posłów greckich* symbolika znaku może się odnosić do zagrożenia Troi, którego źródło tkwi w jej wnętrzu.

---

<sup>192</sup> Tuszyć – dawniej: spodziewać się.

<sup>193</sup> Obelżenia – obelgi.

<sup>194</sup> Cierpieć – staropolskie: znosić cierpliwie.

<sup>195</sup> Czasiech przeszłych – w przeszłości.

<sup>196</sup> Nieprawie wierny – nieprawdziwie wierny, przewrotnie, fałszywie wierny.

<sup>197</sup> Uniósł od męża – porwał, wykradł mężowi.

<sup>198</sup> Za pokojem – spokojnie, w pokoju.

<sup>199</sup> Wojować – najeżdżać, napadać, podbijać.

# Kłęska władcy i ojca – *Król Lear* Williama Shakespeare'a

Imię Lear wywodzi się od nazwy boga morskiego starożytnych Brytów. Ta legendarna postać jest tytułowym bohaterem tragedii William Shakespeare'a (1564-1616) *Król Lear* powstałej w 1606 roku.

Król Lear jest (...) władcą, Brytanii, starcem z górą osiemdziesięcioletnim, ojcem trzech dorosłych córek: Goneril, Regany i Kordelii. Król, znany ze swoich zaskakujących i nieobliczalnych czynów, wpada na pomysł (...) podzielenia królestwa między córki. Aby jednak zachować właściwe proporcje nadania ziem, zwołuje radę królewską, przed którą córki mają przedstawić deklarację stopnia swej miłości do ojca. Goneril i Regana wygłaszają gładkie przemowy pełne pochlebstw i banalnych wyrazów uczuć i szacunku, najmłodsza Kordelia nie umie zamknąć swej miłości w ramy konwencjonalnego panegiryku. Lear w starczym zaciętrzewieniu daje wyraz podejrzeniom o brak uczuć Kordelii, wpada w nierozumny gniew i wyrzeka się córki, przekazując władzę dwóm starszym. (...) Lear przebywa kolejno na dworze Goneril i Regany, które – zdobywszy upragnioną władzę i ziemię – traktują go lekceważąco i oschle i nie zamierzają tolerować wybryków popędliwego ojca ani utrzymywać jego licznej drużyny. (...) Lear zrażony do Goneril porzuca jej dwór, gdzie czuje się zbędny i poniżany, i zamierza udać się do drugiej córki, Regany. Jednak (...) pojawiającego się (...) na dworze Leara wita chłód i nieprzychylnie przyjęcie. Przybyła w ślad za ojcem Goneril wraz z siostrą narzucają ojcu rezygnację z drużyny przybocznej. Te fakty otwierają oczy Learowi – rozpoznaje własny błąd i łatwo wierność, oddające go w ręce bezwzględnych córek, uświadamia sobie krzywdę, jaką wyrządził Kordelii, zaczyna także dostrzegać, że przyczyną jego niepowodzeń stała się własna popędliwość i nieodpowiedzialność. (...) W pozornie nieskładnym monologu oszalałego starca powraca nieustannie wątek refleksji nad znikomością człowieka wobec przeznaczenia i okrucieństwem cierpienia, które drwiąco równa króla z człowiekiem najniższego stanu. (...) Zasłużona kara spotyka (...) niegodziwe córki (...). Ale ginie także Kordelia, powieszona w lochu. Nad jej trupem umiera z rozpaczy Lear, niegdyś możny i despotyczny król, dzisiaj nędzarz, który utracił wszystko.

A.Z. Makowiecki, *Słownik postaci literackich*, Warszawa 2000, s. 426–427.

## William Shakespeare

### *Król Lear*

W. Shakespeare, *Król Lear*, przeł. W. Tarnawski, Wrocław 1957, s. 103–105.

#### Fragment IV sceny z aktu II. Rozmowa Leara z córkami – Reganą i Goneril.

REGAN

Proszę was, ojcze, słańście i innym  
Nie chcecie się wydawać. Jeśli, póki  
Wasz miesiąc nie upłynie, powrócicie  
Do mojej siostry i będziecie u niej,  
Połowę swojej świty rozpuściwszy,  
Przyjedźcie do mnie; ja w tej chwili jestem  
Za domem, brak mi zatem jest niezbędnych  
Zapasów, bym wam mogła dać gościnę<sup>34</sup>.

LEAR

Bez pięćdziesięciu ludzi wrócić do niej?  
Raczej się wszystkich dachów wyprzysięgnę  
I będę wolał wyzwać w bój nieprzyjaźń  
Powietrza, z wilkiem kumać się i sową –  
Twarda konieczność! Ja z nią miałbym wracać?  
Ha! Równie łącno<sup>200</sup> byłoby mnie skłonić,  
Bym na kolana padł przed tronem tego  
O wrącej<sup>201</sup> krwi Francuza – co bez wiana  
Wziął mą najmłodszą córkę – i, jak nędzny giermek,  
Prosił o lafę<sup>202</sup>, by podtrzymać jakoś  
To nędzne życie. – Ja mam z nią powracać?  
Kaźcie mi lepiej zostać niewolnikiem  
I juczną<sup>203</sup> szkapą tego obrzydłego  
Parobka jej.

---

<sup>200</sup> Łacno – archaizm: łatwo, nietrudno.

<sup>201</sup> Wrący – wrzący, burzący się.

<sup>202</sup> Lafa – z tur. pensja, żołd, środki na życie.

<sup>203</sup> Juczrny – o zwierzęciu: przeznaczony do noszenia ciężarów.



## GONERIL

Jak się spodoba, panie.

## LEAR

Proszę cię, córko, w obłąd mnie nie wpędzaj.  
Ja nie chcę, dziecko, robić ci kłopotu;  
Bądź zdrowa. Nigdy już się nie spotkamy,  
Nie zobaczymy się – a przecie jesteś  
Mym ciałem, krwią mą, córką – lub też raczej  
Chorobą w moim ciele, którą muszę  
Nazywać swoją czyli chcę, czy nie chcę;  
Bolączką jesteś i morowym przyszczem.  
Nabrany karbunkułem<sup>204</sup> mojej krwi zepsutej.  
Nie będę łąał cię; niech hańba przyjdzie,  
Gdy sama zechce, bo ja jej nie wołam;  
Nie wzywam władcy gromów, by uderzył;  
Nie mówię nic o tobie Jowiszowi<sup>205</sup>,  
Na sądach w górze siedzącemu; ty się  
Popraw, jeżeli możesz, stań się lepszą,  
Mając do tego czasu dość; ja zdołam  
Cierpliwym być; z Reganą mogę zostać  
I mieć swych stu rycerzy.

## REGAN

Niezupełnie.  
Nie spodziewałam się was i nie jestem  
Przygotowana, by was przyjąć godnie.  
Przychylcie, panie, ucha do słów siostry,  
Bo ci, co wdają się w dyskursy z waszym  
Roznamiętnieniem, muszą dojść do wniosku,  
Że wyście starzy, więc... a ona wie, co czyni.

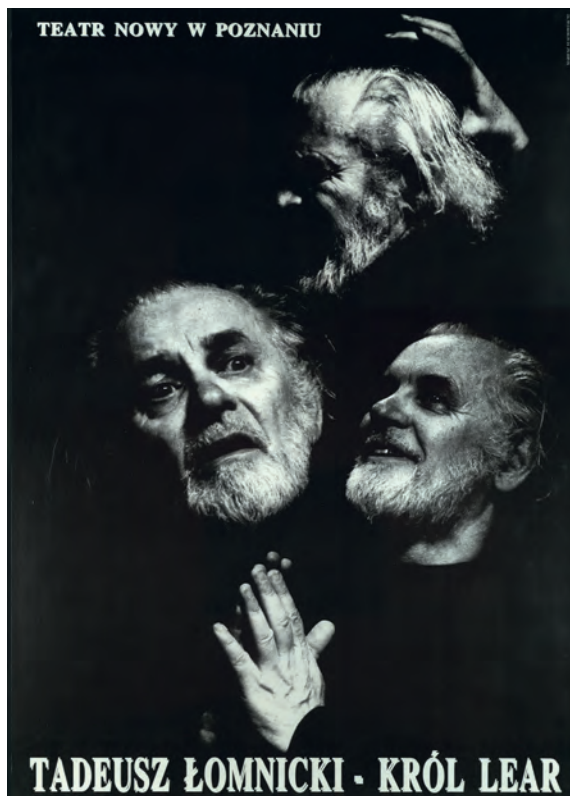
---

<sup>204</sup> Karbunkuł – tu: czyrak.

<sup>205</sup> Jowisz – w mitologii rzymskiej bóg deszczu, burzy i nieba.

Twórcy obydwu plakatów reklamują *Króla Leara*, obrazując tytułową postać sztuki. Mariusz Stachowiak wykorzystał w tym celu trzy fotografie przedstawiające Tadeusza Łomnickiego jako scenicznego odtwórcę władcy Brytów. Jego kompozycja ma układ wertykalny. Wypreparowane z naturalnego kontekstu scenicznego wizerunki Leara zostały zamknięte od dołu i od góry wymownymi gestami rąk. Organizują one wykorzystane fotografie w strukturę narracyjną o upadku legendarnego króla – jego pysze, rozczarowaniu i goryczy porażki.

W porównaniu z bogatym emocjonalnie wizerunkiem Leara w ujęciu Stachowiaka, Lear Tomasz Bogusławskiego oddaje siłę i głębię jednego doznania bohatera – rozpacz po wypełnieniu się tragedii. Artysta zbudował wizerunek władcy i ojca za pomocą symbolicznego przedmiotu – zużytej ryżowej szczotki. Poszczególne jej elementy postacują twarz starca zbolełego nieszczęściem: zmierzwiłone włosie – broda starca, dziury na osadzenie rękojeści – wytrzeszczone z przerażenia oczy, wyprofilowana wąska krawędź szczotki z widniejącymi śladami pieczęci – krzyk rozpaczliwej pieczętującej kres żywota.



Król Lear, 1992, plakat teatralny, autor: Mariusz Stachowiak /  
Archiwum Teatru Nowego w Poznaniu, [cyryl.poznan.pl](http://cyryl.poznan.pl)

Tomasz Bogustawski, *Król Lear*, 2010, plakat teatralny



Twórcy obydwu plakatów posługują się znakami plastycznymi odnoszącymi się do Leara, ale w odmienny sposób je konstruują. Stachowiak skomponował znak z kolażu fotograficznego, Bogustawski natomiast wytworzył go z fotografii przedmiotu tak uformowanego, by przez dosłowne obrazowanie, dzięki warstwie tekstowej plakatu, budził skojarzenia z Shakespeare'owskim bohaterem oraz doświadczeniami jego życia.

# Człowiek o dwóch twarzach – Świętoszek Moliera

*Świętoszek Moliera* (1622–1673) powstał w 1661 roku. Komedia po raz pierwszy została wystawiona na dworze królewskim w 1664 roku. Ze względu na ostrą krytykę hipokryzji, lubieżności i egoizmu do 1669 obowiązywał zakaz publicznego wystawiania utworu.

Tartufe, tytułowy bohater komedii w pięciu aktach Moliera *Tartufe, czyli Świętoszek*. Obłudny, dwulicowy i podstępny „przyjaciel” paryskiej, mieszczańskiej rodziny Orgona. „Twarz pulchna, rumiana”, oczy wznoszone nieustannie ku niebu w zgorzeniu zepsuciem świata. Orgon i jego matka, pani Pernelle, są całkowicie zaślepieni podziwem dla „świętoszka”, jego rzekomej pobożności, szlachetności, zasad moralnych i reagują oburzeniem na trafne rozpoznania charakteru hipokryty przez pozostałych domowników (żonę Orgona Elmire, jego dzieci Damisa i Mariannę, służącą Dorynę). Pan domu postanawia nawet wydać za Tartufe’a córkę Mariannę (zakochaną w młodym Walerym), a „świętoszek”, wietrząc bogaty posag, który



Tomasz Bogusławski, *Świętoszek Molier*, 2018,  
plakat teatralny

wpadnie mu w ręce, intensyfikuje komedię cnoty i pobożności. Obnosi się więc z umartwieniami i pacierzem, w rozmowie z Doryną każe jej przysłonić dekollet (na który w rzeczywistości chciwie zerka). Kiedy Elmira, w rozmowie na osobności, usiłuje nakłonić Tartufe'a do rezygnacji z zamiaru poślubienia Marianny, zachowanie obłudnika, jawnie zalecającego się do żony Orgona, odsłania jego prawdziwe oblicze. Zaloty Tartufe'a podsłuchuje Damis i oskarża przed ojcem „świętoszka”. Dwulicowy komediant w scenie pokory i skruchy potrafi obrócić sytuację na swoją korzyść: Orgon w gniewie o fałszywe oskarżenie cnotliwego człowieka wypędza z domu syna, dla zrekompensowania krzywdy czyni także, spisana pośpiesznie, darowiznę z całego swojego majątku na rzecz Tartufe'a. Utrwała się także w zamiarze oddania mu Marianny i żadne prośby córki nie są w stanie odmienić jego decyzji. Elmira dla otworzenia Orgonowi oczu zastawia pułapkę: aranżuje drugą rozmowę z Tartufe'em, przy której jest obecny ukryty pod stołem mąż. Umiejętnie czyniąc awanse „świętoszkowi”, wywołuje jego wyraźną deklarację chęci zdobycia żony przyjaciela wraz ze słynnym oświadczeniem: „Prawda, że w oczach nieba rzecz to nieco zdrożna/ Lecz i z niebem dać rady jakoś sobie można”, demaskującym jego fałszywą pobożność. Dopiero ta scena otwiera oczy Orgonowi, który w uniesieniu próbuje wyrzucić obłudnika z domu. Wtedy jednak dotychczasowy „przyjaciel rodziny” zrzuca maskę i postawę dobroćliwosti zamienia na zachowanie aroganckiego zwycięzcy: jest tutaj panem na podstawie darowizny, obejmuje majątek w posiadanie i przywoła stróżów prawa, by formalnie wyrzucili Orgona z dobytku. Składa także na pana domu donos o zdradę stanu. Wkrótce przybywa urzędnik królewski, by aresztować Orgona, i podstępny nędznik triumfuje. Sprawiedliwości staje się jednak zadość i ład moralny świata zostaje przywrócony – urzędnik rozpoznaje w Tartufe'ie przestępcę znanego z wielu oszustw i miast Orgona wyprowadza do więzienia „świętoszka”. Postać Tartufe'a stała się powszechnie znanym uosobieniem podstępnej i groźnej dwulicowości, przysyłającej pożądanie pieniędzy i władzy gestami i pozorami cnót religijnych i szlacheckich motywacji.

A.Z. Makowiecki, *Słownik postaci literackich*, Warszawa 2000, s. 758–759.

## **Molier**

### **Świętoszek**

Molier, *Świętoszek. Komedia w pięciu aktach*, przeł. i oprac. T. Boy-Żeleński, Wrocław 1976, s. 120–122.

**Fragment V sceny aktu IV. Pragnąc ukazać mężowi prawdziwe oblicze Świętoszka, Elmira aranżuje rozmowę z obłudnikiem w obecności ukrytego pod stołem Orgona.**

TARTUFE

Lecz skoro hołd mój widzisz okiem tak łaskawem,  
Czemuż nie chcesz obdarzyć bardziej słodkim prawem?

ELMIRA

Lecz jakże mogę chęci okazać łaskawsze,  
Nie obrażając nieba, którym grozisz zawsze?

TARTUFE

Jeżeli tylko niebo nam na drodze stoi,  
Usunąć tę zawadę leży w mocy mojej:  
Przeszkodą to nie będzie szczęśliwości naszej.

ELMIRA

Lecz kara niebios wieczna, którą pan nas straszy?

TARTUFE

Mogę rozproszyc pani dziecinne obawy,  
W zwalczaniu tych skrupułów mam co nieco wprawy.  
Prawda, że w oczach nieba rzecz to nieco zdrożna,  
Lecz i z niebem dać rady jakoś sobie można:  
Jest sztuka, która wedle potrzeby przemienia,  
Rozluźnia, ścieśnia węzły naszego sumienia  
I która umie zmniejszyć złych czynów rozmiary,  
Jeżeli czyste dla nich wynajdzie zamiary.  
Na zgłębienie tajemnic tych nadejdzie kolej,  
Niech mi się tylko pani prowadzić pozwoli!  
Chciej spełnić me pragnienia, a ja w tej potrzebie  
Odpowiadam za wszystko, grzech biorę na siebie!

(...)

TARTUFE

Słowem, brać tych skrupułów nie trzeba dosłownie:  
Wszak wiedzieć nikt nie będzie, a niech pani wierzy,

Że zło naszych postępów w ich rozgłosie leży.  
Zgorszenie świata – oto, co sumienie gniecie,  
I wcale ten nie grzeszy, kto grzeszy w sekrecie.

Solidny, metalowy przedmiot o kształtach męczyzny, służący do usuwania korka z butelki. Ergonomia gwarantuje łatwość wykorzystania i skuteczność użycia korkociągu. Umieszczony w nienaturalnym kontekście wizualnym sugeruje, że odnosi się nie tylko do tego, co wizualizuje. Transgresja znaczenia dokonuje się tu dzięki bliskości tekstu słownego i kojarzonych z nim sensów. Plakatowy obraz to zabawny odpowiednik hipokrytycznego Tartufe'a: *an face* świętobliwy (złożone ręce), widziany od tyłu – chciwiec podstępem otwierający cudze zasoby (ogon-korkociąg). Autor plakatu wykazał się niemałą pomysłowością. Dowcipnym obrazem dał wyraz komediowemu charakterowi sztuki Moliera.

## ***Homo faber* – Przypadki Robinsona Crusoe Daniela Defoe**

Powieść Daniela Defoe (1660?–1731) *Przypadki Robinsona Crusoe* powstała w 1719 roku. Inspiracją była historia szkockiego marynarza, Alexandra Selkira, który cztery lata spędził w samotności na wyspie u wybrzeży Chile.

Bohater Defoe urodzony w 1632 roku w Yorku w Anglii, od najmłodszych lat przejawia pociąg do podróży i marzy o zostaniu marynarzem. Jako dziewiętnastoletni chłopiec ucieka z domu do Londynu i zaciąga się na statek. Odtąd pędzi żywot marynarza i kupca. (...) W 1659 roku wsiada na statek mający przywieźć z Gwinei niewolników do pracy na plantacji. W drodze statek napotyka burzę i ulega rozbiciu. Fale wyrzucają Robinsona na brzeg – jest jedynym żeglarzem ocalałym z katastrofy. Ze statku osiadłego na mieliźnie udaje mu się uratować nieco pożywienia, broni białej i palnej, narzędzi i odzieży. Łąd, na który rzuciły go losy, okazuje się bezludną wyspą (...).

Dzieje i postać Robinsona stały się niezwykle popularne zaraz po ukazaniu się powieści. Zdecydowała o tym przede wszystkim przygodowa treść i wskazany w powieści wzór „selfmademana”, człowieka, który mozolną pracą, cierpliwością i przedsiębiorczością zapewnił sobie w miarę wygodną egzystencję w warunkach niesprzyjających i w całkowitej samotności. Robinson z czasem urósł do rangi kreacji



Wiesław Wałkuski, *Robinson Crusoe*, 1994, plakat teatralny



modelowej: ideału cnót oświeceniowego mieszczaństwa z takimi jego cechami, jak pracowitość, religijność, zaradność i umiejętność konsekwentnej realizacji zaprojektowanych praktycznie celów.

A.Z. Makowiecki, *Słownik postaci literackich*, Warszawa 2000, s. 159–160.

## Daniel Defoe

### *Przypadki Robinsona Kruzo*

D. Defoe, *Przypadki Robinsona Kruzo*, t. I–II, t. I przeł. J. Birkenmajer, t. II – anonimowy przekład z XIX w., oprac. G. Sinko, Warszawa 1986, s. 52–55.

**Bohater opowiada o budowie schronienia na bezludnej wyspie, sposobie pozyskiwania materiału, tworzenia (lub wykorzystania ocalałych z katastrofy) narzędzi oraz opracowania techniki pracy.**

(...) brak narzędzi bardzo mi utrudniał postęp jakiegokolwiek roboty. Rok niemal upłynął, zanim ostatecznie ukończyłem budowę mojego palami obwiedzonego domostwa. Dużo czasu zabierało mi rąbanie i ociosywanie kołów w lesie, jeszcze więcej dźwiganie ich do mego siedliska. Czasem dwa dni mi zajęło zrobienie i przeniesienie jednego pala, a dzień na wbicie go w ziemię. Do wbijania używałem zrazu ciężkiej kłody, potem zaś zastąpiłem ją żelaznym drągiem, jednakże i tak praca wbijania kołów szła mi opornie i uciążliwie. (...)

Winienem tu nadmienić, że rozum ludzki jest substancją i początkiem wszystkich nauk matematycznych, stąd jeśli człowiek ma zdrowy sąd o rzeczach dających się obliczyć i wymierzyć, może z czasem nauczyć się i opanować każdą mechaniczną pracę.

Choć dawnymi czasy nie miałem nigdy w rękę stolarskich narzędzi, wszelako przy usilnej pracy, rozwadze i pomysłowości udałoby mi się teraz sporządzić każdą rzecz potrzebną, zwłaszcza gdybym miał odpowiednie do tego narzędzia. Wiele rzeczy wykonałem nawet bez narzędzi, a niektóre tylko przy pomocy siekiery i topora, których chyba nikt w ten sposób nie używał przede mną. Na przykład, jeżeli potrzeba mi było deski, nie miałem innego sposobu, jak ściąć drzewo, postawić je sztorcem przed sobą i ociosywać po obu stronach, aż na koniec, gdy ścieniało do rozmiarów tarcicy, strugałem je do równości toporem. Prawda, że przy tej metodzie mogłem z całego drzewa otrzymać tylko jedną deskę, ale na to nie było innego lekarstwa prócz cierpliwości. Zabierało mi to mnóstwo czasu i pracy, ale czas i trud małe miały dla mnie znaczenie, gdyż jedno i drugie musiałem na coś obrócić.

Stół i stołek sporządziłem wszakże z krótszych desek przywiezionych na mej tratwie. Potem z owych już przeze mnie wystruganych kilku wielkich desek

zrobiłem szerokie półki wzdłuż jednej ze ścian jaskini, jedne nad drugimi, na skład narzędzi, gwoździ i żelastwa. Porozdzielałem wszystko w różnych miejscach, żeby mieć dostęp łatwiejszy. W ściany skały powbijałem haki do zawieszania strzelb i innych rzeczy, które można było wieszać. Tak więc jaskinia moja wyglądała teraz jak składnica wszelkiego dobytku, miałem wszystko pod ręką i miło mi było widzieć wszystkie moje sprzęty w takim porządku, zwłaszcza że miałem ich tak pokaźny zapas.

Bohater powieści Daniela Defoe stracił wszystko, poza ciałem i świadomością. Jednak jego położenie tylko częściowo przypomina sytuację naszych najstarszych protoplastów. Jak oni Robinson egzystuje na łonie natury, kierując się instynktem przetrwania, ale w pamięci i doświadczeniach ma przecież „zapisane” zdobycze cywilizacji kolejnych pokoleń. Dzięki kreatywności pobyt na bezludnej wyspie staje się okazją do zrekonstruowania dotychczasowych etapów kultury materialnej człowieka, co pozwala chronić własne ciało przed nieprzyjawnymi siłami natury i rozwijać bytującą w nim świadomość. Robinson to człowiek w szczególnej i nietypowej dla biegu ludzkiego życia sytuacji egzystencjalnej. Odtwarza doświadczenia ewolucyjne cywilizacji tworzonej przez dziesiątki ludzkich istnień, nie korzystając przy tym ze zorganizowanej formy życia społecznego. Na tle literackich toposów człowieka bohater Defoe nie ma odpowiednika. Ten właśnie wyjątkowy typ postaci eksponuje praca Wiesława Wałkuskiego.

Z plakatu spogląda na widza twarz dojrzałego brodatego mężczyzny o silnym spojrzeniu. Na realistyczny wizerunek nakładają się elementy fantastyczne: oko ujęte w trójkątną formę oraz spieniona tafla wód bądź też niebo z małymi obłokami. Od interpretatora zależy, czy dostrzeże w plakacie twarz wyłaniającą się z wody/nieba, czy też unoszącą się nad wodą/obłokami. Od interpretatora zależy również, czy w portrecie Robinsona zauważy migoczące oko opatrności lub też twarz Chrystusa. Żonglując nieoczywistością obrazu, plakacista mnoży odniesienia do fabuły spektaklu oraz do powieści Defoe. Przywodzi na myśl i ocalenie bohatera z odmętów oceanu, i fakt, że jest on Stwórcą cywilizacji bezludnej wyspy.

# Kryzys egzystencji – *Faust* Johanna Wolfganga Goethego

Dwuczęściowa tragedia Johanna Wolfganga Goethego (1749–1832) *Faust* (cz. I – 1808, cz. II – 1832) jest inspirowana postacią niemieckiego alchemika, maga, czarnoksiężnika – Fausta (1480–1540). Posiadający uniwersyteckie wykształcenie, Faust głosił swe rzekome zdolności nadprzyrodzone, czym zjednał sobie wielu zwolenników, ale i przeciwników postrzegających go jako heretyka i oszusta.

Losy Fausta są (...) [w *Fauście* – przyp. A.B.] konsekwencją zakładu zawartego w niebie między Panem Bogiem i Mefistofeilesem o duszę uczonego i maga. Tymczasem podstarzały Faust nocą w swojej pracowni dokonuje podsumowania dotychczasowego swego życia, konstatując, że wieloletnie studiowanie różnych nauk nie dostarczyło mu odpowiedzi na wiele pytań („tyle wiem, com wiedział wprzód”) i nawet nie przysporzyło sławy i bogactwa. (...) Faust daje posłuch (...) kusicielskim namowom [Mefistofelesa – przyp. A.B.] i zdradza swoje pragnienia: powrotu do młodości, uzyskania sławy i bogactwa, miłości kobiety. W zamian za ich spełnienie zobowiązuje się oddać duszę diabłu, momentem zaś spełnienia tego warunku stanie się poczucie spełnienia, które na usta Fausta wywoła słowa: „[Chwilo] trwaj! Jesteś tak piękna!” (...) Po spisaniu cyrografu Faust zostaje przez Mefista odmłodzony o trzydzieści lat (...) i rusza z diabłem na poszukiwanie uroków życia. (...) Zniechęcony i nie znajdujący już satysfakcji w zaspokajaniu swoich egoistycznych pragnień podejmuje (...) działalność na rzecz ogółu – przy pomocy Mefistofelesa podejmuje gigantyczną pracę osuszenia nadmorskiej depresji, by na odzyskanej od morza ziemi zbudować wzorcowe społeczeństwo przyszłości. (...) [Faust – przyp. A.B.] przeżywa (...) uniesienie i poczucie spełnienia – woła więc do chwili „trwaj! jesteś tak piękna!”. Ta magiczna formuła umożliwia (wedle umowy) pochwycenie przez Mefistofelesa duszy Fausta. Odsiecz przychodzi jednak z nieba: chór aniołów wydziera piekłu duszę nieszczęśnika, wyjaśniając jego ostateczne zbawienie w sformułowaniu: „Kto wiecznie dążąc się trudzi, tego możemy wybawić”.

A.Z. Makowiecki, *Słownik postaci literackich*, Warszawa 2000, s. 230–231.

## Johann Wolfgang Goethe

### *Faust*

J.W. Goethe, *Faust*, cz. I, przeł. B. Antochewicz, Wrocław 1978, s. 54.

Scena rozgrywa się w pracowni Fausta. Mag i Mefistofeles zawierają pakt, na mocy którego dusza Fausta stanie się własnością diabła, jeśli uczonemu dane będzie przeżyć chwilę, o której powie: „Trwaj! Jesteś piękna!”.

FAUST

Jeśli spokojny pogrążę się  
Kiedykolwiek w próżności,  
Niech będzie to mój koniec!  
Jeśli zdołasz kiedykolwiek pochlebstwem mnie oszukać,  
Iż sam spodobam się sobie,  
Rozkoszą mnie okłamać –  
Niech będzie to mój dzień ostatni!  
Więc proponuję zakład!

MEFISTO

Zgoda!

FAUST

Wet za wet!  
Jeśli do chwili powiem:  
Trwaj! jesteś piękna!  
Masz prawo mnie spętać,  
I wtedy chętnie zginę!  
Wtedy niech dzwon żałobny bije,  
Skończona twoja służba,  
I zegar może stanąć, wskazówka opaść,  
Bo dla mnie czas się skończył!

(...)

FAUST

(...)

Więc czego żądasz duchu zły?  
Kruszcu, marmuru, pergaminu, papieru?  
Mam pisać rylcem, dłutem, piórem?  
Daję ci wolny wybór.

MEFISTOFELES

(...)

Dobry jest każdy strzępek,  
Który podpiszesz kropelką krwi.



Jan Lenica, *Faust*, 1984, plakat operowy

Plakat Jana Lenicy reklamuje pięcioaktową francuską operę *Faust* (1859) Charlesa Gounoda (1819–1893). Libretto zostało napisane na podstawie pierwszej części *Fausta* Goethego przez Jules'a Barbiera i Michaela Carré'ego. Opera była wystawiana na deskach Teatru Wielkiego w Warszawie.

Plakat Franciszka Starowieyskiego reklamuje dwuaktową operę polskiego kompozytora, wiolonczelisty, śpiewaka, polityka, namiestnika Wielkiego Księstwa Poznańskiego – księcia Antoniego Henryka Radziwiłła (1775–1833), zatytułowaną *Faust*. Autorem libretta jest J.W. Goethe. Muzyka powstawała w latach 1808–1832. Utwór jest pierwszym dziełem operowym inspirowanym dramatem J.W. Goethego. Premiera pełnej jego wersji odbyła się w Berlinie w 1835 r.

Obydwa plakaty zostały oparte na podobnym zamyśle artystycznym – portrecie Fausta. Postaciując bohatera, artyści syntetyzują jego kształty z elementami morfologicznymi innych ciał. Lenica spaja sylwetkę czarnoksiężnika z zarysem diabła, Starowieyski natomiast łączy ją z konturem twarzy i tułowia kobiecego ciała oraz ze zdeformowaną czaszką. Podstawą estetyki obydwu plakatów są nie tylko różne tradycje artystyczne, ale też różne style wyrażania znaczeń. Lenica daje prymat wrażeniom plastycznym, Starowieyski – intelektualnym.

Wzrok odbiorcy plakatu Lenicy przykuwają plamy harmonijnych barw ujęte w grube, czarne kontury o secesyjnej proweniencji. Uwypuklone i wyostrzone białym tłem formy konkretyzują się i scalają, tworząc nowe konfiguracje obrazowe, głowę diabła, czarci ogon, masywne ludzkie nogi, odnoszące się do zaprzędania się diabłu przez człowieka.

Faust z plakatu Starowieyskiego został ujęty z perspektywy psychologicznej. Poorana zmarszczkami twarz, ze zdeformowaną czaszką ukazaną niczym rondo kapelusza, stanowczo i ze smutkiem spogląda wprost na widza. Empatyczny odbiorca zostaje wciągnięty w grę z wizerunkiem Fausta. *Vis-à-vis* stary ambitny poszukiwacz sensu świata ukazany w momencie odnalezienia dróg ucieczki sugerowanych elementami po obydwu stronach policzków – profilem młodego człowieka i zmysłowymi elementami ciała kobiety. Barokowy motyw *vanitas* „nad” obliczem Fausta i pragnienie młodości i miłości „w” Fauście. To wyborny znak zdarzeń inicjujących operowe widowisko i wyborne preludium spotkania z operą Radziwiłła.



Franciszek Starowieyski, *Faust*, 2003, plakat operowy, dzięki uprzejmości [www.franciszekstarowieyski.pl](http://www.franciszekstarowieyski.pl)

# Za dzbanek malin – *Balladyna* Juliusza Słowackiego

Pięcioaktowa tragedia Juliusza Słowackiego (1809–1849), *Balladyna*, powstała w 1834 roku w Szwajcarii, drukiem ukazała się w 1839 w Paryżu, a po raz pierwszy została wystawiona na deskach teatru we Lwowie w 1862 roku.

Badacze literatury rozumieli i wyjaśniali *Balladynę* różnie. Jedni, wydobywając tradycyjne wątki literackie (zwłaszcza Szekspirowskie), ludowe lub baśniowe, dopatrywali się w utworze, idąc za Słowackim, próby tworzenia kroniki bajecznych dziejów Polski; inni nacisk kładli na psychologię kobiety zbrodniarki, na dzieje górującej nad otoczeniem jednostki; zastanawiano się nad polityczną wymową dramatu, doszukując się w nim myśli o istocie władzy, o zrygawkach gwałtownych przewrotów dziejowych. Tłumaczono też utwór jako aluzyjny, mówiący o współczesnej autorowi epoce, ubranej w kostium historyczny, jako dramat, do którego czytelnik I poł. XIX w. posiadał wszystkie klucze: historyczne, polityczne, filozoficzne, obyczajowe. Do ciekawszych prób interpretacyjnych należało uznanie *Balladyny* za wyraz pesymistycznego poglądu na świat. Bogactwo wskazanej tu problematyki, kunsztowna różnorodność wiersza, niezwykle w wyrazie postaci dramatu sprawiają, że *Balladyna* jest jednym z najoryginalniejszych i najbardziej znanych dzieł wczesnego okresu twórczości Słowackiego. (...)

Na rosnącą popularność *Balladyny* wpłynęły liczne inscenizacje (w zaborze rosyjskim po 1905), odzwierciedlające różne koncepcje interpretacyjne: od operowej feerii do ujęcia parodystycznego (...).

M. Bizan, *Balladyna*, w: *Literatura polska. Przewodnik encyklopedyczny*, t. I A–M, komitet red. J. Krzyżanowski, od 1976 C. Hernas, Warszawa 1986, s. 46–47.

## Juliusz Słowacki *Balladyna*

J. Słowacki, *Balladyna*, w: idem, *Dzieła wybrane*, red. J. Krzyżanowski, t. III, *Dramaty. Maria Stuart, Kordian, Horsztyński, Balladyna*, oprac. E. Sawrymowicz, Wrocław 1979, s. 279–280.

Fragment aktu II, sceny I. Akcja rozgrywa się w lesie podczas współzawodnic-  
twa Aliny i Balladyny w zbieraniu malin. Ta z siostr, która wygra, w nagrodę  
poślubi Kirkora.

ALINA

Miła!...

Siostrzyczko moja, powiedz, gdzieżeś była?  
Wyszłyśmy razem, miałaś dosyć czasu;  
Wszak ja ci, siostr, nie ukradłam lasu.  
Dlaczegoż teraz z taką białą twarzą  
I z przyciętymi ustami?...

BALLADYNA

Wyłażą

Z twojego dzbanka maliny jak węże,  
Aby mię kasać żądlami wymówek.  
Idź i bądź panią! siostra się zaprzęże  
Jak wół do pługa, będzie tłoczyć olej  
Z kołających siemion i z brzydkich makówek.

ALINA

A wstydz się, siostr... proszę cię, nie bolej  
Nad moim szczęściem.

BALLADYNA

Cha! cha! cha!

ALINA

Go znaczy

Ten Śmiech okropny? siostr! czy ty chora?  
Jeżeli wielkiej doznajesz rozpacz  
To powiedz... Ale ty kochasz Kirkora?  
Ty bardzo kochasz? Siostr! powiedz szczerze!  
Bo widzisz, rybko, są inni rycerze,  
Jak będę panią, to ci znajdę męża...

BALLADYNA

Ty będziesz panią? Ty? ty!



*Dobywa noża.*

ALINA

Balladyna!...  
Co ten nóż znaczy?...

BALLADYNA

Ten nóż?... to na węża  
W malinach...

(...)

ALINA

O! nie zbliżaj się do mnie z takimi  
Oczyma... Nie wiem... ja się ciebie boję.

BALLADYNA

*zbliża się i bierze ją za rękę*  
I ja się boję... połóż się na ziemi...  
Połóż... ha!

Zabija.

ALINA

Puszczaj!... oh!... konam...

*Pada.*

BALLADYNA

Co moje  
Ręce zrobiły?... O!...

GŁOS Z WIERZBY

Jezus Maryja...

BALLADYNA

*przerażona*

Kto to?... zawołał ktoś?... czy to ja sama  
Za siebie samą modliłam się?... Żmija,

Kobieta, siostra – nie siostra... Krwi plama  
tu – i tu – i –

*Pokazując na czoło, plami je palcem.*

i tu. – Któż zabija  
Za malin dzbanek siostrę?... Jeśli z bora  
Kto tak zapyta? powiem – ja. – Nie mogę  
Skłamać i powiem: ja! – Jak to ja?... Wczora  
Mogłabym przysiąc, że nie... W las!... w las!... w drogę,  
Wczorajsze serce niechaj się za ciebie  
Modli. – Ach jam się wczoraj nie modliła.  
To źle! źle! – dzisiaj już nie czas... Na niebie  
Jest Bóg... zapomnę, że jest, będę żyła,  
Jakby nie było Boga.

*Odbiega w las.*

Autor połączył w figuralną jedność dwa motywy – dzban i kręte schody. W ten sposób przywołał i przedmiot toczącego się w *Balladynie* pojedynku i nagrodę czekającą jego zwyciężczynię. Modelując naczynie, posłużył się personifikacją, co pozwoliło mu uzyskać labilność kształtów kompozycji. Dzięki temu sugeruje ona oku patrzącego kroczącą po zamkowych schodach tytułową bohaterkę, dźwigającą bagaż zbrodni, obłędu i nieuchronnej kary.



Andrzej Pągowski, *Balladyna*, ok. 1980,  
plakat teatralny

## W oku Boga – *Dziady* cz. III Adama Mickiewicza

*Dziady* cz. III Adama Mickiewicza (1798–1855) to część dramatycznego cyklu *Dziady* (obejmującego także część II, IV i nieukończoną I). Utwór powstał w Dreźnie wiosną 1832 roku. Pierwodruk ukazał się w tym samym roku w Paryżu, najpierw w 4. tomie *Poezji*, a następnie w wydaniu osobnym.

Mesjanizm *Dziadów* jest niemal w całości zbudowany na *Widzeniu* ks. Piotra, dotyczącym zasadniczo dwóch podmiotów: narodu polskiego i „dziecięcia, które uszło”. (...) Tutaj poszczególne wydarzenia historyczne przedstawione są i zinterpretowane jako wydarzenia z życia Mesjasza (Jezusa), przy czym kwestia chronologii nie gra roli: rozbiory Polski, przedstawione jako Ukrzyżowanie, poprzedzają prześladowania młodzieży litewskiej – „rzeź niewiniątek”. Nie ma też znaczenia fakt, że jako „dziecię, które uszło” przed Herodem przedstawiony jest przyszły wskrzesiciel narodu (określony dość dokładnie, choć enigmatycznie „z matki obcej, krew jego dawne bohaterzy”), namiestnik na ziemskim padole, namiestnik wolności, a jako Ukrzyżowany – naród polski. Nie mamy tu bowiem do czynienia z symboliczną biografią ani Konrada, ani Polski, ani też nikogo innego, lecz z wizją, która rządzi się własnymi prawami. Wizja ta wyraźnie odwołuje się nie tylko do *Ewangelii*, lecz i do *Apokalipsy* (w przedstawieniu przyszłości), a także do pewnych motywów starotestamentowych. Warto przy tym zauważyć, że konkretne wydarzenia historyczne i postawy poszczególnych narodów ujęte są w ramy wizji nie tylko po to, by je mistycznie zinterpretować, jak w wypadku Polski, ale też by wyrazić o nich opinię – umywający ręce Gal to Francja, Rakus i Borus, okrutni oprawcy to Austria i Prusy, i wreszcie, o dziwo, przebijający bok Chrystusa żołdak, który, jak głosi legenda, nawróci się i uzyska boskie przebaczenie to Moskal. (...)

Podsumowując można powiedzieć, że w *Widzeniu* krzyżuje się kilka porządków i perspektyw: ocena historyczna przeszłości i roli kilku narodów (a także Europy jako całości), wyidealizowana wizja Polski jako Ukrzyżowanego i Zmartwychwstałego oraz współczesnego poecie pokolenia i „dziecięcia, które uszło”, optymistyczny obraz przyszłości (zmartwychwstały Mesjasz-Polska,

zwycięski i sławny „mąż czterdzieści i cztery”, nawrócony Moskal), modlitwa do Boga o wytrwanie i siły dla cierpiącego narodu itd. (...) Zwróćmy teraz uwagę na to, w jakim kontekście występuje mesjanizm mickiewiczowski. Jest to po pierwsze myśl, że może istnieć życie po śmierci. Śmierć nie jest ostateczna i nieodwracalna – czy przybierze owa myśl postać ludowej wiary w upiora, czy chrześcijańskiej w zmartwychwstanie ciał, czy jeszcze inną. Następnie mamy ideę ofiary, w dramacie obecną na kilka sposobów (Tomasz, ks. Piotr, młodzi więźniowie, Wasilewski, ksiądz z hostią, stanowiący potwierdzenie przyjęcia i ofiarowania we mszy „krwi niewinnej”, bajka Góreckiego – przyroda też zna ideę ofiary – wreszcie, *explicite*, w *Widzeniu* ks. Piotra). Mesjanizm to, jak wiadomo, idea pośrednika między Bogiem a ludźmi; może nim być jednostka, może i naród.

M. Cieśla-Korytowska, „*Dziady*” Adama Mickiewicza, Warszawa 1995, s. 133–134.

## **Adam Mickiewicz**

### ***Dziady* cz. III**

A. Mickiewicz, *Dziady*, cz. III, w: idem, *Utwory dramatyczne*, t. III, Warszawa 1983, s. 185–188.

**Fragment sceny V. Akcja rozgrywa się w celi księdza Piotra. Leżący krzyżem i modlący się bohater doznaje proroczego widzenia.**

Tyran wstał – Herod! – Panie, cała Polska młoda

Wydana w ręce Heroda.

Co widzę? – Długie, białe, dróg krzyżowych biegi,

Drogi długie – nie dojrzeć – przez puszcę, przez śniegi,

Wszystkie na północ! Tam, tam w kraj daleki

Płyną jak rzeki.

(...)

Ach, Panie! to nasze dzieci,

Tam na północ – Panie, Panie!

Takiż to los ich? – wygnanie!

I dasz ich wszystkich wygubić za młodu,

I pokolenie nasze zatracisz do końca? –

Patrz – Ha! To dziecię uszło – rośnie – to obrońca!

Wskrziesiciel narodu, –

Z matki obcej; krew jego, dawne bohaterzy,

A imię jego będzie czterdzieści i cztery.

Panie! Czy przyjścia jego nie raczysz przyspieszyć?

Lud mój pocieszyć?

Nie! Lud wycierpi – Widzę ten motłoch – tyrany,

Zbójce – biegą – porwali – mój Naród związany

Cała Europa wlecze, nad nim się urąga –

„Na trybunał!” – Tam zgraja niewinnego wciąga.

Na trybunale gęby, bez serc, bez rąk: sędzie –

To jego sędzie!

Krzyczą: „Gal, Gal sądzić będzie”.

Gal w nim winy nie znalazł i – umywa ręce;

A króle krzyczą: „Potęp i wydaj go męce!

Krew jego spadnie na nas i na syny nasze.

Krzyżuj syna Maryi, wypuść Barabasze!

Ukrzyżuj, – on cesarza koronę znieważa;

Ukrzyżuj, – bo powiemy, żeś ty wróg cesarza!”

Gal wydał – Już porwali – już niewinne skronie

Zakrwawione, w szyderskiej, cierniowej koronie,

Podnieśli przed świat cały; – i ludy się zbiegły –

Gal krzyczy: „Oto naród wolny, niepodległy!”

Ach Panie! Już widzę krzyż – ach, jak długo, długo

Musi go nosić – Panie, zlituj się nad sługą!

Daj mu siły, bo w drodze upadnie i skona!

Krzyż ma długie, na całą Europę ramiona,

Z trzech wyschłych ludów, jak z trzech twardych drzew ukuty. –

(...)

Mój kochanek! Już głowę konającą spuścił,

Wołając: „Panie! Panie! za coś mię opuścił!”

On skonał!

(...)

I słyszę z nieba głosy jak gromy;

To namiestnik wolności na ziemi widomy!

On to na sławie zbuduje ogromy

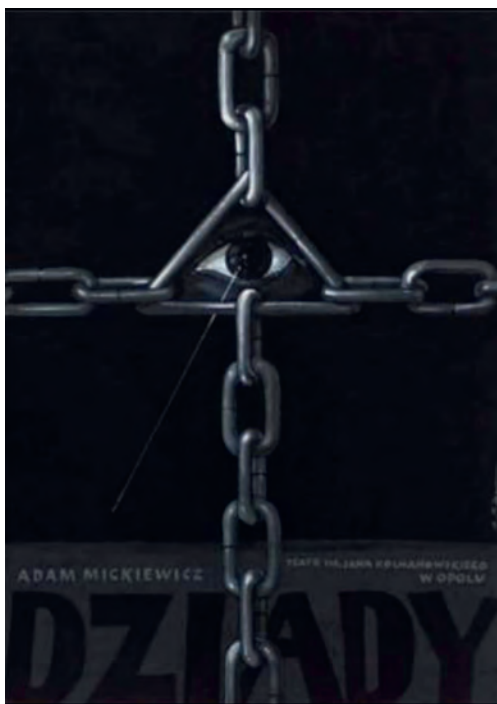
Swego kościoła!

Nad ludy i nad króle podniesiony;

Na trzech stoi koronach, a sam bez korony:

A życie jego – trud trudów,  
A tytuł jego – lud ludów;  
Z matki obcej, krew jego, dawne bohaterzy:  
A imię jego czterdzieści i cztery.  
Sława! sława! sława!

(zaspia)



Bolesław Polnar, *Dziady*, 1997, plakat teatralny

w powiązaniu z werbalną warstwą plakatu, wiąże bezpośredni obraz z Mickiewiczowską ideą mesjanizmu. Znak męki Chrystusa jest tu również znakiem męki zniewolonej Polski, oko Opatrzności wyrazem Bożego czuwania nad polskim narodem, a promień światła – oznaką wizji przyszłości ojczyzny, jakiej doświadczył ksiądz Piotr.

Cechą plakatu jest labilność przedstawiania. Powstaje ona w rezultacie odpowiedniego skomponowania przywołanych przedmiotów. Z ich deformacji oraz wzajemnego sytuowania na płaszczyźnie rodzi się obrazowe naddanie, sugerujące odbiorcy możliwość wizualizowania znaczeń przedstawionych nie wprost.

Na plakacie Bolesława Polnara łańcuch, oko i promień współtworzą znak odnoszący się do *Dziadów* cz. III. Bezpośrednio przywołane przedmioty, oprócz nich samych, ukazują także krzyż z usytuowanym centralnie okiem Boga oraz z płynącą z niego ku dołowi wiązką światła. To z kolei,

# Dzieje pewnego audytu – *Rewizor* Mikołaja Gogola

*Rewizor* Mikołaja Gogola (1809–1852) powstał w 1836 roku. Sztuka, będąca satyrą na funkcjonowanie carskiej Rosji, należy do czołowych osiągnięć rosyjskiego realizmu.

Wątek komediowy, którego ogólny zarys podał Gogolowi Puszkina, rozwinięty został w *Rewizorze* w sposób następujący: Chlestakow, „młodzieniec z lekka głupawy i – jak to się mówi – bez piątej klepki w głowie, typ zwany w kancelariach absolutną pustką” – wzięty zostaje w małym miasteczku za tajnego rewizora ze stolicy. Horodniczy (naczelnik miasta) i cały klan urzędniczy mieściny usiłują przekupić go, obnażając przy tym cały bezmiar swych „grzeszków”, a raczej grubych łajdactw. Wysiłki te wieniczy powodzenie, u szczytu triumfu wydaje się być zwłaszcza horodniczy, marzący o awansie i o wydaniu za Chlestakowa swej córki. Komiczne *qui pro quo* kończy się jednak wykryciem pomyłki i nagłym przyjazdem rzeczywistego rewizora.

A. Walicki, *Wstęp*, do: M. Gogol, *Rewizor*, przeł. J. Tuwim, wstęp i objaśnienia A. Walicki, Wrocław 1956, s. XLIV–XLV.

## Mikołaj Gogol *Rewizor*

M. Gogol, *Rewizor*, przeł. J. Tuwim, wstęp i objaśnienia A. Walicki, Wrocław 1956, s. 158–170.

Fragment VIII i IX sceny ostatniego aktu. Naczelnik poczty, Iwan Kuźmicz Szepiekin, odczytuje skradziony list Iwana Aleksandrowicza Chlestakowa, z którego bohaterowie komedii dowiadują się, że nie jest on prawdziwym rewizorem. Jednocześnie zostaje im obwieszczona informacja o przybyciu właściwego lustratora – urzędnika z Petersburga.

NACZELNIK POCZTY

*wpada z rozpieczętowanym listem w rękę*

Panowie! Niebywała historia! Urzędnik, którego braliśmy za rewizora, wcale nie był rewizorem!

WSZYSCY

Jak to? Co?

NACZELNIK POCZTY

To żaden rewizor, dowiedziałem się o tym z listu!

HORODNICZY

Co pan gada? Z jakiego listu?

NACZELNIK POCZTY

Z jego własnoręcznego listu. Było tak: przynoszą mi na pocztę list. Patrząc na adres, widzę: Petersburg, ulica Pocztowa. Aż mi się zimno zrobiło! Aha! Myślę sobie: zauważył jakieś nieporządki w moim resorcie i zawiadamia władzę!... Wziąłem i otworzyłem list...

(...)

WSZYSCY

Prosimy! Niech pan czyta!

NACZELNIK POCZTY *czyta*

„Triapiczkin, bracie i przyjacielu! Pragnę cię zawiadomić, jakie się ze mną dziwy dzieją. W podróży orznął mnie na czysto w karty kapitan piechoty, do tego stopnia, że właściciel oberży miał zamiar wpakować mnie do więzienia. Nagle, zawdzięczając mojej petersburskiej fizjonomii i eleganckiemu ubraniu, całe miasto wzięło mnie za generał-gubernatora<sup>206</sup>! Mieszkam teraz u horodniczego<sup>207</sup>, używam ile wlezie, dostawiam się do jego żony i córki... nie zdecydowałem się jeszcze, od której zacząć. Sądzę, że od mamusi, bo wygląda mi na to, że z punktu zgodzi się na wszystko. Pamiętasz, jakeśmy z tobą bidowali<sup>208</sup>, żyli psim śwędem i jak mnie kiedyś cukiernik złapał za kołnierz z powodu skonsumowania ciastek na rachunek króla angielskiego?... Teraz byś mnie nie poznał! Pożyczają mi wszyscy na prawo i na lewo. Straszne oryginały! Pękłbyś ze śmiechu! Wiem, że piszesz felietony – opisz wszystkich koniecznie! Przede wszystkim horodniczego – jest głupi jak siwy wałach! (...)

„Naczelnik poczty... dobry człowiek...”

---

<sup>206</sup> Generał-gubernator – zarządzający kilkoma guberniami, stanowiący całość administracyjną i polityczną.

<sup>207</sup> Horodniczy – urzędnik ziemski sprawujący pieczę nad miastem.

<sup>208</sup> Bidować – żyć w biedzie.



*przerywa czytanie*

No, w tym miejscu wyraził się o mnie także niezbyt przyzwoicie...

(...)

ARTIEMIJ FILIPOWICZ

Panowie pozwolą, ja przeczytam.

*nakłada okulary, czyta*

„Naczelnik poczty – wykapany woźny z departamentu, Michiejew, i pewno tak samo, bestia, wódkę goli...”

(...)

KOROBKIN *czyta*

„Kurator zakładów dobroczynnych, Ziemiańska: zupełna świnią w jarmułce<sup>209</sup> ...”

(...)

„Wizytator szkół przesiąkł na wskroś cebulą...”

(...) „Sędzia Lapkin-Tiapkin jest w najwyższym stopniu moweton<sup>210</sup>”.

(...)

AMMOS FIODOROWICZ

Więc jakże to, panowie? Jak się to stało, żeśmy się tak dali nabrać?

(...)

*ŻANDARM wchodzi*

Przybył z najwyższego rozkazu urzędnik z Petersburga. Prosi panów natychmiast do siebie. Zajechał do hotelu.

*Słowa te rażą jak piorunem wszystkich obecnych, okrzyk zdumienia wyrywa się z ust pań, wszyscy przegrupowują się błyskawicznie i pozostają jak skamieniali.*

SCENA NIEMA

*Pośrodku osłupiały Horodniczy z szeroko rozwartymi ramionami i odrzuconą w tył głową. Po jego prawej stronie żona i córka, zastygłe w ruchu ku niemu skierowanym; za nimi – Naczelnik poczty, zwrócony ku publiczności; wygląda jak znak zapytania. Za nim – Łuka Łukicz, zmieszany w najniewinniejszy sposób; dalej trzy damy, pochylone ku sobie; na ich twarzach rysuje się wyraźnie satyryczny stosunek do rodziny Horodniczego. Na lewo od Horodniczego Ziemiańska, z głową lekko na bok pochyloną, jakby przysłuchiwał się czemuś. Za nim – Sędzia, rozrzu-*

---

<sup>209</sup> Jarmułka – czapeczka sukienka lub aksamitna noszona głównie przez Żydów.

<sup>210</sup> Moweton – z fr. *mauvais ton* – w złym tonie.

*ciwszy ręce i przykucnąwszy prawie do ziemi; wargi ma tak złożone, jakby chciał zagwizdać lub powiedzieć: „Masz, babo, kaftan!” Za nim – Korobkin, twarzą do widowni, z przymrużonym okiem i ze zjadliwą aluzją do Horodniczego na twarzy. Dalej – Dobczyński i Bobczyński, wyciągnąwszy ku sobie ręce, rozdziawiwszy usta, z wytrzeszczonymi na siebie oczami. Inni goście po prostu jak słupy. Prawie półtorej minuty pozostaje lak skamieniała grupa w tej pozycji.*

## KONIEC

Podziwiać należy wybieg Gogola: wiedząc o tym, że cenzura nie pozwoliłaby na wyśmianie autentycznego rewizora carskiego, demaskuje Gogol rewizora fałszywego, którego zachowanie jednak pokazuje jak gdyby w krzywym zwierciadle rewizora autentycznego. Wysiłki urzędniczego świata miasteczka, aby Chlestakowa przekupić, wskazują, iż był to powszechnie stosowany i niezawodny środek porozumienia z autentycznymi rewizorami. Sama omyłka horodniczego ma źródło nie tylko w strachu, który ma wielkie oczy – omyłka ta jest całkowicie usprawiedliwiona, całe zachowanie Chlestakowa niewiele odbiega bowiem od zachowania się dostojników państwowych, z którymi zetknął się w stolicy i których styl życia naśladuje. (...) Chlestakow nieświadomie parodiuje swym zachowaniem wyższych urzędników carskich, ponadto posiada ich typowe cechy: niezachwianą pew-



**Henryk Tomaszewski, *Rewizor*, 1953, plakat filmowy, dzięki uprzejmości Filipa Pągowskiego**

ność siebie, czelność, niewybredność wyboru środków dla własnych celów, całkowity brak jakichkolwiek zasad etycznych. Dla urzędników głuchej prowincji trudno uchwytana jest różnica między zabawną parodią a rzeczywistością. Słowa Chlestakowa, iż nie żąda od ludzi niczego innego prócz „szacunku i oddania, oddania i szacunku”, brzmią w jego ustach zupełnie tak samo, jak gdyby wypowiedziane były przez prawdziwego dostojnika carskiego.

A. Walicki, *Wstęp* do: M. Gogol, *Rewizor*, przeł. J. Tuwim, wstęp i objaśnienia A. Walicki, Wrocław 1956, s. LII–LIII.

*Rewizor* Henryka Tomaszewskiego reklamuje radziecki film z 1953 roku w reżyserii Władymira Pietrowa, który jest ekranizacją sztuki Mikołaja Gogola *Rewizor*. Można z niego „wyczytać”, że autor adaptacji pozostał wierny historycznym realiom pierwowzoru, a także jego głównemu wątkowi. Świadczy o tym centralny motyw plakatu, obrazujący groteskowo i hiperbolicznie ujętą figurę carskiego urzędnika. Frontalnie ukazana postać, ze śmiertelnie poważną miną, góruje nad rzeczywistością, jakby zagarniając ją w bezwzględne posiadanie. W plastycznych elementach plakatu został więc przywołany przedmiot komediowej satyry, czyli rozdzęcie państwowej administracji i nieprawidłowości w jej funkcjonowaniu. Film, podobnie jak komedia, ukazuje ludzi w okowach korupcyjnych, zdeprawowanych biurokratów.

# Nadczłowiek przed sądem – *Zbrodnia i kara* Fiodora Dostojewskiego

*Zbrodnia i kara* Fiodora Dostojewskiego (1821–1881) powstała w 1866 roku. Powieść podejmuje problem skrajnego indywidualizmu prowadzącego do zbrodni i stawia pytanie o granice wolności jednostki ponadprzeciętnej.

Główny bohater powieści, 23-letni były student wydziału prawa uniwersytetu petersburskiego, Rodion Romanowicz Raskolnikow, jest człowiekiem zbuntowanym przeciwko porządkowi świata. Potępia go za niezgodność z rozumem. Logika doprowadza Raskolnikowa do zanegowania norm moralnych. Ponieważ są sprzeczne z elementarnym „rachunkiem” i nie obowiązują wszystkich. (...) dobre i sensowne jest tylko to, co można rozumnie, „matematycznie” udowodnić. To wyklucza imponderabilia, ważny jest generalny cel, jemu przyporządkowane są środki wykonawcze.

Ten wywód jest typowym przykładem racjonalistycznej etyki opartej na przeświadczeniu, iż rozum zniewala do czynienia dobra, albowiem dobro ma charakter pewnej oczywistości, jest normą, zło natomiast stanowi anomalię, zaprzeczenie praw rozumu.

Rodzi to nieuchronnie kilka pytań: na ile rozum pomaga w rozstrzygnięciu dylematów ludzkiej kondycji? czy normy etyczne mogą być w zgodzie z intelektem i czy próby rozumnego urządzięcia świata mają szansę realizacji w zgodzie z interesem jednostki?

J. Smaga, *Wstęp* do: F. Dostojewski, *Zbrodnia i kara*, przeł. C. Jastrzębiec-Kozłowski, oprac. J. Smaga, Wrocław 1987, s. XLIX–L.

## Fiodor Dostojewski *Zbrodnia i kara*

F. Dostojewski, *Zbrodnia i kara*, przeł. C. Jastrzębiec-Kozłowski, oprac. J. Smaga, Wrocław 1987, s. 78–81.

Wracając od lichwiarki Lizawiey, u której zastawił złoty pierścionek podarowany przez siostrę, Raskolnikow wstępuje do podrzędnej restauracji. Tu jest świadkiem rozmowy na temat Lichwiarki.

Prawie tuż koło niego, przy drugim stoliku, siedzieli: student, którego wcale nie znał i nie pamiętał, oraz młody oficer. Właśnie skończyli partię bilardu i zasiadli do herbaty. Wtem usłyszał, że student mówi oficerowi o lichwiarce Alonie Iwanownie, wdowie po urzędniku, i podaje mu jej adres. Już to samo wydało się Raskolnikowi jakies dziwne: właśnie wraca stamtąd, a ci o niej gadają. Przypadek, rzecz oczywista, ale on właśnie się bije z pewną niepowszednią myślą, a tu, rzekłbyś, ktoś usłużnie mu sekunduje: student począł nagle dzielić się ze swym rozmówcą różnymi szczegółami o tej Alonie Iwanownje. (...)

I jął opowiadać, że jest zła, ma muchy w nosie; że wystarczy przegapić termin o jeden bodaj dzień, a zastaw przepada. Daje czterokrotnie mniej, niż rzecz jest warta, a zdziera siódmą skórę, żąda po pięć, ba, po siedem procent miesięcznie itd. Student się rozgadał i opowiedział ponadto, że stara ma siostrę, Lizawietę, którą ona – taka drobna i niewydarzona – bije co chwila i trzyma w całkowitej niewoli, niby małe dziecko (...).

– Bo taka dziwna. Słuchaj, wiesz, co ci powiem? Ja bym tę przeklętą starą babę zabił i obrabował, i bądź pewien, że zrobiłbym to bez najmniejszych wyrzutów sumienia – dodał student z zapalem.

Oficer znów parsknął śmiechem, a Raskolnikow drgnął. Jakie to dziwne!

– Pozwól, chcę ci zadać jedno pytanie na serio – gorączkował się student. – Przed chwilą zażartowałem, naturalnie, lecz pomyśl: z jednej strony – głupia, bezmyślna, nic nie warta, zła, chora baba, nikomu niepotrzebna, owszem, szkodliwa, która sama nie wie, po co żyje, a która jutro i tak wyzionie ducha. Rozumiesz? Rozumiesz?

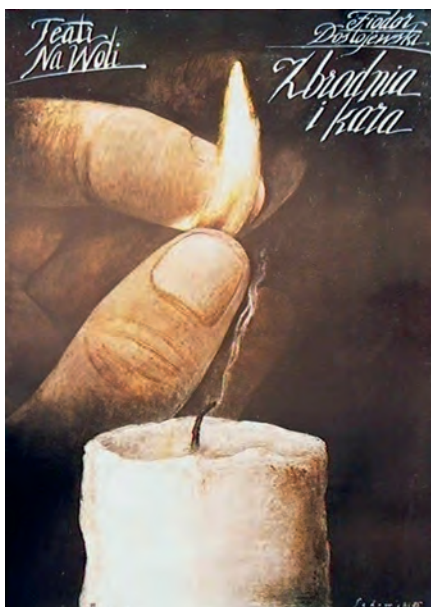
– No tak, rozumiem – odparł oficer, bacznie się wpatrując w swego podnieconego towarzysza.

– Słuchaj dalej. Z drugiej strony – młode, świeże siły, ginące bez wsparcia, i to tysiącami, i to na każdym kroku! Sto, tysiąc dobrych poczynań można wesprzeć i zrealizować za pieniądze tej staruchy, które się zaprzepaszczą w klasztorze! Setki, może tysiące ludzkich istnień dałoby się skierować na właściwą drogę; dziesiątki rodzin ocalić od nędzy, rozkładu, zguby, od rozpusty, od wenerycznych szpitali – i to wszystko za jej pieniądze. Zabij ją i weź pieniądze, z tym, że następnie za ich pomocą poświęcisz się służbie dla całej ludzkości, dla dobra powszechnego: jak sądzisz, czy tysiące dobrych czynów nie zmażą jednej drobniańskiej zbrodni? Za jedno życie – tysiąc żywotów uratowanych od gnicia i rozkładu. Jedna śmierć w zamian za sto żywotów – przecież to prosty rachunek! Zresztą, co waży na ogólnej szali życie tego suchotniczego, głupiego i złego babsztyła? Nie więcej niżli życie wszy, karalucha, a mniej, bo to sekutnica szkodliwa (...)

– Przemawiasz teraz jak orator, lecz powiedz mi po prostu, czy ty byś sam zabił tę starą, czy nie?

- Ma się rozumieć, że nie! Ja obstaję za słusnością... Nie o mnie tu idzie...
- A ja tak uważam: skoro sam się nie decydujesz, to nie ma tu żadnej słusności!

Raskolnikow był niezmiernie przejęty. Niewątpliwie, wszystko to były najzwyklejsze, najczęstsze młodzieńcze rozmowy i myśli, które słyszał już nieraz, może tylko w innym ujęciu i na inne tematy. Lecz czemu akurat teraz musiał wysłuchać takiej rozmowy i takich myśli, teraz, gdy we własnej jego głowie załęgły się... dokładnie te same myśli?



Wiktor Sadowski, *Zbrodnia i kara*, 1985, plakat teatralny



Sławomir Kosmyńka, *Zbrodnia i kara*, 1986, plakat teatralny

W niektórych kontekstach płomień świecy jest nacechowany semantycznie. Kojarzy się z ludzkim życiem, a jego zgaśnięcie uznaje się za obraz śmierci. Zestawienie w pracy Wiktora Sadowskiego gaszonego przez palce ognia ogarka z tytułem spektaklu *Zbrodnia i kara* nabiera szczególnego wyrazu. To symboliczna wizualizacja zabójstwa lichwiarki. Palce, precyzyjnie oddzielające płomień od knota, są tu wyrazem uzurpacji władzy nad naturalnym losem Lizawiey. Obraz niepokoi, prowokuje do refleksji nad postępowaniem bohatera powieści Dostojewskiego.

O ile praca Sadowskiego daje wyraz czynowi Raskolnikowa, o tyle plakaty Sławomira Kosmyńki i Lecha Majewskiego koncentrują się wokół jego decyzji. Obydwaj artyści położyli nacisk na oddanie chorej, wypaczonej myśli

zbrodniarza. Pierwszy wyraził to przez zastąpienie głowy ludzkiego korpusu dłonią zaciskającą nóż, a dodatkowo wzmocnił „przesunięciem” oka poza obręb twarzy obłąkańca, jakby na znak uwierzytelnienia przez Raskolnikowa boskiej perspektywy.

Z kolei plakat Majewskiego prezentuje męską twarz *en face*. Choć policzki są lekko oświetlone, to oczy, nos i usta toną w mroku, co sprawia wrażenie, że głowa wydaje się „rozpołowiona”. Umieszczony w tej szczelinie czerwony napis *Zbrodnia i kara* jest niczym ostrze siekiery. W powieści i w spektaklu narzędzie rozbija głowę ofiary, na plakacie natomiast – samego mordercy. *De facto*, posuwając się do zabójstwa Lizawiey, Raskolnikow dokonuje zbrodni także na samym sobie. Za rozpad moralny i racjonalizację przestępstwa trzeba będzie zapłacić. Żadne usprawiedliwienie

nie przewyższy bowiem ciężaru morderstwa. Niedoobrazowane miejsca plakatu Majewskiego niepokoją. Portretowana postać jest mocarna fizycznie, groźna, demoniczna, nadludzka. To nadczłowiek na ławie oskarżonych.



Lech Majewski, *Zbrodnia i kara*, 2012, plakat teatralny

## Konkwistadorzy kapitalizmu – *Ziemia obiecana* Władysława Reymonta

Dwutomowa *Ziemia obiecana* Władysława Reymonta (1867–1925) była drukowana w „Kurierze Codziennym” w latach 1897–1898. W wydaniu osobnym powieść ukazała się w 1899 roku.

Akcja utworu rozgrywa się w latach 80. XIX wieku w Łodzi. Jego bohaterami są trzech łódzcy przemysłowcy: potomek polskiego szlachcica – Karol Borowiecki, Żyd – Morys Welt oraz syn bogatego fabrykanta niemieckiego – Maks Baum. Nie tylko akceptują oni hochsztaplerski mechanizm kapitalistycznego miasta, jego strategię bezprawia oraz bezlitosną eksploatację biedoty, ale też sami się w niej świetnie odnajdują, zakładając własną fabrykę.

Reymont (...) odrzuca tradycyjną moralność. Mówiąc dokładniej, pokazuje, jak moralność ta nie przystaje, nie pasuje do sytuacji metropolii przemysłowej, do walk o zysk, oszustw, machinacji i pospolitych przestępstw. (...) [Borowiecki – przyp. A.B.] Opanowany żądzą posiadania własnej fabryki wykorzystuje każdą nadarżającą się sposobność, przybliżając go do celu. W czasie schadzki miłośnej kradnie ważną depeszę, dotyczącą decyzji wprowadzenia zmian opłat celnych. Wykorzystuje pieniądze swej narzeczonej, w duchu powziąwszy już decyzję o innym, bardziej korzystnym materialnie ożenku. Jego postępowanie z kobietami także dalekie jest od tradycyjnych norm moralności, szlachetności i szlacheckości. Reymont konsekwentnie kompromituje swego bohatera. (...) Na plan pierwszy w powieści wybijają się stosunki między Karolem Borowieckim a Morycem Weltem. (...) Wymarzona fabryka ma być ich wspólną własnością. Moryc Welt przy pomocy najrozmaitszych oszukańczych machinacji, a wreszcie podpalenia fabryki doprowadza Borowieckiego do ruiny, sam robiąc majątek. (...)

J. Rurawski, *Władysław Reymont*, Warszawa 1988, s. 210–213.



**Władysław Reymont**  
***Ziemia obiecana***

W. Reymont, *Ziemia obiecana*, t. I, Warszawa 1995, s.

Początkowa scena tomu I. Karol, Moryc i Maks zamierzają wziąć kredyt na założenie fabryki. W związku z tym uzgadniają strategię zachowania się wobec łódzkich „biznesmenów”, która zjednałaby im przychylność kapitalistycznego środowiska i wzbudziła jego zaufanie.

– Nie gadaj, Maks, głupstw. Tu chodzi o pieniądze. Tu chodzi, żebyś nie wyjeżdżał z tymi oskarżeniami publicznie, bo to naszemu kredytowi może zaszkodzić. My mamy założyć fabrykę we trzech; my nic nie mamy, to my potrzebujemy mieć kredyt i zaufanie u tych, co go nam dadzą. My teraz potrzebujemy być porządni ludzie, gładczy, mili, dobrzy. Jak ci Borman powie: „Podła Łódź”, to mu powiedz, że jest cztery razy podła – jemu trzeba przytakiwać, bo to gruba fisz<sup>211</sup>. A coś ty o nim powiedział do Knolla? Że jest głupi cham. Człowieku, on nie jest głupi, bo on ze swojej mózgownicy wyciągnął miliony, on te miliony ma, a my je także chcemy mieć. Będziemy mówić o nich wtedy, jak będziemy mieli pieniądze, a teraz trzeba siedzieć cicho, oni są nam potrzebni: no, niech Karol powie, czy ja nie mam racji – mnie idzie przecież o przyszłość nas trzech.

– Moryc ma zupełną prawie słusność – powiedział twardo Borowiecki podnosząc zimne, szare oczy na wzburzonego Maksa.

(...)

– Nasza wczorajsza rozmowa na czym stała? – zapytał spokojnie już Baum.

– Zakładamy fabrykę.

– Tak, ja nie mam nic, ty nie masz nic, on nie ma nic – zaśmiał się głośno.

– To razem właśnie mamy tyle, w sam raz tyle, żeby założyć wielką fabrykę. Cóż stracimy? Zarobić zawsze można – dorzucił po chwili. – Zresztą, albo robimy interes, albo interesu nie robimy. Powiedźcie raz jeszcze.

– Robimy, robimy! – powtórzyli obaj.

– Co to, Goldberg się spalił? – zapytał Baum.

– Tak, zrobił sobie bilans. Mądry chłop, zrobi miliony.

– Albo skończy w kryminale.

– Głupie słowo! – zachnął się niecierpliwie Moryc. – Ty sobie takie rzeczy gadaj w Berlinie, w Paryżu, w Warszawie, ale w Łodzi nie gadaj. To nieprzyjemne słowa, nam oszczędź ich.

---

<sup>211</sup> Fisz (niem. *Fisch*) – ryba.

Znalezienie plastycznego odpowiednika dla filmowej/literackiej fabuły jest nie lada rodzajem intelektualnej łamigłówki. Plakacista musi bowiem stworzyć pojedynczy statyczny motyw zdolny „mówić”/„orzekać” o rozciągłej w czasie fabule ekranizacji/dzieła literackiego.

Bohaterem *Ziemi obiecanej* Reymonta, a także jej filmowej adaptacji w reżyserii Andrzeja Wajdy, jest kapitalistyczna metropolia pospołu z ludźmi tworzącymi jej ikonosferę. Ów bohater został przedstawiony w ujęciach fabrycznej Łodzi, a także w postaci rozmaitych przemysłowców. On właśnie został też przywołany w pracy Waldemara Świerzego, reklamującej dzieło filmowe.

Znamienną cechą plakatu są niedopowiedzenia zarówno głównego motywu, jak i przestrzeni, na której został on ukazany. Mają one inicjować swoistą grę z wyobraźnią odbiorcy. Brudnoszare tło plakatu widz może interpretować jako odniesienie do konkretnego literackiego/filmowego pejzażu miejskiego spętanego okowami przemysłu, a sylwetkę elegancko ubranego mężczyzny bez twarzy może dopełnić rysami jednego z bohaterów kapitalistycznej finansjery.

Znaczącym elementem plakatu jest kontrast w postaci czerwonej plamy wyłaniającej się spod białego szalika. Ten element nawiązuje do sceny, o którą reżyser wzbogacił fabułę powieści, ukazującej jak za zgodą fabrykantów policja strzela do buntujących się robotników.



Waldemar Świerzy, *Ziemia obiecana*, 1975, plakat filmowy

## Pawie pióra i sznur – Wesele Stanisława Wyspiańskiego

Trzyaktowy dramat Stanisława Wyspiańskiego (1869–1907) *Wesele* po raz pierwszy został wystawiony w Teatrze Miejskim w Krakowie 16 marca 1901 roku. W tym samym roku, na przełomie kwietnia i maja, miało miejsce pierwsze wydanie utworu.

Inspiracją powstania utworu było rzeczywiste wesele poety L. Rydla z Jadwigą Mikołajczykówną w podkrakowskich Bronowicach, wyprawione 20 XI 1900 w bronowickim domu W. Tetmajera, którego żona była starszą siostrą panny młodej. Wyspiański był na weselu; po niecałych 3 miesiącach zaproponował wystawienie W. dyrektorowi J. Kotarbińskiemu, który zaraz rozpoczął próby. Premiera wzbudziła sensację ze względu na dające się łatwo zauważyć wzory postaci scenicznych. w autentycznych osobach ze środowiska krakowskiego: w Gospodarzu widziano Włodzimierza Tetmajera, a w Poecie jego brata Kazimierza, w Panu Młodym Rydla, w Dziennikarzu R. Starzewskiego, podobnie pojmowano wzory dla Radczyni (A. Domańska), panien (M. i Z. Pareńskie i A. Rydlówna); Czepiec zachował w dramacie nawet własne nazwisko. (...) Pełne napięcia dialogi odsłaniają ukryte marzenia, niepokoje i lęki indywidualne oraz kompleksy i mity społeczne i narodowe. „Osoby dramatu” (zjawy) ostro i bezwzględnie wydobywają na jaw „co się w duszy komu gra, co kto w swoich widzi snach”. (...) Gospodarz, któremu Wernyhora wręczył Złoty Róg, powierza go „krakowskiemu zuchowi” Jaśkowi, by dał hasło: „niech tu staną przede świtem (...) chłopcy z ostrzem rozmaitem” (...). Dramat kończą sekwencje o charakterze symbolicznym: powrót Jaśka, który Złoty Róg zgubił, i somnambuliczny krąg taneczny zebranych w izbie weselnej w takt muzyki Chochoła. (...) Mit „raclawicki” sugeruje możliwość poruszenia mas chłopskich w imię walki o wolność pod przewodnictwem inteligencji. Dramat ukazuje jednak beziłę warstwę inteligentckiej w chwili próby, a i niedojrzałość ludu (Jasiek, który gubi Złoty Róg dla pawich piór) przy żywiołowej gotowości do działania (Czepiec i zgromadzeni o świcie chłopcy z kosami).

J. Nowakowski, *Wesele*, w: *Literatura polska. Przewodnik encyklopedyczny*, t. II N–Ż, komitet red. J. Krzyżanowski, od 1976 C. Hernas, Warszawa 1986, s. 573.

## Stanisław Wyspiański

### *Wesele*

S. Wyspiański, *Wesele*, Wrocław 1981, s. 251–252.

Końcowy fragment III aktu *Wesela*. Jasiek zgubił złoty róg – symbol pobudzenia do czynu narodowego – udaremniając nadzieję Polaków na odzyskanie wolności.

*Wszyscy pochyleni, półklęczący, zasłuchani; silnie dzierżąc w prawicach kosy; to mając szable, ze ściany pochwycone; to znów jakieś flinty i pistolety; w tym zasłuchaniu jak w zachwycie duszy; dłoń do ucha przychylona. – Słysząc było rzeczywiście tętent, który nagle bliski, coraz bliższy – tuż ustał – – słysząc po chwili ciężkie kroki szybkie, gwałtowne, w sień, w drugą izbę, aże we drzwiach w głębi staje pierwszy drużba:*

#### SCENA 34

#### JASIEK

(...)

*Rozglądając się*

Cóż wy – Hanka – Jaga – hej,

Cóż wy – cóż to, Jaga – – ej

-----

Cóż to, co to, czy zakłęci:

stoją wszyscy jak pośnięci;

słysza Hanuś, Błazek, matuś,

panie młody, Czepiec, tatuś,

panie, cóż to – czy zakłęci;

stoją sycy jak pośnięci;

-----

Aha; prawda, żywy Bóg,

przecie miałem trąbić w róg;

kaz ta, zaś ta, cyli zginął,

cyli mi sie ka odwinoł –

kajsim zabył złoty róg,

ostał mi sie ino sznur.

-----

(...)

## SCENA 37

(...)

JASIEK

*z ręką do czoła, jakby se chciał na ucho nasunąć czapki*

Kajsi mi się zbyła copka –  
przeciem druzba, przeciem druzba  
a družbie to w copce służba.

CHOCHOŁ

*w takt się chyla a przygrywa*

Miałeś, chamie, złoty róg,  
miałeś, chamie, czapkę z piór:  
czapkę wicher niesie,  
róg huką po lesie,  
ostał ci się ino sznur,  
ostał ci się ino sznur.

Każdy z plakatów eksponuje inny wymiar *Wesela* – zaprzepaszczonej szansę na walkę narodu z zaborcą (praca z 1974 roku) i krytyczny obraz społeczeństwa polskiego, także po przeszło stu latach od czasu, w którym rozgrywa się akcja dramatu młodopolskiego artysty (praca z 2007 roku).

Zamysł artystyczny plakatu Macieja Urbańca został oparty na transformacji znaku werbalnego (tytułu sztuki) w znak ikoniczny. Twórca posłużył się słowem uformowanym z konopnego sznurka, co pozwoliło mu zespolić tworzywo językowe z tworzywem plastycznym. Powstały w ten sposób znak pełni nie tylko funkcję tytułu, ale też aluzji nawiązującej do wypowiedzi Chochoła skierowanej do Jaśka: *Miałeś, chamie, złoty róg/ miałeś, chamie, czapkę z piór/ (...)/ ostał ci się ino sznur*. Jego zawartość informacyjna daje się odnieść zarówno do dramatu, jak i do inscenizacji, odbiorca może więc wnioskować, że koncepcja reklamowanego dzieła nie odbiega od pierwowzoru, skupia się przede wszystkim na jego przekładzie.

Z kolei Andrzej Pągowski posłużył się narodowym symbolem Polaków – orłem. W jego modelunku wykorzystał figurę personifikacji. Upostaciowany ptak przypomina ubranego w garnitur mężczyznę. Ten strój nie ma nic wspólnego ani z ludowością, ani ze sposobem noszenia się inteligencji przełomu XIX i XX wieku. W odczytaniu semantyki tak uformowanego stroju istotny jest sposób, w jaki artysta dookreślił modela. Pągowski nawiązał do elementów



Maciej Urbaniec, *Wesele*, 1974, plakat teatralny



Andrzej Pągowski, *Wesele*, 2007, plakat teatralny

ubioru różnych postaci z *Wesela*: czapka błazeńska – Stańczyk, sznur pełniący funkcję krawata – Jasiek. Pozostałe wpisane w ubiór emblematy wykraczają poza historyczno-społeczną rzeczywistość dramatu. Składają się na nie znaczek powstałej w 1980 roku „Solidarności”, wizerunek Matki Boskiej umieszczony w klapie marynarki, powszechnie kojarzony z Lechem Wałęsą, oraz ikona flagi Unii Europejskiej, do której Polska przystąpiła w 2004 roku. Wymienione elementy sugerują „przesunięcia” fabuły dramatu Wyspiańskiego w rzeczywistość XXI wieku. Zabieg ten został wzmocniony sposobem uformowania warstwy werbalnej plakatu, stylizowanej na wzór okładek współczesnych czasopism, takich jak „Polityka” i „Newsweek”. Znakami plakatu wychodzącymi poza warstwę fabularną *Wesela* Wyspiańskiego Pągowski sugeruje, że reżyser swobodnie traktuje literacki pierwowzór, a jego strategia artystyczna skupia się na aluzyjności spektaklu wobec polskiego życia społeczno-politycznego po 2004 roku.

# Słowa (nie)uczesane – prymitywiści do narodów świata i do polski Anatola Sterna i Aleksandra Wata

Manifest literacki *prymitywiści do narodów świata i do polski* Anatola Sterna (1899–1968) i Aleksandra Wata (1900–1967) po raz pierwszy został opublikowany w futurystycznej publikacji *gga. I polski almanach futurystyczny* w 1920 roku. W zamyśle autorów miał stanowić „rozproszenie aury młodopolszczyzny” i sprowokowanie odbiorcy do namysłu nad literaturą dynamicznie rozwijającą się po pierwszej wojnie światowej rzeczywistości.

## Anatol Stern, Aleksander Wat *prymitywiści do narodów świata i do polski*

A. Stern, A. Wat, *gga. I polski almanach futurystyczny*, Warszawa [grudzień] 1920, s. 47;  
za: K. Jaworski, *Natychnmiastowa futuryzacja życia. Manifesty, odezwy, wypowiedzi propagandowe polskich futurystów 1919–1939*, Kraków 2017, s. 42.

Manifest składa się z X części, w których autorzy wypowiadają się na temat współczesnej im cywilizacji i kultury, językiem łamiącym dotychczasowe reguły ortograficzne i gramatyczne.

(...)

VIII. poezja, pozostawiamy rym i rytm gdyż są pierwsze i zapładniające. **zniszczenie zacieśniających twórczość reguł zaleta niezgrabności.**

dowolność form gramatycznych, ortografii i przestankowania, w zależności od twórcy. mickiewicz jest ograniczony, **słowacki jest niezrozumiałym belkotem.**

SŁOWA mają swą wagę, dźwięk, barwę, swój rysunek, ZAJMUJĄ MIEJSCE W PRZESTRZENI. są to decydujące wartości słowa, słowa, najkrótsze (dźwięk) i słowa najdłuższe (książka). znaczenie słowa jest rzeczą podrzędną i nie zależy od przypisywanego mu pojęcia **należy je traktować jako materiał dźwiękowy UŻYTY NIEONOMATOPEICZNIE.**

IX. główne wartości książki – to format i druk jej po nich dopiero – treść. dlatego poeta winien być zarazem zecerem i intrologatorem swej książki powinien

sam ją wszędzie krzyżeć, nie deklamować. do rozpowszechnienia użyć gramofonu i kina, gazety. gramofony rozjeżdżające, płótno ekranu, lub ściana jako kartka zbiorowo odczytywanej książki, gazety redagowane jedynie przez poetów.

Mamy tu do czynienia z nowatorskim podejściem w dziedzinie typografii. Informacja o miejscu akcji przełożona jest na język wizualny. Jedyne odniesienie do libretta to nawiązanie za pomocą typografii do miejsca, w którym rozgrywa się dramat. Już pierwsze wrażenie sugeruje, że akcja rozgrywa się w Egipcie. Również za pomocą koloru przenosimy się do miejsca „skąpanego w słońcu”. Elementy typograficzne pełnią tu funkcję sensualną. Kompozycja (...) zbudowana jest z jednego wizualnie przetworzonego wyrazu – imienia tytułowej bohaterki opery, *Aidy*. W tym projekcie odnajdziemy echa manifestu futurystycznego Anatola Sterna i Aleksandra Wata, w którym wskazywali na znaczenie budowy tekstu, gdzie „słowa mają wagę, dźwięk, barwę, swój rysunek, zajmują miejsce w przestrzeni”. Istnieje tu również pewna subtelna adekwatność pomiędzy charakterem użytych środków wyrazu, a charakterem samej dziedziny, jaką jest opera jako gatunek sztuki. *Aida* ma monumentalny charakter, który Cieślewicz oddał za pomocą



**Roman Cieślewicz, *Aida*, 1966, plakat operowy**

© Adagp, Paris, 2021 - Photo: Adagp images



odpowiednich środków graficznych – niezwyklej topografii, która w tym przypadku podniesiona została do rangi dzieła sztuki.

A. Oleksiak, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelejejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 115.

Wyróżnikiem sztuki plakatu jest zastosowanie elementów językowych bez gramatycznych zobowiązań i w zespoleniu z powinnościami sztuk plastycznych. Futurystyczny postulat „wyzwolenia” słów z semantyki i uczynienia z nich środka ekspresji obrazowej wpisywał się w istotę dzieł plakatowych. Dzięki manifestom futurystów plakat zyskał więc wyraziciela własnej istoty.

Plakat Romana Cieślewicza *Aida* znajduje zakotwiczenie w futurystycznej tradycji artystycznej. Grafia i typografią tytułowego słowa, zręcznie połączoną z barwą i linią, buduje ekwiwalent miejsca akcji opery. Nowatorstwo obrazu polega tu na ograniczeniu obrazowania środkami plastycznymi i przeniesieniu ciężaru ikonicznego na elementy językowe.

# Geometria widma – Zamek

## Franza Kafki

*Zamek* Franza Kafki (1833–1924) powstawał od stycznia do sierpnia 1922 roku. Powieść nie została ukończona. Drukiem ukazała się w 1926 roku.

(...) świat [*Zamku* – przyp. A.B.] zostaje przedstawiony tak, jak gdyby zamieszkiwały go istoty autystyczne, skupione na własnym „tu i teraz”, tworzące między sobą nieprzeniknioną – dla siebie nawzajem i dla czytelnika – sieć zależności. To świat dosłownie nieczytelny, rządzący się prawami, których nie sposób poddać obiektywnej analizie. Próbuje je zdefiniować główny bohater, K., zatrudniony na stanowisku geometry. Przybywszy do nowego miejsca pracy, usiłuje się dostać do tytułowego zamku, przed oblicze nowych mocodawców, którzy mogliby dać mu ostateczne zezwolenie na pobyt i określić zakres funkcji. Na próżno. (...)

Trudności K. zaczynają się wtedy, gdy próbuje się on dostać na zamek. Żeby tam dotrzeć, geometra musi najpierw dowiedzieć się, czym zamek jest, jaką ma strukturę i jakie prowadzą do niego ścieżki. Na żadne z tych pytań nie uzyskuje odpowiedzi. A raczej: odpowiedzi uzyskuje tak wiele i tak rozmaitych, że zamiast wskazywać drogę do zamku, coraz skuteczniej ją one zamykają, aż w końcu każą czytelnikowi powątpiewać, czy zamek w ogóle istnieje. Być może jest tylko projekcją mieszkańców wsi i samego K.? (...)

Ł. Musiał, *Wstęp*, w: F. Kafka, *Wybór prozy*, wstęp i oprac. Ł. Musiał, Wrocław 2018, s. CLXXIX–CLXXXIII.

### **Franz Kafka**

#### ***Zamek***

F. Kafka, *Zamek*, w: idem, *Wybór prozy*, wstęp i oprac. Ł. Musiał, Wrocław 2018, s. 509–510.

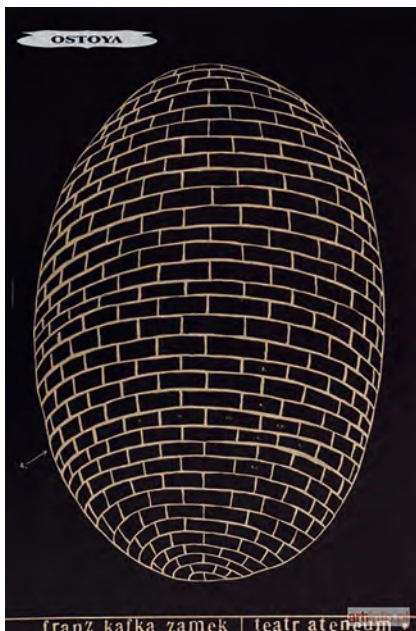
Opis zamku, do którego geometra K. usiłuje się dostać, by z jego właścicielem omówić zakres obowiązków.

Teraz ujrzał w przezroczystym powietrzu zarysowujące się na górze kontury zamku, jeszcze wyraźniejsze dzięki podkreślającemu wszelkie kształty śniegowi, który cienką warstwą pokrywał wszystko. Zresztą, jak się wydawało, na górze było o wiele mniej śniegu niż we wsi, gdzie K. przedzierał się naprzód równie mozolnie jak wczoraj na gościńcu. Śnieg sięgał aż do okien chałup i tuż nad oknami zwisał ciężko z niskich dachów. Tam na górze natomiast wszystko wznosiło się swobodnie i lekko, tak przynajmniej stąd wyglądało.

W ogóle zamek widziany z daleka nie odpowiadał oczekiwaniom K. Nie była to ani stara rycerska warownia, ani nowożytna wspaniała budowla, lecz rozległy zespół, składający się z niewielu dwupiętrowych oraz wielu ściśle do siebie przytykających niskich zabudowań; gdyby się nie wiedziało, że jest to zamek, można by to było uważać za miasteczko. K. dostrzegł tylko jedną wieżę, choć nie mógł rozpoznać, czy należy ona do budynku mieszkalnego, czy też do jakiegoś kościoła. Chmury wron krążyły dookoła.

Z oczyma skierowanymi na zamek K. siedł naprzód, nie troszcząc się o nic. Ale gdy się zbliżył, doznał na widok zamku rozczarowania. Było to bowiem bardzo liche miasteczko, składające się ze zwykłych chałup, różniących się od innych tylko tym, że wszystkie chyba zbudowane były z kamienia; tynk od dawna odpadł i kamienie się kruszyły. K. przelotnie przypomniał sobie swoją rodzinną miejscinę, która niemal w niczym nie ustępowała temu rzekomemu zamkowi. Jeśliby chodziło jedynie o zwiedzenie zamku, to nie warto by było przedsięwziąć tak dalekiej podróży – rozsądniej by postąpił, gdyby odwiedził znowu swój rodzinny kraj, w którym od tak dawna już nie był. W myślach porównywał wieżę kościelną ze swego miasteczka z tą wieżą tam, na górze. Wieża ta, gwałtownie zwężająca się ku górze i przykryta potężnym dachem z czerwonej dachówki, była budowlą doczesną, bo i cóż innego potrafimy wybudować? – ale służyła wyższemu celowi niż mnóstwo niskich domków i miała jaśniejszą wymowę niż szary dzień powszedni. Ta wieża na górze, jedyna, jaka była tu widoczna, należała, jak się okazało, do budynku mieszkalnego, być może nawet do głównego korpusu zamku. Była to gładka, okrągła baszta, częściowo szczelnie pokryta bluszczem, z małymi okienkami, które obecnie błyszczały w słońcu – było w tym coś obłąkańczego – i ze swym mającym pozór balkonu zakończeniem, którego blanki sterczały na tle błękitu nieba niepewnie, nieregularnie i krzywo, wyglądała jak narysowana niewprawną lub niestaranną ręką dziecka. Wydawało się, jak gdyby jakiś cierpiący na melancholię mieszkaniec, który słusznie powinien był zgodzić się na zamknięcie go w jednym z najdalszych pokoiów, przebił dach i wyszedł na szczyt, by pokazać się światu.

K. stał znowu nieruchomo, jak gdyby w tym bezruchu mógł znaleźć więcej siły na wydawanie sądów.



Franciszek Starowieyski, *Zamek*, 1965, plakat teatralny, dzięki uprzejmości [www.franciszekstarowieyski.pl](http://www.franciszekstarowieyski.pl)



Stasys Eidrigevicius, *Zamek*, 1987, plakat teatralny



Wiktor Sadowski, *Zamek*, 1994, plakat teatralny



Tomasz Bogusławski, *Zamek*, 2010, plakat teatralny

Plakat Franciszka Starowiejskiego przedstawia uformowane z cegieł jajo na czarnym tle. Mimo sugerowanych gabarytów i ciężaru właściwego, unosi się ono w powietrzu, utrzymywane przez niewyjaśnioną siłę. Obraz można uznać za symbol zamku-idei i jego pierwszeństwa lub wtórności wobec usiłującej go zgłębić świadomości K. Tę właśnie nierozstrzygalność zdaje się wyrażać *Zamek* Wiktora Sadowskiego. Autor posłużył się tu przenikającymi się obrazami budowli i ludzkiego oblicza. Mury pną się ku górze, ale spojrzenie nie przekracza linii horyzontu, co jest wyrazem bezradności podmiotu myślącego. W pracy Stasysa Eidrigeviciusa zamek-idea staje

się imperatywem zniewalającym jednostkę. Trójkątna forma, budząca skojarzenie z trumną, więzi ciało, lecz nie ogranicza myśli próbującej wydostać się poza jej wnętrze. Z kolei plakat Tomasza Bogusławskiego obrazuje sens Kafkowskiego *Zamku* jako tajemnicę podglądaną przez dziurkę od klucza. Brak klucza oraz solidny zamek, w dodatku bez drzwi, sugerują niemoc zgłębienia sekretu.

# Obrazy życia – *Noce i dnie* Marii Dąbrowskiej

Powieść *Noce i dnie* Marii Dąbrowskiej (1889–1965) składa się z IV tomów: t. I *Bogumił i Barbara* (1931), t. II *Wieczne zmartwienie* (1932), t. III *Miłość* (1933), t. IV *Wiatr w oczy* (1934). Utwór przedstawia dzieje szlacheckiej rodziny Niechciców od lat 80. XIX wieku do wybuchu pierwszej wojny światowej.

Pani Barbara wyszła za Bogumiła nie tyle z miłości, ile wskutek uporczywych zabiegów starającego się. Nie uważa swego małżeństwa za mezalians, lecz zawiera je po trosze z rezygnacji. Niedawno przeżyła zawód miłosny, który zranił jej godność własną. Nauczycielka z warszawskiej pensji ma wielkie, choć mgliste wciąż ambicje. Nie bardzo wie sama, czego pragnie, ale na pewno małżeństwo z wiejskim dzierzawcą jest dla niej wyrzeczeniem. (...) Śmierć Piotrusia załamuje do reszty panią Barbarę. Przeżyta tragedia, urażone ambicje, niespełnione marzenia przeradzają się w lęk przed życiem i ludźmi, w wieczny niepokój, w tortury wyobraźni. Narastają one w miarę, jak statkuje się życie serbinowskie. Zapatrzenie w siebie, w wewnętrzne zmyry czynią ją głęboko nieszczęśliwą, niezdolną do życia i uczuć. (...) Trzeba wieloletnich trudów i prawdziwych niebezpieczeństw życia, żeby przepłoszyć chimery urojonych zmartwień. Dopiero gdy pani Barbara pogodzi się z dawno przez Bogumiła odkrytą mądrością życia, gdy spojrzy na nie łaskawiej, gdy wyzbędzie się egotyzmu, złudzeń, chimery, dopiero wówczas stanie o własnych siłach, nabierze życiowego męstwa, odrodzi się.

Tadeusz Drewnowski, „*Noce i dnie*” Marii Dąbrowskiej, Warszawa 1993, s. 29.

## **Maria Dąbrowska** ***Noce i dnie***

M. Dąbrowska, *Noce i dnie*, t. I, Warszawa 1979, s. 140–141, 230–231, 247–248.

Urywki z tomu *Bogumił i Barbara*. Fragment I obrazuje rozpacz Barbary Niechcicowej po śmierci synka Piotrusia – żaloba wzmaga i pogłębia nostalgiczne uczucia bohaterki.

We fragmencie II została opisana jej wizyta u grobu zmarłej siostry – Tereni. U wyjścia z cmentarza Barbarze mignęła postać mężczyzny – Tadeusza Krępy, z którym zmarła miała romans. W filmie Jerzego Antczaka bohaterka postrzega jego sylwetkę zza czarnej woalki kapelusza.

Fragment III opisuje jeden z „wiecznych niepokojów” Barbary, w których doświadczenia dnia codziennego mieszają się niewyrażonymi pragnieniami, tęsknotami i niespełnieniami.

#### FRAGMENT I

Pani Barbara patrzyła przez chwilę w oszołomieniu na krzyżyk z wypalonym. w drzewie napisem: Ś. p. P i o t r N i e c h c i e, żył lat 4 – a potem nie uklękła, ale upadła na ziemię i zanosła się niehumanym płaczem. Bogumił chciał ją podnieść, ale stała się ciężka jak zwłoki, tak że dał spokój. Stał nad nią posiniały z zimna i z wrażenia, a gdy w końcu usłyszał, że coś mówi szlochając, ponowił swoje wysiłki i teraz dała się podnieść. (...)

Nazajutrz o tej samej porze podjechał do cmentarza linijką. Pani Barbara siedziała koło mogiły na ziemi w śniegu i Bogumił zadrzał, gdyż wydało mu się, że śpiewa. Szedł ku niej z bijącym sercem, lecz nie, to wiatr tak nucił w zaroślach.

– Znów tu jesteś – rzekła powstając na jego widok.

– Dziecko moje – zawołał składając ręce. – Między grobami niepodobna jest żyć. Trzeba wrócić do świata.

– Patrzcie państwo – roześmiała się ostro. – Skąd ty możesz wiedzieć, w czym dla kogo jest świat? Ja tam go w niczym nie widzę. Wszystko powywracane do góry nogami, pobite. Same gruzy. Żadnego ładu ni składu. – Nagle rozgniewała się.

– No, cóż tak stoisz – wykrzyknęła – i patrzysz na mnie, jakbym już była wariatką?! Co chcesz? Mam z tobą jechać? No, więc już idę i marsz. Siadam i jadę! Jadę do tego ś w i a t a.

#### FRAGMENT II

Na cmentarzu rosły wysokie drzewa, a w nich tuż nad głową pani Barbary drożdź-spiewak wygwizdywał ochoczą, prawie skoczną piosenkę, I dopiero ten śpiew wśród zieleni pożłoczonej słońcem rozżalił panią Barbarę. Uklękła i płakała, że już żaden z tych dźwięków życia, żaden z tych blasków świata nie będzie przenigdy usłyszany, nie będzie zobaczony ani przez Teresę, ani przez Piotrusia. Nie siebie tym razem żałowała, nie sama zdawała się sobie pokrzywdzona przez śmierć tych dwojga – ich miała w tej chwili za niepowetowanie skrzywdzonych.

Gdy potem wycierając oczy zwróciła się ku wyjściu, ujrzała, że sąsiednią ścieżką szedł ku grobowi Teresy ktoś wysoki, niemal wiotki i znajomy. Znajomy w taki sposób, że razem z mignięciem tej postaci gorący dreszcz przeniknął panią Barbarę i przyspieszyła kroku, jak gdyby uciekała. Wnet jednak stanęła i obejrzała się, ale wysmukłej postaci nie było już widać, gęsta zieleń ją skryła.

– Czy to możliwe – myślała zaskoczona. – Nie, mnie się przywidziało. – Stała wahając się, czy iść dalej, czy wrócić, czy sprawdzić, czy poczekać. Na koniec wyszła jednak za bramę, to się ociągając, to śpiesząc, wciąż przy tym powtarzała: – Nie, mnie się przywidziało – ale co za szalone podobieństwo – co za podobieństwo!



Kadr z filmu *Noce i dnie*, 1975, reż. Jerzy Antczak, © WFDiF

### FRAGMENT III

Nastało gorące lato, pani Barbara dnia pewnego wyszła z robotą przed dom na ławeczkę pod kasztanami, otoczona trojgiem swych dzieci. Agnisia szczebiotała i płała po trawnikach, wśród zarośli i po dziedzińcu. Emilka przy pomocy Józki próbowała stawiać swe pierwsze kroki; Tomasz spał w wózku, a matka odrywając raz po raz oczy od szydełkowych ząbków oganiała z niego muchy gałęzią.

Było ciche niedzielne popołudnie. Lśniące wydęte obłoki żeglowały po modrym niebie; złocisty blask bił od zieleni ogrodu, ciemne liście i krążki

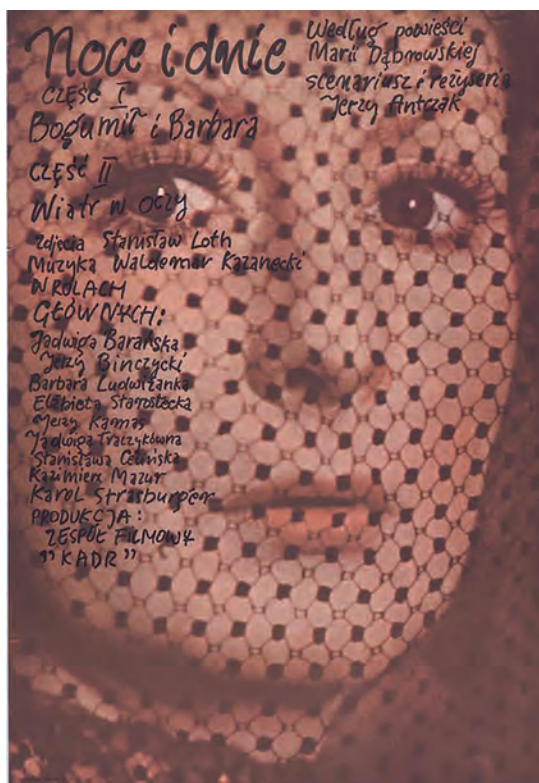


światła mieniły się i mrowiły po twarzach, po ziemi, po trawie, gdy lekki wiatr zakolysał powietrzem. Z oddali słychać było nosowe dźwięki harmonii, a raz po raz – krzykliwy śpiew chłopskich dzieci, powtarzających jedynie – o-da-da-da.

Myśli pani Barbary pobiegły wstecz ku dawnemu życiu, lecz zdawało jej się, że wspomina nie siebie, a inną znajomą sobie, ukochaną osobę, którą na zawsze utraciła. Zebrało jej się na płacz i starała się wspomnienia odpędzić. – Przecież teraz jestem szczęśliwsza, teraz jestem szczęśliwsza – powtarzała i próbowała coś nucić, ale głos ją zawodził, pierś ciężko dyszała, wszystko bolało od płaczu, co się nie mógł wydobyć. A całe piękno zieleniącego się w słońcu świata wydawało jej się czymś już dziś niepotrzebnym, czymś stosownym dla dawnego słodkiego życia, a teraz na darmo tylko roztaczającym się jakby w próżnym oczekiwaniu właściwych osób, które już nigdy nie wrócą...



Auguste Renoir, *Młoda kobieta w woale*, 1875, Musée d'Orsay, Paryż



Jerzy Czerniawski, *Noce i dnie*, 1975, plakat filmowy

Na plakacie Jerzego Czerniawskiego widzimy Barbarę Niechciową z twarzą Jadwigi Barańskiej, odtwórczynią jej filmowego wizerunku w ekranizacji Jerzego Antczaka. Postać została ukazana za żałobnym woalem, podobnie jak bohaterka z obrazu Auguste'a Renoira *Młoda kobieta w woalce*. Obydwie kobiety reprezentują tę samą epokę oraz podobne nastroje, oddane także detalem damskiej garderoby.

Woalka, zza której widać pełne niepokoju spojrzenie pani Niechcicowej, przywołuje nie tylko stratę bliskich (Piotrusia, Tereni, Matki, Bogumiła), ale także smutek niewoli (*Wszystko powywracane do góry nogami, pobite. Same gruzy*) i nieodwracalność przemijania (*próżne oczekiwanie właściwych osób, które już nigdy nie wrócą*).

# Dramat (o) rewolucji – Szewcy Stanisława Ignacego Witkiewicza

Dramat *Szewcy. Naukowa sztuka ze „śpiewkami” w trzech aktach* Witkacego (1885–1939) powstał w latach 1931–1934 (wyd. 1948). Stanowi wyraz katastroficznych poglądów autora na przyszłość społeczeństwa, wynikających z przeświadczenia o zaniku uczuć metafizycznych oraz narastania napięć klasowych.

Szewcy (...) reprezentują (...) syntetycznie – uciemieniony i zwycięski lud w c a ł o ś c i. Przygotowują rewolucję i rzeczywiście obejmują władzę. Ale przewodzi im Sajetan Tempe, „socjał” samouk, działacz w stylu XIX wieku. Czeladnicy zaś dojrzewają dopiero do myślenia i walki. (...) Zamknięci w warsztacie jak w więzieniu, Szewcy cierpią – wręcz fizycznie! – znieprawienie i beznadziejność robotniczego losu. Pozostają pod kontrolą „Prokuratora Sądu Najwyższego dla społecznych nieporozumień Kapitału z pracą”, Roberta Scurvy’ego, osobnika na poły cynicznego, na poły zakłamanego. (...)

Scurvy, przewąchawszy się z Dziarskimi Chłopcami, organizacją, w której nietrudno dopatrzeć się faszystów – dokonuje zamachu stanu. Obejmuje władzę i zamyka Szewców w więzieniu, gdzie główną karą jest – przymus zupełnej bezczynności! (...)

Po rewolucji Szewcy stanęli u steru rządów i zakosztowali pańskich luksusów, co prawda w mniej wyrafinowanym wydaniu. Nudzą się teraz straszliwie – jak niegdyś arystokracja. Stoją oko w oko z metafizyczną pustką istnienia, którą przedtem przesłaniała im społeczna działalność. (...)

Trudno wyobrazić sobie sztukę bardziej pesymistyczną niż *Szewcy*. (...) Słuszność historyczną mają (...) *Szewcy*. Ale oni sami, zdobywszy władzę, pojmują – naturalnie za późno – że nie mają metafizycznej. Argumenty znoszą się wzajemnie, co pozwala Witkacemu odnieść się do obu stron z równą pogardą i wściekłością (...). *Szewcy* to obraz końca ludzkości, namalowany przez człowieka najgłębiej zrozpaczonego i nienawidzącego wszystkich i wszystkiego. Ale właśnie ta nienawiść i rozpacz nadają sztuce przenikliwość i piekielne piętno absolutnej szczerości.

J. Błoński, *Wstęp* do: S.I. Witkiewicz, *Wybór dramatów*, wybór i wstęp J. Błoński, Wrocław 1983, s. LXXVII–LXXXII.

**Stanisław Ignacy Witkiewicz**  
**Szewcy**

S.I. Witkiewicz, *Wybór dramatów*, wybór i wstęp J. Błoński, Wrocław 1983, s. 419–420.

Fragment aktu II. Szewcy, zbuntowani przeciw rządowi burżuazji i marzący o wyniesieniu robotników na czele społeczeństwa, zostali uwięzieni przez prokuratora Scurvy'ego. Za kratami cierpią z powodu braku pracy, ich jedyne sensu istnienia. Dojrzewający w nich gniew jest zapowiedzią społecznego przewrotu.

*Więzienie. Sala przymusowej bezrobotności (...)*

STRAŻNIK

*wskazując w głąb sceny ręką*

Jest to sala programowego bezrobocia w celu udręczenia osobników żądnych pracy. (...)

SAJETAN

*łapie się za głowę*

Praca, praca, praca! – Byle jaka niech se będzie, ale niech będzie. O Boże! To jest – ach, już nic nie wiem. Boli mnie tak na wątpiach<sup>212</sup> od tego przymusowego lenistwa, jakbym ogniem żądy pracy cały był wypełniony. Może ja źle to powiedziałem? Ale co robić? Co robić?

I CZELADNIK

Najpiękniejszej dziwki mi się tak nie chciało jako teraz tych zydlów i narzędzi. Ja się chyba wścieknę! To jest banalne, psiajucha. Co tu więzieniem można z czełka zrobić. Nikiej Wajld<sup>213</sup> albo Werlen<sup>214</sup> się przemieniłem i to bez nijakiego nawrócenia – och, och!

II CZELADNIK

Teraz ja: pracy dajcie, bo zwariuję i co będzie wtedy? Co bądź: pantofle dla lalek, kopyta dla sztucznych zwierząt, urojone sandały dla nigdy niebyłych Kopciuszków! Och – robić – co to było za szczęście! A nie docenialiśmy go,

---

<sup>212</sup> Wątpia – wnetrzości.

<sup>213</sup> Wajld – Oskar Wilde (1856–1900), angielski pisarz; oskarżony o homoseksualizm, spędził dwa lata w więzieniu.

<sup>214</sup> Werlen – Paul Verlaine (1844–1896), poeta francuski; uwięziony po dramatycznej kłótni z przyjacielem – poetą J.A. Rimbaudem.

gdy było go po pas i w bród. O – na ten tryjont<sup>215</sup> Boży – za wiele męki na nas, którzyśmy i przedtem niewiele mieli.

### SAJETAN

Cichoście, chłopcy. Mówi mi sama największa intuicja, że może być niedługie ichnie panowanie: coś stać się musi (...).

Witkiewiczowscy Szewcy buntują się przeciw beznadziei robotniczego losu i burżuazyjnemu porządkowi, ale gdy dane jest im zakosztować nieróbstwa,



Roman Cieśliewicz, Szewcy, 1971, plakat teatralny

© Adagp, Paris, 2021 - Photo: Adagp images

przeżywają katusze i tęsknią za dotychczasowym zajęciem. Staje się to dla nich impulsem do obalenia kapitalistycznego porządku. Jednak w świecie nowego ładu nie potrafią zorganizować własnego losu i zakosztować smaku egzystencji. Nie potrafią też zapanować nad kołem zmian, które wprowadzili w ruch, co w efekcie prowadzi do unicestwienia dotychczasowego przywódcy (Sajetana) i zastąpienia go Hiper-Robociarzem. Otwiera to wizję przyszłej społecznej prymitywizacji, mechanizacji i materializacji społeczeństwa, o której nieuchronności Witkacy był przekonany.

Podstawowym elementem wyobraźni obydwu plakacistów tworzących ikoniczny znak sceniczny

Szewców jest ten sam motyw – buty. Każdy z artystów łączy go jednak z innymi aspektami fabularnego ciągu spektaklu. Figura dwu zespolonych

<sup>215</sup> Tryjont – gw., tu: tryumf.

butów (czy też „rozdwojonego” buta) na plakacie Romana Cieślewicza eksponuje swoistą patowość sytuacji Szewców. Choć trzewiki (trzewik) wychodzą z tego samego „rozstaju”, to jednak ze względu na odwrócenie podeszwami do góry nie mogą służyć celowi.

Z kolei na plakacie Andrzeja Pągowskiego buty układają się w kompozycję spiętrzoną wertykalnie (od największego – na dole, do najmniejszego – u góry), co można odczytać jako nawiązanie do różnych etapów buntu bohaterów inscenizacji/dramatu. Ich kształt sugeruje też typ właściciela, jego doświadczenia i emocje. „Mowę” wymienionych znaków wzmacnia kontrast w postaci czerwonej plamy na szczycie między butami. Ten wyróżniający się kolorystyką element kompozycji nie tylko ściąga spojrzenie spektatora, ale też sygnalizuje katastroficzny wymiar zdarzeń.



Andrzej Pągowski, *Szewcy*, 2017, plakat teatralny

# Psycho-logiczno-moralne studium opętania – *Matka Joanna od Aniołów* Jarosława Iwaszkiewicza

Opowiadanie *Matka Joanna od Aniołów* Jarosława Iwaszkiewicza (1894–1980) powstało w 1943 roku. Autor opublikował je w tomie *Nowa miłość i inne opowiadania* (1946). Utwór nawiązuje do autentycznego wydarzenia z XVII wieku, jakim było opętanie zakonnice w Loudun we Francji.

Akcja *Matki Joanny od Aniołów* rozgrywa się w miasteczku Ludyń na krańcach Rzeczypospolitej jesienią w II połowie XVII wieku. Do tamtejszego zakonu urszulanek przybywa egzorcysta, jezuita Józef Suryń, aby wyzwolić grupę mniszek wraz przeoryszą Joanną z opętania przez szatana.

Misja księdza Suryna kończy się tragicznie. Powodowany miłością do Matki Joanny i wiarą, iż przyjęcie zła na siebie zbawi nieszczęsną kobietę, popełnia ksiądz Suryń krwawą zbrodnię, aby po tym wszystkim dowiedzieć się o nieskuteczności swego poświęcenia.

J. Rohoziński, *Jarosław Iwaszkiewicz*, Warszawa 1968, s. 51–52.

Dzieje opętanych przez diabła siostr z Loudun (w utworze spolszczone na: Ludyń) (...) mówią (...) o triumfie irracjonalnych porywów nad wolą opanowania chaosu, pokazują, że dzieje szaleństwa poczęte bywają w mrokach ludzkiej duszy, do których nie zagląda światło rozumu. Czy podniętą dla podobnych refleksji były aktualne wydarzenia? Wielce to prawdopodobne, ale jeśli nawet tak było, to autor oparł się pokusie mówienia wprost, wybierając poetykę opowieści historycznej. Wydarzenie z Francji zostało przeniesione do Polski, osadzone w obyczajach siedemnastowiecznej kresowej szlachty polskiej, rzeczywiste nazwiska bohaterów tego historycznego wydarzenia zostały tradycyjnym sposobem spolszczone (Grandier na Garniec, Surin na Suryń itp.). Stylizacja jest zresztą dość powierzchowna, główny akcent położony był bowiem na problematyce psycho-logiczno-moralnej.

J. Świąch, *Literatura polska w latach II wojny światowej*, Warszawa, 1997, s. 181.

**Jarosław Iwaszkiewicz**  
***Matka Joanna od Aniołów***

J. Iwaszkiewicz, *Matka Joanna od Aniołów*, Warszawa 1975, s. 88–89.

We wcześniejszej rozmowie z jezuitą ojcem Surynem matka Joanna od Aniołów wyznała, że jest opętana przez osiem demonów. Po przeprowadzeniu jej wraz z osiemnastoma zakonnicami z klasztoru do miejscowej fary odbywają się egzorcyzmy prowadzone przez ojca Laktancjusza, którym przygląda się ojciec Suryń wraz z innymi duchownymi. Oto fragment sceny, w której ciało zakonnicy opuszcza jeden z szatanów – Zapaliczka.

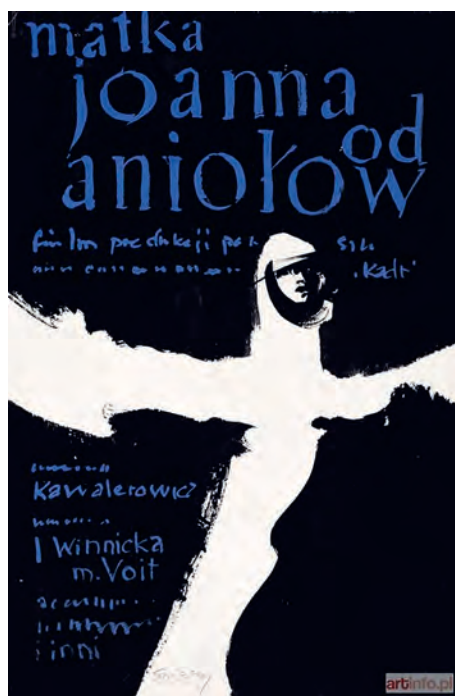
Gdy umilkły organy, księża poczęli na głos odmawiać jakieś łacińskie modlitwy, siostry zaniepokoiły się, ale stały na miejscu. (...) Ksiądz Laktancjusz oznaczył znakiem krzyża świętego zakonnice i pokropił je obficie wodą. Wówczas stała się rzecz niespodziewana. Siostry wrzasnęły wszystkie razem przeraźliwym głosem, aż się wszyscy wstrząsnęli, i rozbiegły po prezbiterium. (...) Jedna matka Joanna od Aniołów stała nieruchomo pośrodku posadzki przed ołtarzem i odważnie i wyzywająco patrzyła w oczy ojcu Laktancjuszowi.

Ojciec Laktancjusz przeczekał chwilę (...).

– Szatanie! – wrzasnął wreszcie głosem tak potężnym, aż szyby zadzwoniły w oknach, a echo odpowiedziało w dudach organowych. Nastąpiła śmiertelna cisza.

– Szatanie, nakazuję ci – wołał ksiądz Laktancjusz – wynijdz z ciała przewielebnej matki od Aniołów, wynijdz, wynijdz!

Matka Joanna pobladała i stała się nagle jak gdyby wyższa od samej siebie, dostrzegało się, jak sztywniała cała. Jednym gestem wyrzuciła sztywne ramiona w górę i rosła, rosła jak gdyby. Nagle od razu wygięła się w tył jak skoczka jarmarczna, zasłony opadły



Waldemar Świerzy, *Matka Joanna od Aniołów*, 1961, plakat filmowy



jej z głowy, odsłaniając cienkie, wątle, przystrzyżone włosy. Powoli przeginała się coraz bardziej, aż sięgnęła głową stóp. Wszyscy przypatrywali się tej pozie ze strachem i podziwem.

Wtem niski, beczący głos wydarł się z ust matki Joanny:

– Nie wynijdę – róbcie, co chcecie – nie wynijdę!

– Czy będziesz odpowiadał na nasze pytania? – zawołał ojciec Laktancjusz.

Matka Joanna wyprostowała się gwałtownie, aż kości jej trzasnęły, i jednym ruchem padła na twarz, rozkrzyżowując ramiona, jakby z drewna były uczynione.

Kadr z filmu Jerzego Kawalerowicza, *Matka Joanna od Aniołów*, 1961, © WFDiF, źródło: FilMOTEKA Narodowa – Instytut Audiowizualny



Dramat dający się interpretować w kategoriach uniwersalnych jako studium psychologii człowieka badającego odporność na dobrowolnie przyjęte ograniczenia własnej natury oraz narzucone zakazy. Na ten psychologiczno-filozoficzny wątek nakładają się rozważania o dogmatach ograniczających człowieka, o różnych rodzajach miłości wymagającej zawsze – zgodnie z prawami natury – spełnienia, czy wreszcie o nieznaności własnej duszy prowadzącej w konsekwencji do tragedii. Jeden z napiętniejszych wizualnie filmów polskich.

*Leksykon polskich filmów fabularnych*, opr. zespół pod kierunkiem J. Słodowskiego, Warszawa 1997, s. 375.

Na czarnym tle dwie przecinające się białe linie. Szczyt kompozycji uformowany w głowę zasłoniętą kapturem habitu, implikującym, że obie kreski są ciałem zasłoniętym strojem zakonnym. Rozłożone ręce postaci sugerują scenę ukrzyżowania, a diagonalny, dynamiczny układ przywodzi na myśl postać ulatującą do nieba. W ascetycznej formie artysta, Waldemar Świerzy, zawarł i pragnienie anielstwa, i cierpienie obłądu.

# Nie-do-czekanie – *Czekając na Godota* Samuela Becketta

Dramat *Czekając na Godota* Samuela Becketta (1906–1989) powstał między październikiem 1948 a styczniem 1949 roku. Ukazał się drukiem w 1957.

Utwór należy do awangardowego kierunku dramatycznego zwanego „teatrem absurdu”, który został zapoczątkowany około 1950 roku we Francji. Jego przedstawiciele nawiązują do poczucia absurdalności ludzkiej egzystencji.

Według samego autora wizualny pomysł (...) sztuki pochodzi z obrazu Caspara Davida Friedricha. Inspiracja staje się wyraźna w dwóch scenach przy świetle księżyca, pod koniec pierwszego i drugiego aktu. Widać wtedy ostro zarysowane sylwetki Estragona i Vladimira, jak stoją pod drzewem na tle czarnego nieba. Jedną ze znajomych Becketta, Amerykanka Ruby Cohn, krytyk teatru współczesnego, twierdzi, że w 1975, będąc na berlińskich próbach *Czekając na Godota*, oglądała razem z Beckettem dzieła C. D. Friedricha ze sławnej kolekcji niemieckiego malarstwa romantycznego wystawionej wówczas w Muzeum Mies Van der Rohe (...). Kiedy patrzyli na namalowany w 1824 roku obraz *Mężczyzna i kobieta kontemplują księżyc*, Beckett powiedział: „Wiesz, to jest źródło *Czekając na Godota*”. Wcześniej jednak wspominał przyjacielom, że inspirację czerpał z wcześniejszego dzieła Friedricha namalowanego w 1819 roku. Obraz nosi tytuł *Dwóch mężczyzn kontempluje księżyc*: odwróceni plecami do widzów dwaj ludzie ubrani w długie płaszcze przyglądają się księżycowi w pełni, widocznemu wyraźnie między bezlistnymi konarami drzewa. Beckett widział obraz podczas przedwojennej podróży do Niemiec, kiedy w 1937 roku zwiedzał Muzeum Zwingera w Dreźnie. Jednak obraz z Berlina tak bardzo przypomina tamto dzieło, że uwagę pisarza o źródłach jego inspiracji można odnieść do obu płócien.

W. Szydłowska, „*Czekając na Godota*” Samuela Becketta, Warszawa 2000, s. 44–45.

O zmierzchu, pod drzewem stojącym przy wiejskiej drodze i obok niskiego kamienia, spotykają się dwaj dobrzy znajomi – Estragon i Vladimir. Znają się chyba od wczesnego dzieciństwa, bo mówią, że przestają ze sobą już jakieś

pięćdziesiąt lat, a na dużo więcej nie wyglądają. O ich przeszłości niewiele wiadomo. Tyle jedynie, że kiedyś, „przed tysiąc dziewięćsetnym”, byli w o wiele lepszej sytuacji niż obecnie (liczono się wtedy z nimi, jak powiada Vladimir), że pracowali niegdyś przy winobranii i że Estragon próbował wówczas popełnić samobójstwo rzucając się do rzeki, a Vladimir go uratował. Wszystko to jednak działo się bardzo dawno, „z milion lat temu”, i jest „przebrzmiałe i pogrzebane”.

Obecnie, już od dłuższego czasu, są bezdomnymi włóczęgami. Na noc muszą szukać sobie schronienia, Estragon sypia w rowie. Do losu tego jednak mają odmienne nastawienie. Estragon wydaje się z nim pogodzony, natomiast Vladimir pragnąłby czegoś innego. Co więcej, utrzymuje on, że istnieje szansa odmiany. Jest mianowicie przekonany, że los ich może odmienić... Godot. Twierdzi, że widzieli się już z nim kiedyś, że prosili go wtedy o coś i że wyznaczył spotkanie, aby dać im odpowiedź. I w związku z tym czeka na Godota. Estragon ani niczego takiego nie pamięta, ani nie podziela nadziei Vladimira, niemniej, już to nie chcąc rozstać się z przyjacielem, już to, jako mniej zaradny, bojąc się z nim rozdzielić, poddaje się jego woli i zamiast ruszyć gdzieś w drogę, na co miałby ochotę, przychodzi codziennie wieczorem pod drzewo – tę właśnie porę i to miejsce Vladimir uznaje za porę i miejsce wyznaczone przez Godota – i towarzyszy mu w oczekiwaniu. (...)

A. Libera, *Posłowie* do: S. Beckett, *Czekając na Godota*, przeł. i posłowiem opatrzył A. Libera, Warszawa 1985, s. 122–123.



Caspar David Friedrich, *Mężczyzna i kobieta kontemplujący księżyc*, 1830–1835, Galeria Narodowa, Berlin



Caspar David Friedrich, *Dwaj mężczyźni kontemplujący księżyc*, 1819, Galeria Narodowych Mistrzów, Drezno

**Samuel Beckett**  
**Czekając na Godota**

S. Beckett, *Czekając na Godota*, przeł. i posłowiem opatrzył A. Libera, Warszawa 1985,  
s. 9, 14–16.

Fragment aktu I.

*Droga wiejska. Drzewo.*

*Wieczór.*

(...)

ESTRAGON: Całkiem miłe miejsce. (*Odwraca się, idzie na przód sceny, przystaje zwrócony przodem do widowni.*) Piękne widoki. (*Odwraca się w stronę Vladimira.*) Idziemy.

VLADIMIR: Nie można.

ESTRAGON: Dlaczego?

VLADIMIR: Czekamy na Godota.

ESTRAGON (*beznadziejnie*): A, racja. (*Pauza.*) Jesteś pewien, że to tu?

VLADIMIR: Co?

ESTRAGON: Mieliśmy czekać.

VLADIMIR: Powiedział, że przy drzewie. (*Patrzą na drzewo.*) Widzisz jakieś inne?

ESTRAGON: Co to może być?

VLADIMIR: Nie wiem. Wierzba.

ESTRAGON: A liście?

VLADIMIR: Musiała uschnąć.

ESTRAGON: Już nie płacze.

VLADIMIR: Albo to nie pora.

ESTRAGON: Wygląda raczej na krzak.

VLADIMIR Krzew.

ESTRAGON: Krzak.

VLADIMIR: Krzew... (*Spostrzegłszy się naraz.*) Ty podejrzewasz... że pomyli-  
liśmy miejsce?

ESTRAGON: Miał tu być.

VLADIMIR: Nie powiedział, że przyjdzie na pewno.

ESTRAGON: A jeśli nie przyjdzie?

VLADIMIR: To jutro znowu przyjdziemy.

ESTRAGON: A potem pojutrze.

VLADIMIR: Możliwe.

ESTRAGON: I tak dalej.

VLADIMIR: Znaczący...

ESTRAGON: Aż przyjdzie.

VLADIMIR: Bezlitosny jesteś.

ESTRAGON: Przyszliśmy tu już wczoraj.

VLADIMIR: Skąd! Coś ci się pomyliło.

ESTRAGON: A co robiliśmy wczoraj?

VLADIMIR: Co robiliśmy wczoraj?

ESTRAGON: No?

VLADIMIR: Jestem pewien, że... (*Ze złością*) Siąc zwątpienie to ty umiesz.

ESTRAGON: Według mnie byliśmy tutaj.

VLADIMIR (*rozglądając się dookoła*): Poznajesz to miejsce?

ESTRAGON: Tego nie powiedziałem.

VLADIMIR: No więc?

ESTRAGON: To nie ma znaczenia.

VLADIMIR: Mimo wszystko jednak... to drzewo... (*odwraca się w stronę widowni*) to bagno...

ESTRAGON: Jesteś pewien, że to dziś wieczór?

VLADIMIR: Co?

ESTRAGON: Mieliśmy czekać.

VLADIMIR: Powiedział, że w sobotę. (*Pauza.*) Tak mi się wydaje.

ESTRAGON: Wydaje ci się!

VLADIMIR: Mam to chyba gdzieś zanotowane.  
*Grzebie po kieszeniach pełnych wszelkiego rodzaju śmiecia.*

ESTRAGON (*podchwytliwie*): Ale w którą sobotę? I czy dziś jest sobota? Czy aby nie niedziela? (*Pauza.*) Albo poniedziałek? (*Pauza.*) Albo piątek?

VLADIMIR (*rozglądając się wokół błędnie, jakby data była gdzieś wypisana w przestrzeni*): Nie, to niemożliwe.

ESTRAGON: Albo czwartek.

VLADIMIR: Co robić?

ESTRAGON: Jeżeli przyszedł wczoraj i nas nie zastał, to możesz być pewny, że dziś już nie przyjdzie.

VLADIMIR: No ale mówiłeś, że byliśmy tu wczoraj.

ESTRAGON: Ja mogę się mylić. (*Pauza.*) Nie mówmy przez chwilę, dobrze?

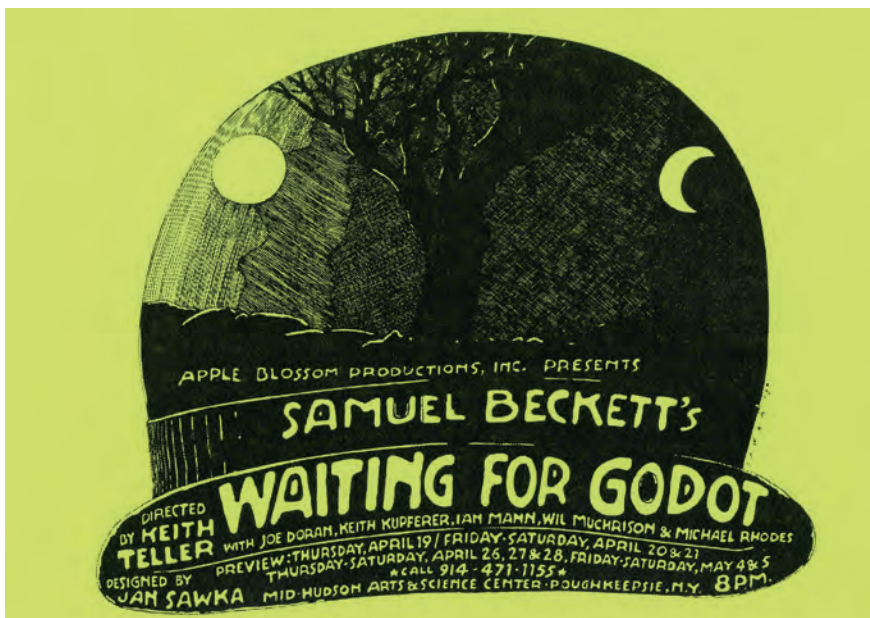
VLADIMIR (*ślabo*): Dobrze. (*Estragon siada na kamieniu. Vladimir chodzi nerwowo tam i z powrotem przystając od czasu do czasu, by wypatrywać czegoś w oddali. Estragon zapada w sen.*



Jan Sawka, *Czekając na Godota*, 1983, plakat teatralny



Irena Chrul, *Czekając na Godota*, 1982, plakat teatralny



Amir Rezaei, *Czekając na Godota*, 2008, plakat teatralny

Nokturny Caspara Davida Friedricha przedstawiają postaci kontemplujące pejzaż, co w odczuciu romantycznego artysty oznaczało obcowanie z absolutem. Beckett zainspirował się dziełami artysty, ale ich znaczenia potraktował wybiórczo. Bohaterowie obrazów *Dwaj mężczyźni kontemplujący pejzaż* oraz *Mężczyzna i kobieta kontemplujący pejzaż* zostali ukazani w momencie wypatrywania Boga w świecie, Samuel Beckett zaś zaprezentował dwóch starych włóczędzów oczekujących na tajemniczego Godota, w nadziei, że odmieni ich nędzne życie. Sens romantycznego sztafażu przesunął więc z metafizyki na egzystencję.

„Resztki” romantycznego obrazowania (księżyc oświetlający ziemię) można dostrzec w plakacie Jana Sawki. Ziemia jest tu spowita bladym blaskiem planety, ale oczekujących ludzi nie ma, bo nie będzie przecież nadejścia oczekiwanego. Brak nadziei wyrażają także dwa pozostałe plakaty. Irena Chrul zaakcentowała to zespoleniem głów włóczędzów w jedną figurę skierowaną ku światłu niewidocznego księżyca. Amir Rezaei przywołał zaś krzesłem bez siedziska, które stanowi substytut egzystencjalnej sytuacji jednostki. Zespolone z butami nogi, co paradoksalne, urzeczowiają nieobecnego w plakatowym obrazie człowieka.

## O obrotach słów poety – **Obroty rzeczy Mirona Białoszewskiego**

*Obroty rzeczy* to tytuł pierwszego zbiorku poetyckiego Mirona Białoszewskiego (1922–1983). Tomik ukazał się w 1956 roku. Jego tytuł pochodzi od nazwy jednego z pomieszczonych w nim wierszy – *O obrotach rzeczy*, nawiązującego do rozprawy Mikołaja Kopernika *O obrotach sfer niebieskich* z 1543 roku.

Materiał (...) tego tomu [*Obroty rzeczy* – przyp. A.B.] są – o czym wielokrotnie pisano – zdarzenia błahe, składające się na codzienną prozaiczną egzystencję człowieka, trywialne przedmioty: szafa, koldra, połamane krzesło, materac, szara podłoga, parasol, budka z piwem, karuzela etc. (...) to właśnie przedmioty codziennego użytku otaczające poetę są źródłem olśnień egzystencja: ich i doznającego podmiotu. (...) Niewątpliwie początkiem owych olśnień są doznania zmysłowe: wzrokowe, słuchowe, dotykowe, smakowe. (...) Doznanie zmysłowe upewnia, że rzecz jest, że – mówiąc językiem fenomenologii – stanowi „bezpośrednie dane poznania”. (...) Sprawia, że zostaje ona niejako dowiedziona sobą i czuciem podmiotu. Jest rzeczą, którą się postrzega, o której się myśli, o której się mówi. (...) zarazem wskazuje Białoszewski na jej szczególnie świadomościowy, intencjonalny charakter. Staje się więc ona „fenomenem”, tym, co pojawia się w świadomości (...). Twórczość poetycka wiązana z taką postawą jest warunkowana szczególnym otwarciem na świat, umożliwiającym stan swego rodzaju olśnienia w kontakcie z przedmiotem. (...) Zmęczenie, przyzwyczajenie nie pozwala zobaczyć przedmiotu takiego, jakim jest nie tyle sam dla siebie, ile dla świadomości podmiotu. (...) Percepcja Białoszewskiego jest w istocie percepcją estetyczną.

B. Sienkiewicz, *Białoszewskiego obroty rzeczy i języka*, „Pamiętnik Literacki” 2003, z. 3, s. 105–107.

(...) cechą nowego kształtowania obrazu poetyckiego (...) jest jego płynność, zmienność, przenikanie. Wszystko jest w ruchu, w przeobrażeniu, nie ma niczego stałego, pewnego. Wszystko wkoło nas krąży i my krążymy, bo jesteśmy w środku „galaktyki rzeczy”.

S. Burkot, *Miron Białoszewski*, Warszawa 1992, s. 49.





A one krążą

I krążą.

Przebijają nas mgławicami.

Spróbuj schwycić  
ciało niebieskie  
któreś z tych  
zwanych „pod ręką”...

A czyj język  
najadł się całym smakiem  
Mlecznej Kropli przedmiotu?

A kto wymyślił,  
że gwiazdy głupsze  
krążą dokoła mądrzejszych?

A kto wymyślił  
gwiazdy głupsze?

W wyobraźni Mirona Białoszewskiego rzeczy codziennego użytku ulegają transformacji w Kopernikańskie „sfery niebieskie”. Motywuje to refleksję o ich postrzeżeniowej nieuchwytności (*Spróbuj schwycić/ (...) któreś z tych/ „pod ręką”*), a także o bezradności językowej percypującego podmiotu (*A czyj język/ najadła się całym smakiem/ Mlecznej Kropli przedmiotu?*).

Na plakacie reklamującym spektakl *Obroty rzeczy wg Mirona Białoszewskiego* natłok myślowych odpowiedników przedmiotów codziennych (unoszący się w górze wieszak, wiadro, krzesło) oddają elementy werbalne ujęte w kontury ludzi. Zróżnicowanie rozmiarów słów, a także zburzenie linearnego porządku grafii służą upodobnianiu postaci do mgławicy niebieskiej. Nawiązuje to do artystycznej reguły twórczości Białoszewskiego – gry obrazami postrzegania świata i językowymi konwencjami literackiego opisu.

## Z kart egzystencji – *Kartoteka* Tadeusza Różewicza

*Kartoteka* Tadeusza Różewicza (1921–2014) powstała na przełomie 1958 i 1959 roku. Po raz pierwszy była drukowana w numerze 2 miesięcznika „Dialog”. W wydaniu osobnym ukazała się w 1961 roku (wraz z poematem *Zielona róża*).

Główną postacią dramatu [*Kartoteki* – przyp. A.B.] jest Bohater – były partyzant. Jego biografię ilustrują niepowiązane wzajemnie sceny, których przesuwanie się ma podwójne uzasadnienie: realistyczne (nie zmieniająca się scenografia przedstawia pokój przechodni) oraz surrealistyczne, zgodne z poetyką snu (Bohater leży w łóżku, pokój staje się umownie ulicą, kawiarnią, miejscem egzaminu maturalnego, biurem). Konfrontacja z innymi postaciami (krewnymi, znajomymi, obcymi) służy określeniu bohatera: jest jednym z tłumu, kimś bez twarzy, imienia (nosi wiele imion), bez wieku (ma 7, 38, 40 lat), bez zawodu (dyrektor administracyjny przedsiębiorstwa, kierownik operetki) – jest nikim. Utracił niewinność dzieciństwa, wiarę w miłość, szacunek dla tradycji, nienawidzi urzędniczej egzystencji. Uznawane wartości zatraciły się w stereotypach i frazesach. Doświadczenia i pamięć wojny niweczącej pojęcie człowieczeństwa zdeterminowały wewnętrzną pustkę Bohatera, niemożność porozumienia i poczucie bezsilności. W tej sytuacji broni on swej indywidualności autoironią i autoszyderstwem. Bohater uosabia dramatyczny los pokolenia samego autora, a zarazem jest spadkobiercą polskiej tradycji bohaterów romantycznych. Jedno ze znaczeń tytułu sztuki odnosi się do sposobu przedstawienia jego biografii, składającej się z wrywkowych faktów, zdarzeń, spotkań, rozmów, fragmentów, ankiet, wywiadów, aneksów. Ciąg scen staje się obrazową formą strumienia świadomości. Utrwalona w nich rzeczywistość występuje jako groteska, maskarada, parodia, niekiedy jako symbol.

E. Zuberbier, *Kartoteka*, w: *Literatura polska. Przewodnik encyklopedyczny*, t. I A–M, komitet red. J. Krzyżanowski, od 1976 C. Hernas, Warszawa 1986, s. 422.

## Tadeusz Różewicz

### Kartoteka

T. Różewicz, *Kartoteka*, w: *Antologia dramatu polskiego 1918–1978*, t. II, wybór S.W. Balicki, oprac. S.W. Balicki, S. Marczak-Oborski, Warszawa 1981, s. 341–342.

### Fragment inicjujący ciąg fabularnych sytuacji dramaturgicznych.

*Przez otwarte drzwi przechodzą śpiesznie lub wolno różni ludzie. Czasem słycać urywki rozmów. Zatrzymują się i czytają gazetę... Wygląda to tak, jakby przez pokój Bohatera przechodziła ulica. Niektórzy przysłuchują się przez chwilę temu, co mówi się w pokoju Bohatera. Czasem wtrącają kilka słów. Przechodzą dalej. Akcja trwa od początku do końca bez przerwy.*

BOHATER *leży z rękami złożonymi pod głową. Wyciąga rękę, trzyma ją przed oczyma*

To jest moja ręka. Ruszam ręką. Moja ręka. (*porusza palcami*) Moje palce. Moja żywa ręka jest taka posłuszna. Robi wszystko, co pomyszę.

*Odwraca się do ściany. Może zasypia.*

*Wchodzą rodzice Bohatera. Zatraskani. Ojciec spogląda na zegarek.*

MATKA

Nie trzymaj rąk pod kołdrą, to brzydko i niezdrowo.

OJCIEC

Co z niego wyrośnie, jak będzie się tak długo wylegiwał. Wstawaj! Chłopcze!

MATKA

Ma czterdzieści lat i jest dopiero dyrektorem administracyjnym operetki.

OJCIEC

Ręczę ci, że on się brzydko pod kołdrą bawi. Sam ze sobą.

MATKA

Pleciesz! Przecież tam jeszcze ktoś leży pod kołdrą. Zdaje się, że kobieta.

OJCIEC

Oszalałaś! Siedmioletni chłopiec... Wczoraj wyciągnął mi złotówkę... Zerznę mu skórę! Przy tym wyjada cukier z cukiernicy.

MATKA

Ależ on ma kolegium! Referat i koreferat!

OJCIEC

Ukradł mi złotówkę. Gdyby powiedział: „Tatusiu, proszę o złotówkę, chcę sobie coś kupić”, dałbym. To musi być ukarane!

MATKA Ciszej! Śpi.

OJCIEC W kogo on się wdał?

*Wchodzi C h ó r S t a r c ó w. Jest ich trzech. W wymiętych trochę znoszonych garniturach. Jeden z nich w kapeluszu. Siada, pod ścianą na rozkładanych krzesłkach, które przynieśli ze sobą. S t a r c y poruszają się niemrawo. Tekst natomiast recytują bardzo wyraźnie, dźwięcznie, młodzieńczymi głosami. Chór wygłasza tekst bez zbędnej mimiki.*

*C h ó r S t a r c ó w wykorzystuje przerwy w akcji; udziela nauk, daje przestrogi, budzi otuchę.*

CHÓR

Dziekiem w kolebce kto łeb urwał Hydrze,  
Ten młody zdusi Centaury,  
Piekłu ofiary wydrze,  
Do nieba pójdzie po laury.

OJCIEC *pochyla się nad łóżkiem. Bierze w dwa palce ucho Bohatera, pociąga*  
Nie udawaj, że śpisz. Wstań, kiedy ojciec do ciebie mówi!

BOHATER

Stój! Stój! Kto idzie? Stój, bo strzelam! Halt!

MATKA

Mówi przez sen. Ach, ta straszna wojna.

*Kartoteka* Macieja Urbańca to plakat typograficzny, oparty na graficznym układzie słów.

Autor posłużył się tytułem sztuki Różewicza, ujmując go w sposób plastyczny. Litery współtworzące napis ukazał jako trójwymiarowe, podobne do skrzynek

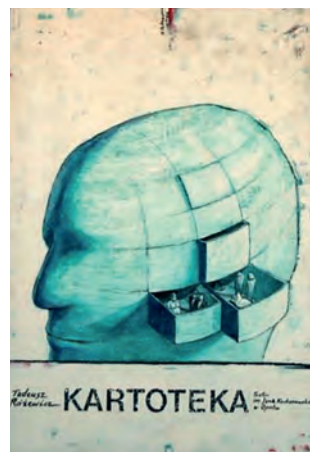


Maciej Urbaniec, *Kartoteka*, 1975, plakat teatralny

służących uporządkowaniu fiszek. Przywodzą one na myśl katalog biblioteczny – znak ładu odnalezionego w bogactwie różnorodności, a zarazem wyraz jego poszukiwania. Zarówno werbalny, jak i plastyczny wymiar plakatu inicjują grę z odbiorcą. Słowo rozpada się na części morfologiczne (kart-o-teka), a obraz sugeruje odniesienia do biografii (skrzynka z napisem: „Różewicz”).

Plakat Urbańca to symbol rozmaitych elementów budujących świadomość Bohatera Różewiczowskiej *Kartoteki*, a zarazem poszukiwania ładu w jego doświadczeniach i uczuciach, co sugeruje wysunięcie jednej ze skrzynek katalogu.

Na atomizację i próbę scalenia „ja” Bohatera wskazuje także motyw kartoteki w pracy Bolesława Polnara. Tu wszakże szufladki zostały wpisane w ujętą z profilu głowę. Spowijająca ją materia uniemożliwia odczytanie indywidualnych rysów twarzy, co może sygnalizować odbiorcy generacyjny wymiar symbolu.



Bolesław Polnar, *Kartoteka*, brak roku powstania, plakat teatralny

# Oblicze zagłady – *Austeria* Juliana Strykowskiego

Powieść *Austeria* Juliana Strykowskiego (1905–1996) powstała w 1966 roku. Ukazuje życie ortodoksyjnego środowiska chasydzkiego na początku pierwszej wojny światowej. Opisane w niej zdarzenia są nie tylko fabularnym obrazem zdarzeń tego czasu, ale też alegoryczną zapowiedzią Zagłady czasu drugiej wojny.

(...) *Austeria* to prawdziwe arcydzieło Strykowskiego, rozślawnione filmem Jerzego Kawalerowicza. Rzecz dzieje się w dniu wybuchu pierwszej wojny światowej w podmiejskiej karczmie-austerii, nieopodal granicy rosyjskiej. Trafiają tu uciekinierzy, przewija się przez nią całe miasteczko, ostatni honwedzi<sup>216</sup>, pierwsi Kozacy. Zabłąkana kula zabijająca dziewczynę, kozackie bestialstwa, pożar. Nade wszystko cadyk z Żydaczowa, z chasydzką świtą i rodziną. Wszystko to – ucieczkę, klęskę i śmierć – ogląda stary karczmarz Tag, dawny kolega miejscowego księdza, z którym razem podejmą daremną zapewne próbę ocalenia skazanych ludzi.

P. Kuncewicz, *Leksykon polskich pisarzy współczesnych*, t. II, Warszawa 1995, s. 286.

## **Julian Strykowski** *Austeria*

J. Strykowski, *Austeria*, Warszawa 1993, s. 4.

**Fragment otwierający powieść.** Tag jest świadkiem ucieczki Żydów przed spodziewanym nadejściem armii rosyjskiej. Ma świadomość, że uciekinierów czeka tragiczny los i że austeria nie będzie już nikomu potrzebna. W przeczuciu, że nigdzie nie będzie spokoju, postanawia pozostać w karczmie.

Tak, to było szczęście. Nie uciekać razem z innymi z miasta może być szczęściem. Kula, od której zginęła piękna Asia, córka fotografa Wilfa, jedynaczka (kochał się w niej szalenie kędzierzawy Bum), mogła trafić, nie daj Boże, Minę, synową

---

<sup>216</sup> Honwed – ochotniczy żołnierz narodowego wojska węgierskiego podczas rewolucji 1848–1949.



- ▲ Fragment kadru z filmu *Austeria* w reżyserii Jerzego Kawalerowicza z 1982 roku, © FilMOTEKA Narodowa – Instytut Audiowizualny
- ◀ Andrzej Pągowski, *Austeria*, 1982, plakat filmowy



Franciszek Pieczka w roli karczmarza Taga w filmie *Austeria* w reżyserii Jerzego Kawalerowicza z 1982 roku, © WFDiF, źródło: FilMOTEKA Narodowa – Instytut Audiowizualny

starego Taga, albo jego wnuczkę, trzynastoletnią Lolkę. Nie zatrzymywał ich. Stary Tag może zostać sam. Tu się urodził on, jego ojciec, tu umarli jego rodzice, żona, tu chce umrzeć. Jeśli człowiek nie czuje się pewny we własnym łóżku, gdzie może





Andrzej Pągowski, *Austeria*, 1982, plakat filmowy

się czuć pewny, pytam. Wśród obcych? Głupcy! A, niech się zbierają, skoro raz ruszyli już w drogę. O niego niech się nie troszczą. Da sobie radę. Krowy z głodu nie zdechną. Jewdocha pomoże mu w gospodarstwie i przy gościach w austerii. Zresztą zbliża się jesień. Minął lipiec, minęło lato. I austeria tak czy tak nikomu nie będzie potrzebna. Jeśli w ogóle cokolwiek będzie potrzebne idącym na dno. Tęgo stary Tag nie powiedział głośno.

Na obydwu plakatach autor wykorzystał motyw tałesu<sup>217</sup>. W jednym zestawił go z dłońmi oraz płomieniem świecy, w drugim uczynił tłem twarzy filmowego odtwórcy roli Taga – Franciszka Pieczki.

Pierwsza z zamieszczonych prac jest przykładem plastycznej metafory. Trzy elementy zostały tu zestawione w taki sposób, by ich kształty wyrażały analogię z kształtami innych desygnatów. Kontur tałesu jest więc też konturem nieistniejącej, co paradoksalne, postaci, a płomień przeistacza się w usta otwarte do krzyku. Wzmocnieniu dwuznaczności obydwu elementów służą dłonie wyabstrahowane z korpusu ciała, a także możliwość potraktowania płomyka jako zarzewia wojennej pożogi.

Drugi z plakatów Pągowskiego jest realizacją mechanizmu symbolu, a więc figury, która dzięki obrazowi konkretnej rzeczy sugeruje rozmaite i trudne do sprecyzowania znaczenia. Obramowany brzegami tałesu portret filmowego Taga z dziurami po kuli na czole i policzku przywodzi na myśl męczeństwo Żydów. Jednocześnie wiązanie plakatowego obrazu z takim kontekstem nie wyklucza innych jego odniesień, na przykład do całunu turyńskiego.

<sup>217</sup> Tałes – żydowski szal modlitewny, biały, ozdobiony na dole czarnymi paskami.

# Na drodze powinności – *Antygona w Nowym Jorku* Janusza Głowackiego

Sztuka Janusza Głowackiego (1938–2017) *Antygona w Nowym Jorku* po raz pierwszy została opublikowana w 1992 roku w miesięczniku „Dialog”. Dramat składa się z dwóch aktów i szesnastu scen. Jego akcja rozgrywa się w ciągu jednej nocy w środowisku bezdomnych emigrantów w Tompkins Square Park w Nowym Jorku.

Utwór nawiązuje do *Antygony* Sofoklesa. Tytułowa bohaterka, Portorykanka Anita, pragnie pogrzebać ciało bezdomnego przyjaciela Johna. Opłaceni bezdomni – Polak Pchełka oraz rosyjski Żyd Sasza – wykradają zwłoki Johna z Potter’s Field i uczestniczą w przygotowanej przez Anitę potajemnej ceremonii pochówku obok ławeczki w parku.

## Janusz Głowacki *Antygona w Nowym Jorku*

J. Głowacki, *Antygona w Nowym Jorku*, Warszawa 2019, s. 110–121.

### Fragmety sceny jedenastej drugiego aktu.

*Sasza i trup siedzą obok siebie na ławce. Wchodzi Anita. Na szczycie jej wózka obok pudła Saszy leży łopata. Sasza patrzy ponuro. Podciąga szalik zasłaniający twarz zmarłego. Anita widzi ciało, kreśli znak krzyża. Idzie prosto do ławki i z bliska, długo zagląda trupowi w twarz. Po chwili osuwa się na kolana i zaczyna płakać.*

SASZA

*(speszony, obawiając się wyrzutów)*

Anita. No strasznie mi przykro. Naprawdę, ja chciałem... Anita...

ANITA

*(nie zwracając na niego uwagi, mówi do zmarłego)*

Niech cię Bóg błogosławi, Johny. Niech ci Bóg da wieczny odpoczynek.

*Kreśli znak krzyża na czole zmarłego i modli się przez parę chwil. Sasza jest zupełnie zdezorientowany. Nie może zrozumieć, dlaczego Anita nie spostrzegła omyłki. Patrzy. To na nią, to na ciało. Wkłada okulary. Raz jeszcze z bliska uważnie wpatruje się w twarz trupa. Bo może to jednak jest Johnny? Ale nie. Anita kończy modlitwę i uśmiecha się do Saszy.*

Dziękuję ci z całego serca. Bóg ci to wynagrodzi. Ja wiem, że ci wynagrodzi.  
(...)

ANITA

*(energicznie)*

Bo my musimy zaczynać, policja przychodzi o szóstej rano. Trzeba przedtem skończyć. Ja już wybrałam miejsce. Tu za ławką.

*Pokazuje.*

(...)

*Anita zdejmuje z wózka plastikową torbę. Szybko wyciąga z niej kubki, też z plastiku. Jakąś wodę mineralną. Ser i krakersy. Są to małe paczuski, takie jakie leżą na stołach obok cukru i soli we wszystkich coffee shopach. Na koniec wyciąga z torby troszkę proszku kakaowego i kawałek czekolady. Taki koktajl serowo-krakersowo-czekoladowy jest klasyczną żalobną potrawą w Portoryko.*

(...)

*Anita improwizuje mały ołtarz na ławce. Wciąż wyciągając z wózka i ze swojego płaszcza nowe rzeczy, układa je na ławce. Na białej, płóciennej serwetce ustawia kilka połamanych świeczek. Po namyśle składa ręce zmarłego na brzuchu i w jednej z nich umieszcza świeczkę.*

ANITA

A tu mam wstążki i kwiaty.

*Rozkłada kwiaty, przyozdabia ławkę wstążkami. Cofa się o krok i z zadowoleniem przygląda się swojej pracy.*

(...)

ANITA

*(poprawiając ubranie zmarłego)*

Jak go spotkałam pierwszy raz, to on nie miał brody. No wiesz, kiedy pierwszy raz przyszedł do parku. Był ostrzyżony, ogolony i żartował. Poczęstował mnie piwem. Pił piwo i opowiadał kawały. Jeden po drugim. Piwo – kawał. Piwo – kawał. Taki był wesoły... Potem poszliśmy nad East River posiedzieć. Było słońce, ciepło, latały ptaki, pływały okręty i przysła policja. Dwóch. Jeden większy od drugiego. I ten większy powiedział, że myśmy mieli seks nad rzeką, a tego nie wolno robić. Myśmy

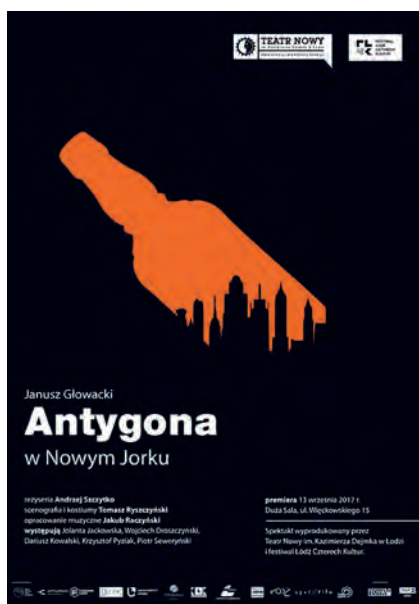
mu powiedzieli, że nie, że to nieprawda, bo myśmy tylko siedzieli, pili piwo i żartowali. Ale on nam nie uwierzył. I powiedział, żebym podniosła spódnicę i pokazała, że mam na sobie majtki. Ja miałam na sobie majtki, więc chciałam pokazać. Ale Johnny (*pokazuje trupa*) mi nie pozwolił. No i ten większy się upierał, i Johnny też się upierał, a ja nie wiedziałam, co robić. Co chciałam podnieść spódnicę i pokazać majtki, to Johnny mnie łąpał za rękę i nie pozwalał. I wiesz, co powiedział...

SASZA  
Co?

ANITA  
Powiedział: „Moja kobieta nie będzie pokazywać majtek”

Fabula *Antygony w Nowym Jorku* Janusza Głowackiego koncentruje się wokół spraw bezdomności i powinności. Pierwsza odnosi się do problematyki wykluczenia poza margines społeczny i została ukazana przez kreacje bezdomnych, Anity, Pchełki oraz Saszy, a także Policjanta stojącego na straży porządku publicznego. Druga dotyczy relacji etycznych w świecie bezdomnych. Warstwa obrazowa każdego z zamieszczonych powyżej plakatów przywołuje jeden z wymienionych problemów *Antygony w Nowym Jorku* bądź też łączy je we wspólnej ikonie.

Plastyczny przekład scenicznej/literackiej *Antygony...* w wykonaniu Tomasza Ryszczyńskiego pozbawiony jest odniesień do antyku. Autor przedstawił czarny kontur drapaczy chmur „zanurzonych” w pomarańczowym wnętrzu butelki „dryfującej” na czarnym tle. Przywołał tym nie tylko Nowy Jork, ale też scharakteryzował go jako miejsce, w którym bogactwo, postęp i perspektywa samorealizacji współistnieją z nędzą, stagnacją i brakiem jakiegokolwiek nadziei.



Autor nieznan, *Antygone w Nowym Jorku*, 2019, plakat teatralny



Tomasz Ryszczyński, *Antygona w Nowym Jorku*, 2017, plakat teatralny do: Janusz Głowacki, *Antygona w Nowym Jorku*, reż. Andrzej Szczytko, spektakl z repertuaru Teatru Nowego im. Kazimierza Dejmka w Łodzi

Autor plakatu reklamującego *Antygonę...* w reżyserii Pawła Frąckiewicza zestawiał dwa symbole Ameryki, flagę i Statuę Wolności, z wysypiskiem odpadów. Podobnie jak Tomasz Ryszczyński przywołał przestrzeń zdarzeń oraz środowisko bohaterów. Odbiorca może wszakże doszukiwać się w tej pracy również odniesień do *Antygony*. Statua Wolności, wypreparowana z nowojorskiego kontekstu, w dodatku wpisana w degradujące ją realia, jest czymś więcej niż symbolem Ameryki. To heroiczna kobieta, która w imię sprawiedliwości społecznej broni wykluczonych.

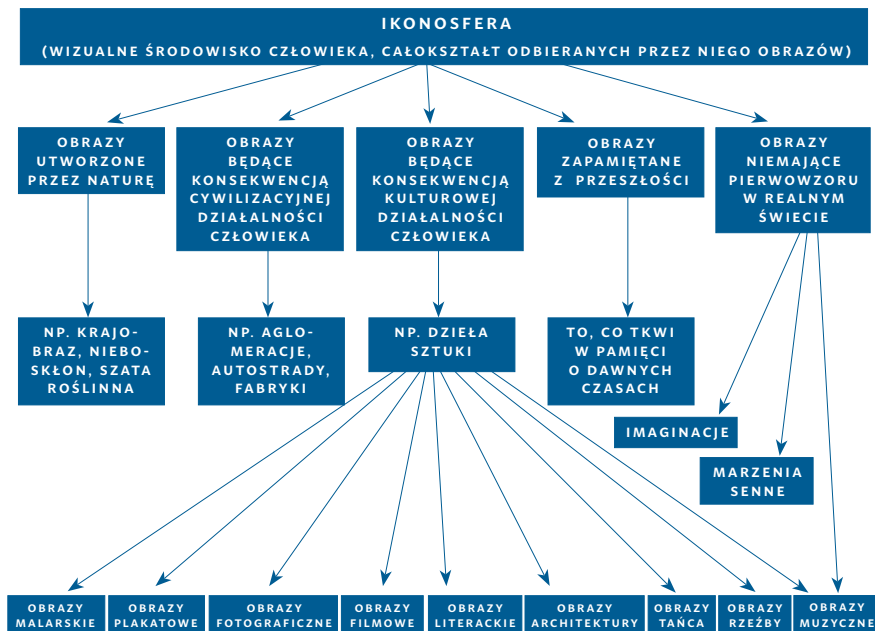
# Plakat a inne sztuki

*Spośród wszystkich sztuk pięknych najbliższe plakatowi są malarstwo i fotografia. Dziedziny te posługują się obrazem wykreowanym ręką artysty (malarstwo, plakat) lub uzyskanym dzięki aparatowi fotograficznemu. Za pośrednictwem obrazu dokonuje się też przenikanie w obręb plakatu zarówno malarstwa oraz fotografii, jak i pozostałych sztuk – literatury, filmu, teatru, muzyki, architektury, tańca.*



# Między obrazami

Dzieła sztuki przejawiają się odbiorcy w doznaniach obrazowych – naocznych, umysłowych, statycznych, kinetycznych, jedno- i dwuwymiarowych, realistycznych, fikcyjnych. Ich nośnikami może być materia – plastyczna, słowna, dźwiękowa, rzeźbiarska, budowlana, kinetyczna – decydująca o zróżnicowaniu dzieł na wytwory rozmaitych sztuk. Obrazy związane z poszczególnymi sztukami pięknymi stanowią część ikonosfery.



Wykres przedstawiający podział ikonosfery<sup>218</sup>.

<sup>218</sup> Autorski wykres powstał w nawiązaniu do tezy pracy Mieczysława Porębskiego (*Ikonosfera*, Warszawa 1972). Jest zmienioną wersją opublikowaną w artykule *Malarskość*



Obrazy natury i cywilizacji są egzogeniczne. Lokują się w zewnętrznym świecie człowieka. Z kolei obrazy zapamiętane, przyśnione oraz imaginacyjne mają charakter endogeniczny, pozostają w zespoleniu z wewnętrznymi doznaniem jednostki. Obrazy artystyczne natomiast stanowią część zarówno rzeczywistości postrzeganej okiem zewnętrznym, jak i odbieranej okiem duszy, oscylując między materialnym a duchowym światem człowieka.

Istotą wszystkich obrazów jest ich wzajemne przenikanie się<sup>219</sup>. Obrazy egzogenne mogą być inspiracją dla wyobraźni i sztuki. Większość obrazów należących do sztuki ma zdolność wpisywania się w przestrzeń cywilizacyjną, a każdy z nich może być obiektem wyobraźni. Podatność obrazów artystycznych na imaginację skutkuje ich „odrywaniem się” od medium jednej dziedziny twórczości i lokowaniem w medium innego rodzaju ekspresji. Zjawisko to, postrzegane w odniesieniu do plakatu, przejawia się właśnie we wzajemnych powiązaniach posteru z innymi sztukami.

---

*literatury* ([w:] *Teksty literackie w przestrzeni kultury i komunikacji językowej. Tradycja i współczesność*, red. Zofia Ożóg-Winiarska, Kielce 2013, s. 16).

<sup>219</sup> Na temat przenikania się obrazów: H. Belting, *Obraz i jego media. Próba antropologiczna*, przeł. M. Bryl, w: *Perspektywy współczesnej historii sztuki. Antologia przekładów „Artium Quaestiones”*, red. M. Bryl, P. Juszkiewicz, P. Piotrowski, W. Suchocki, Poznań 2009, s. 1109–1044.

## Plakat i malarstwo

Obrazy malarskie mogą mieć charakter realistyczny, kreacyjny, abstrakcyjny. Mogą też stanowić konstrukt myślowy. Pierwsze odznaczają się mimetycznością (np. *Wystrzał armatni* Willema van de Velde) i są referencyjne wobec rzeczywistości. Drugie prezentują autorskie widzenie istoty i form świata (np. *Cichy dzień nad morzem III* Lyonela Feiningera). Z kolei niefiguratywne obrazy abstrakcyjne są nastawione na budzenie wizualnych wrażeń estetycznych niemorficznymi kształtami. Ostatni typ obrazów jest przejawem ikonicznego myślenia na temat jakichś doświadczeń i wyobrażeń (np. *Statek* Salvadora Dalego). Operują one zaskakującymi zestawieniami elementów wizualnych, co czyni je odpowiednikiem językowej metafory. W odróżnieniu od malarskich, plakatowe obrazy łączą się z ukonkretniającą je warstwą językową i są nastawione na funkcję perswazyjną (np. *Zamki nad Bałtykiem* Rafała Olbińskiego).



Willem van de Velde (młodszy), *Wystrzał armatni*, 1707, Muzeum Państwowe, Amsterdam



Lyonel Feininger, *Cichy dzień nad morzem III*, 1929, olej na płótnie, kolekcja prywatna



Salvador Dalí, *Statek*, 1935, litografia barwna



Rafał Olbiński, *Zamki nad Bałtykiem*, 2000, plakat reklamowy

Korespondencja plakatu i malarstwa może się wyrażać nie tylko w przekazie obrazowym, ale też w przywołaniach sztuki malarstwa, jej istoty, dzieł, artystów.



Caravaggio, *Niewierny Tomasz*, 1595–1596, olej na płótnie, Galeria Malarstwa Sanssouci, Poczdam



Wiesław Wałkuski, *Caravaggio*, 1990, plakat filmowy

*Cyrk*, znany pod nieformalnym tytułem *Mona Lisa*, jest jednym z ironicznych, humorystycznych i pełnych dystansu pastiszów (...). Plakat cechuje barwność płaskich plam, gryząca, sprawiająca wrażenie niedopasowanej. Gioconda nie jest namalowana miękko, w sfumato, ale obwiedziona ostrym, czarnym konturem. Jej lekko uśmiechnięta (...) twarz, zamiast być stoicko złożona na wdzięcznej szyi w pozie dostojności, umiejscowiona jest na ciele, które wykonuje akrobaticzne sztuczki. Poza głową, jeszcze dłonie powtarzają kształt oryginalnej figury, tym mocniej wzmacniając groteskę. Nogi ułożone w kształt litery „Y”, odpowiadają w polu kompozycyjnym czerwonej kotarze, która ujmuje całość od góry.



Maciej Urbaniec, *Cyrk*, 1970, plakat cyrkowy

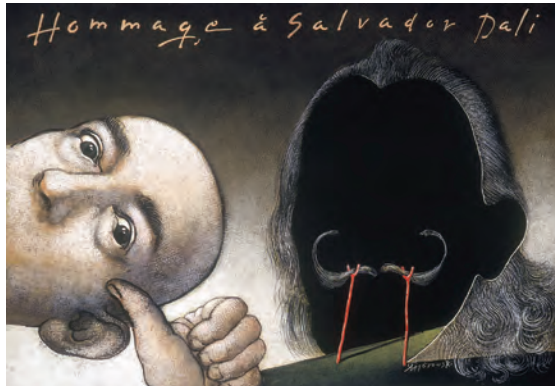
A. Lewandowska, w: 123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 139.

Warstwa ikoniczna plakatu może stanowić intertekstualną grę z realnym wizerunkiem artysty (Mieczysław Górowski, *Hommage a Salvador Dalí*), jego dziełem (Wiesław Wałkuski, *Caravaggio*), niekiedy deformowanym na potrzeby reklamy (Maciej Urbaniec, *Cyrk*).

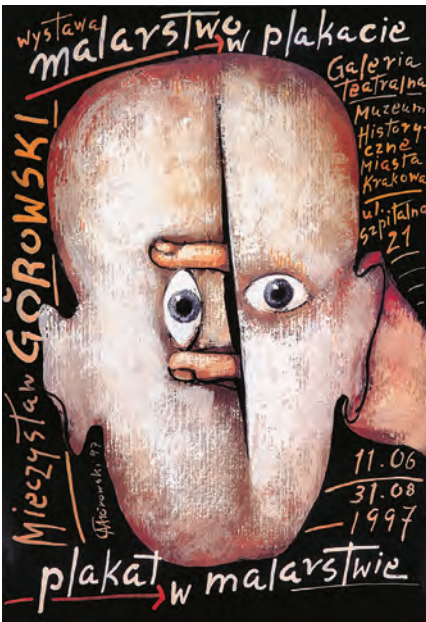
Zachęcając do obejrzenia wystawy poświęconej wzajemnemu przenikaniu się malarstwa i plakatu, Mieczysław Górowski posłużył się zaledwie kilkoma znakami ikonicznymi. Znamienne są nie tylko one same, ale i sposób



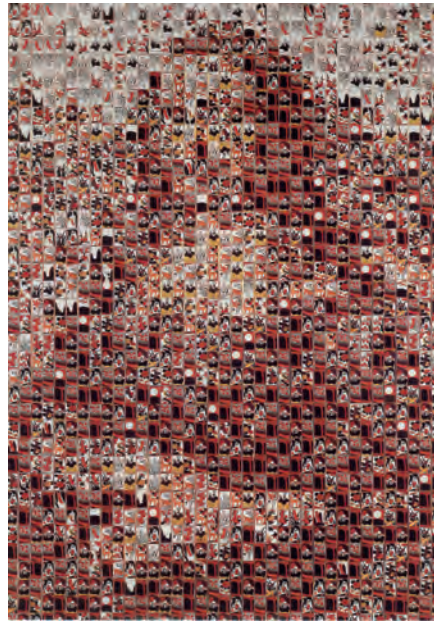
Salvador Dalí, fot. Philippe Halsman/ Magnum Photos/ Forum



Mieczysław Górski, *Hommage a Salvador Dalí*, 1999, plakat wystawowy



Mieczysław Górski, *Malarstwo w plakacie, plakat w malarstwie*, 1997, plakat wystawowy



Shigeo Fukuda, *Obraz iluzji (Mona Lisa)*, 1984, plakat autorski

ich zestawienia. Oczy symbolizują obydwie sztuki, a zarazem wyrażają ich obrazkowy charakter. Istotne jest też zwizualizowanie prawej gałki ocznej. Trzymana przez kciuk i palec wskazujący, które obróciły ją o 45 stopni, sugeruje odmienność plakatowego przedstawiania, które, w porównaniu z malarskim, przejawia się w konstrukcyjnym charakterze obrazu.

W nawiązującej do malarstwa i plakatu pracy Shigeo Fukudy refleksja o obrazie wykracza poza granice obydwu sztuk. Artysta podważa bowiem związek między znakiem ikonicznym a oznaczanym przedmiotem. Wizualna warstwa jego plakatu została skonstruowana z tak maleńkich obrazków, że nieomal przekraczają próg postrzegania. Tę plastyczną grę z odbiorcą wzmacnia ich układ kompozycyjny, oparty na schemacie przedstawienia *Mony Lisy*. Patrzący na plakat doświadcza szczególnych wrażeń. Jego wzrok, usiłujący scalić poszczególne elementy w renesansowy obraz, zostaje „wciągnięty” w głąb malowidła – konstytuujących go maleńkich obrazków, ogniw *summy* aktualnego iluzorycznego widzenia. Plakat Fukudy jest filozoficzną refleksją o obrazie jako istocie sztuk wizualnych, a także niestabilności widzialnego.

## Plakat i fotografia

Wynalezienie fotografii (1839) było spełnieniem marzeń artystów o stworzeniu wiernego obrazu świata. Naciśnięcie spustu migawki w ułamku sekundy umożliwia zarejestrowanie widoku, który na płótnie powstaje dzięki trwającym wiele czasu ruchom pędzla.

Dzieło fotograficzne może istnieć w plakatowym obrazie na dwa sposoby – wypełniać go w całości lub stanowić element zespolony w jedność z innymi obrazami, zarówno fotograficznymi, jak i uzyskanymi dzięki zastosowaniu rozmaitych technik twórczych. Umieszczona w posterze fotografia znaczy przez „wybór” sfotografowanego obrazu, a także jej późniejszą modyfikację w toku obróbki oraz zestawienie z innymi znakami plastycznymi.

*Roman Polański,  
Aktor. Reżyser,  
brak roku  
powstania,  
plakat wystawy  
przygotowanej  
przez Muzeum  
Kinematografii  
w Łodzi*





*Filmy Andrzeja Wajdy w światowym plakacie filmowym, brak roku powstania, plakat wystawy prezentowanej w 2015 roku w Muzeum Plakatu w Wilanowie*



Rafał Olbiński, *Człowiek z żelaza*, 1981, plakat filmowy



Dorota Grubek, *Powidoki*, 2016, plakat filmowy (autorka fotosu: Anna Włoch)



Każda fotografia coś „ukazuje” i „wyraża”. Przeniesiona w przestrzeń plakatu, nabiera dodatkowych sensów, wynikających z wystąpienia w nowym kontekście. W wypadku plakatu filmowego dokonuje się to dzięki napięciu, jakie się wytwarza między zdjęciami a reklamowanym przedmiotem. Ważną rolę w tym procesie odgrywa także barwa fotografii oraz jej wizualnego kontekstu.

Zarówno treść, jak i nieprzetworzona komputerowo forma fotografii, wykorzystanej w plakacie *Roman Polański, Aktor. Reżyser*, sygnalizują ambicję twórców reklamowanej wystawy do zaprezentowania bohatera jako artysty oraz człowieka z krwi i kości. Ekspresję plakatowego obrazu, uformowanego dzięki zdjęciu, wzmacnia zharmonizowana z jego kolorystyką barwa czcionki użytej w tekście.

Wykorzystanie barwy do kodowania znaczeń fotografii użytych w posterze jest też środkiem artystycznego wyrazu w pracy poświęconej filmom Andrzeja Wajdy w światowym plakacie filmowym. Każdy z elementów fotomontażu – kadr prezentujący scenę z *Popiołu i diamentu*, fotografia przedstawiająca Daniela Olbrychskiego jako postać z *Ziemi obiecanej* oraz fragment plakatu reklamującego *Człowieka z żelaza* – został ukazany w innej kolorystyce, co wiąże się z przynależnością tych dzieł do różnych etapów twórczości reżysera.

Z kolei w posterze reklamującym *Powidoki* ważnym elementem jest tło, na którym została umieszczona fotografia. Zdjęcie lewego profilu Bogusława Lindy – odtwórcy roli Władysława Strzemińskiego – zostało „wmontowane” w intensywnie czerwone tło plakatu. Naprzeciw oczu bohatera autorka umieściła pędzel, z którego rozpryskuje krwistoczerwona farba. Skojarzenia z raną są tu oczywiste. Tak powstały fotomontaż drażni wzrok spektatora i emanuje niepokojem. Jest to symboliczne zakodowanie doświadczeń Strzemińskiego, jego artystycznych poszukiwań oraz zmagania z okresem stalinizmu.

# Plakat i literatura

Plakat tworzą znaki uformowane z barwnych plam i linii. Dzięki nim w trakcie recepcji powstają postrzeżenia ikoniczne. Tworzywem dzieła literackiego zaś jest język (mówiony lub pisany). Pod jego wpływem w umyśle odbiorcy kształtują się obrazy wyobraźni. Obraz jest zatem ogniwem łączącym dzieła plakatowe z dziełami literackimi. Pierwsze z nich mają wszakże charakter naoczny, statyczny, jednowymiarowy i fikcyjny, drugie – umysłowy, kinetyczny, jednowymiarowy, a także fikcyjny.

**Adam Mickiewicz**

***Pan Tadeusz***

A. Mickiewicz, *Pan Tadeusz*, Warszawa 1982, s. 92.

Fragment III księgi *Pana Tadeusza* (1834).

(...) dość głowę podnieść: ileż to widoków!  
Ileż scen i obrazów z samej gry obłoków!  
Bo każda chmura inna: na przykład jesienna  
Pełźnie jak żółw leniwa, ulewą brzemienna  
I z nieba aż do ziemi spuszcza długie smugi  
Jak rozwite warkocze, to są deszczu strugi;  
Chmura z gradem jak balon szybko z wiatrem leci,  
Krażąca, ciemnobłękitna, w środku żółto świeci,  
Szum wielki słychać wkoło. Nawet te codzienne,  
Patrzcie Państwo, te białe chmurki, jak odmienne!  
Zrazu jak stada dzikich gęsi lub łabędzi,  
A z tyłu wiatr jak sokół do kupy je pędzi;  
Ściskają się, grubieją, rosną, nowe dziwy!  
Dostają krzywych karków, rozpuszczają grzywy,  
Wysuwają nóg rzędy i po niebios sklepie  
Przelatują jak tabun rumaków po stepie:  
Wszystkie białe jak srebro, zmieszały się – nagle

Z ich karków rosną maszty, z grzyw szerokie żagle,  
Tabun zmienia się w okręt i wspaniale płynie  
Cicho, z wolna, po niebios błękitnej równinie!



Rafał Olbiński, *25-tch Earth Day*, 1986,  
plakat ekologiczny



Tadeusz Trepkowski, *V Międzynarodowy Konkurs im. Fryderyka Chopina*, 1954, plakat muzyczny

## Władysław Broniewski

### *Plakat*

W. Broniewski, *Wybór wierszy*, opr. T. Bujnicki, Wrocław 2014, s. 610–611.

*Wiersz z tomu Wiersze i poematy (1962).*

I przebiegły wierzby przez pagórek,  
tam padół,  
ustawiły się wierzby we sznurek  
na dół.

Hej! okolico!

I rzędem poszły sobie wierzby  
po płaskim, po piasku.  
Może o nich kiedyś taki wiersz był,  
że chcą do lasku?

Hej! okolico!

Nie, po polach mazowieckich, kujawskich  
idą one,  
żeby jakiś muzyk warszawski  
śpiewał o nich.

Hej! okolico!

A na krańcu drogi, na samiutkim,  
zaśpiewają, jak umięją,  
może się czasem rozśmieją  
albo liście zaszumią smutkiem?

Hej, wiatr liście żenie<sup>220</sup>.  
Hej, Szopenie.

21 X 1961

Trepkowski zaprojektował plakat na kształt metafory – wizualnego odpowiednika muzyki Chopinowskiej. Mamy więc to, co najbardziej romantyczne w całej polskości – pejzaż. Mocno zarysowany horyzont mazowieckich pól, barwy przygaszone i ziemiste – pustka i nizinny bezmaiat. Na horyzoncie pojedyncze, ustawione w linii wierzby. Na ziemię rzucona klawiatura, ułożona w tym samym skrócie perspektywicznym co drzewa. Chopin jako dziecko tych ziem, przekładający cały ten melancholijny, jesienny nastrój na swoją muzykę. Połączenie wiersz i klawiatury, dwóch realistycznych, materialnych członów w jednej przestrzeni sprawiło, że całość jest odrealniona, poetycka. Pejzaż i klawiatura to znaki, a zarazem stanowią symboliczne obiekty, które wywołują u widza określone skojarzenia. Pracę cechuje refleksja, literackość i metaforyka (...).

A. Lewandowska, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegejd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 31.

---

<sup>220</sup> Żenie – tu: rozrzuca.

Julian Pałka, *Faraon*, 1965,  
plakat filmowy



## Guillaume Apollinaire

### *2-gi kanonier konny*

G. Apollinaire, *2-gi kanonier konny*, przeł. J. Hartwig, w: idem, *Nowe przekłady*, przeł. J. Hartwig, A. Międzyrzecki, Kraków 1973, s. 181.

Tekst stanowi fragment wiersza *2-gi kanonier konny*. Utwór po raz pierwszy został opublikowany w pierwszym numerze międzynarodowego organu futurystów „Der Mistral” (niem. list pocztą polową) z 1915 roku. Wszedł w skład zbioru poezji *Kaligramy* (1918). Użyte w tytule słowo oznacza utwór, którego graficzny układ obrazuje przedmiot związany z treścią.

S  
A  
LUT  
M  
O N  
D E  
DONT  
JE SUIS  
LA LAN  
GUE É  
LOQUEN  
TE QUESA  
BOUCHE  
O PARIS  
TIRE ET TIRERA  
TOU JOURS  
AUX A L  
LEM ANDS

W  
I  
T  
AJ  
ŚWIEC  
IE KT  
ÓR EGO  
JESTE M  
WYMOWNYM  
JĘ ZY  
KIEM KTÓRY  
STALE MÓJ  
P A R Y Ż U  
POKA ZYWAĆ  
BĘDZI EMY  
NIEM COM



Mieczysław Wasilewski, *Prowincjuszka*, 1991, plakat filmowy

Opis chmur z III księgi *Pana Tadeusza* łączy z plakatem Rafała Olbińskiego wspólny motyw – obłoki. W obydwu tekstach kultury stanowi on element metaforycznie ujętego tła. Kontury obłoków przybierają kształt form widzialnego świata – żółwia, warkocza, balonu, stada gęsi, sokoła, tabunu rumaków, okrętu (dzieło literackie), a także kontynentów (dzieło plastyczne).

Bardziej ścisły charakter mają powiązania liryku Władysława Broniewskiego oraz plakatu Tadeusza Trepkowskiego *V Międzynarodowy Konkurs im. Fryderyka*

*Chopina*. Poeta posłużył się ekfrazą, toteż przez werbalny obraz prześwituje rzeczywistość plastycznej kompozycji. Dokonując intersemiotycznego przekładu, pominął wszak niektóre elementy pierwowzoru, a inne wprowadził, korzystając z prawa *licentia poetica* bądź z kinetycznych właściwości obrazu literackiego, których nie posiada statyczny, przestrzenny obraz malarski. „Poetyckie” wiersze wobec ich „plastycznych” odpowiedników zostały więc ożywione („przebiegły (...) przez pagórek”, „rzędem poszły (...)/ po płaskim, po piachu”) i nabrały charakteru literackiego bohatera uwikłanego w luźną, baśniową narrację.

Relacje: dzieło plakatowe – dzieło literackie można śledzić także w odniesieniu do pracy Juliana Pałki *Faraon*, łączącej się za pośrednictwem filmu Jerzego Kawalerowicza *Faraon* (1965) z powieścią Bolesława Prusa *Faraon* (1895). Tu wszakże powiązania plakatu z dziełem literackim, w porównaniu z powiązaniem tekstów Broniewskiego i Trepkowskiego, mają kierunek odwrotny i pośredni – przebiegają od dzieła literackiego, za pośrednictwem filmu, do plakatu. Pałka wykorzystał w swej pracy dwa znaki – profil faraona oraz konstrukcję schodkową przypominającą bok piramidy. Oszczędna kompozycja plastyczna nawiązuje do czasów starożytnego Egiptu, postaci Ramzesa XIII, a także newralgicznego momentu filmowej fabuły – konfliktu faraona z władzą duchowną, sygnalizowanego linią schodkowej piramidy. Ponieważ twórca ekranizacji dość wiernie potraktował filmowy pierwowzór, warstwa ikoniczna plakatu daje się rozpatrywać także w relacji wobec powieści Prusa.

Korespondencja literatury i plakatu może odbywać się również na poziomie graficznego zapisu wiersza oraz plastycznego traktowania elementów werbalnych posteru. Ilustrują to kaligram Guillaume’a Apollinaire’a i plakat Mieczysława Wasilewskiego *Prowincjuszka*. Semantyka poszczególnych elementów językowych budujących wiersz francuskiego poety tworzy obraz słowny, mentalny, ich grafika zaś – plastyczny. Słowa wiersza służą tu więc wytwarzaniu znaczeń, a jednocześnie „malowaniu” słowami. „Malujący” walor słów wykorzystał także Mieczysław Wasilewski w plakacie z 1991 roku *Prowincjuszka*, reklamującym film *Prowincjuszka* (1980) Claude’a Goretta. Schematycznie potraktowana wieża Eiffla została tu odwrócona, dzięki czemu przywołuje kształt kielicha do szampana. Artysta zespolił go z fragmentem obrazu kobiecej twarzy i ręki, a także uzupełnił warstwą słowną ujętą tak, by sugerowała bąbelki unoszące się nad powierzchnią trunku. Całość konkretyzuje się w znak syntetycznie przywołujący Paryż – miejsce akcji filmu – oraz jego bohaterkę, tytułową prowincjuskę przybywającą do miasta w poszukiwaniu szczęścia. Tak więc podobnie jak w kaligramie Apollinaire’a, w plakacie Wasilewskiego semantyczny walor słowa pisanego łączy się z potencjałem malarskim.

## Plakat i teatr

Sztuka teatru posługuje się tworzywem wizualno-audialnym (ikonoczno-językowo-dźwiękowym). Synteza różnej materii artystycznej prowadzi do ukształtowania znaku teatralnego<sup>221</sup>. Jego przekład na plakat reklamujący widowisko sceniczne polega na tworzeniu odpowiednika w postaci znaku ikonocznego. Ze względu na różnicę tworzywa, jest on pozbawiony audialności.

Plakaty do spektakli będących sceniczną adaptacją dzieł literackich odnoszą się także, za pośrednictwem teatru, do utworów literackich.

*Morderca, nadzieja kobiet* to jednoaktowy dramat ekspresjonistyczny bez podziału na sceny i obrazy. Autorem jest Oskar Kokoschka (1886–1980), austriacki malarz i pisarz.

Utwór powstał w 1907 roku. Jego akcja toczy się w czasach mitycznych. Główni bohaterowie to Kobieta i Mężczyzna oraz towarzyszące im grupy Dziewcząt i Wojowników.



Oskar Kokoschka, *Morderca, nadzieja kobiet*, 1909, plakat teatralny

<sup>221</sup> S. Świątek, *Teatr jako widowisko*, w: *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, tom *Teatr, widowisko*, red. M. Fik, Warszawa 2000, s. 12–13.



Na życzenie bohatera Wojownicy wypalają na skórze Kobiety znamię przynależności do Mężczyzny. Znak ten pozbawia Kobiety wolności i czyni seksualną niewolnicą. W akcie zemsty bohaterka rani oprawcę, za co zostaje przez niego zabita.

Symboliczna fabuła utworu wyraża walkę płci. Ukazuje wzajemne relacje bohaterów jako przejaw seksualnego pożądania i źródło konfliktu prowadzącego do śmierci.

W 1909 roku sztuka została wystawiona w Sommertheater w Wiedniu. Plakat reklamujący inscenizację wykonał autor dramatu – Oskar Kokoschka.

W kolejnych obrazach – odsłonach mamy okazję poznać postaci i ich dążenia. Jak wskazuje tytuł nadany sztuce, za głównego bohatera należy uznać „mordercę niosącego kobietom nadzieję”, czyli Mężczyznę. Potwierdza to fakt, iż sztukę zaczyna wejście na scenę Mężczyzny, a kończy jego zejście. Z jego perspektywy, która jest również perspektywą autora, przedstawiony został konflikt płci. Kobieta odgrywa ważną rolę antagonisty, jednak nie wiodącą. Na scenie poza głównymi bohaterami cały czas przewija się tłum złożony z Wojowników i Dziewcząt. (...) Żadnej z postaci nie da się scharakteryzować tradycyjną metodą, gdyż z założenia są one typami, na co wskazuje w oczywisty sposób brak imion. Kobieta i Mężczyznę z dramatu O. Kokoschki może być „każdy”. Autor odrealnia te postaci, odbiera im wszelką jednostkowość, by uczynić z nich wyłącznie nośniki uniwersalnych reguł, obserwacji.

K. Janicka, „Morderca, nadzieja kobiet” Oskara Kokoschki jako dramat przedekspresjonistyczny, „Roczniki Humanistyczne” 2004, t. LII, z. 1, s. 188.

Przekładając spektakl *Morderca, nadzieja kobiet* na znaki plakatu, Oskar Kokoschka nie ilustruje teatralnego widowiska, lecz tworzy syntetyczny obraz fabuły przedstawienia. Są w nim odniesienia do bohaterów oraz do planet symbolizujących pierwiastek żeński i męski. W centralnym miejscu artysta umieścił splecione, zdeformowane ciała Kobiety i Mężczyzny. On pozostaje w żelaznym uścisku sygnalizowanym masywnymi rękami partnerki i swym nienaturalnie wygiętym ciałem. Władcze objęcie nie sprawia kobiecie satysfakcji, raczej zwiastuje jej omdlenie i konanie. Figura fizycznego związku postaci tworzy obraz uschematyzowany na motywie piety. Analogia ma oddawać siłę uczucia, a substytucja konfliktu płci i niszczyielską siłę erotyki. Ekspresję obrazu potęguje intensywna, wzmagająca „krzyk” obrazu kolorystyka.

## Plakat i film

Film jest sztuką operującą obrazami rozwijanymi w czasie, zespolonymi z językiem i dźwiękiem. Zarejestrowany na celuloidowej taśmie obraz jest niezmienny i zamknięty w swej formie. W momencie przenoszenia na plakat, obraz rozciągnięty w czasie zostaje zastąpiony plastycznym ekwiwalentem.



Kadry z filmu Alexandre'a Promia *Rozklejające afszów* z 1897 roku, wyprodukowanego przez braci Lumière

Doskonale znana kinomanom historia Charlesa Fostera Kane'a – który z ubogiego chłopca stał się magnatem prasowym i demiurgiem potężnego imperium, tracąc jednocześnie szczęście i idealizm, a także popadając w mizantropię i sentymentalną melancholię – od początku czytana była jako krytyka amerykańskich mitów. Biografię Kane'a Welles zawarł w niekonwencjonalnej oprawie narracyjnej, od której – jak sądzą niektórzy – rozpoczęła się epoka nowoczesnego kina. Nie chodzi tylko o pomysł oparcia fabuły na retrospekcjach, ale o znaczeniowy charakter tego zabiegu.

Welles wpisał intrygę filmu w strukturę kryminału: dziennikarz Thompson podejmuje „śledztwo” w sprawie ostatniego słowa umierającego Kane'a – „rózyczka”. Przesłuchuje różnych ludzi, z których każdy odmiennie odnosi się do milionera, ale zawsze w wybielający samego siebie sposób. Welles akcentuje

zatem subiektywizm, ale także eliptyczność opowiadania i klęskę dochodzenia. Thompson nie wyjaśni bowiem zagadki, bo tylko widz, dzięki ingerencji obiektywnego narratora w finałowej scenie, poznaje rozwiązanie: napis „różyczka” widnieje na dziecięcych saneczkach.

R. Syska, *Dekada cienia: kino lat czterdziestych*, w: *Kino klasyczne*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2011, s. 423–424.



Kadr z filmu *Obywatel Kane* w reżyserii Orsona Wellesa z 1941 roku



Henryk Tomaszewski, *Obywatel Kane*, 1947, plakat filmowy, dzięki uprzejmości Filipa Pągowskiego

Henryk Tomaszewski do perfekcji opanował umiejętność posługiwania się skrótem wizualnym. W plakacie do głośnego filmu *Obywatel Kane*, którego reżyserem i odtwórcą głównej roli był Orson Welles, Tomaszewski wykorzystał jego portret w kapeluszu w formie graficznie ujętego kadru z filmu. Plakat zdradza wrażliwość artysty na kolor oraz dążenie do uproszczenia formy. Ogromną rolę odgrywa tu także czytelne, wysmakowane liternictwo uzupełniające obraz, przypominające to stosowane w przedwojennych szyldach sklepowych.

Plakat anonsujący film Orsona Wellesa zapewnił Tomaszewskiemu pierwszą nagrodę na Międzynarodowej Wystawie Plakatu w Wiedniu w 1948 roku. Jest jedną z tych prac, które wzbudziły zainteresowanie fenomenem polskiego plakatu w latach czterdziestych i przyczyniły się do powstania polskiej szkoły plakatu.

A. Oleksiak, w: *Skarby sztuki. Muzeum Narodowe w Warszawie*, red. nauk. A. Morawińska, R. Higersberger, Warszawa 2013, s. 369.

**Czesław Miłosz**

***Dolina Issy***

C. Miłosz, *Dolina Issy*, Kraków 1981, s. 5–7.

Fragment rozpoczynający *Dolinę Issy* (1955). To dzieje inicjacji życiowych młodego chłopca, Tomasza Dilbina. Akcja rozgrywa się na Litwie po zakończeniu pierwszej wojny światowej. Ważnym jej elementem jest pejzaż: lesiste wzgórza, jeziora, bagna i moczary.

Należy zacząć od opisu Kraju Jezior, w którym mieszkał Tomasz. Te okolice Europy długo były pokryte lodowcem i jest w ich krajobrazie surowość północy. Ziemia jest tu na ogół piaszczysta i kamienista, zdalna pod uprawę tylko kartofli, żyta, owsa i lnu. Tym tłumaczy się, że człowiek nie zniszczył tu lasów, które łagodzą nieco klimat i chronią od wiatrów Bałtyckiego Morza. Przeważa w nich sosna i świerk, są również brzozy, dęby i graby, brak całkowicie buków, granica ich zasięgu przebiega o wiele dalej na południe. Można lasami podróżować tu długo, nigdy nie nużąc oczu, bo, jak ludzie miasta, społeczeństwa drzew mają swoje niepowtarzalne właściwości, tworzą wyspy, strefy, archipelagi, znaczone tu i ówdzie jakąś drogą z koleinami w piasku, leśniczówką, starą smolarnią, której rozpadające się piece obrosła roślinność. I zawsze w pewnej chwili jest z pagórka widok na niebieską taflę jeziora z białą, ledwo dostrzegalną plamką perkoza, ze sznurem kaczek ciągnących nad trzcinami. Na bagnach lęgną się tutaj masy błotnego ptactwa, na wiosnę w bladym tutejszym niebie trwa wracający seriami, warkot, wa-wa-wa bekasów – taki dźwięk wydaje powietrze w ich sterach z piór, kiedy odprawiają swoje monotonne akrobacje oznaczające miłość. Ten wątył warkot i bełkot cietrzewi, jakby gdzieś daleko gotował się horyzont i kumkanie tysięcy żab na łąkach (ich liczba decyduje o liczbie bocianów, mających swoje gniazda na dachach chat i stodół) są tutaj głosami tej pory, kiedy po gwałtownym topnieniu śniegów kwitnie kaczeniec i wilcze lyko – drobne różowoliliowe kwiatki na krzakach jeszcze bez liści. (...)

Chaty buduje się tutaj z drzewa, kryje się nie słomą, a gontem.

Konwicki zrealizował *Dolinę Issy* (1982) według po wieści Miłosza (wydanej w Paryżu w 1955, a w Polsce dopiero w 1981 roku) (...). Adaptacja ta była prawdziwym wyzwaniem artystycznym, ze względu na skrajną niefilmowość pierwowzoru. Owszem, książka Miłosza bliska jest formuły powieści inicjacyjnej, opowiadającej o dojrzewaniu głównego bohatera w niepowtarzalnej atmosferze rodzinnego majątku, zanurzonego w wielonarodowościowym świecie Litwy kowieńskiej lat dwudziestych XX wieku. Jest to jednak zarazem esej autobiograficzny, połączony

z pastiszem różnych form prozy edukacyjnej. Zarys wielokulturowej akcji jest całkowicie podporządkowany perspektywie narratora, pod którego maską łatwo rozpoznawalny jest sam poeta. Z pozoru narrator ten skupia się na doświadczeniu dziesięcioletniego bohatera, Tomaszka; w istocie jednak pamięć dzieciństwa jest dlań jedynie punktem wyjścia do rekonstrukcji przeszłości dokonywanej z własnej perspektywy – człowieka dojrzałego, spełnionego poety. (...)

Ten złożony literacki punkt widzenia Konwicki podporządkował naczelną perspektywę reżysera-adaptatora, zaznaczając nawet swoją pozycję własną autorską sygnaturą: w scenie realizacji filmu, kiedy na plan

filmowy zaplątuje się jeden z recytatorów wierszy Miłosza, twarz reżysera odbija się wyraźnie w obiektywie kamery. Ten reżyser-adaptator jest artystą i czytelnikiem jednocześnie, kimś, kto zbiera rozmaite obrazy świata i podsłuchuje jego głosy, poddając je rygorowi własnej filmowej konstrukcji, fabularnej i eseistycznej zarazem. W ramach tej konstrukcji (...) reżyser stworzył niezwykle klimat filmu, sugerujący, że ukazany w nim świat odległej doliny jest inny niż świat współczesny: piękniejszy, ale też bardziej mroczny, a ludzie przeżywają w nim swoje losy intensywniej, pełniej, ale i tak przecież nie umkną swemu przeznaczeniu.

T. Lubelski, *Historia kina polskiego. Twórcy, filmy, konteksty*, Katowice 2009, s. 472–473.



Henryk Waniek, *Dolina Issy*, 1982, plakat filmowy

Młody lekarz Andrzej pracuje w klubie sportowym. Jego pasją jest jazz. Gra na perkusji w amatorskim zespole. Prowadzi typowo konsumpcyjny tryb życia. Lubi modne ubrania i ma włoski skuter. Chętnie nawiązuje przelotne związki z kobietami. Pewnego wieczoru udaje się do nocnego lokalu „Manekin”. (...) „podrywa” nieznaną piękność. Dziewczyna bez oporu daje się zaprowadzić do mieszkania bohatera. Jest inteligentna i przewrotna. Oboje rozpoczynają swoistą grę pozorów. (...)

Film Wajdy ukazuje typowe dla końca lat pięćdziesiątych postawy i zachowania młodzieży. Bycie sobą jest źle widziane. Cynizm i poza chłodnych obserwatorów rzeczywistości wywodzi się z modnej wówczas filozofii egzystencjalizmu. Reżyser z ironią odnosi się do tych konwencji, pokrywających prawdziwą naturę człowieka. Tytuł *Niewinni czarodzieje* sugeruje, że pod pozorami cynizmu kryje się u młodych wrażliwość serca.

J. Semilski, *Niewinni czarodzieje*, w: *Leksykon polskich filmów fabularnych*, oprac. pod kierunkiem J. Słodowskiego, Warszawa 1997, s. 438.



Wojciech Fangor, *Niewinni czarodzieje*, 1960, plakat filmowy



Jan Młodożeniec, *Pojedynek na szosie*, 1975, plakat filmowy

Amerykanin David Mann (Dennis Weaver) jedzie swoim samochodem po szosie z wizytą do klienta. Nieoczekiwanie zostaje wciągnięty przez samochód ciężarowy w morderczy pojedynek, od którego nie może uciec. Spielberg, wschodząca gwiazda na reżymerskim firmamencie, całkiem bez wyjaśnienia pozostawia motywy działania wciąż niewidocznego kierowcy ciężarówki. Nie umniejsza to jednak napięcia, jakie wywołuje ten błyskotliwie zainscenizowany i sfotografowany thriller – wręcz przeciwnie: zagrożenie samochodu można interpretować na różnych płaszczyznach.

*Kronika filmu*, oprac. zespół pod kierunkiem M.B. Michalika, Warszawa 1995, s. 400.

Jak każde dzieło sztuki plakatowej, plakat filmowy stanowi obraz reklamowanego produktu. Spośród innych gatunków posteru odróżnia go przedmiot odniesienia, którym jest dzieło filmowe. Tworząc jego reklamę, artysta projektuje pojedynczy obraz odnoszący się do narracji prezentowanej ciągiem ruchomych obrazów filmowych. Odwołanie się w statycznym przedstawieniu plastycznym do dzieła zbudowanego z ruchomych obrazów kinetycznych wymaga wyboru istotnego elementu (elementów) świata filmowego i stworzenia jego ikonicznej reprezentacji. Konstruowanie plakatowych znaków synonimicznych, syntetycznych i metaforycznych wobec znaków filmowych jest źródłem wieloznaczności i odkrywczoci intelektualno-estetycznej plakatu. Odbiorcę przyglądającego się plakatowi mają one zaintrygować, tego zaś, kto już się zapoznał z rekla-

mowaną ofertą, mają pobudzać do oceny trafności artystycznej interpretacji pierwowzoru.

„Zagęszczając” w plakacie ciągu filmowych obrazów do pojedynczego obrazu plastycznego, twórca może korzystać z grafiki, fotografii, montażu. Plakaty filmowe odwołujące się do fotografii najczęściej prezentują podobizny bohaterów filmu, znaczące momenty akcji oraz przestrzeń, w której się ona rozgrywa. Z takim wykorzystaniem zdjęcia mamy do czynienia w plakacie Henryka Wańka *Dolina Issy*. Ujęty z góry, w kolorze sepii i obramowany półkolistym sklepieniem, pejzaż litewskiej ziemi staje się monumentalny. Sprawia wrażenie jakby wyłaniał się z oddechu minionego czasu, co sygnalizuje odbiorcy mitologizowanie filmowego świata. Z kolei w plakacie Wojciecha Fangora *Niewinni czarodzieje* materia fotograficzna podlega rozmaitym zbiegom artystycznym – cięciu, montażowi oraz zespoleniu z elementami grafiki – zmierzającym ostatecznie do sugestii, że plakatowy obraz przedstawia jedną z kart talii. Autor wykorzystał podobizny odtwórców głównych ról – Tadeusza Łomnickiego (jako Bazylego) oraz Krystyny Stypułkowskiej (w roli Pelagii) – ale także zasugerował odbiorcy grę między obydwójkiem bohaterów.

W plakacie Henryka Tomaszewskiego *Obywatel Kane* obecność fotografii nie jest już tak oczywista. Zdjęcie filmowego bohatera zostało przekształcone w grafikę pojawiającą się w tle kompozycji złożonej z napisów o zróżnicowanym liternictwie.

W przeciwieństwie do trzech wymienionych plakatów praca *Pojedynek na szosie* Jana Młodożeńca jest pozbawiona fotograficznej referencyjności. Artysta ujął tu fabularne zdarzenia w znaki graficzne. Dopełniając je warstwą słowną (np. „Pojedynek na szosie”, „film sensacyjny”), zasugerował filmową opowieść o niebezpieczeństwie dla kierowcy osobowego auta ściganego ciężarówką prowadzoną przez psychopatycznego szofera.



# Plakat i muzyka

Reklamowanie muzyki wymaga od twórcy plakatu znalezienia stosownego obrazu dla wyrażenia kompozycji zbudowanej z dźwięków. Nie jest to zadanie proste, ponieważ „milczący” obraz ma przywołać wrażenia słuchowe.

Henryk Tomaszewski, *Chopin*,  
1949, plakat muzyczny,  
dzięki uprzejmości Filipa  
Pągowskiego





Tomasz Szulecki, XI Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina, 1990, plakat muzyczny



Rosław Szaybo, 16. Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina, 2010, plakat muzyczny



Hubert Hilscher, XXIII Warszawska Jesień, 79, 1979, plakat muzyczny

**Friedrich Dürrenmatt**  
**Wizyta starszej pani**

F. Dürrenmatt, *Wizyta starszej pani*, przeł. I. i E. Naganowscy, Warszawa 1998, s. 20.

Bohaterka dramatu *Wizyta starszej pani* (1956), Klara Zchanassian, to dziewięciokrotnie zamężna sześćdziesięciodwuletnia multimilionerka. Kobieta przybywa do Güllen, w którym spędziła dzieciństwo i młodość, witana z nadzieją na wsparcie finansowe miasteczka. Klara zgadza się ofiarować miliard mieszkańcom, ale pod warunkiem, że uzyska „sprawiedliwość” i zemści się na Alfredzie IIIu, który niegdyś porzucił ją i wyparł się ich wspólnego dziecka, w skutek czego poniosło ono śmierć, a kobieta została prostytutką. Początkowo güllenczycy są oburzeni propozycją Klary, ale skuszeni pieniędzmi zmieniają decyzję, co tłumaczą „myślą o sprawiedliwości”, i ostatecznie dokonują linczu na IIIu.

KLARA ZACHANASSIAN

(...) Chciałabym odwiedzić razem z Alfredem dawne miejsce naszej miłości. Odeślijcie tymczasem bagaże i trumnę do „Złotego Apostoła”.

BURMISTRZ *zdziwiony*

Trumnę?

KLARA ZACHANASSIAN

Przywiozłam ze sobą. Może mi będzie potrzebna. (...)

*Burmistrz daje znak, wszyscy wiwatują, ale owacja przycicha, gdy dwaj tragarze wnoszą czarną kosztowną trumnę i idą z nią w kierunku Güllen. W tej chwili rozlega się dzwon pożarowy (...).*

BURMISTRZ

Nareszcie! Dzwon alarmowy!

*Ludność rusza za trumną.*

Dla Olbińskiego najważniejszy jest pomysł. Uważa, że najbardziej skomplikowane libretto należy zredukować do jednego zdania, jednego konceptu (...). Następnie stara się przekształcić, *przetłumaczyć* dany pomysł na język wizualny. Za pomocą tylko kilku słów, kilku znaków, przekazuje bogatą treść. Twierdzi, że *między czymś skomplikowanym a czymś prostym nie ma różnicy*. Wyjątkowa u Olbińskiego, zwłaszcza w plakatach operowych, jest waga emocji. (...) Artysta przyznaje, że (...) pracę nad plakatem rozpoczyna od wielokrotnej lektury libretta. Później tworzy serię szkiców, przeglądanych przez zamawiającego.



Rafał Olbiński, *The Visit of the Old Lady*, 1993, plakat operowy



Rene Magritte, *Balkon Moneta*, 1950, Museum voor Schoen Kunsten, Gandawa

© Photothèque R. Magritte / Adagp Images, Paris, 2021

Po zaakceptowaniu jednego z pomysłów tworzy akryl (przeważnie 50 cm na 75 cm). Stosując tradycyjną metodę pracy z modelem, często idealizuje daną postać, w czym przypomina dawnych malarzy dworskich. To dlatego jego postacie są przeważnie *bardziej doskonałe, ładniejsze niż w życiu*. Ten nietypowy sposób tworzenia plakatów znakomicie koresponduje z procesem powstawania samego operowego spektaklu. Dzięki niemu na swych obrazach Olbiński chwyta blask kostiumów, wielkość muzyki i dramatu. Kunsztowne, wyidealizowane prace osobiście sprawiają wrażenie klasycznych, choć ich koncept jest nowoczesny.

R. Olbiński, *Opera*, tekst A. Passent, Ch. Mount, Warszawa 2000, s. 5.

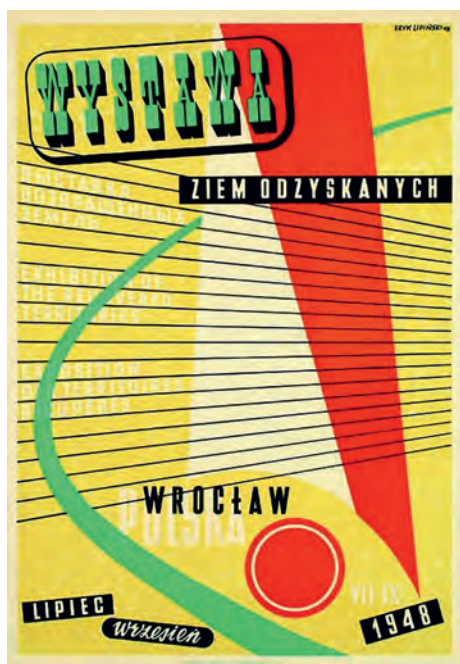
Klara Olbińskiego, przypomina stylowego kowboja samotnie wkraczającego do ponurego miasteczka, kowboja dzierżącego swą zakurzoną, acz niezawodną strzelbę. Kowboj i strzelba, choć odjadą, zmienią życie miasteczka raz na zawsze. Klara niesie trumnę tak, jak nosi się gitarę w futerale; postać mściwej kobiety kojarzyć się może z Antonio Banderasem, który w jednym z westernów strzelał z gitary. Trudno powiedzieć, czy Klara załatwiła już wszystkie interesy w Güllen i czy trumna jest pełna czy pusta. Czy Olbiński pokazuje nam przyjazd, czy odjazd

Klary? Mało przyjaźnie wyglądający czarny sęp wskazywać by mógł, iż w trumnie pochowany jest potencjalny posilek, jednak zarówno ptak, jak i kobieta zapatrzeni są w horyzont, jakby oczekując nadchodzących wydarzeń. Starsza pani to kowboj, który nie musi oddać żadnego strzału. Zachłanność i bieda mieszkańców Güllen doprowadzą do tego, że Ill zostaje zgładzony w sposób przypominający rytualny obrządek. Czyli westernowy moralitet: pieniądze są złem.

R. Olbiński, *Opera*, tekst A. Passent, Ch. Mount, Warszawa 2000, s. 70.

(...) plakat [*Wystawa Ziem Odzyskanych* – przyp. A.B.] ma w sobie coś muzycznego; skomponowany jest z geometrycznych form, ekspresyjnych plam barwnych, płaskich, kontrastowych, z różnorodną, rozrzuconą, ale i przemyślaną względem kompozycji typografią. W tych formach nowoczesność spotyka się z nutą poezji, rytmem, dynamiką – plakat pulsuje, wibruje, porusza się.

A. Lewandowska, w: *123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie*, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegajd, M. Warda, Warszawa 2019, s. 17.



Eryk Lipiński, *Wystawa Ziem Odzyskanych*, 1948, plakat wystawowy

Muzyka to sztuka złożona. Obejmuje kompozycje absolutne (asemantyczne), ilustracyjne (mgliste znaczeniowo) i dźwiękowo-wokalne (semantyczne). Pierwsza z nich oddziałuje na odbiorcę estetyką brzmienia, a jako nieposiadająca znaczeń jest nieprzekładalna na obrazy. Kompozycje typu drugiego mogą być transponowane na język obrazów, choć każde ich zwizualizowanie będzie niekonkretne ze względu

na liczne miejsca niedookreślenia. Z kolei muzyka wokalna, dzięki elementom werbalnym, ma zdolność kreowania znaczeń i sugerowanych nimi obrazów.

To zróżnicowanie muzyki jako dziedziny sztuki jest kluczem do zrozumienia różnych typów warstwy ikonicznej plakatu muzycznego. Te z nich, które dotyczą

muzyki absolutnej, nie poddają się przekładowi intersemiotycznemu. Ich zawartość obrazowa operuje motywami odnoszącymi się do muzyki tylko pośrednio, na przykład przez: a) kreowany w niej nastrój (R. Cieślewicz, *XIV Festiwal Chopinowski w Dusznikach*), b) instrument muzyczny na który jest przeznaczona (H. Tomaszewski, *Rok Chopinowski*), c) jej autora (R. Szajbo, *16. Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina*), d) wiążące się nią muzykalia (T. Szulecki, *XI Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina*). Niektórzy artyści podejmują się próby przekazania jakości czysto muzycznych środkami plastycznymi. Na plakacie H. Hilschnera *XXIII Warszawska Jesień, 79* nad pulpitem dyrygenta niczym dźwięki unoszą się bladuróżowe, różowe i jasnoniebieskie kwadraciki. Ujęte w podobnych odstępach (rytm) na czarnym tle (ciemność – cisza), barwne plamki (łagodna kolorystyka – przyjemne brzmienia) obrazują kompozycję muzyczną.

Z kolei plakaty odnoszące się do muzyki ilustracyjnej mogą w warstwie obrazowej „chwycić” płynącą z dźwięków sugestię i rozbudowywać ją w znak ikoniczny.

Plakat operowy, w porównaniu z plakatami poświęconymi muzyce instrumentalnej, dysponuje o wiele bogatszymi środkami w zakresie modelowania warstwy obrazowej, ponieważ elementem dzieł operowych jest libretto, które, podobnie jak dzieło literackie, tworzy fabułę. Jest ona przekazywana na scenie słowem śpiewanym z towarzyszeniem instrumentów muzycznych.

Warstwa obrazowa plakatu Olbińskiego reklamującego operę *Wizyta starszej pani* odnosi się przede wszystkim do znaków słownych libretta G. von Einemana. Są one ukształtowane w nawiązaniu do malarstwa R. Magritte'a (bezpośrednio) i dramatu F. Dürrenmatta *Wizyta starszej pani* (pośrednio). Poszczególne elementy tego plakatu „wyrastają” tedy nie z ducha czystej muzyki, ale muzycznie ujętego słowa.

Korespondencja plakatu i muzyki dokonuje się więc za pośrednictwem tworzywa językowego, obecnego zarówno jako słowny znak graficzny dopełniający plakatowy obraz, jak i skonceptualizowana w obrazie myśl o reklamowanej operze. Niekiedy zaś, jak w przypadku plakatu *Wizyta starszej pani*, powinowactwa obu sztuk wynikają z relacji znaków plastycznych plakatu wobec dzieła literackiego będącego inspiracją libretta.

Odwwołanie do muzyki (dzieła, koncertu, kompozytora) jest ważnym sygnałem rozpoznawania „muzyczności” plakatu. Nie jest to jednak warunek konieczny, o czym świadczy praca Eryka Lipińskiego *Wystawa Ziem Odzyskanych*. Spośród czysto plastycznych środków ekspresji – barwnej plamy i linii – wyróżniają się w tej kompozycji linie. Proste, z lekka schodzące się ku środkowi pracy, przywodzą na myśl rytm muzyczny. Wolor ten zdaje się przenikać wszystkie elementy obrazowe i werbalne plakatu, sprzęgając je w kompozycyjną jedność przedstawieniową.

## Plakat i taniec

Taniec to sztuka ekspresji ruchowej. Przejawia się jako obraz człowieka poruszającego się dla wyrażenia uczuć i emocji. Ze wszystkich dziedzin estetycznej aktywności człowieka taniec, podobnie jak muzyka, jest sztuką najbardziej ulotną. Jego istnienie może jednak zostawić ślad w dziełach innych sztuk. Można go utrwalić w rzeźbie, filmie, malarstwie, plakacie. Jednak każdy z wymienionych sposobów zatrzymania tańca jest niedoskonały. Rzeźba może go bowiem oddać obrazem trójwymiarowym, ale statycznym i zbliżonym do oryginału, film – obrazem tożsamym z oryginałem i ruchomym, ale za to dwuwymiarowym, natomiast malarstwo i plakat jedynie obrazem bliskim oryginałowi, statycznym i dwuwymiarowym. Mimo niedoskonałości możliwości zatrzymania



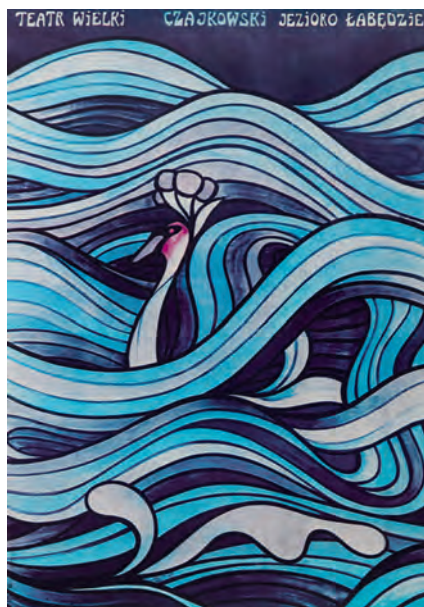
Jules Chéret, *La Loïe Fuller*, 1893, plakat reklamowy



Tadeusz Gronowski, *Wielki Balet*, 1954, plakat baletowy



Wiktor Górka, *Polskie Linie Lotnicze LOT*, 1973, plakat reklamowy



Jan Lenica, *Jezioro łąbędzie*, 1984, plakat baletowy

ulotnego momentu tańca, jest on jednym z ważnych motywów plakatowych. W dodatku kodowanie ruchu w znaku ikonicznym daje duże możliwości wyrażania związanych z tańcem znaczeń.

Sztukę tańca można przywołać w plakacie obrazami tancerzy, a także organizacją poszczególnych znaków plastycznej kompozycji oraz tworzącą je linią i barwą, tak by sugerowały estetyczne jakości artystycznego ruchu. Plakaty Tadeusza Gronowskiego i Jana Lenicy nawiązują do widowiska baletowego z muzyką Piotra Czajkowskiego *Jezioro łąbędzie*. Oto zakłeta w łąbędzia dziewczyna, Odetta, unosi się na falach jeziora. Gronowski zobrazował ją jako baletnicę na tle wielkiego łąbędzia. To swoisty odpowiednik literackiego środka stylistycznego – porównania. W takim ujęciu sposób poruszania się tancerki stanowi analogię do płynnego sunięcia ptaka po wodzie, a jej wdzięczna poza – uniesiona głowa i wyciągnięte ręce – do pięknie wygiętej łąbędziej szyi i majestatycznie rozpostartych skrzydeł. Tę samą scenę Jan Lenica przywołał falami jeziora, po którym płynie łąbędź. Tu sztuka tańca została zakodowana w falistej linii tafli jeziora o zharmonizowanej kolorystyce błękitu. Linia i barwa są ekwiwalentami jakości estetycznej tanecznego ruchu – płynności. Z kolei





Marek Pawłowski, *10. Krakowska Wiosna Baletowa*, 2005, plakat kulturalny



Michał Batory, *Theatre National de Chaillot*, 2008, plakat teatralny

w plakacie Marka Pawłowskiego wdzięk tanecznego ruchu został przywołany fragmentarycznym wizerunkiem sylwetki baletnicy. Jej ujęte w rozkroku nogi wraz ze skrzyżowanymi w górze rękami stanowią figuralną jedność. Łączy się ona z rzymską dziesiątką przynależną do warstwy werbalnej plakatu, a odnoszącą się do kolejnej reklamowanej Krakowskiej Wiosny Baletowej. Liryczność gestu dłoni, przemyślana kolorystyka oscylująca między barwą czarną a jasno-pomarańczową oraz refleksy nóg i rąk stanowiące studium ruchu doskonale oddają piękno sztuki tańca.

Motyw tańca w plakacie może służyć zarówno promowaniu samego tańca lub widowiska baletowego, jak i reklamowaniu innych produktów. Plakat Wiktora Górki *Polskie Linie Lotnicze LOT* ukazuje wirującą w tańcu kobietę w polskim stroju ludowym. Jej rozłożysta, barwna spódnica przypomina łany zboża, łąk i dróg widzianych z lotu ptaka. Tancerka stoi na palcach jednej nogi pewnie i z wdziękiem utrzymując w górze ciężar swego ciała. To wyborny znak LOT-u, sygnalizujący światu doskonałą jakość polskiej firmy.

## Plakat i architektura

Architektura najczęściej pełni w plakacie funkcję wizualnego „argumentu”, który swą estetyką ma budować rangę reklamowanej usługi. Tego typu nawiązania występują w plakatach promujących firmy przewozowe lub biura turystyczne. Centralnym elementem obrazowania sztuka architektury staje się w posterach promujących jej zabytki lub nakłaniających do ich ochrony.



Wilhelm Schulz, Secesja Berlińska, V Wystawa Sztuki, 1902, plakat wystawowy

Plakat Davida Kleina wchodził w skład serii zaprojektowanej dla nieistniejących już amerykańskich linii lotniczych TWA (Trans World Airlines). (...) ta kompozycja, złożona z prostokątów i linii dynamicznie zbiegających się w perspektywie, reklamująca loty do Nowego Jorku, była doskonałą syntezą graficzną Times Square – jednego z najbardziej charakterystycznych miejsc Nowego Jorku, rozświetlonego nocą reklamami.

Plakat Miltona Glasera promował czasopismo „New York Magazine” poświęcone życiu, kulturze, polityce i stylowi Nowego Jorku, założone w 1968 r. przez autora plakatu wraz z Clayem Felkerem. Glaser był jego dyrektorem artystycznym do 1977 r., a także autorem tekstów, m.in. o dobrych tanich restauracjach w mieście. Na plakacie widzimy najwyższe piętra Empire State Building o różnych porach dnia i roku. Glaser pragnął w ten sposób podkreślić różnorodność oferty zarówno magazynu, jak i miasta.

Z. Schubert, *New York, New York*, w: *Plakat musi śpiewać!*, red. Z. Schubert, Poznań 2012, s. 156.



David Klein, *Nowy Jork. Lataj liniami TWA*, 1956, plakat reklamowy



Milton Glaser, *„Nowy Jork” jest o Nowym Yorku*, 1967, plakat promocyjny

Przywołanie architektury w plakacie wyraża się we wprowadzaniu do jego warstwy obrazowej przestrzeni z charakterystycznymi dla niej zabudowaniami lub detalu jakiejś budowli. Praca Wilhelma Schulza *Secesja Berlińska...* promuje architekturę niemieckiej stolicy przełomu wieków XIX i XX. Jasna bryła budowli współtworzy obraz nokturnu. Biel murów wyodrębnia ją z przestrzeni i uwydat-

nia cechy stylu secesyjnego. Pospołu z kontrastującym ciemnogramatowym niebem buduje nastrój miejsca i czasu. Z kolei plakat Wojciecha Fangora *Chrońmy zabytki kultury* uobecnia sztukę architektury schematycznie ujętym detalem. Fragment kolumny jońskiej został tu wpisany w gest łączących się dłoni. Takie zestawienie znaków ma charakter wieloznaczeniowy. Sygnalizuje „ochronę” zabytków i „sakralny” charakter dzieł architektury. Jednocześnie strzelisty wertykalizm modlitewnie spletających się dłoni przywodzi na myśl zwieńczenie gotyckiej katedry, co niejako uświęca propagowaną w plakacie postawę szacunku dla zabytków. Ważnym sposobem obrazowania architektury jest też eksponowanie jej wiekowości (W. Chomicz, *Kraków. Miasto tradycji i zabytków*) bądź nowoczesności (D. Klein, *Nowy Jork. Lataj liniami TWA*), zgodnie z wizerunkiem reklamowanego produktu.

Korespondencja plakatu i architektury dokonuje się, podobnie jak w wypadku relacji plakatu z innymi sztukami, przez przenikanie do posteru motywów z dzieł. Wszak powiązania plakatu z architekturą są bogatsze, ponieważ realizują się także na zewnątrz obu sztuk. Plakat, zanim schronił się w muzeum, istniał jedynie w przestrzeni ulicy. Sposób jego ekspresji – układ elementów, ich wielkość, kolorystyka, a także warstwa werbalna – kształtował się pod wpływem przestrzeni będącej perspektywą postrzegania plakatu. Jednocześnie pojawienie się plakatu zmieniło obraz miejskiej zabudowy; stał się on swoistą nową szatą architektury miejskiej – jej fasad i witryn. Umożliwiając plakatowi zaistnienie w kulturze, architektura zmodyfikowała swą przestrzeń.



Wojciech Fangor, *Chrońmy zabytki kultury*, 1960, plakat społeczny



Witold Chomicz, *Kraków. Miasto tradycji i zabytków*, 1935, plakat turystyczny

## Plakat i rzeźba

Formy rzeźbiarskie mają charakter obrazów trójwymiarowych, a plakatowe – podobnie jak i malarskie – dwuwymiarowych. Zatem rzeźby przetransponowane w obręb posterów nabierają charakteru formy „płaskiej”, posiadają jedynie długość i szerokość. Ich trzeci wymiar – „głębnię” – artyści sugerują odbiorcy środkami plastycznymi – perspektywą i światłocieniem.

Edward Manteuffel, Jadwiga Hładki,  
Antoni Wajwód, *Polska sztuka gotycka*,  
1935, plakat wystawowy

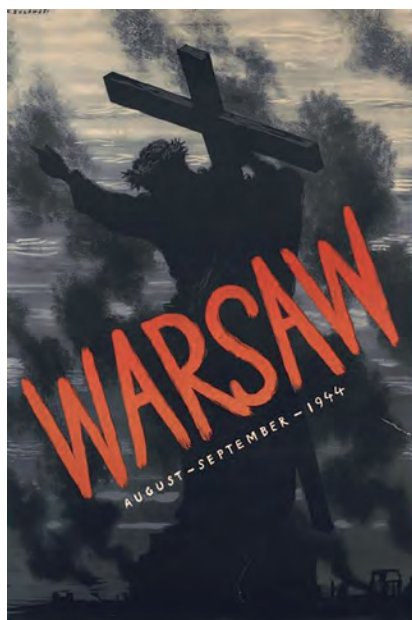




Mieczysław Berman, *Warszawa*, 1953, plakat filmowy

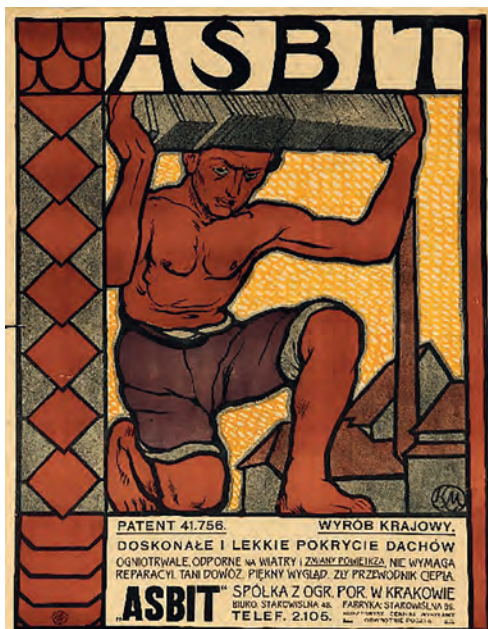


Ludwika Nitschowa, *Pomnik Syreny*, 1939, Warszawa, Powiśle (fot. Adrian Gryczuk, CC BY-SA 3.0 pl)



Grupa figury Chrystusa niosącego krzyż (1858, projekt Andrzeja Pruszyńskiego) przed kościołem Świętego Krzyża w Warszawie w 1944 roku

Marek Żuławski, *Warszawa sierpień-wrzesień - 1944*, 1944, plakat upamiętniający powstanie warszawskie



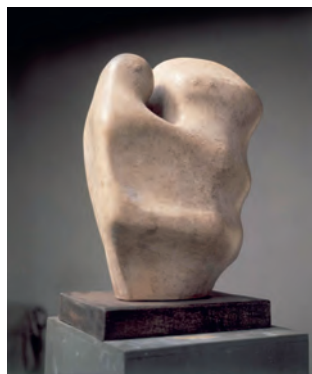
Karol Zyndram Maszkowski, *Asbit*, 1912,  
plakat reklamowy



Autor nieznany, *Atlas Farnezyjski*,  
marmurowa kopia rzymska helleńskiej  
rzeźby, z II wieku, Narodowe Muzeum  
Archeologiczne, Neapol



Henryk Tomaszewski, *Wystawa rzeźb Henry Moore'a*, 1959,  
plakat wystawowy, dzięki uprzejmości Filipa Pągowskiego



Henry Spencer Moore, *Matka  
i dziecko*, 1936, rzeźba

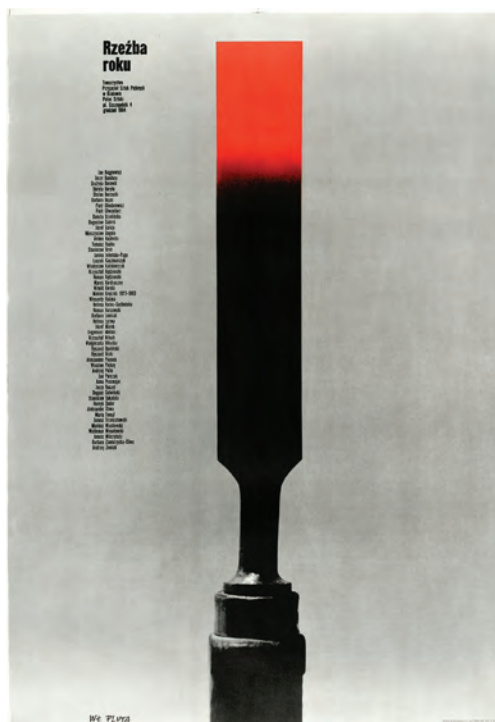
Chociaż sama rzeźba Moore'a pojawia się sfotografowana na plakacie, jednak daleko ważniejsze wydaje się zaszczerpienie cech stylistycznych, struktury kodu estetycznego. Zarówno krzywo wycięte litery nazwiska artysty, wśród których drugie „o” formuje cokolwiek dla wspomnianej rzeźby, jak i plama błękitu z przepływającym po

niej, jakby mimochodem, czarnym prostokątem, przywołują strukturę estetyczną abstrakcjonizmu organicznego, reprezentowanego przez brytyjskiego rzeźbiarza. Wszystkie informacje zostały usunięte na obrzeża obrazu, oczyszczając pole syntetycznej kompozycji, a jednocześnie cały obraz jest „tekstem” kodu estetycznego. Nawet litery nazwiska rzeźbiarza stają się elementem kompozycji.

R. Nowakowski, *Od „malarstwa ulicy” do dekonstrukcji. Refleksja nad sztuką w polskim plakacie wystawowym*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpiak, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 113–114.

Powierzchnię plakatu zdominował jeden wybrany motyw-znak, za pomocą którego autor zbudował całą kompozycję. Dłuto rzeźbiarskie z rozgrzaną do czerwoności krawędzią tnącą. Istotna jest właśnie ta część narzędzia – końcówka ostrza, w której koncentruje się cała energia wyzwolona siłą woli, mięśni i wyobraźni artysty. Za jej pomocą rzeźbiarz wrzyna się w materię, odrzucając to, co zbędne, aby wydobyć z drewna czy kamienia ukrytą w nim rzeźbę. Kompozycja plakatu ma układ wertykalny. Powściągliwa i zdyscyplinowana forma, a także tło utrzymane w szarej kolorystyce sprawia, że nasza uwaga skupia się na jednym żarzącym się punkcie. Wzdłuż lewej krawędzi ostrza, harmonijnie podkreślając jego długość, Władysław Pluta wyszczególnił listę 51 nazwisk wybitnych polskich rzeźbiarzy współczesnych, ułożoną w kolejności alfabetycznej. Dłuto wyniesione tu do roli symbolu wykonywanej pracy, samo przedstawione jest tak, by podkreślić jego znaczenie, by wręcz złożyć mu rodzaj hołdu (...). Paradoksalnie dłuto samo staje się monumentalną rzeźbą.

A. Oleksiak, w: *Od „malarstwa ulicy” do dekonstrukcji. Refleksja nad sztuką w polskim plakacie wystawowym*, w: *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpiak, A. Szydłowska, Warszawa 2008, s. 219.



Władysław Pluta, *Rzeźba roku*, 1984, plakat wystawowy



Rzeźba może być przywoływana w plakacie w związku z promowaniem imprez poświęconych tej dziedzinie sztuki (np. *Wystawa rzeźb Henry Moore'a*) lub pojawiać się jako symboliczny obiekt towarzyszący reklamowanemu wydarzeniu (np. *Warszawa sierpień–wrzesień – 1944*) bądź też związany z anonsowaną przestrzenią (np. *Warszawa*). Odwołanie może być wpisane w płaszczyznę komunikatu językowego i obrazowego (np. *Polska sztuka gotycka*) lub tylko obrazowego (np. *Warszawa sierpień–wrzesień – 1944*).

Autor plakatu *Warszawa* wykorzystał kilka fotografii przedwojennej stolicy, w tym zdjęcie rzeźby nadwiślańskiej Syrenki, do stworzenia kolażu promującego film o Warszawie. Fakt wykorzystania obrazu fotograficznego, operującego odbiciem naturalnego światłocienia, sprawia, że Syrenka jest widziana stereoskopowo. Tej właściwości postrzeżeniowej pozbawiony jest obraz figury Chrystusa niosącego krzyż, wykorzystany w plakacie Marka Żuławskiego *Warszawa sierpień–wrzesień – 1944*. Modelując rzeźbiarski obiekt na potrzeby plakatu, autor zachował kształt postaci Jezusa, ale jego kontur w całości wypełnił czarną barwą. Wypreparowana z głębi i wypełniona kolorem żałoby figura ma charakter artystycznego symbolu, odnoszącego się i do zniszczenia ważnego dla Warszawy obiektu, i do dźwigania przez jej mieszkańców ciężaru pamięci o poległych w czasie powstania.

Nawiązanie do rzeźby jest też widoczne w plakacie Karola Maszkowskiego *Asbit*, reklamującym lekkie pokrycia dachowe. Postać robotnika dźwigającego zwieńczenie stropu została tu przedstawiona według modelu Atlasa podtrzymującego na barkach olbrzymi ciężar, znanego z rzeźb i architektonicznych płaskorzeźb zdobiących elewacje murów. Podobnie jak na plakacie Żuławskiego, rzeźbiarski prototyp został ujęty w dwu wymiarach, z pominięciem głębi. Płamy barw, obrysowanych grubą czarną kreską, upodabniają wizerunek mocarza do obrazu witrażowego. Jest to źródłem dodatkowych konotacji przedmiotu reklamy, gdyż sytuuje go w kontekście średniowiecznych sklepień katedralnych.

Ciekawym przykładem korespondencji rzeźby i plakatu są też prace *Rzeźba roku* Władysława Pluty i *Wystawa rzeźb Henry Moore'a* Henryka Tomaszewskiego. Pierwsza z nich przedstawia dłuto, narzędzie rzeźbiarza, eksponując trud stwarzania artefaktu. Drugi plakat odwołuje się do tworzywa artystycznego i ukształtowanego w nim dzieła. Ciężar obrazowania spoczywa tu na literach tworzących nazwisko rzeźbiarza. Ich grafika sugeruje „przeistaczanie” materii słowa pisanego w tworzywo rzeźbiarskie. Ukształtowane przy pomocy grubych linii poszczególne elementy słowa zdają się nabierać walorów trójwymiarowej materii. Z ich szeregu wyróżnia się środkowe „O”, ujęte niczym cokolwiek dźwigający bryłę o migotliwej formie wahającej się między abstrakcją a schematycznie ukazaną figurą matki z dzieckiem. Stanowi to nawiązanie do rzeźby Moore'a *Matka i dziecko*.

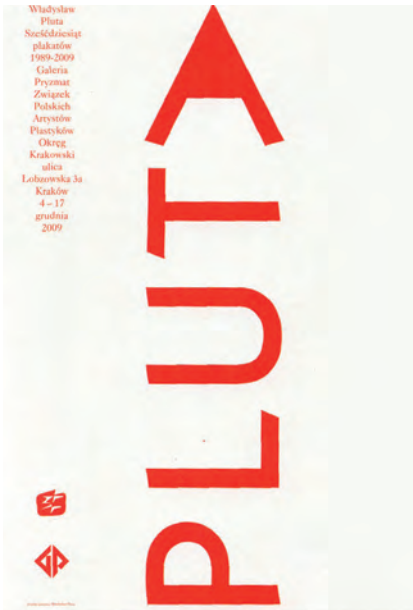
## Plakat i plakat

Wśród sztuk, które twórcy plakatów przenoszą w obręb własnych dzieł, jest również uprawiana przez nich dziedzina twórczości. Śladem jej obecności w posterze są motywy związane z plakatem i jego funkcjonowaniem w kulturze, a także symboliczne obrazy wyrażające poglądy artystów na temat sztuki plakatu, związanych z nią imprez artystycznych czy też dokonań jakiegoś plakacisty bądź kolekcjonera posterów.

Szczególnym przejawem metaartystycznych możliwości posteru są prace reklamujące wystawy plakatu, dorobek artystów uprawiających tę dziedzinę sztuki czy też poświęcone jej muzea, galerie i kolekcje. Warstwa ikoniczna tego typu dzieł najczęściej ma charakter autorefleksyjny. Można ją uznać za odpowiednik literackiego automatyzmu, polegającego na wprowadzaniu w obręb dzieła rozważań o procesie twórczym, celach i sposobach kształtowania rzeczywistości artystycznej, a także jej proweniencji, istoty oraz znaczenia w świecie kultury.



Emil Skaler, *Raut chóru żydowskiej młodzieży akademickiej „Kinor”*, 1912, plakat kulturalny



Władysław Pluta, *Sześćdziesiąt plakatów 1989-2009*, 2009, plakat wystawowy



Ryszard Kaja, *ABC polskiego plakatu współczesnego*, 2012, plakat wystawowy, [www.ryszardkaja.pl](http://www.ryszardkaja.pl)



Ryszard Kaja, *ABC polskiego plakatu współczesnego*, 2012, plakat wystawowy, [www.ryszardkaja.pl](http://www.ryszardkaja.pl)



Leonard Konopelski, *Festiwal Plakatu Polskiego*, 2007, plakat kulturalny

## Wybrana bibliografia

- 123 polskie plakaty, które warto znać. Katalog wystawy zorganizowanej w ramach European Design Awards 2019 w Warszawie, red. M. Warda, tekst I. Iwanicka, M. Knorowski, A. Lewandowska, R. Nowakowski, A. Oleksiak, J. Szelegejd, M. Warda, Warszawa 2019.
- Banach A., *Pismo i obraz*, Kraków 1966.
- Barthes R., *Retoryka obrazu*, przeł. Z. Kruszyński, „Pamiętnik Literacki” 1985.
- Belting H., *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, przeł. M. Bryl, Kraków 2007.
- Belting H., *Obraz i jego media. Próba antropologiczna*, przeł. M. Bryl, w: *Perspektywy współczesnej historii sztuki. Antologia przekładów „Artium Quaestiones”*, red. nauk. M. Bryl, P. Juszkiewicz, P. Piotrowski, W. Suchocki, Poznań 2009.
- Biała A., *Estetyka i perswazja. Czytanie plakatu (na podstawie posterów Rafała Olbińskiego)*, „Literatura i Kultura Popularna” XXIV, Wrocław 2018.
- Biała A., *W podwójnej perspektywie – plakat artystyczny, Z problematyki badań literackich*, red. M. Krzysztofik, Kielce 2019.
- Boehm G., *Powrót obrazów*, w: idem, *O obrazach i widzeniu. Antologia tekstów*, przeł. M. Łukasiewicz, A. Pieczyńska-Sulik, Kraków 2014.
- Bojko S., *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 r.*, Warszawa 1971.
- Bojko S., *Polski plakat współczesny*, Warszawa 1972.
- Bolek E., *Interpretacja plakatu artystycznego jako działanie na tekstach*, w: *Działania na tekście. Przekład – redagowanie – ilustrowanie*, red. S. Niebrzegowska-Bartmińska, M. Nowosad-Bakalarczyk, T. Piekot, Lublin 2015.
- Chopin. *Plakat polski, koncepcja*, tekst, oprac. M. Kurpiak, Olszanica 2010.
- Dydo K., *Polski plakat filmowy. 100-lecie kina w Polsce*, Kraków 1996.
- Dydo K., *Polski plakat teatralny 1899–1999*, Kraków 2000.

- Dydo K., Dydo A., *PL 21. Polski plakat 21 wieku*, Kraków 2008.
- Eco U., *Nieobecna struktura*, przeł. A. Weinsberg, P. Bravo, Warszawa 2003.
- Fijałkowska J., *Współczesny plakat polski*, Warszawa 1974.
- Folga-Januszczyńska D., *Ach! Plakat filmowy w Polsce*, Olszanica 2015.
- Folga-Januszczyńska D., *Oto sztuka polskiego plakatu*, Olszanica 2018.
- Fryderyk Chopin w plakacie artystycznym*, oprac. M. Kurpik, Z. Szumera, S. Wieczorek, Warszawa 2010.
- Giżycki M., *Mit plakatu*, w: *Widzieć, wiedzieć: wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, red. P. Dębowski, J. Mrowczyk, Kraków 2011.
- Krampen M., *O semiotyce plakatów polskich*, przeł. M. Witkowski, w: *Semiotyka wczoraj i dziś. Wybór tekstów*, red. J. Pelc, L. Kojas, Wrocław 1991.
- Kraśnińska B., *Afisz a plakat – problemy definicji. Wstęp do badań*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2016, r. XIV.
- Krzyk ulicy – krzyk pokoleń. Mistrzowie i adepci polskiego plakatu*, red. K. Kulpińska, Toruń 2009.
- Krzysztofowicz-Kozakowska S., *Sztuka w czasach PRL*, Olszanica 2016.
- Łotman J., *Struktura tekstu artystycznego*, przeł. A. Tanalska, Warszawa 1984.
- Młody plakat polski 2000–2010*, red. K. Kulpińska, Toruń 2012.
- Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. prow. K. Spiegel, Warszawa 1996.
- Ornatowska P., *Oprawa pewnych treści*, „Nowy Napis. Liryka, Epika, Dramat” 2019, nr 2.
- Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900–1950*, red. P. Rudziński, Lublin 2009.
- Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy*, red. J. Mrowczyk, Kraków 2017.
- Plakat musi śpiewać!*, red. Z. Schubert, Poznań 2012.
- Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli: biuletyn z sympozjum*, red. M. Ciesielska, M. Krupik, D. Sobczyk, Warszawa 1998.
- Plakaty. Współczesne plakaty polskie, dobór plakatów K. Dydo*, red. A. Szczucka, Olszanica 2001.
- Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*, red. M. Kurpik, A. Szydłowska, Warszawa 2008.
- Polski plakat filmowy*, wybór i oprac. T. Kowalski, Warszawa 1957.

- Rypson P., *Czerwony monter. Mieczysław Berman: grafik, który zaprojektował polski komunizm*, Kraków 2017.
- Rypson P., *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919–1949*, Kraków 2017.
- Schubert Z., *Mistrzowie plakatu i ich uczniowie*, Warszawa 2008.
- Smyczyńska A., *Plakat filmowy jako forma komunikacji marketingowej*, „*Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Cultura*” 2011, t. II, nr 103.
- Szablowska A.A., *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy*, Warszawa 2005.
- Słomczyński J., *Plakat. Idea – budowa – przykłady*, Warszawa 1947.
- Sto lat polskiej sztuki plakatu*, red. K. Dydo, Kraków 1993.
- Szczęśna E., *Wprowadzenie do poetyki intersemiotycznej*, w: *Intersemiotyczność: literatura wobec innych sztuk (i odwrotnie)*, red. S. Balbus, A. Hejmej, J. Niedźwiedź, Kraków 2004.
- Tomasik W., hasło *Plakatowość -> Alegoryczność*, w: *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasik, Kraków 2004.
- Warda M., *Plakat i reklama*, seria *Dwudziestolecie międzywojenne*, t. 49, Warszawa 2014.
- Waśniewski J., *Plakat polski*, Warszawa 1972.
- Więckowska-Lazar J., *Symboliczny język plakatu*, „*Studia Estetyczne*” 1972, t. IX.
- Wdowiszewski J., *Sztuka w plakatach. Cele, powstanie, technika i artystyczne zasady nowoczesnego plakatu*, Kraków 1898.
- Wojna, obraz, propaganda. Socjologiczna analiza plakatów wojennych*, red. T. Ferenc, W. Dymarczyk, P. Chomczyński, Łódź 2014.
- Wróblewska D., *Polska grafika współczesna. Grafika warsztatowa, plakat, grafika książkowa, grafika prasowa*, Warszawa 1983.
- Wyśłouch S., *Literatura a sztuki wizualne*, Warszawa 1994, tu: *Znak ikoniczny jako symbol (na przykładzie plakatu)*.
- Wyśłouch S., *Literatura i obraz. Tereny strukturalnej wspólnoty sztuk*, w: *Intersemiotyczność: literatura wobec innych sztuk (i odwrotnie)*, red. S. Balbus, A. Hejmej, J. Niedźwiedź, Kraków 2004.
- Wyśłouch S., *Literatura i semiotyka*, Warszawa 2001, tu: *Paradoksy reifikacji w literaturze i sztuce*.
- Ziomek J., *Symbol wśród tekstów kultury*, w: *Prace ostatnie. Literatura i nauka o literaturze*, Warszawa 1994.



## Noty o autorach

### Adamczewski Marian .....

1879–1947, polski malarz i grafik, twórca plakatów reklamowych. Kształcił się w Warszawie (w prywatnej pracowni Wojciecha Kossaka oraz w Szkole Sztuk Pięknych). Autor plakatu *Cukier krzepi. Smażcie owoce*, 1931.

### Amorsolo y Cueto Fernando .....

1892–1972, filipiński malarz, jeden z najwybitniejszych artystów w dziejach Filipin. W 1914 ukończył University of Philippines. Tworzył portrety, rolników, mieszkańców miast, i krajobrazy Filipin. Autor *Sadzenia ryżu*, 1922, *Powracającego rybaka*, 1943, *Sceny prania*, 1953.

### Andrzejewski Jerzy .....

1909–1983, polski prozaik i publicysta. W latach 1927–1931 studiował polonistykę na UW. W czasie okupacji uczestniczył w konspiracyjnym życiu kulturalnym. Po 1955 wszedł w skład zespołu miesięcznika „Twórczość”. Od 1972 współpracownik tygodnika „Literatura”. 1952–1957 poseł na Sejm PRL. Otrzymał Nagrodę Młodych PAL w 1939. Autor takich utworów, jak m.in.: *Ład serca*, 1938, *Popiół i diament*, 1948, *Partia i twórczość pisarza*, 1952, *Ciemności kryją ziemię*, 1956, *Bramy raj*, 1960, *Miazga*, 1966.

### Apollinaire Guillaume .....

właśc. Wilhelm Apollinaris Kostrowicki, 1880–1918, francuski poeta pochodzenia polskiego. Przedstawiciel awangardy w sztuce. Początkowo związany z fowistami, następnie z kubistami. Utorował drogę surrealizmowi (twórca tego terminu). Skupiał wokół siebie artystyczne środowisko Paryża. Autor utworów: *Heretyk i Ska*, 1910, *Zwierzyniec, albo Świat Orfeusza*, 1911, *Alcools*, 1913, *Poeta zamordowany*, 1916, *Calligrammes*, 1918.

### Axentowicz Teodor .....

1859–1938, polski malarz, rysownik, grafik, plakacista pochodzenia ormiańskiego. Studiował w Monachium (1878–1882) i w Paryżu (1882–1895). Od 1890



członek Societe National des Beaux-Arts. Profesor i rektor ASP w Krakowie. Współzałożyciel Towarzystwa Artystów Polskich „Sztuka” (1897). Projektował pierwsze plakaty do wystaw Towarzystwa „Sztuka” w latach 1898, 1899 i 1904.

### Bajtlik Jan .....

1989–, polski grafik, ilustrator, plakacista. Absolwent Wydziału Grafiki ASP w Warszawie. Autor m.in. plakatów: *Jerzy Giedroyc*, 2009, *Euto 2012*, 2012, *Bądź człowiekiem, czytaj! „O”*, 2013.

### Balzak Honoriusz .....

1799–1850, francuski pisarz. Studiował prawo na Sorbonie, był też słuchaczem wykładów z filozofii i literatury. Tworzone opowiadania i powieści dzielił na „studia obyczajów”, „studia filozoficzne” i „studia analityczne”. Pierwszą powieść, zatytułowaną *Szuanie*, wydał w 1829. Autor wielkiego cyklu powieściowego *Komedia ludzka*, stanowiącego obraz francuskiego społeczeństwa od czasów Wielkiej Rewolucji Francuskiej do rządów Ludwika Filipa I. Należą do niego: *Ojciec Goriot* (1834–1835), *Stracone złudzenia* (1837–1843), *Eugenia Grandet* (1833), *Kuzynka Bietka* (1846). Autor nowel i dramatów. Zajmował się również dziennikarstwem i krytyką literacką.

### Barańczak Stanisław .....

1946–2014, polski poeta, krytyk i teoretyk literatury, tłumacz. Jeden z najważniejszych twórców Nowej Fali. Ukończył polonistykę na UAM w Poznaniu. Był pracownikiem naukowym tej uczelni. Związany z Komitetem Obrony Robotników. Aktywny działacz „Solidarności”. W 1981 wyjechał do USA i rozpoczął wykłady na Uniwersytecie Harvarda. Jego tomiki poetyckie (*Korekta twarzy*, 1968, *Jednym tchem*, 1970, *Dziennik poranny*, 1972, *Sztuczne oddychanie*, 1974, *Ja wiem, że to niesłuszne*, 1977, *Tryptyk z betonu, zmęczenia, śniegu*, 1980) są wyrazem kontestacji, nieufności wobec rzeczywistości i języka. W 1996 otrzymał literacką Nagrodę Nike za tom poetycki *Chirurgiczna precyzja*. Pośmiertnie odznaczony Krzyżem Wielkim Orderu Odrodzenia Polski.

### Batory Michał .....

1959–, polski grafik, plakacista, projektant okładek książek oraz płyt, a także identyfikacji wizualnych dla instytucji kultury (m.in. dla paryskiego Theatre National de la Colline, Centre Georges Pompidou, Radio France, Theatre National de Chaillot). Studiował na Wydziale Grafiki Państwowej Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Łodzi. Od 1987 mieszka w Paryżu. Od 1995 współpracuje z polskim wydawnictwem Drzewo Babel, a od 2000 z Teatrem

Polskim w Poznaniu. Laureat nagród: na Międzynarodowym Festiwalu Plakatu w Chaumont, 1996, 1999, 2004, na Międzynarodowym Biennale Plakatu w Chicago, 2008, i w Meksyku, 2008. Do prac artysty należą m.in. plakaty: *Tragedia króla Krzysztofa*, 1997, *Roberto Zucco*, 2003, *Bliscy nieznanymi*, 2007.

### Bechlerowa Helena .....

1908–1995, polska autorka książek dla dzieci, tłumaczka. Po ukończeniu seminarium nauczycielskiego w Łodzi pracowała w szkole, studiując filologię polską w Wolnej Wszechnicy Polskiej w Warszawie. W czasie wojny uczestniczyła w tajnym nauczaniu. Debiutowała w 1948 na łamach „Świerszczyka”. Autorka książek *O kotku, który szukał czarnego mleka*, 1959, *Wesołe lato*, 1971, *Kącik ze smokiem*, 1985. W 1975 otrzymała nagrodę Prezesa Rady Ministrów za twórczość dla dzieci.

### Beckett Samuel .....

1906–1989, pisarz irlandzki. Od 1938 mieszkał we Francji. Do 1947 tworzył po angielsku, później po francusku. Wykonał francuskie i angielskie przekłady własnych dzieł. Jeden z twórców tzw. teatru absurdu. Utwory Becketta są pozbawione warstwy anegdotycznej, operują groteską, stanowią pesymistyczną wizję współczesnego człowieka i jego świata. Autor m.in.: *Molloy*, 1951, *Malone meurt*, 1951, *Nienazywalne*, 1953, *Watt*, 1953, *Ostatnia taśma Krappa*, 1959.

### Berman Mieczysław .....

1903–1975, polski grafik, twórca plakatów politycznych, filmowych i reklamowych. Kształcił się w Miejskiej Szkole Sztuk Zdobniczych w Warszawie. Członek grupy „Czapka Frygijska”, jednoczącej malarzy o poglądach lewicowych. Brał udział w wystawach o sztuce, m.in. w Paryżu w 1937 (złoty medal za plakat *Pocisk*). Autor plakatu *Warszawa*, 1953, współautor (wraz z Juliuszem Krajewskim) plakatu *Senat jest hamulcem postępu/ Chcesz zniesienia Senatu – głosuj trzy razy tak*, 1946.

### Białoszewski Miron .....

1922–1983, polski poeta, prozaik, dramatopisarz. Zdał maturę na tajnych kompletach i rozpoczął studia polonistyczne na podziemnym UW. Po wojnie pracował na Poczcie Główniej. W 1946 rozpoczął pracę dziennikarską w „Kurierze Codziennym”, kontynuował też studia polonistyczne. W 1955 założył (wraz z L. Heringiem i L. Murawską) eksperymentalny Teatr na Tarczyńskiej, działający później pod nazwą Teatr Osobny (istniał do 1963). Główny przedstawiciel poezji lingwistycznej, wyrażającej się w szczególnym zainteresowaniu

słownictwem, gramatyką, mową, skupiającej się na tworzeniu nowych słów lub znaczeń wyrazów już istniejących w języku. Autor m.in.: *Obrotów rzeczy*, 1956, *Rachunku zachciankowego*, 1959, *Donosów rzeczywistości*, 1973, *Szumów, zlepow, ciągów*, 1976, *Zawału*, 1977, *Odczepić się*, 1978, a także *Pamiętnika z powstania warszawskiego*, 1970.

### Bocianowski Bohdan .....

1911–1983, polski grafik, plakacista, rysownik, karykaturzysta. W latach 1929–1938 studiował grafikę w warszawskiej ASP. Podczas studiów rozpoczął pracę karykaturzysty w „Cyruliku Warszawskim”. Brał udział w wystawach krajowych i zagranicznych: Sofia, 1936, Paryż, 1937 – wyróżniony Grand Prix za plakat *Brudny opatrunek grozi kalectwem*. Otrzymał wiele wyróżnień za plakaty ostrzegawcze tworzone na konkurs organizowany przez Instytut Spraw Społecznych. Od 1946 do 1950 wykładowca na Wydziale Grafiki ASP w Warszawie. Autor m.in. plakatów: *Cyrk*, 1968, *Cyrk*, 1975.

### Bogusławski Tomasz .....

1958–, polski artysta zajmujący się projektowaniem graficznym, komunikacją wizualną oraz tworzeniem plakatów i emisji filatelistycznych. Studiował w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych w Gdańsku. Kieruje Pracownią Podstaw Projektowania Graficznego ASP w Gdańsku. W latach 1990–1993 dziekan, 1999–2002 prodziekan, a 2002–2008 rektor tej uczelni. Autor plakatów: *Szwecy*, *Witkacy*, 2008, *Król Lear*, 2010, *Kocham plakat*, 2016.

### Borowski Tadeusz .....

1922–1951, polski prozaik, poeta, publicysta. Studiował polonistykę na tajnym UW. Więzień obozów w Oświęcimiu i Dachau. Do kraju powrócił w 1946. W 1948 wstąpił do PZPR. Zadebiutował tomikiem *Gdziekolwiek ziemia*, 1942. Po 1948 zwolennik realizmu socjalistycznego. Zaliczany do grupy „pryszczatych”. W utworach *Byliśmy w Oświęcimiu*, 1946, *Pożegnanie z Marią*, 1947, *Kamienny świat*, 1948, ukazał rozpad wartości humanistycznych i deprawacji człowieka w hitlerowskim systemie masowej zagłady. Pośmiertnie odznaczony Krzyżem Komandorskim Orderu Odrodzenia Polski.

### Boruciński Michał .....

1886–1976, polski malarz i grafik. Kształcił się Szkole Sztuk Pięknych w Warszawie, a następnie na uczelniach w Paryżu, Rzymie, Florencji. W latach 1950–1961 wykładowca w ASP w Warszawie. Autor obrazu *Huculka*, 1927, plakatu *Józef Piłsudski Naczelnik Państwa i Naczelnny Wódz, Pierwszy Marszałek Polski*, 1920.

### Boy-Żeleński Tadeusz .....

1874–1941, polski pisarz, satyryk, tłumacz literatury francuskiej, krytyk literacki i teatralny, działacz społeczny. Absolwent medycyny na UJ. Współtwórca kabaretu Zielony Balonik. Przed drugą wojną światową ostro atakowany przez środowiska konserwatywne za krytykę Kościoła i liberalne poglądy społeczne. W 1933 został wybrany do PAL. Po wybuchu drugiej wojny wyjechał do Lwowa. W 1941, po zajęciu Lwowa przez Niemców, aresztowany i rozstrzelany wraz z grupą polskich profesorów. Autor szkiców o literaturze polskiej (*Ludzie żywi*, 1929, *Brzozownicy*, 1930, *Znaszli ten kraj?*, 1932), recenzji teatralnych (*Flirt z Melpomeną*). Przełożył z języka francuskiego na język polski m.in.: *Pieśń o Rolandzie*, *Wielki testament* François Villona, *Tristana i Izoldę* w opracowaniu Bédiera.

### Broniewski Władysław .....

1897–1962, polski poeta, tłumacz. Żołnierz Legionów Polskich, uczestnik wojny polsko-bolszewickiej. Za zasługi wojenne odznaczony Srebrnym Krzyżem Orderu Wojskowego Virtuti Militari i czterokrotnie Krzyżem Walecznych. W 1940 aresztowany przez NKWD. Żołnierz armii polskiej w ZSRR pod dowództwem W. Andersa. Do kraju powrócił w 1945. Wyróżniony Nagrodą Państwową III stopnia (1950) i I stopnia (1955). Przedstawiciel liryki rewolucyjnej. Autor tomików poetyckich (*Wiatraki*, 1925, *Dymy nad miastem*, 1927, *Krzyk ostateczny*, 1938, *Drzewo rozpaczające*, 1945, *Anka*, 1956) i poematów (*Komuna Paryska*, 1929, *Słowo o Stalinie*, 1949, *Mazowsze*, 1951, *Wisła*, 1953).

### Bukowski Jan .....

1873–1943, polski malarz, ilustrator, rysownik, witrażysta, ilustrator, twórca plakatów. Studiował w Monachium oraz w Paryżu i Florencji. Współzałożyciel prywatnej Szkoły Sztuki Dekoracyjnej i Przemysłu Artystycznego, jeden z organizatorów Towarzystwa „Polska Sztuka Stosowana” w Krakowie. W 1912 został profesorem Państwowej Szkoły Przemysłu Artystycznego w Krakowie. Brał udział w wystawach krajowych i zagranicznych (srebrny medal za plakat w ekspozycji paryskiej w 1925). Wyróżniony II nagrodą za plakat *Wystawa Przemysłu i Rolnictwa w Częstochowie*, 1909. Autor plakatu *Wystawa ogrodnicza w Krakowie*, 1904.

### Cappiello Leonetto .....

1875–1942, włoski artysta, twórca rysunków i plakatów. Działał w Paryżu, gdzie w 1899 wydał zbiór rysunków „Revue Blanche”. Autor plakatów *Maurin Quina (French wine)*, 1906, *Le Thermogene engendre la chaleur et combat: Toux, rhumatismes, points de cote*, 1909, *Uricure (ad for rheumatism, gout and arthritis remedy)*, 1910.

### Caravaggio .....

właśc. Michelangelo Merisi da, 1573–1610, włoski malarz, przedstawiciel wczesnego baroku, jeden z najwybitniejszych artystów w historii sztuki. Kształcił się w Mediolanie od 1584. Ok. 1592 przybył do Rzymu. Tu zwrócił uwagę swymi kompozycjami rodzajowymi i religijnymi ujętymi w sposób nowatorski dzięki silnym kontrastom światła i cienia oraz realistycznej formie. Działał w Neapolu, na Malcie i na Sycylii. Jego malarstwo silnie oddziaływało na artystów Europy. Autor takich obrazów, jak m.in.: *Narcyz*, ok. 1598, *Śmierć Marii*, ok. 1601, *Pocałunek Judasza*, 1602, *Zaparcie się Piotra*, ok. 1610.

### Cassandre Adolphe Mouron .....

1901–1966, właśc. Adolphe Mouron, francuski artysta grafik, projektant reklam, krojów czcionek, scenografii teatralnych. Jeden z najwybitniejszych twórców w dziejach światowego plakatu. Studiował malarstwo w Ecole des Beaux-Arts oraz w Academie Julian. W 1922 otworzył własne studio projektowe na Montparnasse. Jego prace są przesycane emocjami, przemawiają do widza nowatorską formą. Przedstawiają monumentalne obiekty o przeskalowanych proporcjach, ze skrótami perspektywicznymi. Autor plakatów: *Nord Express*, 1927, *Normandie*, 1935, *Paris*, 1935.

### Cervantes Saavedra Miguel de .....

1547–1616, hiszpański pisarz, jeden z twórców nowożytnej powieści europejskiej, autor arcydzieła literatury światowej – *Przemysłnego szlachcica Don Kichota z Manczy* (cz. I – 1605, cz. II – 1615). Od 1569 na służbie u włoskiego kardynała Acquaviva. W 1571 uczestniczył w bitwie morskiej z Turkami pod Lepanto. Porwany przez piratów w czasie powrotu do Hiszpanii. 1575–1580 przebywał w niewoli algierskiej. Wykupiony, powrócił do ojczyzny. Autor około 20 utworów dramatycznych napisanych w latach 1581–1590 (z których zachowały się dwa, w tym sławna tragedia polityczna *El cerco de Numancia*), *Galatei*, 1585, *Noweli przekładnych*, 1613.

### Chagall Marc .....

1887–1985, białoruski malarz, grafik, rzeźbiarz żydowskiego pochodzenia. Od 19. roku życia kształcił się w Szkole Carskiego Towarzystwa Upowszechniania Sztuki w Petersburgu. W 1910 wyjechał na stypendium do Paryża, gdzie nawiązał kontakty ze środowiskiem artystycznym. W 1914 powrócił do Rosji. W czasie rewolucji był komisarzem sztuk pięknych w obwodzie witebskim. Od 1922 przebywał we Francji. W 1941 wyjechał z rodziną do USA. W jego twórczości widoczne są wpływy judaizmu. Prace artysty odznaczają się żywą

kolorystyką, są utrzymane w duchu symbolizmu, surrealizmu, ekspresjonizmu. Autor obrazów: *Czas to rzeka bez brzegów*, 1930–1939, *Trzy świece*, 1938–1940, plakatu *Galerie Maeght-Chagall*, 1972.

### Chéret Jules .....

1836–1932, francuski grafik i malarz, „ojciec plakatu”. Jako kilkunastoletni chłopiec odbył praktykę w zakładzie graficznym. W czasie pobytu w Londynie nauczył się przemysłowej techniki litograficznej, którą następnie wykorzystywał od 1881 w swej paryskiej pracowni. Tworzył etykiety produktów oraz plakaty reklamowe: oper, teatrów, kabaretów, sklepów, linii kolejowych itp. Bohaterkami jego prac są głównie kobiety („chéretki”), ukazane w ruchu, w żywej kolorystyce. Oprócz plakatów (*Hippodrome Leona Dare*, 1883, *Cacao Lhara*, 1890, *Casino de Paris Camille Stéfani*, 1891) tworzył także freski i meble.

### Chmielewski Witold .....

1910–1985, polski grafik, plakacista. W 1934 ukończył ASP w Warszawie. Zajmował się grafiką użytkową. Tworzył plakaty filmowe, polityczne, a także reklamy i ilustracje książkowe. W 1956 wyróżniony nagrodą MKiS za całokształt twórczości w zakresie plakatu filmowego. Autor plakatów: *Trzy starty*, 1955, *Puccini*, 1957, *Dr. Crippen przed sądem*, 1962, *Dożyjemy do poniedziałku*, 1958.

### Chomicz Witold .....

1910–1984, polski malarz i grafik. Studiował w Państwowej Szkole Sztuk Zdobniczych i Przemysku Artystycznego w Krakowie oraz w warszawskiej ASP. Nagradzany w wielu konkursach na plakat turystyczny. W 1936 uzyskał Nagrodę Prezydenta Miasta Krakowa za plakat *Wawel*, 1935.

### Chrul Irena .....

1955–, polska malarka, projektantka plakatów. Autorka posterów: *Czekając na Godota*, 1982, *Manekiny*, 1982.

### Cieśliewicz Roman .....

1930–1996, polski grafik, projektant, plakacista – czołowy przedstawiciel polskiej szkoły plakatu. Studiował w ASP w Krakowie w latach 1949–1954. W 1955 rozpoczął współpracę z Centralą Wynajmu Filmów, Wydawnictwem Artystyczno-Graficznym oraz Robotniczą Spółdzielnią Wydawniczą „Prasa”. W 1963 wyjechał do Essen, a następnie do Włoch i Paryża. Projektował układ graficzny magazynów „Elle”, „Vogue” i „Opus International”. Od 1972 współpracował z francuskimi wydawnictwami oraz z Centre National d’Art Contemporain

w Paryżu. W 1975 podjął współpracę z Centre Georges Pompidou oraz rozpoczął prowadzenie pracowni grafiki w Ecole Superieure d'Art Graphique w Paryżu. Zdobył Grand Prix na 2. Międzynarodowej Wystawie Plakatu Filmowego w Karlowych Warach (1964), złoty medal na 4. Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie (1972). Autor m.in. plakatów: *Głos z tamtego świata*. Różewicz Tadeusz, 1962, J. M. K. Wścieklica. Witkiewicz S.I. *Witkacy*, 1979, *Faust*. Johann Wolfgang von Goethe, 1988.

### Czajkowski Józef .....

1872–1947, polski malarz, architekt wnętrz, grafik, twórca plakatów. Studiował w ASP w Krakowie oraz w Monachium, Paryżu i Wiedniu. Jeden z organizatorów „Towarzystwa Polska Sztuka Stosowana”. Profesor ASP w Krakowie i na Wydziale Sztuk Pięknych Uniwersytetu w Wilnie. Brał udział w wystawach krajowych i zagranicznych (I nagroda za plakat *I Wystawa Towarzystwa Polskiej Sztuki Stosowanej*, 1901, I nagroda za plakat *Swoszowice*, 1909, I nagroda za plakat *Wystawa Przemysłu i Rolnictwa w Częstochowie*, 1909).

### Czerniawski Jerzy .....

1947–, polski grafik, plakacista, scenograf, malarz, rysownik. Studiował w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych (obecnie ASP) we Wrocławiu. Współtwórca tzw. „czwórki wrocławskiej”, czyli grupy plakacistów, do której oprócz J. Czerniawskiego należą: Jaromir Aleksy, Jan Sawka, Eugeniusz Get-Stankiewicz. Specjalizuje się w plakacie teatralnym. Jego prace są gromadzone w kolekcjach i muzeach na całym świecie. Otrzymał brązowy medal na Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie w 1974, II nagrodę na Biennale Plakatu w Lahti w 1977, Srebrną Plakietkę w konkursie na plakat filmowy na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Chicago w 1981. Twórca m.in. plakatów: *5. Międzynarodowy Festiwal Teatru Otwartego*, 1985, *Trzy dni kondora*, 1978, *Argentyńska lekcja*, 2011.

### Czerniawski Robert .....

1975–, polski grafik, projektant plakatów, ilustrator. Absolwent ASP w Warszawie. Laureat The Gold Plaque na międzynarodowym konkursie na plakat filmowy w Chicago w 2012. Autor plakatów *Monologi*, 2008, *Śmierć i dziewczyna: Dramaty księżniczek*, 2009, *Jestem tym kim będziesz jutro – Pasja Szczecińska*, 2011.

### Dalí Salvador .....

1904–1989, hiszpański malarz, rzeźbiarz, grafik, projektant. Po przejściu przez fazę kubizmu i futuryzmu w 1929 zainteresował się surrealizmem. Kulturował

ekscentryczne zachowania, artystyczny ekshibicjonizm i autoreklamę. Tworzył obrazy przedstawiające elementy nierealne, halucynacyjne. W 1940 przeniósł się do Stanów Zjednoczonych. Do Hiszpanii powrócił w 1955. Wraz z L. Buñuelem nakręcił w 1929 pierwszy film surrealistyczny *Pies andaluzyjski*. Autor m.in. obrazów: *Trwałość pamięci*, 1931, *Płonąca żyrafa*, 1937, *Słonie*, 1948.

### David Jacques–Louis .....

1748–1825, francuski malarz, reprezentant klasycyzmu, przedstawiciel sztuki oświecenia. Uczestnik Wielkiej Rewolucji Francuskiej. Nadworny malarz Napoleona Bonaparte. Od 1816 przebywał na wygnaniu w Brukseli. Tworzył obrazy o tematyce antycznej (*Przysięga Horacjuszów*, 1784), związane z okresem rewolucji i cesarstwa (*Śmierć Marata*, 1793), portrety (*Stanisław Kostka Potocki na koniu*, 1781). Wywarł silny wpływ na współczesną kulturę.

### Dąbrowska Maria .....

1889–1965, powieściopisarka, eseistka, tłumaczka literatury duńskiej, angielskiej i rosyjskiej. Pochodziła ze zubożałej rodziny szlacheckiej. W latach 1907–1914 studiowała nauki przyrodnicze, socjologię i filozofię na uniwersytetach w Lozanie oraz w Brukseli. W 1913 przebywała w Londynie jako stypendystka Towarzystwa Kooperatystów. Po odzyskaniu niepodległości pracowała w Ministerstwie Rolnictwa. Uczestniczyła w organizowaniu oświaty ludowej i robotniczej, w tworzeniu ruchu spółdzielczego. Autorka m.in. *Uśmiechu dzieciństwa*, 1923, *Ludzi stamtąd*, 1926, tetralogii *Noce i dni*, 1932–1934, *Gwiazdy zarannej*, 1955. W twórczości czerpała z tradycji literatury narodowej, budowała wyraziste fabuły oraz bogate psychologicznie postaci.

### Defoe Daniel .....

1660?–1731, angielski pisarz i publicysta, przedstawiciel epoki oświecenia, rzecznik liberalizmu, racjonalizmu i tolerancji religijnej. Autor relacji reportażowej o dżumie londyńskiej 1665 (*Dziennik roku zarazy*, 1772). Jeden z prekursorów powieści realistycznej. Autor utworów *Dola i niedola sławnej Moll Flanders*, 1722, *Roxana, czyli Szczęśliwa kochanka*, 1724, *Przypadki Robinsona Crusoe*, 1719 (opisana w powieści samotna walka angielskiego marynarza Selkirka z naturą stanowi pochwałę ludzkiego rozumu i doświadczenia; wywołała naśladownictwa, tzw. robinsonadę).

### Dichter Wilhelm .....

1935–, polski pisarz pochodzenia żydowskiego. Wojnę przeżył w ukryciu, po 1945 zamieszkał w Warszawie. Absolwent Politechniki Warszawskiej. Po wyda-



rzeniach marcowych 1968 wyjechał do Stanów Zjednoczonych. Pracował jako informatyk. Pisaniem zajął się po 60. roku życia. Pierwsza powieść, *Koń Pana Boga* (nominacja do Nike), ukazała się w 1996, druga, *Szkoła bezbożników* (finalistka Nike), w 1999, a trzecia, *Lekcja angielskiego*, w 2010. Powieści ukazują, kolejno, losy Żydów w czasie drugiej wojny światowej, dorastanie w czasach komunistycznej Polski, życie żydowskiego emigranta w Stanach Zjednoczonych.

### Dostojewski Fiodor .....

1821–1881, rosyjski powieściopisarz, myśliciel, mistrz prozy psychologicznej. Jako członek Koła Pietraszewskiego (krytycznego wobec kulturowego i społecznego zacofania caratu) skazany na karę śmierci, a następnie ułaskawiony. Osadzony w twierdzy w Omsku. W 1854, po czterech latach katorżniczej pracy, zwolniony. Pod koniec 1859 otrzymał zezwolenie na powrót z zesłania. W swych utworach tworzył portrety psychologiczne bohaterów, odwoływał się do problematyki moralnej, był krytyczny wobec cywilizacji kapitalistycznej, a także ruchów socjalistycznych i rewolucyjnych. Autor *Biednych ludzi*, 1846, *Sobowtóra*, 1846, *Wspomnień z domu umarłych*, 1860–1862, *Notatek z podziemia*, 1864, *Biesów*, 1871–1872, *Braci Karamazow*, 1879–1880, *Zbrodni i kary*, 1887–1888.

### Drewiński Lex .....

1951–, polski artysta plakacista, reżyser, scenarzysta. Absolwent Państwowej Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Poznaniu (1981). W 1985 wyjechał do Berlina Zachodniego, gdzie zdobył wykształcenie grafika komputerowego. Od 1992 pracuje jako profesor w Fachhochschule Potsdam w Poczdamie. Od 2002 felietonista kwartalnika projektowego „2+3D”. Od 2008 doktor sztuk plastycznych w zakresie sztuk pięknych. Jego prace były wystawiane na ponad 50 wystawach indywidualnych na świecie. Laureat ok. 130 nagród i wyróżnień polskich oraz międzynarodowych. Autor m.in. plakatów: *Dzieci rytmem świata*, 2002, *Trzeci wymiar wojny*, 2006, *Titanic*, 2007.

### Dróżdź Stanisław .....

1939–2009, polski poeta, przedstawiciel poezji konkretnej. W latach 1959–1964 studiował na Wydziale Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego. Tytuł magistra uzyskał w 1979 za pracę *Poezja konkretna*, poświęconą dokonaniom polskich konkretystów. Od 1971 był związany z Galerią Foksal, w której wystawił prace – obiekty, m.in. *Pięciokształty*. Swoje prace prezentował na ponad 300 wystawach w kraju i za granicą (na 50. Biennale Sztuki w Wenecji zaprezentował *Alea lacta Est*).

### Dürrenmatt Friedrich Reinhold .....

1921–1990, szwajcarski dramatopisarz, prozaik, reżyser i teoretyk dramatu piszący w języku niemieckim. Zgodnie z własną koncepcją dramatu posługiwał się groteską, parodią, farsą. Autor sztuk grywanych na całym świecie, m.in. *Romulus Wielki*, 1949, *Anioł wstąpił do Babilonu*, 1953, *Wizyta starszej pani*, 1956, *Fizycy*, 1962, *Zwłoka*, 1977. Tworzył też powieści, np. *Kraksa*, 1956, *Obietnica*, 1958, i opowiadania.

### Dyakowski Michał .....

1988–, współczesny polski grafik, ilustrator, plakacista. Absolwent Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu. Autor plakatów: *Auschwitz*, 2010, *IS REAL*, 2010.

### Eidrigėvicius Stasys .....

1949–, artysta pochodzenia litewskiego, od 1980 mieszkający w Polsce. Projektant plakatów, ilustrator, malarz, scenograf, fotograf, performer. Współpracownik tygodnika „Polityka”. W latach 1968–1973 studiował na wydziale pedagogicznym Instytutu Sztuk Pięknych w Wilnie. W 2010 odznaczony Srebrnym Medalem „Zasłużony Kulturze Gloria Artis”. W 2019 otrzymał Krzyż Komandorski Orderu Zasługi Rzeczypospolitej. Autor plakatów: *Zamek*, 1987, *Warszawskie Międzynarodowe Targi Książki*, 1993, *Kabaret Kici Koci*. *Białoszewski Miron*, 1988.

### Jefimow Boris .....

1900–2008, radziecki grafik i karykaturzysta. Autor plakatu *Kapitan kraju sowieków, wiodący nas od zwycięstwa do zwycięstwa*, 1933.

### Fangor Wojciech .....

1922–2015, polski malarz, grafik, plakacista, rzeźbiarz. Współtwórca polskiej szkoły plakatu. Uzyskał dyplom w ASP w Warszawie, pracował w tejże uczelni. W latach 1964–1965 przebywał w Berlinie Zachodnim, 1965–1966 w Anglii, a po 1966 w Stanach Zjednoczonych. Do Polski wrócił w 1999. W 1970, jako jedyny dotychczas polski artysta, miał indywidualną wystawę w Muzeum Guggenheima w Nowym Jorku. W 2007 opracował projekt wystroju 7 stacji II linii warszawskiego metra. W 2001 odznaczony Krzyżem Komandorskim z Gwiazdą Orderu Odrodzenia Polski, w 2014 został laureatem Nagrody im. Jana Cybisa. Autor m.in. plakatów: *Czarownica*, 1957, *Zbrodnia i kara*, 1957, *Wrzesień 1939 – tak było*, 1961.

### Feininger Lyonel .....

1871–1956, amerykański malarz pochodzenia niemieckiego. Przedstawiciel abstrakcji w sztuce. Pracował w Bauhausie w Niemczech (1919–1933), następ-

nie pomagał zakładać Bauhaus w Chicago. Autor obrazów: *Hopfgarten*, 1920, *Cichy dzień nad morzem III*, 1929, *Storm Brewing*, 1939.

### François André .....

1915–2005, francuski rysownik. Zdobywca I nagrody za plakat reklamowy na 4. MBP w 1972.

### Fredro Aleksander .....

1793 (1791?)–1876, polski komediopisarz, poeta, pamiętnikarz. Odebrał domowe wychowanie. Służył w wojsku Napoleona. W 1822 otrzymał austriacki tytuł hrabiowski. Okres 1850–1855 spędził w Paryżu. Po powrocie do kraju osiadł we Lwowie. W 1873 powołany na członka Akademii Umiejętności. Twórca komedii ukazujących życie prowincjonalnej szlachty. Autor takich sztuk, jak m.in.: *Pan Geldhab*, powst. 1818, *Mąż i żona*, 1826, *Śluby panięskie*, 1832, *Pan Jowialski*, 1832, *Zemsta*, 1833, pamiętnika *Trzy po trzy*, powst. 1844–1846.

### Freudenreich Marek .....

1939–, polski grafik, twórca plakatów, pedagog. Studiował w ASP w Warszawie (w pracowni Henryka Tomaszewskiego). W latach 1972–1983 pracował w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Pięknych w Gdańsku, gdzie prowadził Pracownię Projektowania Graficznego. Od 2009 pracuje na Wydziale Sztuki Nowych Mediów w Polsko-Japońskiej Akademii Technik Komputerowych w Gdańsku. Autor plakatów: *Godzina za godziną*, 1975, *Noce i dnie*, 1975, *Papillons de nuit*, 1980.

### Frey Julia .....

1943–, amerykańska pisarka i artystka, absolwentka Yale University. Wykładowczyni literatury francuskiej na University of Colorado. Specjalizuje się w kulturze XIX wieku. Autorka biografii H. Toulouse-Lautreca pt. *Toulouse-Lautrec: biografia*, 1994.

### Friedrich Caspar David .....

1774–1840, niemiecki malarz, jeden z najwybitniejszych przedstawicieli malarstwa romantycznego. Ukończył Akademię Sztuk Pięknych w Kopenhadze i Akademię Sztuk Pięknych w Dreźnie. Tworzył nastrojowe, symboliczno-religijne obrazy natury i ruin z sylwetkami kontemplujących je ludzi. Autor dzieł *Krzyż w górach*, ok. 1807, *Opactwo w dębowym lesie*, ok. 1809, *Cmentarz w śniegu*, 1810, *Pejzaż zimowy*, 1811, *Strzelec w lesie*, 1814, *Skały kredowe w Rugii*, 1818, *Dwaj mężczyźni kontemplujący księżyc*, 1819, *Kobieta w oknie*, 1822, *Mężczyzna i kobieta kontemplujący księżyc*, 1824, *Dąb na śniegu*, ok. 1827.

### Frycz Karol .....

1877–1963, polski scenograf, reżyser, malarz, projektant wnętrz i mebli, twórca plakatów i witraży. Studiował malarstwo w krakowskiej ASP, scenografię w Kunstgewerbeschule w Wiedniu oraz architekturę wnętrz w Akademii Monachijskiej. Uczeń J. Mehoffera, L. Wyczółkowskiego, J. Stanisławskiego. Członek Towarzystwa Artystów Polskich „Sztuka” i Towarzystwa „Polska Sztuka Stosowana”. Profesor krakowskiej ASP. W 1952 otrzymał nagrodę państwową I stopnia. Autor plakatu *Teka Melpomeny*, 1904, reklamującego zbiór karykatur krakowskich aktorów przełomu XIX i XX wieku.

### Fukuda Shigeo .....

1934–2009, japoński grafik, plakacista i rzeźbiarz. W 1956 ukończył National University of Fine Arts and Music w Tokio. W 1972 zdobył główną nagrodę na Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie. Autor m.in. plakatu *Obraz iluzji (Mona Lisa)*, 1984.

### Gadomska Viktoriya .....

1988–, współczesna polska graficzka, plakacistka, fotografka. Ukończyła ASP w Poznaniu. Autorka prac: *Ruch „Slow”*, 2007, *Terytoriya*, 2009.

### Gide André .....

1869–1951, francuski pisarz. W młodości związany z symbolizmem. Autor powieści *Immoralista*, 1902, *Lochy Watykanu*, 1914, *Falszerze*, 1925. W 1947 otrzymał Nagrodę Nobla.

### Glaser Milton .....

1929–, współczesny amerykański grafik, projektant plakatów. Autor posterów „*Nowy York*” jest o Nowym Yorku, 1967, *Bob Dylan*, 1967.

### Głowacki Janusz .....

1938–2017, polski prozaik, dramaturg, scenarzysta, felietonista i eseista. W latach 1956–1961 studiował filologię polską na UW. W młodości związany ze Studentkim Teatrem Satyryków. Na kilka dni przed ogłoszeniem stanu wojennego wyjechał do Londynu na premierę swej sztuki; pozostał za granicą. Osiadł w Nowym Jorku. Był wykładowcą na Columbia University. Publikował artykuły i eseje w piśmie „New York Times”. Autor m.in. utworów: *Wirówka nonsensu*, 1968, *Nowy taniec la-ba-da*, 1970, *Ostatni cieć*, 2001, *Z głowy*, 2004, *Good night*, *Dżerzi*, 2010, *Przyszłem, czyli jak pisałem scenariusz o Lechu Wałęsie dla Andrzeja Wajdy*, 2011. Autor lub współautor scenariuszy filmów, np. *Polowanie*

na muchy Andrzeja Wajdy, *Rejs* Marka Piwowskiego, *Zimna wojna* Pawła Pawlikowskiego. Sztuki pisarza były tłumaczone na wiele języków, m.in. angielski, niemiecki, francuski, rosyjski, słowacki. Jego dramat z 1992 *Antygona w Nowym Jorku* odniósł duży sukces za granicą.

### Goethe Johann Wolfgang .....

1749–1832, niemiecki pisarz, jeden z najwybitniejszych poetów okresu romantyzmu i jeden z najbardziej znaczących twórców w literaturze światowej. W 1775 zamieszkał w Weimarze. W latach 1791–1817 kierował teatrem weimarskim. W czasie podróży do Włoch zainteresował się antykiem. Był znawcą wielu dziedzin wiedzy i sztuki. Autor wierszy lirycznych i ballad oraz powieści epistolarnej *Cierpienia młodego Wertera*, 1774, a także tragedii *Faust*, cz. I – 1808, cz. II – 1832. Jego spuścizna jest kwintesencją niemieckiej myśli humanistycznej. Wywarł ogromny wpływ na literaturę polską.

### Gogh Vincent van .....

1853–1890, malarz holenderski, twórca akwareli, litografii i obrazów olejnych, jeden z najwybitniejszych postimpresjonistów. Tworzył sceny z życia chłopów, krajobrazy, martwe natury, portrety, autoportrety. W 1888 zamieszkał w Arles. Zafascynowany barwami i światłem tamtejszego pejzażu tworzył na płótnach widoki, utrwalające zarazem stan jego duszy. Głównym środkiem ekspresji był dla artysty kolor, będący nośnikiem treści symbolicznych, a także zdeformowane kształty przedmiotów. Cierpienia psychiczne znalazły wyraz w samookaleczeniu, a wreszcie w – samobójstwie. Autor obrazów *Jedzący kartofle*, 1885, *Słoneczniki*, 1888 (różne wersje), *Arleżanki*, 1888, *Gwieździsta noc*, 1889, *Drogi z cyprysami i gwiazdą*, 1890.

### Gogol Mikołaj .....

1809–1852, rosyjski pisarz, poeta, dramaturg, publicysta pochodzenia ukraińskiego. Klasyk literatury rosyjskiej. Wywodził się z rodziny ziemiańskiej. Nauki pobierał w Połtawie, a następnie w Nieżynie. W 1828 zamieszkał w Petersburgu. Pierwszy zbiór opowiadań, *Wieczory na chutorze niedaleko Dikańki*, wydał w roku 1831. W utworach poruszał tematykę obyczajową, tworzył portrety „małych ludzi”, obrazy nieprawidłowości rosyjskiego systemu administracyjnego. Lata 1836–1841 spędził za granicą, m.in. w Paryżu i Rzymie. Autor *Pamiętnika szaleńca*, 1843, *Płaszczka*, 1842, *Ożenku*, 1855, *Rewizora*, 1836, *Martwych duszy*, t. I 1842, wyd. całości 1876.

### Górka Wiktor .....

1922–2004, polski grafik, plakacista. W 1946 rozpoczął studia w PWSP w Krakowie (malarstwo pod kierunkiem Tadeusza Kantora i Jerzego Nowosielskiego oraz projektowanie graficzne u Jerzego Karolaka). W latach 1952–1957 pracował w Wydawnictwie Artystyczno-Graficznym i projektował plakaty dla Centrali Wynajmu Filmów. Tworzył grafikę książkową, okładki czasopism, opakowania, znaki firmowe i druki akcydensowe. Współtwórca polskiej szkoły plakatu. Po 1970 zaproszony do Meksyku, gdzie przez 25 lat prowadził zajęcia z rysunku i projektowania plakatu. Zdobył ok. 50 nagród i wyróżnień w konkursach oraz krajowych i międzynarodowych przeglądach sztuki plakatu. Do najważniejszych prac artysty należą: *Czarodziejski kapelusz*, 1954, *Kawiarnia przy głównej ulicy*, 1954, *Reszta jest milczeniem*, 1960, *Kabaret*, 1973, *Polska – raj wędkarzy!*, 2015.

### Górowski Mieczysław .....

1941–2011, polski projektant, plakacista, malarz, pedagog. Kolekcjoner dzieł sztuki i rzemiosła ludowego. Studiował na ASP w Krakowie architekturę wnętrz, malarstwo i wzornictwo przemysłowe. Profesor tamtejszej uczelni. Twórca około 400 plakatów przechowywanych w galeriach oraz muzeach na całym świecie i wyróżnianych: I nagroda *ex aequo* w Kolorado, 1983, brązowy medal na Triennale w Toyamie, 1985, złoty medal na Biennale w Meksyku, 1992 i 2010. Odznaczony Złotym Krzyżem Zasługi w 1989, Medalem Komisji Edukacji Narodowej w 2009, złotym medalem „Zasłużony Kulturze Gloria Artis” w 2011. Autor plakatów: *Dawne czasy*, 1984, *Pieszko*, 1990, *Simon Boccangera*, 1997, *Trzej muszkieterowie*, 1998, *Wizyta starszej pani*, 1998, *M. Górowski. Plakaty*, 2003.

### Gronowski Tadeusz .....

1894–1990, polski malarz, grafik, ilustrator, architekt wnętrz, scenograf, jeden z pionierów plakatu polskiego. W 1916 rozpoczął studia na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Współzałożyciel atelier graficzno-reklamowego „Plakat”. Jako grafik współpracował z magazynami francuskimi, np. „Gallerie La Fayette”, „Au Printemps”. W latach 1930–1934 redaktor artystyczny „Grafiki”. Uczestniczył w licznych wystawach artystycznych w Polsce i za granicą (Paryż, 1925, gdzie otrzymał Grand Prix za plakat, Monachium, 1929, Praga, 1934, Paryż, 1937, gdzie otrzymał Złoty Medal za dekoracje i kostiumy oraz Srebrny Medal za plakaty). Laureat wielu konkursów w dziedzinie plakatu (I nagroda za plakat *Państwowa Odznaka Sportowa*, 1933, I nagroda za plakat *Elida*, 1933, I nagroda za plakat *Międzynarodowa Wystawa Sztuki i Techniki w Paryżu*, 1937). Jest twórcą logo Polskich Linii Lotniczych LOT.

### Grubek Dorota .....

współczesna polska graficzka, projektantka książek, dyrektorka kreatywna agencji reklamowej specjalizującej się w marketingu filmowym Rabbit Action. Ukończyła Wydział Grafiki ASP w Warszawie. Autorka plakatu *Powidoki*, 2016 – do filmu Andrzeja Wajdy *Powidoki*, a także plakatów do filmów Agnieszki Holland, Magorzaty Szumowskiej, Woody'ego Allena.

### Hilscher Hubert .....

1924–1999, polski grafik, plakacista, ilustrator. W czasie wojny żołnierz AK. W latach 1949–1955 studiował w Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych w Warszawie, połączonej w 1950 z Akademią Sztuk Pięknych. Wiceprezydent Komitetu Organizacyjnego MBP w Warszawie, 1968–1975. Wyróżnienie na Międzynarodowym Biennale Grafiki Użytkowej w Lublanie, 1964, srebrny medal na Międzynarodowej Wystawie Plakatu Turystycznego w Mediolanie, 1967. Specjalizował się w plakatach cyrkowych. Twórca prac *Cyrk*, 1969, *Warszawska Jesień*, 1970, *Polnische Kunst*, 1972.

### Hładki Jadwiga .....

1904–1944, polska graficzka, projektantka książek i plakatów. W latach 1926–1933 studiowała w warszawskiej ASP. Współpracowała z E. Manteufflem i A. Wajwódem w pracowni artystyczno-graficznej „Mewa”. Członek „Rytmu”, w latach 1934–1939 członek KAGR. Uczestniczyła w wystawach w Pradze, 1934, i w Warnie, 1936. Plakaty: *II Międzynarodowa wystawa plastyczek*, 1934, *Polska sztuka gotycka*, 1935 (wraz z E. Mauteufflem i A. Wajwódem).

### Hłasko Marek .....

1934–1969, polski pisarz. Przez krótki okres kształcił się w Państwowym Liceum Techniczno-Teatralnym. Pracował jako kierowca w różnych przedsiębiorstwach transportowych. Był korespondentem terenowym „Trybuny Ludu”, redaktorem działu prozy w tygodniku „Po Prostu” (1955–1957), współpracował z „Nową Kulturą” (1954–1955). Zadebiutował opowiadaniem *Baza Sokołowska* w 1954 roku. W 1958, po uzyskaniu Nagrody Literackiej Wydawców za tom opowiadań *Pierwszy krok w chmurach* (1956), wyjechał do Paryża. Przebywał także w Berlinie Zachodnim, Londynie, Izraelu, USA. Twórczość Hłaski jest jednym z pierwszych przejawów buntu generacji związanej z Październikiem 1956; wyraża sprzeciw wobec rzeczywistości czasów PRL-u. Ukazuje ludzi prostych, naznaczonych romantycznym indywidualizmem, uwięzionych w realiach czasów i pragnących się z nich wyzwolić. Autor *Ósmego dnia tygodnia*, 1957; *Następnego do rajy*, 1958;

*Cmentarzy*, 1958; *Drugiego zabicia psa*, 1965; *Sowy, córki piekarza*, 1967; *Pięknych dwudziestoletnich*, 1966.

### Hołdanowicz Leszek .....

1937–2020, polski grafik, plakacista, pedagog, profesor warszawskiej ASP. Współtwórca polskiej szkoły plakatu. Studiował w ASP w Krakowie i w ASP w Warszawie. W latach 1974–1984 prowadził pracownię projektowania graficznego. Zajmował się grafiką komputerową. Laureat Nagrody im. Tadeusza Trepkowskiego (1963), nagrody na Międzynarodowym Konkursie Plakatu Filmowego w Colombo (1965). Autor plakatów *Requiem dla 500 tysięcy*, 1963, *Ręce nad miastem*, 1963, „Czajka” Antoni Czechow, 1969.

### Iwański Sławomir .....

1947–, polski grafik. W 1976 ukończył Wydział Grafiki i Malarstwa Państwowej Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Łodzi. Od 1978 zatrudniony w macierzystej uczelni; w latach 1990–1996 pełnił w niej funkcję prorektora. Brał udział w wielu krajowych i zagranicznych wystawach plakatu. Zdobywca: I nagrody za grafikę na Ogólnopolskim Konkursie Plastycznym „Postawy '81”, Kraków 1981, srebrnego medalu za plakat *Hommage a Wassily Kandinsky* na 15. Biennale Plakatu Polskiego, Katowice 1997, I nagrody za plakat *23. Festiwal Szkół Teatralnych* na 10. Międzynarodowym Biennale Plakatu Teatralnego, Rzeszów 2005.

### Iwaszkiewicz Jarosław .....

1894–1980, polski prozaik, poeta, dramatopisarz, eseista, tłumacz. Wywodził się ze środowiska kresowej inteligencji. Na jego zainteresowania literacko-artystyczne wywarła wpływ przyjaźń z Karolem Szymanowskim. Debiutował w 1915 wierszem *Lilith*. W 1918 przybył do Warszawy i związał się z grupą młodych poetów skupionych wokół pisma „Pro arte et studio” i kabaretu artystycznego „Pikador”, a następnie wraz z nimi wszedł do grupy poetyckiej „Skamander”. Wiele podróżował po Europie. W 1928 osiadł w Stawisku pod Warszawą, gdzie spędził okres okupacji niemieckiej, udzielając schronienia artystom i pisarzom. Prezes ZLP, 1945–1946, 1947–1949 i od 1959. Poseł na Sejm (od 1952). Autor m.in. utworów: *Wieczór u Abdona*, 1923, *Panny z Wilka*, *Brzezina*, wyd. łączne 1933, *Młyn nad Utratą*, 1936, *Czerwone tarcze*, 1934, *Lato w Nohant*, 1936, *Pasje błędmierskie*, 1938, *Bitwa na równanie Sedgemoor* i *Matka Joanna od Aniołów*, w zbiorze *Nowa miłość*, 1946, *Stara cegielnia* i *Młyn nad Lutynią*, wyd. łączne 1946, *Sława i chwała*, t. 1–3 1956–1962.



### Jandura Michał .....

1970–, polski grafik, plakacista. Ukończył studia na Wydziale Malarstwa krakowskiej ASP. Od 2011, po zdobyciu tytułu doktora, prowadzi Pracownię Projektowania na Wydziale Grafiki ASP w Krakowie. Nagrodzony złotym medalem na 20. Biennale Plakatu Polskiego w 2007. Autor m.in. plakatów: *Monotheistic Religions Poster Competition*, 2006, *BUG*, 2010, *Plakatok*, 2015.

### Jasiński Jarosław .....

1940–, polski artysta, projektant znaków graficznych, plakatów, akcydensów. W 1964 ukończył PWSSP w Łodzi. Uczestnik biennale: MBP Warszawa, BPP Katowice, IPB Lahti, IBG Brno, Triennale Plakatu Politycznego, Mons. L'Image des Mots-Centre Pompidou CCI/BPI Paryż. Autor logo MPP w Wilanowie, 1988 (obowiązywało do 2013), a także plakatów *III Międzynarodowy Kongres Wykładowców Języka i Literatury Rosyjskiej*, 1976, *IV Międzynarodowa Spółdzielcza Wystawa Fotografii*, 1977.

### Jastrzębowski Wojciech .....

1884–1963, polski artysta, projektant książek, monet, kilimów, grafik, plakacista. Tworzył w stylu secesji. W latach 1904–1910 studiował w krakowskiej ASP. Od 1909 do 1912 kształcił się w Paryżu. Organizator Warsztatów Krakowskich, członek „Ładu”. W 1914 wstąpił do batalionu warszawskiego Legionów Polskich. Brał udział w obronie Lwowa. W 1923 został profesorem warszawskiej ASP. Zaprojektował m.in. wnętrza gmachu Ministerstwa Wyznań Religijnych i Oświecenia Publicznego (1924) oraz wnętrza statków Piłsudski i Batory (1934–1936). Uzyskał pierwszą nagrodę za plakat *Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu* (1929). Inne plakaty: *Swoszowice, zdrojowisko pod Krakowem*, 1907, *Powszechna Wystawa Krajowa*, 1929.

### Kafka Franz .....

1883–1924, austriacki pisarz pochodzenia żydowskiego. Z zawodu prawnik. Pracował jako urzędnik ubezpieczeniowy w Pradze. W literaturze stworzył model sytuacji nazywanej „kafkowską”, której istotą jest konflikt jednostki z nadrzędną anonimową, instancją. Ukazywana w sposób groteskowy, jest ona parabolą zagubienia człowieka w nieprzychylnym, osaczającym świecie. Jeden z najwybitniejszych pisarzy XX wieku. Autor *Wyroku*, 1916, *Przemiany*, 1916, *Lekarza wiejskiego*, 1919, *Kolonii karnej*, 1919, *Głodomora*, 1924, *Procesu*, 1925, *Zamku*, 1926, *Ameryki*, 1927.

### Kaja Ryszard .....

1962–2019, polski malarz, grafik, plakacista, scenograf. Syn plakacisty, scenografa i grafika – Zbigniewa Kai – i ceramiczki oraz malarki – Stefanii Kai. W 1984 ukończył Wyższą Szkołę Sztuk Plastycznych w Poznaniu. Scenograf w Teatrze Wielkim w Łodzi (1999–2000), w Operze i Operetce w Szczecinie (1994), Teatrze Wielkim w Poznaniu (1995–2000). W 2016 odbyła się w Galerii Miejskiej w Poznaniu wystawa ponad tysiąca prac artysty. Twórca cyklu *Plakat Polska*, poświęconego miejscowościom i regionom Polski (np. *Żuławy*, 2017, *Chełmno*, 2018, *Kazimierz Dolny*, 2019). Do znanych plakatów twórcy należą: *Święto przebiśniegu*, 2008, *Baba Chanel – Nikolaj Kolada*, 2010, *Kanibal fast-food*, 2011.

### Kałużny Maksymilian .....

1907–1984, polski grafik i rysownik. W latach 1928–1933 studiował filologię polską na UW. W czasie wojny działał w konspiracji. Na ten czas przypada debiut – karykatury dla podziemnych wydawnictw. Po wojnie zajmował się wystawiennictwem, projektowaniem książek, tworzeniem ilustracji. Plakaty: *Pasta do zębów na straży całego organizmu*, 1954, *Czystość to zdrowie* (lata 50.).

### Kamekura Yusaku .....

1915–1997, japoński grafik. Był kierownikiem artystycznym czasopism, takich jak m.in. „Nippon”, „Kaupaab”, „Japan Commercial”. Od 1955 członek Alliance Graphique Internationale (AGI). W 1968 otrzymał złoty medal na II MBP, a w 1988 srebrny medal na XII MBP. Twórca plakatów *Nikon SP – kamera „35”*, 1957, *Tokyo 1964*, 1962, *Komunikacja i grafika*, 1991.

### Kandinsky Wassily .....

1866–1944, rosyjski malarz, grafik i teoretyk sztuki. Współtwórca abstrakcjonizmu. Studiował w Moskwie na wydziale prawa, a od 1896 w szkole malarskiej w Monachium. Założyciel grupy Der Blaue Reiter. W latach 1922–1923 był profesorem Bauhausu. Po objęciu władzy przez Hitlera wyjechał do Francji. W twórczości czerpał inspiracje z różnych źródeł (rosyjskiej sztuki ludowej, secesji, postimpresjonizmu, fowizmu). Autor serii *Impresje*, 1911, *Improwizacje*, 1909–1911, *Kompozycje*, 1910–1913.

### Kashimoto Satoij .....

1960–, japoński grafik. Zdobywca I nagrody za plakat reklamowy *Is this win if you finish up early?* na 16. MBP w 1998.

### Kawa Jacek .....

1971–, polski grafik, rysownik, ilustrator, karykaturzysta, projektant plakatów. Absolwent Państwowego Liceum Sztuk Plastycznych w Jarosławiu. Uczestniczył w licznych konkursach rysunku satyrycznego w kraju i za granicą. Autor plakatów *Goła Baba*, 2015, *Kiełbie we Łbie*, 2016, *Obroty rzeczy wg Mirona Białoszewskiego*, 2017.

### Kietlicz-Rajski Konstanty .....

1868–1924, polski malarz, grafik, karykaturzysta, etnograf. W latach 1883–1886 kształcił się w ASP w Krakowie. Studia wznowił w 1894 w Szkole Rysunkowej Wojciecha Gersona w Warszawie. Odrobił podróże do Niemiec, Francji, Włoch. Autor m.in. rysunku *Brama Grodzka w Lublinie*, obrazu *Pejzaż zimowy*, 1906, plakatu *Wystawa Hygieniczna. Lublin 12/IX – 4/X/ Obejmuje Przemysł, Hygienę i Lecznictwo*, 1908.

### Klinger Julius .....

1876–1942, austriacki malarz, grafik, ilustrator. Autor plakatów *Herbstflugwoche Johannisthal 28.Sept. – 5.Okt.*, 1911, *Berliner Theater Filmzauber*, 1912.

### Klein David .....

1918–2005, amerykański artysta, grafik, projektant plakatów. Autor posteru *Nowy Jork. Lataj liniami TWA*, 1956.

### Kochanowski Jan .....

1530–1584, polski poeta, tłumacz. Jeden z najwybitniejszych twórców literatury narodowej w dobie renesansu, największa indywidualność poetycka świata słowiańskiego od średniowiecza do romantyzmu. Przyczynił się do rozwoju polskiego języka literackiego, wprowadzając do niego nowe tematy, a także nowoczesne formy gatunkowe, wersyfikacyjne i stylistyczne. W 1544 wpisany na wydział sztuk wyzwolonych Akademii Krakowskiej. Studiował na uniwersytecie w Padwie i w Królewcu. Podróżował po Włoszech i Francji. Około 1563 dostał się do kancelarii królewskiej. Od ok. 1571 przebywał w Czarnolesie, gdzie założył rodzinę z Dorotą Podlodowską. Autor *Szachów*, 1564, *Odprawy posłów greckich*, ok. 1565–1566, *Psalterza Dawidów*, 1579, *Trenów*, 1580, *Fraszek*, 1584, *Pieśni*, 1590.

### Kokoschka Oskar .....

1886–1980, austriacki malarz, grafik, plakacista, pisarz. W latach 1905–1909 uczęszczał do Kunstgewerbeschule w Wiedniu. Współpracował z pismem „Der

Sturm". 1920–1924 profesor Akademii w Dreźnie. W 1934 wyemigrował do Pragi, a stamtąd, w 1938, do Londynu. Od 1953 żył w Szwajcarii. Jego twórczość kształtowała się w klimacie Secesji Wiedeńskiej, a ok. 1908 była wyrazem ekspresjonizmu. Autor portretów (*Auguste Forel*, 1910), martwych natur (*Martwa natura z jagnięciem*, 1909), kompozycji alegorycznych (*Wichura*, 1914). Autor sztuki *Morderca, nadzieja kobiet*, 1907.

#### Kołek Wojciech .....

1975–, współczesny polski plakacista, grafik, projektant opakowań i instalacji. W 2002 ukończył Wydział Grafiki ASP w Krakowie. Uczestniczył w wielu polskich i zagranicznych wystawach plastycznych. Autor plakatów *Daj(r) krwi*, 2002.

#### Konopelski Leonard .....

1942–, polski grafik, scenograf, projektant plakatów, okładek płyt, kostiumów, autor filmów animowanych. Studiował na ASP w Krakowie i w Warszawie. W 1975 zamieszkał w Kalifornii. Obecnie wykładowca w Art Center College of Design w Pasadenie. Autor plakatów: *Hamlet*, 1974, *Krakowiaczy i Górale*, 1974, *Festiwal Plakatu Polskiego*, 2007.

#### Konwicki Tadeusz .....

1926–2015, prozaik, scenarzysta i reżyser filmowy. Ukończył gimnazjum w Wilnie. Żołnierz wileńskiego AK. Studiował filologię polską na UJ i na UW. W latach 40. i 50. był jednym z głównych literatów i publicystów socrealistycznych. Debiutancka powieść *Rojsty* została w 1948 zatrzymana przez cenzurę, ukazała się w 1956. Pierwszym opublikowanym dziełem pisarza było socrealistyczne opowiadanie *Przy budowie*, 1950. Od 1953 członek PZPR, od lat 60. dystansował się wobec komunistycznej polityki, w 1966 usunięty z partii. Autor utworów: *Z obłąkanego miasta*, 1956, *Dziura w niebie*, 1959, *Sennik współczesny*, 1963, *Wniebowstąpienie*, 1967, *Kronika wypadków miłosnych*, 1974, *Mała apokalipsa*, 1979, *Bohiń*, 1987.

#### Korkuć Wojciech .....

1967–, polski grafik, plakacista, ilustrator. Ukończył Wydział Grafiki na warszawskiej ASP. Uczestnik kilkudziesięciu wystaw indywidualnych i zbiorowych. Jego prace ukazują się w polskich i zagranicznych publikacjach. Zdobywca nagrody głównej w konkursie na najlepszy kalendarz plakatowy „Vidical”, 1998, wyróżnienia w konkursie na artystyczny plakat „Jazz Jambore '98”, zdobywca II nagrody w konkursie na plakat „Polska w UE”, 2004. Autor plakatów: *Dzień ziemi*, 2006, *Sztuka ulicy*, 2007, *Chroń naturę*, 2010.

### Kosmynka Sławomir .....

1959–, współczesny polski grafik, plakacista, malarz, twórca instalacji. W 1984 ukończył studia w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi. W 2009 prowadzona przez niego ogólnopolska kampania społeczna „Serce” – dla Łódzkiego Hospicjum dla Dzieci – zajęła I miejsce w konkursie Newsweek Polska. W 2010 kampania 1% dla Łódzkiego Hospicjum dla Dzieci została uznana za najlepszą kampanię prasową w Polsce – I miejsce w Ogólnopolskim Konkursie Newsweek Polska. Autor plakatów: *Zbrodnia i kara*, 1986, *Antygona*, 2013, *Bal w Operze*, 2013.

### Krajewski Juliusz .....

1905–1992, polski malarz. Studiował prawo na Uniwersytecie Jana Kazimierza we Lwowie, a w latach 1929–1935 malarstwo na ASP w Warszawie. Członek lewicowej grupy artystycznej „Czapka Frygijska”. W latach 1948–1950 profesor Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Warszawie. Po 1949 tworzył obrazy zgodne z regułą socrealizmu (*Podziękowanie traktorzyście*, 1950, *Ziemia chłopom*, 1952).

### Krzysteczko Dawid .....

1984–, polski złotnik, fotograf, grafik, twórca plakatów. W 2009 ukończył ASP w Katowicach. Pracuje w rodzinnej pracowni złotniczej. Zdobywca nagród: I miejsce w Ogólnopolskim Konkursie Biżuterii Artystycznej „Prezentacje 2013” oraz „Prezentacje 2006”, Targi Złoto Srebro Czas, Warszawa 2013, 2006. Autor plakatu *Się jest!*, 2007.

### Krynicky Ryszard .....

1943–, polski poeta, tłumacz (poezji niemieckiej), wydawca. Zaliczany do grona poetów Nowej Fali. Ukończył filologię polską na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W latach 70. i 80. związany z opozycją. Współtwórca Komitetu Obrony Robotników. W 1988 założył Wydawnictwo a5. W latach 1977–1981 publikował w „Zapisie”. Autor tomów: *Pęd pogoni, pęd ucieczki*, 1968, *Nasze życie roślinie*, 1978, *Niewiele więcej*, 1981, *Jeżeli w jakimś kraju*, 1983, *Niewiele więcej i inne wiersze*, 1984, *Niepodlegli nicości. Wybrane wiersze i przekłady*, 1989. Laureat Nagrody Fundacji im. Kościelskich, Nagrody Polskiego PEN Clubu, a także Międzynarodowej Nagrody Literackiej im. Zbigniewa Herberta. Honorowy obywatel Poznania.

### Książek Michał .....

1974–, współczesny polski plakacista. Autor posterów: *Hamlet William Szekspir*, 2004, *Don Quichote, Cervantes*, 2005, *Być jak Kazimierz Deyna. Paczocha Radosław*, 2010.

### La Mure Pierre .....

1909–1976, francuski pisarz. Autor *Prywatnego życia Mony Lisy*, 1975, a także biograficznych powieści o J.D. Rockefellerze *John D. Rockefeller*, 1937, F. Mendelssohnie *Poza pożądaniem*, 1955, C. Debussym *Clair de Lune*, 1962 oraz zbeletryzowanej biografii *Moulin Rouge*, 1950, o życiu Henriego de Toulouse-Lautreca.

### Lengren Zbigniew .....

1919–2003, polski grafik, rysownik, karykaturzysta, ilustrator, prozaik, autor wierszy dla dzieci. Studiował na Wydziale Sztuk Pięknych UMK w Toruniu. Współpracował ze „Szpilkami”, „Światem”, „Trybuną Robotniczą”. Autor plakatu *Krytyka i samokrytyka*, 1953, *Zaporożec nad Dunajem*, 1953, *Złodzieje i policjanci*, 1954.

### Lenica Jan .....

1928–2001, polski artysta plastyk, autor rysunków satyrycznych, ilustracji książkowych, scenariuszy oraz filmów animowanych realizowanych wraz z W. Borowczykiem i samodzielnie (*Pan Głowa*, *Labirynt*). Syn malarza Alfreda Lenicy. Studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. W latach 1979–1985 kierował katedrą filmu animowanego w Kassel, następnie przeniósł się do Berlina, gdzie do 1994 prowadził zajęcia z plakatu i grafiki w Hochschule der Kunst. Jeden ze współtwórców polskiej szkoły plakatu (autor tego pojęcia). Laureat Grand Prix na II Międzynarodowej Wystawie Współczesnego Plakatu Filmowego w Wersalu, 1961, Grand Prix na Międzynarodowym Festiwalu Filmu Animowanego w Annecy, 1963, otrzymał złoty medal na I Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie, 1966. Autor plakatów, m.in.: *Cena strachu*, 1954, *Kanał*, 1957, *Nóż w wodzie*, 1962, *Wozzeck*, 1964.

### Linke Bronisław Wojciech .....

1906–1962, polski malarz i rysownik. Studiował w Szkole Przemysłu Artystycznego w Bydgoszczy (1922–1923), w Krakowie (1924–1926) i w Warszawie (1926–1931). Tworzył metaforyczne kompozycje na tematy polityczne i społeczne (cykle *Wojna*, 1931–1932, *Miasto*, 1931–1935, *Kamienie krzyżą*, 1946–1956), rysunki satyryczne, karykatury, ilustracje. W 1962 otrzymał nagrodę państwową.

### Lipiński Eryk .....

1908–1991, polski karykaturzysta, satyryk, grafik, plakacista, ilustrator, dziennikarz, twórca tekstów kabaretowych, scenograf. Ukończył malarstwo i grafikę użytkową w ASP w Warszawie. W dziedzinie plakatu zadebiutował w 1934. W 1935 wraz ze Zbigniewem Mitznerem założył tygodnik satyryczny „Szpilki”.

W czasie wojny więzień obozu Auschwitz. Komisarz i uczestnik I Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie w 1966. W 1980 założyciel Społecznego Komitetu Opieki nad Cmentarzami i Zabytkami Kultury Żydowskiej. W 1991 uhonorowany tytułem Sprawiedliwy wśród Narodów Świata. Autor plakatów, m.in.: *Zadzwoncie do mojej żony*, 1958, *Najdłuższa droga*, 1967, *Na miłość nigdy nie jest za późno*, 1969.

### Longawa Patrycja .....

1988–, polska plakacistka, ilustratorka, graficzka. Absolwentka edukacji artystycznej w Państwowej Szkole Zawodowej im. Jana Grodka w Sanoku oraz Wydziału Sztuki Uniwersytetu Rzeszowskiego, gdzie skończyła dwa fakultety – edukację artystyczną oraz grafikę. Jej prace były prezentowane na wystawach krajowych oraz zagranicznych. Jurorka w międzynarodowych konkursach artystycznych. Autorka plakatów *Faces of jazz*, 2015, *Kąśliwe plakaty*, 2016, *Święto Ogródów*, 2018.

### Machado Joao .....

1942–, portugalski grafik, plakacista, ilustrator. Jego prace były prezentowane na wystawach w Warszawie, Lahti, Bratysławie. Autor ponad 250 plakatów, m.in. *Międzynarodowy Rok Lasów 2011*, 2011.

### Maeterlinck Maurice .....

1862–1949, belgijski pisarz tworzący w języku francuskim. Czołowy przedstawiciel symbolizmu. Od 1947 prezes międzynarodowego PEN Clubu. Jego sztuki (m.in. *Ślepcy*, 1891, *Peleas i Melisanda*, 1893, *Błękitny ptak*, 1909) wpłynęły na rozwój modernistycznego dramatu europejskiego. Wyrażają egzystencjalny niepokój, są nastrojowe, pełne tajemniczości i lęku przed przeznaczeniem. Maeterlinck jest także autorem poetyckich szkiców na temat filozofii przyrody (m.in. *Życie pszczół*, 1901, *Życie termitów*, 1926). Tworzył także utwory poetyckie. W 1911 otrzymał literacką Nagrodę Nobla.

### Magritte René .....

1898–1967, belgijski malarz surrealista. Początkowo malował w stylu łączącym kubizm z futuryzmem. W 1925 uległ fascynacji twórczością Giorgia de Chirica. W 1927 zamieszkał w Paryżu, gdzie poznał André Bretona, pod wpływem którego zainteresował się surrealizmem i wypracował własny styl artystyczny. Jego płótna ukazują ludzi i przedmioty w zaskakującej scenerii, są tajemnicze, absurdalne i niejednoznaczne. Autor obrazów: *To nie jest fajka*, 1929, *Klucz do pól*, 1936, *Tęsknota za ojczyzną*, 1940.

### Majewski Lech .....

1947–, polski grafik, plakacista. Absolwent ASP w Warszawie, profesor tejże uczelni. Laureat II nagrody na międzynarodowym konkursie na plakat z okazji dwudziestopięciolecia UNESCO w 1971. Od 1990 współorganizator MBP w Warszawie. Laureat wielu nagród za projekty okładek książek, a także za kalendarze, plakaty, logotypy, scenografie wystaw. Odznaczony srebrnym medalem „Zasłużony Kulturze Gloria Artis”. Autor plakatów, m.in.: *Gospodarz stadniny*, 1979, *Bal na dworcu w Koluszkach*, 1989, *Król Edyp*, *Sofokles*, 2009.

### Mantegna Andrea .....

1431–1506, włoski malarz i grafik, przedstawiciel renesansu. Autor obrazów (*Martwy Chrystus*, 1475–1478, *Madonna zwycięska*, 1496) oraz fresków o tematyce mitologicznej i religijnej.

### Manteuffel Edward .....

1908–1941, polski grafik, projektant plakatów i znaczków, ilustrator, dekorator wnętrz, twórca obrazów ściennych. W latach 1926–1938 studiował w warszawskiej ASP, 1934–1939 członek KAGR. Od 1933 członek „Rytmu”. Współpracował z J. Hładko i A. Wajwódem w pracowni artystyczno-graficznej „Mewa”. Uczestnik wystaw artystycznych w Pradze, 1934, Warnie, 1936, Paryżu, 1937. Autor plakatów *Polska – kraj turystyki zimowej*, 1933, *Fosfatyna Faliera – pierwsza papka dziecka*, 1933.

### Maszkowski Karol Zyndram .....

1860–1936, polski artysta zajmujący się malarstwem, grafiką, witrażownictwem, scenografią. Studiował w krakowskiej Szkole Sztuk Pięknych (uczeń J. Matejki). Jeden z założycieli i sekretarz Towarzystwa Artystów Polskich „Sztuka”. Autor plakatów *Pierwsza Wystawa współczesnej sztuki kościelnej w Krakowie*, 1911, *Asbit*, 1912.

### Matejko Theo .....

1893–1946, austriacki ilustrator i rysownik. W czasie pierwszej wojny światowej walczył jako żołnierz Armii Austro-Węgier. Tworzył ilustracje dla niemieckich czasopism oraz plakaty filmowe. W 1933 związał się z nazistami. Autor plakatu *Wiktoria i jej huzar*, 1931.

### Mehoffer Józef .....

1869–1946, polski malarz, grafik, plakacista, witrażysta. Jeden z czołowych malarzy Młodej Polski. W 1891 ukończył Szkołę Sztuk Pięknych w Krakowie.



Był uczniem J. Matejki. Studiował w Wiedniu i w Paryżu. W 1896 osiedlił się na stałe w Krakowie. Od 1897 członek Towarzystwa „Sztuka”, którego był współzałożycielem. W 1902 został profesorem ASP w Krakowie. Był członkiem Sekcji Wiedeńskiej „Hagenbund”, Królewskiego Towarzystwa Sztuk Pięknych w Brukseli, Societe Nationale des Beaux-Arts w Paryżu. Autor witraży w katedrze we Fryburgu i na Wawelu. Twórca obrazów (np. *Dziwny ogród*, 1903, *Rynek krakowski*, 1903, *Czerwona parasolka*, 1917), polichromii (skarbcza na Wawelu), grafik, dekoracji teatralnych, mebli, wnętrz. W dziedzinie plakatu zadebiutował *Loteryą na urządzenie Domu Matejki* w 1899. Inne plakaty artysty: *Powszechna wystawa sztuki polskiej we Lwowie*, 1910, *Polska Linia Lotnicza*, 1924.

### Mickiewicz Adam .....

1798–1855, polski poeta, dramaturg oraz działacz polityczny czasów romantyzmu. Uznawany za najwybitniejszego pisarza polskiego. Studiował na Wydziale Literatury Uniwersytetu Wileńskiego. Należał do tajnych związków patriotyczno-samokształceniowych: Filaretów i Filomatów, za co został uwięziony w 1823 i zesłany w głąb Rosji. W latach 1824–1827 przebywał w Petersburgu, Odessie, Moskwie oraz na Krymie. Po upadku powstania listopadowego na emigracji we Francji, gdzie był profesorem literatury i języków słowiańskich uniwersytetu Collège de France. Mesjanista związany z Kołem Sprawy Bożej Andrzeja Towiańskiego. W twórczości podejmował kwestie dotyczące spraw narodowyzwoleńczych, tradycji, czerpał z kultury ludowej. Autor m.in. *Ballad i romansów*, 1822, *Grażyny*, 1823, *Sonetów krymskich*, 1926, *Konrada Wallenroda*, 1828, *Dziadów*, cz. II i IV – 1823, cz. III – 1832, *Księgi narodu polskiego i pielgrzymstwa polskiego*, 1832, *Pana Tadeusza*, 1834.

### Mileńko Maria .....

1987–, polska graficzka, plakacistka. Absolwentka ASP w Poznaniu. Zdobywczyni pierwszego miejsca na międzynarodowym konkursie pod hasłem *I love Europe* za plakat *Kocham Europę*, 2010.

### Miłosz Czesław .....

1911–2004, poeta, powieściopisarz, eseista, tłumacz, historyk literatury, dyplomata. Wychowany na terenie wielokulturowego, tolerancyjnego Wielkiego Księstwa Litewskiego. Należał do grona poetów katastroficznych. W czasie drugiej wojny światowej brał czynny udział w podziemnym życiu kulturalnym. Pod koniec 1945 pracował jako radca kulturalny placówek polskich w Stanach Zjednoczonych i Paryżu. W 1951 odmówił powrotu do kraju. Autor zbiorów poezji, *Trzy zimy*, 1936, *Ocalenie*, 1945, *Traktat poetycki*, 1957, *Miasto bez*

*imienia*, 1969, *Kroniki*, 1987, *To*, 2000, *Orfeusz i Eurydyka*, 2003, powieści, *Dolina Issy*, 1955, esejów, *Zniewolony umysł*, powst. 1951, wyd. 1953, *Zdobycie władzy*, 1953, *Rodzinną Europą*, 1959, *Widzenia nad Zatoką San Francisco*, 1969, *Ziemia Ulro*, 1977. Laureat literackiej Nagrody Nobla w 1980 roku.

### Miró Joan .....

1893–1983, hiszpański malarz, rzeźbiarz, grafik, scenograf, od 1919 przebywający w Paryżu. Tworzył obrazy o charakterze surrealistycznym i abstrakcyjnym, odwołujące się do sztuki dziecięcej i prymitywnej, nasycone czystą kolorystyką, np. *Karnawał u arlekina*, 1925. Twórca dekoracji w gmachu UNESCO w Paryżu. Autor plakatu *Amnesty International*, 1975.

### Młodożeniec Jan .....

1929–2000, polski grafik, autor ilustracji do książek i czasopism, twórca plakatów. Syn poety Stanisława, ojciec grafika Piotra i malarza Stanisława. W latach 1948–1955 studiował w ASP w Warszawie. Projektował plakaty na zlecenie Centrali Wynajmu Filmów, teatrów warszawskich, Wydawnictwa Artystyczno-Graficznego, Krajowej Agencji Wydawniczej. Jego projekty graficzne wyróżniają się zwięzłością, humorem oraz żywą kolorystyką. Laureat wielu prestiżowych nagród, m.in. złotego medalu na VIII Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie w 1980, I nagrody na Biennale Plakatu w Lahti, 1983. Członek Związku Artystów Polskich i Alliance Graphique Internationale. Autor plakatów filmowych, np. *Romantyczni*, 1970, *Młode strzelby*, 1989, i teatralnych, np. *Bal manekinów*, 1974, *Wesele*, 1995.

### Młodożeniec Piotr .....

1956–, polski grafik, plakacista, autor filmów animowanych. Syn plakacisty Jana Młodożeńca, brat Stanisława – malarza. W latach 1976–1981 studiował malarstwo oraz projektowanie książki w ASP w Warszawie. Tworzył znaki graficzne i ulotki dla „Solidarności”. Wraz z Markiem Sobczykiem założyciel firmy „Zafryki”, tworzącej plakaty i grafikę. Nagrody: Grand Prix na Festiwalu Plakatu w Chaumont w 1993, srebrny medal na 16. Międzynarodowym Biennale Plakatu w Wilanowie w 1998. Autor plakatów, m.in.: *Coexist*, 2001 (wykorzystany bez wiedzy autora jako reklama trasy koncertowej grupy U2), *Tworząc żyjemy*, 2005, *Hamlet w budowie*, 2006.

### Molier .....

właśc. Jean Baptiste Poquelin, 1622–1673, francuski komediopisarz, aktor i dyrektor teatru. W 1658 osiadł w Paryżu, gdzie zdobył uznanie króla sztuką *Pocieszne*

*wykwintnisie*, 1659. Utwory Moliera łączą tradycję rodzimej farsy z elementami *commedii dell'arte* i klasycznej sztuki komicznej. Autor sztuk *Świętoszek*, 1661, *Szkoła żon*, 1662, *Lekarz mimo woli*, 1666, *Skąpiec*, 1668, *Chory z urojenia*, 1673, *Grzegorz Dyndała*, 1668. Jego sztuki przedstawiają obraz XVII-wiecznej obyczajowości francuskiej, a także galerię postaci uosabiających ludzkie wady – skąpstwo, obłudę, mizantropię. Najwybitniejszy komediopisarz francuski.

### Moore Henry Spencer .....

1898–1986, angielski rzeźbiarz i rysownik. Wywarł wielki wpływ na rzeźbę XX wieku. Tworzył kompozycje figuralne i abstrakcyjne o syntetycznej, często ażurowej formie. Autor rzeźb *Matka i dziecko*, 1936, *Leżąca figura*, 1951, *Król i królowa*, 1952.

### Morszczak Józef .....

1910–1975, polski plakacista, jeden z twórców polskiej szkoły plakatu, współzałożyciel Muzeum Plakatu w Wilanowie. W latach 1930–1933 studiował w Państwowej Szkole Sztuk Zdobniczych i Przemysłu Artystycznego w Krakowie, a następnie, 1934–1936, kształcił się w Kunstgewerbeschule i w Graphische Lehr-und Versuchsanstalt w Wiedniu. Zajmował się działalnością edukacyjną – nauczał reklamy w szkołach ekonomicznych. Po wojnie był profesorem w ASP w Warszawie. Autor plakatów *Aida*, 1958, *Słoń*, 1976, *Mazepa Balet*, 1977.

### Mucha Alfons .....

1860–1939, czeski grafik i malarz, czołowy reprezentant europejskiej secesji. W latach 1885–1896 studiował na Akademii Sztuk Pięknych w Monachium, a następnie na Akademii Julian w Paryżu. Działał głównie w Paryżu (tu zdobył sławę dzięki plakatom do przedstawień z aktorką S. Bernhardt) i w Pradze. Jego twórczość odwołuje się do tradycji bizantyjskiej. Znany z grafik przedstawiających wizerunki kobiet w stylu *belle époque*. Wypracowany przez artystę styl upowszechnił się na świecie. Twórca plakatów (cykle: *Pory roku*, 1896, *Sztuki piękne*, 1898 [*Taniec*, *Malarstwo*, *Muzyka*, *Poezja*], *Kwiaty*, 1898), projektów wnętrz, scenografii, witraży, ilustracji (*Ilseè princesse de Trippoli* R. De Flersa, 1897). Zaprojektował czeskosłowackie godło państwowe.

### Mucharski Jan .....

1900–1981, polski malarz, grafik, plakacista. Studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej w latach 1919–1932. Współpracował z agencjami graficzno-reklamowymi: „Plakat” (1923–1926), „ARA ” (1926–1928), „Ruch” (1933–1938). Wykładowca techniki reklamy w Miejskiej Szkole Handlowej w Warszawie.

Zdobył II nagrodę za całokształt działalności artystycznej na Wystawie Grafiki Użytkowej w 1931. Uczestnik wystaw krajowych i zagranicznych (Monachium, 1929, Praga, 1934, Paryż, 1937). Twórca plakatów: *Nathan Asch. Dzień zapłaty*, 1931, *Cały naród odbudowuje Warszawę*, 1948, *W pogoni za mężem*, 1948.

#### Müller Thomas Matthaeus .....

1966–, niemiecki grafik, plakacista, ilustrator. Pracownik Akademii Sztuk Wizualnych w Lipsku. Autor plakatów: *Fabulae lipsienses – Der Fachb*, 1995, *Gotthold Ephraim Lessing – Die...*, 1995, *Er schreibt – Leben und streben*, 1997.

#### Naborowski Daniel .....

1573–1640, polski poeta, tłumacz z łaciny, włoskiego, francuskiego, niemieckiego. Kształcił się na uniwersytecie w Wittenberdze (1590–1593), w Bazylei (gdzie ukończył medycynę i opublikował dzieła medyczne), od 1595 studiował prawo w Orleanie i Strasburgu. W 1602 przebywał w Padwie jako ochmistrz R. Leszczyńskiego i wraz z nim brał lekcje u Galileusza. W latach 1602–1633 przebywał na dworach J. i K. Radziwiłłów jako lekarz, nauczyciel i nadworny poeta. Pisał wiersze okolicznościowe, epitafia (*Nagrobek Katarzynie Radziwiłównie*), treny (*Treny na śmierć Księcia Radziwiłła*), erotyki (*Do Aleksandry*). Spuścizna pisarza pozostała głównie w rękopisach, wiele jego wierszy zawiera *Wirydarz poetycki* J.T. Trembeckiego.

#### Nieczuja-Urbański Eugeniusz .....

1877–1955, polski malarz zaliczany do twórców secesji. Autor obrazów *Portret secesyjny*, 1924, *Pawie pióra*, 1932. Prace artysty zostały spopularyzowane dzięki reprodukcjom na pocztówkach krakowskiego Wydawnictwa Salonu Malarzy Polskich.

#### Nitschowa Ludwika .....

1889–1989, polska rzeźbiarka i pedagog. W latach 1909–1912 kształciła się w Szkole Sztuk Pięknych dla Kobiet Marii Niedzielskiej, 1923–1926 studiowała rzeźbę w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych. W 1929 wystawiała swe prace w Galerii Zachęta. Pracowała w ASP w Warszawie. Ważniejsze prace artystki: pomnik Marii Skłodowskiej-Curie, 1935, pomnik Syreny, 1935, pomnik Stefana Starzyńskiego, 1980.

#### Norblin Stefan .....

1892–1939, polski malarz, ilustrator, grafik, plakacista. Studiował malarstwo w Akademii Drezdeńskiej i w szkole handlowej w Antwerpii. Autor plakatów

dla filmu, PKP, turystyki, handlu i przemysłu. Uczestniczył w Wystawie Polskiej Grafiki Użytkowej w Pradze w 1934. Autor plakatów: *Lwów*, 1928, *Polska. Zakopane*, 1928, *Saletra chilijska podwaja plony buraków*, 1927.

### Nowakowski Bogdan .....

1887–1945, polski grafik, ilustrator, karykaturzysta i plakacista. Studiował w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych i w Akademii Monachijskiej. Autor plakatów *Ojczyzna wzywa Was! Kupujcie polską pożyczkę państwową*, 1918, *Polska musi być silna*, 1918.

### Nowakowski Marek .....

1945–2014, polski pisarz, publicysta i scenarzysta. Studiował prawo na UW. Debiutował opowiadaniem *Kwadratowy* opublikowanym w 1957. Związany z opozycją. W 1983 aresztowany. Współzałożyciel pisma literackiego „Zapis” (1977). Zaliczany do twórców tzw. pokolenia „Współczesności”. W literaturze podejmuje głównie tematy związane z życiem peryferii wielkomiejskich, pokazuje ludzi skłóconych z prawem, złodziei, nieudaczników, paserzy, wykolejeńców. Autor *Benka Kwiciarza*, 1961, *Silnej gorączki*, 1963, *Trampoliny*, 1964, *Zapisu*, 1965, *Marynarskiej ballady*, 1966, *Wesela raz jeszcze*, 1974, *Chłopca z gołębiem na głowie*, 1979, *Karnawału i postu*, 1988.

### Nowicki Maciej .....

1910–1951, polski architekt, grafik, plakacista, ilustrator. W latach 1929–1936 studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. W dziedzinie plakatu zadebiutował w 1932. Wraz z żoną Stanisławą prowadził biuro projektowe i tworzył plakaty. Uczestniczył w wystawach artystycznych: Praga, 1934, Paryż, 1937, oraz w konkursach na plakaty (nagroda za plakat dla Państwowej Loterii Klasowej, 1933, nagroda za plakat dla Towarzystwa Budowy Osiedli w Gdyni, 1934). Po II wojnie wykładał w Szkole Architektury Uniwersytetu Stanowego North Carolina w Raleigh. Do znanych plakatów artysty należą: *Bal młodej architektury*, 1933 (wraz z S. Sandecką), *Wszyscy do walki z gruźlicą*, 1934 (wraz z S. Sandecką).

### Okuń Edward .....

1872–1945, polski malarz i rysownik. Przedstawiciel nurtu secesyjnego w sztuce. Studiował w Warszawie w Klasie Rysunkowej Wojciecha Gersona (1890–1891), w ASP w Krakowie (1891–1893), a także w Monachium i Paryżu. Członek Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych. Tworzył baśniowe i alegoryczno-symboliczne kompozycje (np. *Pawica*, ok. 1905), a także portrety, pejzaże (np. *Widok z okna*,

1905). Projektował winiety i inicjały „Chimery” i „Sfinksa”. Autor ilustracji książkowych (m.in. *Miłość* J. Kasprowicza, 1902, *Duma o hetmanie* S. Żeromskiego, 1909).

### Olbiński Rafał .....

1943–, polski malarz, grafik i twórca plakatów. Absolwent Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej. W 1981 wyjechał do Paryża, a rok później do Nowego Jorku. W 1985 rozpoczął pracę jako wykładowca nowojorskiej School of Visual Arts. Zdobywca wielu nagród, m.in. I nagrody w konkursie Instytutu Praw Człowieka, Strasburg 1976, Prix Savignac, Paryż 1994, pierwszej nagrody w konkursie z 1995 za „New York City Capital of the World” (plakat promujący Nowy Jork jako stolicę świata). W 2012 odznaczony Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski za „wybitne zasługi dla polskiej i światowej kultury”. Jego prace znajdują się w muzeach i prywatnych galeriach na całym świecie. Autor plakatów 5. *Festiwal Pianistyczny*, 2005, *Elektra*, 2006, *Europejski Kampus Międzykulturowy*, 2008, 9. *Międzynarodowy Konkurs Wokalny im. Stanisława Moniuszki*, 2016.

### Osiecki Stefan .....

1902–1977, polski architekt, grafik, plakacista, filmowiec, wystawiennik, alpinista. W latach 1920–1929 studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Członek KAGR. Uczestniczył w wystawach ZSA, IPS i KAGR, a także za granicą, w Monachium, Pradze, Paryżu. II nagroda za plakat *Polska – kraj turystyki zimowej*, 1933, I nagroda za plakat *Polska Linia Palestyńska*, 1933, I nagroda za plakat *Propaganda Pożyczki Inwestycyjnej*, 1935.

### Pałka Julian .....

1923–2002, polski artysta grafik. W latach 1945–1951 studiował w warszawskiej ASP. Od 1953 pracował jako pedagog na macierzystej uczelni. Zajmował się projektowaniem plakatów i architekturą pawilonów wystawowych. Od 1956 należał do Alliance Graphique Internationale. Wybrane narody: złoty medal na II Ogólnopolskim Biennale Plakatu w Katowicach, 1967, złoty medal na II Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie, 1968. Autor plakatów: *Głos przeznaczenia*, 1954, *Faraon*, 1965, *Romeo i Julia*, 1970.

### Pawłowski Marek .....

współczesny polski grafik, twórca plakatów, malarz. Absolwent ASP w Krakowie. Uczestniczył w wystawach artystycznych w kraju i za granicą. Jako pierwszy polski artysta został zaproszony na Festiwal Sztuki UE w 1996. Pracuje jako

nauczyciel. Autor plakatów: *Polski plakat filmowy*, 1996, *Historia Jazzu*, 2003, 10. *Krakowska Wiosna Baletowa*, 2005.

### Pągowski Andrzej .....

1953–, polski artysta grafik, rysownik, projektant okładek płyt, twórca reklam. Ukończył Państwową Wyższą Szkołę Sztuk Plastycznych w Poznaniu. Wystawy jego prac są realizowane od 1975, odbywają się zarówno w Polsce, jak i za granicą, np. w Galerii Plakatu w Warszawie (1978), w Biurze Wystaw Artystycznych w Puławach (1981), w Galerii Plakatu we Wrocławiu (1983), w Paryżu, Londynie, Sztokholmie, Berlinie (1989). Laureat kilkudziesięciu nagród i wyróżnień. W 2005 został odznaczony Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski. Twórca: *Szkoły żon Moliera* (1979), *Króla Leara Szekspira* (1983), *Hamleta* (1985).

### Pluta Władysław .....

1949–, polski grafik, plakacista. W latach 1968–1974 studiował w ASP w Krakowie. Wykładał w różnych ośrodkach zagranicznych, m.in. w Chile, Czechach, Francji, Kanadzie, Słowacji, Słowenii, Wielkiej Brytanii, Włoszech. Nagradzany i wyróżniany na polskich i zagranicznych wystawach plakatu. Laureat nagród w dziedzinie projektowania książek i identyfikacji wizualnej. Jest autorem znaków, a także graficznych opracowań książek dla wydawnictw: BOSZ i Biały Kruk. Tworzy plakaty dla Teatru im. Juliusza Słowackiego w Krakowie, Teatru Bagatela, Galerii BWA. Do znanych plakatów artysty należą: *Rzeźba roku*, 1984, *Wiśniowy sad – Antoni Czechow*, 1994, *Rodzina – Antoni Słonimski*, 1996, *Mary Stuart – Wolfgang Hildesheimer*, 1996, *Ona – Rafał Maciąg*, 1997.

### Perruchot Henri .....

1917–1967, francuski pisarz, historyk sztuki, biograf, wydawca, twórca magazynu poświęconego sztuce „Jardin des Arts”. Specjalizował się w biografiami malarzy: *Gauguin*, 1948, *Van Gogh*, 1955, *Cezanne*, 1956, *Toulouse-Lautrec*, 1958, *Edouard Monet*, 1959, *Renoir*, 1964. Za całokształt twórczości wyróżniony w 1963 literacką nagrodą miasta Paryża.

### Polnar Bolesław .....

1952–2014, polski grafik, rysownik, projektant plakatów, scenograf, malarz, pedagog. W latach 1972–1977 studiował w ASP w Krakowie. Uczestnik polskich i zagranicznych wystaw artystycznych, laureat wielu nagród, np. I nagroda na Ogólnopolskim Konkursie na Obraz im. J. Spychalskiego, 1978, Nagrody Towarzystwa Przyjaciół Opola, 1988). Autor plakatów, m.in.: *Kopciuch*, 1982, *Trans-Atlantyk*, 1988, *Dziady*, 1997.

### Prandzioch Szymon .....

1983–, polski grafik, plakacista, malarz, projektant wnętrz kościołów. W 2008 ukończył z wyróżnieniem Wydział Grafiki ASP w Katowicach. Jego prace były prezentowane na wystawach w Polsce i za granicą (m. in. w Hong Kongu, Chinach, Brazylii, Anglii, USA). Autor prac: *Amen*, 2007, *Lek III*, 2007, *Każdego stać na szofera*, 2007.

### Pronaszko Andrzej .....

1888–1961, polski malarz (portrety, martwe matry, kompozycje figuralne), scenograf, członek grupy „Formiści”. Brat Zbigniewa (malarza, rzeźbiarza, scenografa). W latach 1906–1911 studiował w krakowskiej ASP u Jacka Malczewskiego i Tadeusza Axentowicza. Następnie kształcił się w Paryżu, Monachium i we Włoszech. Profesor ASP w Krakowie. Był współtwórcą formizmu. Uczestniczył w wystawach ekspresjonistów i tworzył do nich plakaty. Autor scenografii dla teatrów Warszawy, Krakowa, Wilna, Lwowa, m.in. do inscenizacji L. Schillera (*Dziady* A. Mickiewicza, *Powrót Odysa* S. Wyspiańskiego). W 1955 otrzymał Nagrodę Państwową I stopnia za całokształt twórczości. Autor plakatów: *Odczyt o ekspresjonizmie i sztuce nowoczesnej*, 1917, *Achilleis*, *St. Wyspiańskiego*, 1925.

### Pronaszko Zbigniew .....

1885–1958, polski malarz, rzeźbiarz, scenograf, ilustrator, grafik, jeden z założycieli grupy „Formiści”, członek grupy „Zwornik”. Brat Andrzeja (malarza, scenografa). Przedstawiciel formizmu w sztuce. W latach 1906–1911 studiował w ASP w Krakowie (uczeń J. Malczewskiego i T. Axentowicza). Następnie kształcił się we Francji, Niemczech i we Włoszech. Profesor Wydziału Sztuk Pięknych Uniwersytetu Wileńskiego i ASP w Krakowie. Uczestniczył w wystawach ekspresjonistów, projektował do nich wystawy. Autor obrazów: *Dwa akty z gitarą*, 1922, *Akt na tle okna*, 1922, *Portret mężczyzny z cylindrem*, 1926, rzeźb: *Chrystus*, 1918, pomnik Mickiewicza w Wilnie, 1922, plakat: 2. *Wystawa Formistów (Ekspresjonistów)*, 1918.

### Prus Bolesław .....

właśc. Aleksander Głowacki, 1847–1912, polski powieściopisarz, nowelista i publicysta okresu pozytywizmu, jeden z najwybitniejszych twórców w dziejach polskiej literatury. Brał udział w powstaniu styczniowym. Studiował w Szkole Głównej w Warszawie na Wydziale Matematyczno-Fizycznym, którą opuścił w 1868, nie ukończywszy nauki. Studiował w Instytucie Gospodarstwa Wiejskiego i Leśnictwa w Puławach. Po powrocie do Warszawy pracował jako robotnik. Nie zrezygnował z samokształcenia i podjął prace naukowe i popularyzacyjne.



Do końca życia pasjonował się nauką, uważając ją za ważną dziedzinę ludzkiej aktywności. Uczestniczył w wielu akcjach oświatowych. Debiutował korespondencją w „Kurierze Niedzielnym” w 1864. Autor *Anielki*, 1880, *Michałka*, 1880, *Katarynki*, 1881, *Antka*, 1881, *Kamizelki*, 1882, *Placówki*, 1885, *Lalki*, 1890, *Emancypantek*, 1894, *Faraona*, 1897. Wybitny felietonista. Publikował na łamach: „Kuriera Warszawskiego”, „Ateneum”, „Nowin”, „Niwy”, „Kraju”.

### Quernec Alain Le .....

1944–, francuski grafik i ilustrator. Autor plakatów: *Reklama zabija*, 1991, *Cafe Theatre et Compagnies*, 1993, *Henri. W hołdzie Toulouse Lautrecowi*, 2001 (II nagroda na 18. MBP w 2002).

### Radziejewski Andrzej .....

1939–, polski plakacista, autor plakatu *Monte Cassino 18 V 1944 – 15 V 1984*, 1984.

### Renoir Auguste .....

1841–1919, francuski malarz i rzeźbiarz. Czołowy przedstawiciel impresjonizmu. Działalność artystyczną rozpoczął od dekorowania porcelanowych zastaw stołowych. Tworzył portrety kobiet i dzieci (*Loża teatralna*, 1884, *Dwie siostry na tarasie*, 1881), a także akty oraz martwe natury, sceny obyczajowe (*Śniadanie wioślarzy*, 1881), kompozycje kwiatowe, pejzaże (*Nad wodą*, 1880, *Krajobraz z Cros-de-Cagnes*, 1912).

### Reymont Władysław .....

właśc. Stanisław Władysław Rejment, 1867–1925, polski pisarz, prozaik i nowelista. Ojciec pisarza był organistą, matka słynęła z daru barwnej narracji. Odmówił uczęszczania do szkół, często zmieniał zawody, miejsca zamieszkania, dużo podróżował po Polsce i Europie. W latach 1880–1884 uczył się zawodu krawieckiego w Warszawie i został czeladnikiem, 1884–1887 – aktorem w wędrownych grupach teatralnych, następnie (1888–1893) znalazł pracę jako dróżnik w Rogowie na Kolei Warszawsko-Wiedeńskiej. W 1893 przeniósł się do Warszawy i odtąd utrzymywał się z twórczości literackiej. W 1900 uległ poważnej kontuzji w katastrofie pod Warszawą. Jej skutki odczuwał do końca życia. Autor *Komediantki*, 1896, *Fermentów*, 1897, *Ziemi obiecanej*, 1899. Laureat Nagrody Nobla, 1924, za czterotomową epopeję chłopską *Chłopi*, 1904–1909.

### Romanowicz Antoni .....

1895–1963, polski ilustrator, karykaturzysta i plakacista. Studiował w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych. Ilustrator wydawnictw propagandowych poświęconych m.

inn. akcji plebiscytowej na Śląsku. Współpracował z czasopismami „Sowizdrzał” (1911–1912) i „Mucha” (1922–1926). Po drugiej wojnie światowej zajmował się grafiką użytkową. Autor plakatu *Wyzwól się od Twych gnębicieli*, 1920.

### Romański Jerzy .....

1909–1968, polski architekt, plakacista. Przedstawiciel modernizmu w sztuce. Pracował na Politechnice Warszawskiej. Współtwórca (wraz ze Zbigniewem Ihnatowiczem) Centralnego Domu Towarowego w Warszawie (projekt – 1948, realizacja – 1949–1952). Autor plakatu: *Wystawa prac Związku Studentów Architektury*, 1928.

### Różański Mieczysław .....

1902–1969, polski grafik i ilustrator. Współpracował z „Tygodnikiem Ilustrowanym”. Współautor (wraz z Romanem Wycłanem) plakatu *Zima w Polsce*, 1935.

### Różewicz Tadeusz .....

1921–2014, polski poeta, dramatopisarz, prozaik, scenarzysta; członek Polskiej Akademii Umiejętności. Brat Janusza, poety, i Stanisława, scenarzysty oraz reżysera filmowego i teatralnego. Jeden z najwybitniejszych poetów polskich. Członek AK. Studiował historię sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim, ale studiów nie ukończył. Był uczestnikiem grupy Neoawangarda Krakowska, przyjaźnił się z Tadeuszem Kantorem, Jerzym Nowosielskim, Andrzejem Wróblewskim, Andrzejem Wajdą. Autor zbiorów wierszy (np. *Niepokój*, 1947, *Czerwona rękawiczka*, 1948, *Głos anonima*, 1961, *Regio*, 1969, *Płaskorzeźba*, 1991, *Zawsze fragment*, 1996, *Nożyk profesora*, 2001), a także dramatów (*Kartoteka*, 1960, *Białe małżeństwo*, 1975, *Świadkowie, albo Nasza mała stabilizacja*, wyst. 1964, *Kartoteka rozrzucona*, 1997). Za zbiór wierszy *Matka odchodzi*, 1999, otrzymał w 2000 literacką Nagrodę Nike. W swej twórczości podejmował problematykę konsekwencji wojennego kataklizmu, a także współczesnej cywilizacji zdominowanej przez wzorce życia kultury popularnej.

### Ruszczyc Ferdynand .....

1870–1936, polski malarz, rysownik, plakacista, scenograf, pedagog. Reprezentant symbolicznego nurtu w sztuce Młodej Polski. W latach 1892–1897 studiował w ASP w Petersburgu. Od 1900 członek Towarzystwa Polskiego „Sztuka”. Profesor w krakowskiej ASP (1904–1906), w ASP w Krakowie (od 1907), na Uniwersytecie Wileńskim (od 1908). Tworzył obrazy (*Ziemia*, 1898, *Ostatni śnieg*, 1899, *Dom w Bohdanowie*, 1902), plakaty (*Uczcijmy mogiły poległych. Loterya na cele opieki nad mogiłami poległych...*, 1917), ekslibrisy, znaczki.

### Rybak Justyna .....

1983–, polska graficzka i plakacistka. Ukończyła ASP w Katowicach. Zобыwczyni wyróżnienia honorowego w kategorii debiut na 20. Międzynarodowym Biennale Plakatu w Wilanowie, 2006. Nominowana do Grand Prix na Międzynarodowym Festiwalu Reklamy Artstart w Moskwie, 2007. Autorka plakatu *Nie kradnij*, 2007.

### Ryszczyński Tomasz .....

1980–, polski scenograf, grafik. Ukończył studia na Wydziale Arhitektury Wnętrz i Wzornictwa Przemysłowego na poznańskiej ASP. Zatrudniony w Pracowni Scenografii tamtejszej uczelni. Autor plakatu *Antygona w Nowym Jorku*, 2017.

### Sadowski Wiktor .....

1956–, polski grafik, twórca plakatów, malarz, ilustrator. W latach 1976–1981 studiował na Wydziale Grafiki ASP w Warszawie. Laureat Złotego Medalu na MBP w Warszawie w 1984, Złotego Medalu na Biennale Polskiego Plakatu w Katowicach w 1985, I i III nagrody na Międzynarodowym Konkursie Plakatu Teatralnego w Osnabruck w 1987, trzech nagród na Międzynarodowej Wystawie Art Directors Club w Nowym Jorku w 1990. Autor plakatów: *Trudne zaręczyny*, 1983, *Zbrodnia i kara*, 1985, *Wyliczanka*, 1994, *Nie Boska Komedia*. *Zygmunt Krasiński*, 2011.

### Sandecka Stanisława .....

ok. 1912–2018, polska architektka i graficzka, twórczyni plakatów. Studiowała na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej w latach 1930–1936. Wraz z mężem, Maciejem Nowickim, prowadziła studio projektowe – zdobyli Diplome d'Honneur za plakaty w Paryżu, w 1937. Po drugiej wojnie wykładała w Szkole Architektury Uniwersytetu Stanowego North Carolina w Raleigh. Współpracowała ze Szkołą Sztuk Pięknych Uniwersytetu Pensylwania w Filadelfii, gdzie wykładała do 1977. W 1963 otrzymała tytuł profesora (jako pierwsza kobieta na architektonicznej uczelni w USA). Wyróżniona medalem AIA w 1978. W 1987 Amerykański Związek Szkół Architektonicznych nadał jej tytuł „Distinguished professor”. Autorka plakatów *Bal młodej architektury*, 1933 (wraz z M. Nowickim), *Wszyscy do walki z gruźlicą*, 1934 (wraz z M. Nowickim).

### Sawka Jan .....

1946–2012, polski grafik, twórca plakatów, rysownik, malarz, architekt. W 1964 rozpoczął studia z zakresu architektury na Politechnice we Wrocławiu, a w 1967 studia z zakresu malarstwa i grafiki w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Pięknych we Wrocławiu. W 1972 przebywał na stypendium w Centre Georges

Pompidou w Paryżu. W 1976 osiedlił się w Paryżu, a w 1977 w Nowym Jorku. W 1978 otrzymał złoty medal na VII MBP w Warszawie. Autor plakatów: *Teatr im. Jana Kochanowskiego w Opolu*, 1975, *Cyrk Piramida akrobatów*, 1975, *Dreszcze*, 1981.

### Schulz Bruno .....

1892–1942, polski prozaik, krytyk literacki i grafik żydowskiego pochodzenia. Studiował architekturę na Politechnice Lwowskiej (1910–1913) i malarstwo na wiedeńskiej ASP (1914–1915). W latach 1924–1941 nauczyciel rysunków. Debiutował w cyklem opowiadań *Sklepy cynamonowe* w 1933. Jego proza prześlągnięta jest poetyckością i fantastyką. Drukował recenzje w „Wiadomościach Literackich”, „Sygnałach”, „Skamandrze”. W eseju *Mityzacja rzeczywistości*, 1936, opisał koncepcję poezji jako rekonstrukcji pierwotnych mitów zawartych w słowach. Jeden z najwybitniejszych polskich pisarzy XX wieku. Zginął w getcie, zastrzelony przez niemieckiego żandarma.

### Schulz Wilhelm .....

1865–1952, niemiecki rysownik, malarz, plakacista, ilustrator książek i poeta. Studiował w School of Applied Arts w Karlsruhe oraz w Akademii Sztuk Pięknych w Monachium. Założyciel satyrycznego magazynu „Simplicissimus”. Był członkiem Berlińskiej Secesji, dla której tworzył plakaty wystawowe, m.in. *Secesja berlińska*, 1900.

### Setkowicz Adam .....

1879–1945, polski malarz. W latach 1891–1894 studiował w ASP w Krakowie. Autor obrazów akwarelowych i olejnych. Tworzył sceny z życia prowincji (obejścia, kuligi, zaprzęgi). Autor obrazu *Wiara*, 1917, *Przed polowaniem*, 1926.

### Shakespeare William .....

1564–1616, angielski poeta, dramatopisarz i aktor. Od ok. 1590 do 1610 przebywał w Londynie. Od 1594 członek kompanii Sług Lorda Szambelana, dysponującej od 1599 własnym teatrem The Globe. Autor *Ryszarda II*, 1595, *Snu nocy letniej*, 1595, *Romea i Julii*, 1595, *Jak wam się podoba*, 1599–1600, *Wieczoru Trzech Króli*, 1600, *Hamleta*, 1601, *Otella*, 1604, *Króla Leara*, 1606, *Makbeta*, 1606, *Sonetów*, 1609. Jeden z najwybitniejszych dramaturgów w dziejach literatury, tłumaczony na różne języki, grany na deskach teatrów całego świata. Wytyczył kierunki rozwoju dramatu nowożytnego. Splatał rzeczywistość z fantastyką, tragizm z komizmem. Jego dzieła odznaczają się bogactwem wątków, scen, postaci. Tworzył złożone, wyraziste charaktery, postrzegane jako źródło losu bohaterów.

### Shinmura Norito .....

1960–, japoński grafik, zdobywca II nagrody za plakat *Ocieplenie globalne*, 2006, na 20. MBP w 2006.

### Sichulski Kazimierz .....

1879–1942, polski malarz, grafik, plakacista. W 1899 rozpoczął studia na Wydziale Prawa Uniwersytetu Lwowskiego. W latach 1900–1904 studiował malarstwo w krakowskiej ASP u J. Mehoffera, L. Wyczółkowskiego, S. Wyspiańskiego, w Kunstgewerbeschule w Wiedniu (1904–1908), Monachium, Dreźnie, Florencji, Paryżu. Członek Towarzystwa Artystów Polskich „Sztuka” i wiedeńskiego „Hagenbund”. Od 1930 profesor krakowskiej ASP. Plakaty: *Powszechna Polska Wystawa Architektury, Rzeźby, i Malstwa*, 1910, *XV Wystawa „Sztuki” w Krakowie w marcu 1911 roku*, 1911.

### Sienkiewicz Henryk .....

1846–1916, polski powieściopisarz i publicysta, laureat Nagrody Nobla w 1905 za powieść *Quo vadis* z 1896. Wywodził się ze zubożałej rodziny ziemiańskiej. Od 1855 związany z Warszawą. W latach 1866–1869 studiował na wydziale prawnym a następnie filologiczno-historycznym w Szkole Głównej i na rosyjskim Uniwersytecie Warszawskim, który opuścił w 1871. Odbył podróże do Ameryki Północnej, Grecji, Włoch, Hiszpanii, Zanzibaru. Wielokrotnie wspierał swoim autorytetem akcje patriotyczne. Autor nowel, *Szkice węglem*, 1880, *Za chlebem*, 1880, *Janko Muzykant*, 1880, *Bartek Zwycięzca*, 1882, *Latarnik*, 1882, *Sachem*, 1889, trylogii, *Ogniem i mieczem*, 1884, *Potop*, 1886, *Pan Wołodyjowski*, 1888, powieści *Bez dogmatu*, 1891, *Rodzina Połanieckich*, 1895, *W pustyni i w puszczy*, 1911.

### Skoczylas Władysław .....

1883–1934, polski grafik, pedagog i twórca nowoczesnego drzeworytu w Polsce, projektant wnętrz, mebli, kilimów, afiszów, winiet, odznak i ekslibrisów. Studiował w wiedeńskiej Kunstgewerbeschule (1901–1903), w ASP w Krakowie (1904–1906), w Paryżu (1910) i w Lipsku (1913). Brał udział w wystawach Formistów (1917–1922). Współzałożyciel stowarzyszenia polskich artystów plastyków „Rytm” oraz Stowarzyszenia Artystów Grafików „Ryt”. Od 1922 profesor ASP w Warszawie. Od 1913 uprawiał przede wszystkim drzeworyt (*Teka zbójnicka*, 1920, *Teka Podhalańska*, 1921). Autor ilustracji do książek (np. S. Wasylewski, *Klasztor i kobieta*, 1923, J. Kasprowicz, *Taniec zbójnicki*, 1929). Twórca plakatu *Józef Piłsudski*, 1920.

### Skolimowski Jerzy .....

1907–1985, polski architekt, projektant wnętrz, grafik, plakacista. Medalista olimpijski. W latach 1925–1934 studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. W dziedzinie plakatu współpracował z A. Stypińskim i S. Osieckim. W latach 1934–1939 członek KAGR. Uczestniczył w wystawach krajowych i zagranicznych (Monachium, 1929, Los Angeles, 1932, Praga, 1934, Paryż, 1937). Autor plakatów *Cukier krzepi*, 1928, *Włóczki, wełny – Trójkąt w Kole (...)*, 1933.

### Skorwider Eugeniusz .....

1954–, polski grafik, projektant plakatów. Studiował w latach 1976–1981 w ASP w Poznaniu. Od 1983 zatrudniony w macierzystej uczelni. I nagroda w konkursie na plakat „World without violence”, Teheran 2015, I nagroda w konkursie na plakat CIOP, Warszawa 2013. Wystawy, m.in.: VI Międzynarodowe Biennale Plakatu w Chinach, 2013, XIX Festiwal Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych, 2013. Autor plakatów: *Mucha*, 1987, *Dom przy Carroll Street*, 1989, *Wielka przygoda psa Benjego*, 1989.

### Słowacki Juliusz .....

1809–1849, polski poeta, dramaturg, epistolograf, przedstawiciel literatury romantyzmu. Podobnie jak A. Mickiewicz i Z. Krasiński określany mianem wieszca narodowego. Obok Mickiewicza uznawany za największego przedstawiciela polskiego romantyzmu. W latach 1825–1828 studiował prawo na Uniwersytecie Wileńskim. W 1829 wyjechał do Warszawy. Po wybuchu powstania listopadowego niezdolny do służby z bronią w ręku, podjął pracę w powstańczym Biurze Dyplomatycznym księcia Adama Czartoryskiego. Opuścił Warszawę i wyjechał do Drezna, a następnie do Londynu (w ramach misji dyplomatycznej powstańczego Rządu Narodowego). W 1832 przebywał w Szwajcarii. W latach 1836–1837 odbył podróże do Grecji, Egiptu, Palestyny, Syrii. Osiadł w Paryżu. Twórca powieści poetyckich *Jan Bielecki*, 1830, *Lambro*, 1832, poematów *Anhelli*, 1838, *Genezis z Ducha*, 1844, *Podróż do Ziemi Świętej z Neapolu*, 1836–1839, dramatów *Kordian*, 1833, *Balladyna*, 1834, *Ksiądz Marek*, 1843.

### Sofokles .....

ok. 496–406 r. p.n.e., grecki tragediopisarz. Jeden z najwybitniejszych twórców starogreckich. Autor ok. 120 sztuk, z których zachowało się siedem tragedii (*Ajas*, *Antyгона*, *Edyp król*, *Trachinki*, *Elektra*, *Filoktet*, *Edyp w Kolonie*). Jego twórczość nawiązuje do wielkich mitów greckich. Bohaterami dzieł Sofoklesa są jednostki odpowiedzialne za własne czyny, uwikłane w konflikt tragiczny. Wprowadził do dramatu wiele innowacji – dodał trzeciego aktora, zwiększył

liczbę członków chóru i ograniczył jego udział w akcji na rzecz przodownika chóru. Dokonania tragediopisarza, popularne w antyku, na nowo zostały spopularyzowane w renesansie i w XIX wieku. Były tłumaczone na wiele języków świata.

### Sopoćko Konstanty Maria .....

1903–1992, polski grafik, ilustrator, twórca plakatów i reklam. Ukończył Wydział Architektury Politechniki Warszawskiej oraz warszawską SSP. Członek Stowarzyszenia Polskich Artystów Grafików „Ryt”. Autor plakatów *Uprzejmie i szybko obsługujemy ludzi pracy*, 1953, *Mała Encyklopedia Powszechna PWN*, 1958.

### Staff Leopold .....

1878–1957, polski poeta, tłumacz i eseista. Czołowy przedstawiciel liryki Młodej Polski. Związany z nurtem klasycyzmu. Studiował prawo i romanistykę na uniwersytecie we Lwowie. Uehonorowany tytułem doktora honoris causa Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu Jagiellońskiego. Członek, a później wiceprezes Polskiej Akademii Literatury. W swej twórczości łączył treści refleksyjno-filozoficzne z afirmacją życia. W 1950 nominowany do Nagrody Nobla w dziedzinie literatury. Autor zbiorów poezji: *Sny o potędze*, 1901, *Wysokie drzewa*, 1932, *Martwa pogoda*, 1946, *Wiklina*, 1954, a także symbolicznych dramatów: *Skarb*, 1904, *Południca*, 1920. Zajmował się przekładami z języka francuskiego, włoskiego, niemieckiego. Wyróżniony nagrodami państwowymi w 1927 i 1951.

### Stachowiak Mariusz .....

1956–2006, polski fotoreporter. Współpracował z redakcją tygodnika „Wprost”. Zajmował się fotograficzną dokumentacją upadku PRL-u i narodzin III RP. Wykonał zdjęcia dokumentujące prace Tadeusza Łomnickiego podczas prób nad *Królem Learem* w reżyserii Eugeniusza Korina w Teatrze Nowym w Poznaniu. Jako fotoreporter-dokumentalista był związany z Teatrem Dramatycznym im. Szaniawskiego w Wałbrzychu. Autor plakatu *Król Lear*, 1992.

### Starowieyski Franciszek .....

1930–2009, polski malarz grafik, rysownik, plakacista, scenograf. Studiował w ASP w Krakowie (1949–1952) i w Warszawie (1952–1955). Kolekcjoner dzieł sztuki i rzemiosła artystycznego. Od 1980 profesor Berliner Hochschule der Kunst w Berlinie Zachodnim, od 1993 wykładowca w Europejskiej Akademii Sztuki w Warszawie. Uczestnik wielu znaczących wystaw plakatu polskiego. Jako pierwszy polski artysta miał wystawę indywidualną w Museum of Modern Art w Nowym Jorku (1985). Zaliczony przez Yusaku Kamekurę do panteonu

współczesnego plakatu i ilustracji i uwzględniony w jego antologii „Creation”, nr 18 z 1994 roku. Autor m.in. plakatów: *Samuel Zborowski*, 1980, *Starowiejsky Plakaty*. *The Museum of Modern Art, New York*, 1985, *Dziady*. *Mickiewicz Adam*, 2002.

### Steinlen Théophile Alexandre .....

1859–1923, francuski rysownik, malarz i grafik szwajcarskiego pochodzenia. Tworzył w nurcie secesji. Pracował jako rysownik dla paryskich gazet. Tworzył plakaty reklamowe, z których najśłynniejszy jest plakat paryskiego kabaretu *Le Chat Noir*, 1896.

### Stryeńska Zofia .....

1894–1976, polska graficzka, ilustratorka, sceograf, grafik, projektantka tkanin, autorka plakatów. Żona Karola, architekta, rzeźbiarza. Przedstawicielka *art deco*. Najbardziej znana artystka okresu dwudziestolecia międzywojennego. W latach 1909–1911 studiowała na krakowskiej ASP, a następnie w Monachium. Uczestniczyła w wielu wystawach krajowych i zagranicznych: w Paryżu (1925, Grand Prix za plakaty), Pradze (1934). Wystawy indywidualne w TZSP w Krakowie, TZSP w Warszawie (1910–1928), w Paryżu (1921), w Londynie (1927). Po wojnie prowadziła działalność artystyczną w Szwajcarii. Autorka plakatu *Polska na międzynarodowej wystawie nowoczesnej sztuki dekoracyjnej w Paryżu*, 1925.

### Strykowski Julian .....

właśc. Julian Stark, 1905–1996, polski prozaik, dramaturg i dziennikarz pochodzenia żydowskiego. Ukończył studia polonistyczne na Uniwersytecie Lwowskim. Od 1937 przebywał w Warszawie. Po wybuchu drugiej wojny światowej przedostał się do Lwowa. Od 1946 redaktor w PAP. Współredaktor miesięcznika „*Twórczość*”. Uważany za największego, obok Isaaca Singera, epika dawnej kultury żydowskiej. Autor powieści (*Głosy w ciemności*, 1943–1946, *Austeria*, 1966, *Czarna róża*, 1962, *Sen Azrila*, 1975, *Przybysz z Narbony*, 1978, *Wielki strach*, 1979, *Echo*, 1988), a także opowiadań (*Imię własne*, 1961, *Na wierzbach... nasze skrzypce*, 1974), dramatu (*Sodoma*, 1963), szkiców literackich (*Pożegnanie z Italią*, 1954).

### Szaybo Rosław .....

1933–2019, polski plakacista, fotograf, a także projektant okładek książek i płyt, przedstawiciel polskiej szkoły plakatu. W 1961 ukończył studia na wydziale malarstwa ASP w Warszawie. W 1966 wyjechał do Wielkiej Brytanii, gdzie pracował jako niezależny projektant. W latach 1993–2014 prowadził pracownię fotografii na ASP w Warszawie. Autor okładek płyt z serii „*Polish Jazz*” dla



Polskich Nagrań „Muza” i wielu plakatów jazzowych (np. *IV Muzeum Jazz Festiwal Ostrów Wielkopolski*, 1999, *VII Muzeum Jazz Festiwal*, 2002, *VIII Muzeum Jazz Festiwal*, 2003). Odznaczony srebrnym i złotym medalem „Zasłużony Kulturze Gloria Artis” (odpowiednio 2013 i 2018).

### Szczepańska Anna .....

współczesna polska graficzka, plakacistka. Ukończyła studia na Wydziale Grafiki ASP. Laureatka międzynarodowych konkursów na plakat. Wyróżnienie na MBP w Warszawie w kategorii „Złoty Debiut”. Autorka pracy *Ofiary mody*, 2007.

### Szczuka Mieczysław .....

1898–1927, polski plastyk, reprezentant konstruktywizmu, taternik. Studiował w warszawskiej ASP. Początkowo związany z formistami, z czasem sam zajął się eksperymentami w malarstwie, rzeźbie, architekturze, scenografii i filmie abstrakcyjnym. Był jednym z założycieli grupy „Blok”. Współpracował z czasopiśmie „Nowa Kultura”. Redaktor lewicowego pisma „Dźwignia”. Wystawy: Warszawa, 1920, Berlin, 1921, 1923, Bukareszt, 1924. Autor plakatów: *Amnastji dla więźniów politycznych*, 1926,

### Szulecki Tomasz .....

1953–, polski grafik, plakacista. Autor posterów: *Spiskowcy*, 1979, 40. *Rocznica Powstania w Getcie Warszawskim*, 1984, *XIV Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina*, 2000.

### Świerzy Waldemar .....

1931–2013, polski plakacista, grafik, ilustrator, współtwórca polskiej szkoły plakatu. W 1946 rozpoczął naukę w Państwowej Szkole Sztuk Pięknych w Katowicach. Po ukończeniu studiów podjął współpracę z Wydawnictwem Artystyczno-Graficznym (WAG), Centralą Wynajmu Filmów (CWF) oraz z teatrami i oficynami wydawniczymi. Jednocześnie współpracował z agencjami reklamowymi w Danii, Holandii, RFN. Twórca oprawy graficznej polskich pawilonów na międzynarodowych targach w Nowym Jorku (1958), Lipsku i Wiedniu (1959), Casablance (1965) i Poznaniu. W latach 1965–1994 kierował pracownią grafiki projektowej w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych w Poznaniu. W 1994 objął pracownię plakatu warszawskiej ASP. Prowadził wykłady na uczelniach zagranicznych. W latach 1979–1994 przewodniczył MBP w Warszawie. Od 1966 członek Alliance Graphique Internationale. Autor plakatów *Miejsce dla jednego*, 1966, *Cyrk*, 1970, *Narciso*, 1978, *Gitanes*, 1991, *American Films in Polish Posters*, 2002.

### Teodorczyk Mieczysław .....

1914–2002, polski grafik. W latach 1931–1935 studiował w Miejskiej Szkole Sztuk Zdobniczych i Malarstwa w Warszawie, a 1938–1939 w warszawskiej ASP. Zajmował się grafiką użytkową (ilustracją, grafiką książkową i reklamą, tworzył także ulotki i plakaty). Od 1950 grafik w czasopiśmie „Świat Młodych”. Autor plakatu *II Zjazd ZMP. Dla ciebie Ojczyzno biją nasze młode serca*, 1955.

### Tom Józef .....

1886–1962, polski malarz i grafik. Kształcił się w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych oraz w Berlinie i Monachium. Po 1945 wykładowca ASP w Warszawie. Autor dzieł *Teatr „Qui-Pro-Quo” w podziemiach Galerii Luxenburga*, 1919, *Brama Grodzka w Lublinie*, 1931, *Uliczka*, b.r.

### Tomaszewski Henryk .....

1914–2005, polski projektant, plakacista, rysownik, ilustrator, pedagog. Współtwórca polskiej szkoły plakatu. W latach 1929–1934 kształcił się w Szkole Przemysłu Graficznego w Warszawie. Studiował malarstwo w ASP w Warszawie. W 1947 rozpoczął projektowanie plakatów dla Filmu Polskiego, których nowatorstwo dostrzeżono na Międzynarodowej Wystawie Plakatu w Wiedniu w 1948, nagradzając artystę pięcioma pierwszymi nagrodami. W 1950 przeprowadził się do Warszawy, gdzie pracował jako scenograf w Teatrze Syrena. W 1952 powierzono mu prowadzenie pracowni plakatu na Wydziale Grafiki w warszawskiej ASP. Zdobył uznanie projektantów w kraju i za granicą. W 1970 i 1988 otrzymał złoty medal na MBP w Warszawie. Członek Alliance Graphique od 1957. Autor plakatów *Symfonia pastoralna*, 1947, *Obywatel Kane*, 1948, *Witold Gombrowicz*, 1983.

### Toorop Jan .....

właśc. Jan Theodoor Toorop, 1858–1928, holenderski malarz, grafik, plakacista, rysownik. Przedstawiciel symbolizmu, impresjonizmu, secesji. Studiował w ASP w Amsterdamie i w Akademii Sztuki w Brukseli. W 1898 odbyły się wystawy artysty w Monachium, Dreźnie, Kopenhadze. Autor obrazów (*Trzy narzeczone*, 1893, *Wiara i upadek*, 1893) i plakatów (*Delftsche Slaolie*, 1893, *Arnhem*, 1900).

### Toulouse-Lautrec Henri de .....

(H. de Toulouse-Lautrec-Monfa), 1864–1901, francuski malarz, grafik, rysownik, ilustrator. Przedstawiciel postimpresjonizmu w sztuce. Zastąpił jako „**dusza Montmartre’u**”, bywalec liczących się paryskich barów, kabaretów, teatrów, artysta paryskiej bohemy i dekadentckiego Paryża II połowy XIX wieku. Malował

portrety (np. *Portret hrabiny Adèle de Toulouse-Lautrec w zamku Malromé*, 1881), sceny z kawiarni, kabaretów (np. *Tańcząca Jane Avril*, 1892). Wywarł duży wpływ na rozwój nowoczesnego plakatu, przekształcając go w samodzielną dziedzinę sztuki. Do najważniejszych dzieł plakatowych Toulouse-Lautreca należą *Moulin Rouge – La Goulue*, 1891, *Ambassadeurs*, *Aristide Bruant*, 1892, *Jane Avril w Jardin de Paris*, 1893.

### Trepkowski Tadeusz .....

1914–1954, polski grafik i plakacista. Zadebiutował plakatem dla PKO w 1934. W latach 1936–1939 był członkiem KAGR. W 1937 otrzymał Grand Prix za plakaty ostrzegawcze dla Instytutu Spraw Społecznych, w 1934 wyróżniony II nagrodą za plakat dla PKO, a w 1935 I nagrodą z plakat dla Browaru w Tychach. Należał do pierwszego pokolenia artystów polskiej szkoły plakatu. Autor plakatów politycznych, społecznych, filmowych, imprezowych. W 1955 Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne ustanowiło coroczną Nagrodę im. Tadeusza Trepkowskiego dla młodych grafików. Do znanych prac artysty należą m.in.: *Grunwald 1410 – Berlin 1945*, 1945, *Po walce praca*, 1945, *V Międzynarodowy Konkurs im. Fryderyka Chopina*, 1954.

### Troxler Niklaus .....

1947–, szwajcarski grafik. Po trzyletniej praktyce w firmie zecerskiej ukończył szkołę artystyczną w Lucernie. Na początku lat 70. zdobywał doświadczenie w jednym z paryskich studiów graficznych. Od 1966 organizuje w rodzinnym miasteczku (Willisau) koncerty jazzowe. Autor plakatów: *W hołdzie muzyce Theloniousa Monka*, 1986, *Cecil Taylor Solo*, 1989, *Miłość odłożona na potem*, 2000.

### Tulli Magdalena .....

1955–, polska pisarka i tłumaczka. Absolwentka biologii na UW. Laureatka Nagrody im. Kościelskich (1955). Debiutowała w 1995 utworem *Sny i kamienie*. Pięciokrotna finalistka Nagrody Literackiej Nike (*W czerwieni*, 1999, *Tryby*, 2004, *Skaza*, 2007, *Włoskie szpilki*, 2012, *Szum*, 2015). W 2013 została laureatką pierwszej edycji Nagrody Literackiej im. Juliana Tuwima. Jej książki były tłumaczone na wiele języków, m.in. niemiecki, włoski, czeski, rosyjski.

### Tuwim Julian .....

1894–1953, polski poeta żydowskiego pochodzenia, autor utworów poetyckich, tekstów piosenek, wodewili, skeczy, librett operetkowych. Brat pisarki Ireny Tuwim, stryjeczny brat aktora Włodzimierza Boruńskiego. Jeden z najważniejszych twórców dwudziestolecia międzywojennego. Współtwórca grupy

poetyckiej „Skamander”, współzałożyciel kabaretu literackiego „Pod Pikadorem”. Współpracował z „Wiadomościami Literackimi”. Studiował prawo i polonistykę na UW. W 1939 wyemigrował z Polski, powrócił w 1946. W jego twórczości widoczne są inspiracje codziennością, żywiołowy biologizm, refleksyjność i tradycja humanistyczna. Najważniejsze dzieła: zbiory wierszy – *Czyhanie na Boga*, 1918, *Sokrates tańczący*, 1920, *Rzecz czarnoleska*, 1929, satyra – *Bal w operze*, 1936, poemat *Kwiaty polskie*, wyd. 1949, wiersze dla dzieci – np. *Lokomotywa*, 1938, zbiory osobliwości obyczajowo-literackich – *Czary i czarty polskie*, 1924, *Pegaz dęba, czyli panopticum poetyckie*, 1950.

#### Urbaniec Maciej .....

1925–2004, polski grafik, projektant plakatów. W 1954 ukończył Państwową Wyższą Szkołę Sztuk Plastycznych we Wrocławiu, w 1958 warszawską ASP. Pracował jako pedagog w PWSSP we Wrocławiu i w ASP w Warszawie. Profesor w Katedrze Projektu Grafiki Propagandowej. Wystawy indywidualne, krajowe (Warszawa, 1968, 1977, Szczecin, 1969, Poznań, 1976, Radom, 1977) i zagraniczne. Od 1974 członek Alliance Graphique Internationale. Twórca plakatów: *Córka źle strzeżona*, 1977, *Fantazy*, 1980, *Próba lotu*, 1980.

#### Uziembło Henryk .....

1879–1949, polski malarz, grafik, autor rysunków, ilustracji, projektant plakatów i witraży. Studiował w krakowskiej ASP, a także w Anglii, Włoszech, Austrii, Francji. W 1922 został profesorem w Państwowej Szkole Przemysłu Artystycznego w Krakowie. Inicjator Wydziału Grafiki przy ASP w Krakowie. Kierownik artystyczny Drukarni Teodorczuka. Współpracował z czasopismem „Liberum Veto”. Autor plakatów: *Teatr Świetlny*, „*Uciecha*”, 1912, *Wieliczka*, 1938.

#### Veistola Jukka .....

1946–2017, fiński grafik, plakacista, projektant znaków firmowych i opakowań. Zdobywca licznych nagród na międzynarodowych konkursach. Jako juror zasiadał w konkursach artystycznych w Warszawie, Kolorado, Paryżu, Meksyku, Nowym Jorku. Jego plakat *DDT* (1969) został nagrodzony na warszawskim Biennale Plakatu w 1970. Autor posterów: *Yellow flowers*, 1969, *UNICEF*, 1969.

#### Velde Willem van de .....

1633–1707, holenderski malarz. Wywodził się z rodziny malarzy, syn Willema, zwanego starszym, i brat Adriaena. Od 1677 nadworny malarz Karola II Stuarta. Tworzył obrazy przedstawiające widoki morskie, statki porty, bitwy morskie, a także portrety. Autor obrazów *Bitwa pod Solebay*, 1672, *Wystrzał z działa*, 1707.

### Wajwód Antoni .....

1905–1944, polski malarz, plakacista. Studiował w warszawskiej ASP. Uprawiał głównie grafikę użytkową, projektował plakaty i ilustracje książkowe. W latach 1934–1939 członek KAGR. Współpracował z J. Hładko i E. Manteufflem w pracowni artystyczno-graficznej „Mewa”. W 1937 na Międzynarodowej Wystawie Sztuki i Techniki w Paryżu zdobył Grand Prix. Autor plakatów: *Gordon Bennett*, 1936, *Nie damy się odpędzić od Bałtyku!*, 1939, *Musimy Polskę dobroić na morzu*, 1936.

### Waniek Henryk .....

1942–, polski malarz, grafik, rysownik, pisarz, publicysta, a także krytyk artystyczny. Studiował na Wydziale Grafiki ASP w Krakowie. Po ukończeniu studiów pracował jako nauczyciel sztuki oraz wykładowca w Zakładzie Sztuki cieszyńskiej filii Uniwersytetu Śląskiego. Brał udział w wielu wystawach artystycznych w kraju i za granicą. Autor obrazów (*Jaszkowa Górna*, 1998, *Vortex*, 2000, *Droga do zamku Wieczornego z Doliny Białej*, 2005), plakatów (*Dolina Issy*, 1982, *Spokojne lata*, 1982, *Fort 13*, 1984).

### Wałkuski Wiesław .....

1956–, polski artysta grafik, plakacista, malarz. W 1976 rozpoczął studia z zakresu malarstwa i projektowania graficznego na ASP w Warszawie. Od 1981 wykonywał prace artystyczne dla wydawnictw, teatrów i dystrybutorów filmowych. Od 1987 pracuje jako artysta niezależny. Laureat wielu nagród i wyróżnień (m.in. Hollywood Reporter Key Art Awards, Los Angeles, I nagroda 1988, II nagroda 1990, Międzynarodowe Biennale Plakatu, Meksyk, II nagroda 1990, Międzynarodowe Biennale Plakatu Teatralnego, Rzeszów, III nagroda 1993). Twórca plakatów: *Bal maskowy*, *G. Verdi*, 1998, *Księżę w Nowym Jorku*, 1989, *Pożegnanie jesieni*, 1990.

### Warhol Andy .....

1928–1987, amerykański malarz, grafik, reżyser, aktor, ilustrator, projektant reklam. Twórca pop-artu – kierunku zainicjowanego w sztuce II połowy XX wieku, który czerpie inspiracje z różnych zjawisk kultury popularnej, reklamy, komiksu, filmu, literatury popularnej, kultu celebrytów. Studiował projektowanie użytkowe na Carnegie Mellon University w Pittsburgu. Współpracował z czasopismami „Dance Magazine”, „Vogue”, „Glamour”. Wykorzystywał technikę sitodruku do tworzenia obrazów. Jego prace przedstawiają przedmioty kojarzone z konsumpcją i rozrywką: jedzenie, pieniądze, damskie obuwie, wycinki z gazet, przedmioty codziennego użytku, a także portrety gwiazd, m.in. Brigitte Bardot,

Micka Jaggera, Michaela Jacksona. Autor obrazów *Dyptyk Marilyn*, 1962, *Puszki z zupą firmy Campbell*, 1962, *Zielone butelki Coca-Coli*, 1962, *Last Supper*, 1986.

### Wasilewski Mieczysław .....

1942–, polski grafik i plakacista. W latach 1960–1966 studiował na Wydziale Malarstwa i Grafiki w ASP w Warszawie. Pedagog na macierzystym wydziale (od 1971). W 1990 uzyskał tytuł naukowy profesora. Jego prace są prezentowane w Muzeum Plakatu w Wilanowie oraz Muzeum Narodowym w Poznaniu. Nagrody: złoty medal na MBP w Warszawie, 1976, srebrny medal na MBP w Warszawie, 1994, srebrny medal na MBP w Warszawie, 1994, wyróżnienie honorowe na MBP w Warszawie, 2010. Autor plakatów: *To be or/war not to be?*, 1975, *Trzy kobiety*, 1978, *Komunia*, 2016.

### Weiss Wojciech .....

1875–1950, polski malarz, grafik, plakacista. W latach 1890–1895 studiował w krakowskiej Szkole Sztuk Pięknych. Wiele podróżował (Francja, Włochy). W dziedzinie plakatu debiutował pracą *Raut artystyczny*, 1898. Od 1899 członek Towarzystwa Artystów Polskich „Sztuka”. Od 1910 profesor ASP w Krakowie. W 1936 odznaczony Złotym Wawrzynem Polskiej Akademii Literatury. Cieszył się dużym uznaniem w Polsce i za granicą. Autor plakatów: *Sztuka. 10. wystawa*, 1906, *Wystawa Niezależnych*, 1927, *III Wystawa Niezależnych w Krakowie*, 1927.

### Wielgus Stefan .....

1917–2001, polski grafik i rysownik. Ukończył ASP w Warszawie. Współpracował z czasopismami „Mucha”, „Szpilki”, „Trybuna Ludu”. Autor plakatu *Spekulant kułacki diabłu duszę sprzedał – żeby nie gromada, nic by państwu nie dał!*, 1953.

### Wielhorski Czesław .....

1911–1980, polski grafik, wystawiennik, plakacista. W 1933 rozpoczął studia na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Wiele prac wykonał wraz z L. Piątkowskim. Uczestniczył w wystawach artystycznych w Paryżu, 1937, gdzie uzyskał Grand Prix za plakat, Nowym Jorku, 1939. Autor plakatów (wraz z L. Piątkowskim): *Gruźlica musi być zwalczona*, 1938, *Był nierozważny opuszcza szeregi pracujących*, 1938, *Wybieraj okulary ochronne*, 1938.

### Witkiewicz Stanisław Ignacy .....

pseud. Witkacy, 1885–1939, polski dramatopisarz, powieściopisarz, dramaturg, malarz, filozof, fotograf, twórca plakatów. Syn Stanisława Witkiewicza, pisarza, malarza, architekta i popularyzatora stylu zakopiańskiego. W 1904 rozpoczął

studia w ASP w Krakowie. Był jednym z członków grupy formistów – uczestniczył w ich wystawach i projektował do nich plakaty (np. *I-sza Wystawa Formistów Polskich*, 1919). Świadek wybuchu rewolucji październikowej, która wywarła duży wpływ na jego poglądy. Twórca teorii „czystej formy” w sztuce. Wyraziciel katastrofizmu w literaturze. Popęłnił samobójstwo 18 września 1939 na wieść o ataku Związku Radzieckiego na Polskę. Autor powieści (np. *Pożegnanie jesieni*, 1927, *Nienasycenie*, 1930), dramatów (np. *W małym dworku*, wyst. 1923, *Szewcy*, powst. 1931–1934) i obrazów (np. *Walka żywiołów*, 1921, *Fałsz kobiety*, 1927).

### Witz Ignacy .....

1919–1971, polski malarz, litograf, rysownik, twórca plakatów, ilustracji książkowych, krytyk sztuki. Absolwent Państwowego Instytutu Sztuk Plastycznych we Lwowie. Debiutował jako karykaturzysta w 1938. W 1940 został wcielony we Lwowie do Armii Czerwonej. Ranny pod Stalingradem. Po wojnie osiedlił się w Warszawie. Autor książek o sztukach plastycznych (*50 lat karykatury polskiej: 1900–1950*, 1961, *Portret w malarstwie*, 1970, *Przechadzki po warszawskich wystawach 1945–1968*, 1972). Autor plakatów, m.in.: *Mistrz Alesz*, 1952, *Klub Pickwicka*, 1955, *Car i cieśla*, 1956.

### Witzel Josef Rudolf .....

1867–1925, niemiecki ilustrator i plakacista. Autor prac *Jugend*, 1896, *Audi Automobil-werke Zwickau*, 1912.

### Wyćlan Roman .....

1906–1975, polski grafik, ilustrator książek i dekorator wnętrz. W latach 1928–1940 studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Współpracował z czasopismami „Naokoło Świata” oraz „Bluszcz”. Współautor (wraz z Mieczysławem Różańskim) plakatu *Zima w Polsce*, 1935.

### Wyspiański Stanisław .....

1869–1907, polski dramaturg, poeta, malarz, grafik, architekt, projektant mebli. Kształcił się w krakowskiej Szkole Sztuk Pięknych oraz na UJ. Jako student pomagał J. Matejce w wykonywaniu polichromii w krakowskim kościele Mariackim. W czasie podróży po Europie odwiedził m.in. Francję, Włochy, Szwajcarię, Niemcy. Był kierownikiem artystycznym czasopisma „Życie”. Pracował w ASP w Krakowie. Do najwybitniejszych dzieł artysty należą dramaty, np. *Wesele*, 1901, *Wyzwolenie*, 1903, *Noc Listopadowa*, 1904, obrazy, np. *Planty o świącie*, 1894, *Helenka*, 1900, *Macierzyństwo*, 1902, a także witraże i polichromie,

np. w krakowskim kościele oo. Franciszkanów (1897–1904). Twórca pierwszego polskiego plakatu teatralnego *Wnętrze*, 1899.

#### Yano Kashimi .....

1973–, japoński grafik. Absolwent Hokkaido of Institute of Design. Laureat licznych nagród i wyróżnień międzynarodowych (m.in. MBP w Warszawie). Pracuje w studiu Terashima Design, Co. Autor plakatu *Hair make (Fryzury)*, 2011.

#### Zakrzewski Włodzimierz .....

1916–1992, polski malarz, grafik, plakacista. Inicjator i propagator socrealizmu w malarstwie polskim. Uczył się w Szkole Sztuk Zdobniczych i Malarstwa w Warszawie. W czasie drugiej wojny światowej przebywał w Moskwie, gdzie kontynuował naukę. W latach 1950–1952 profesor warszawskiej ASP. Odbył podróże do Włoch, Francji, Stanów Zjednoczonych, podczas których tworzył wedyty i pejzaże miast. Główne plakaty: *Olbrzym i zapluty karzeł reakcji*, 1945, *Towarzysz Bierut wśród robotników*, 1950, *Dzieło Stalina żyje i zwycięża*, 1953.

#### Zamecznik Wojciech .....

1923–1967, polski artysta, architekt, fotograf, grafik, z wykształcenia scenograf. Działalność artystyczną rozpoczął po drugiej wojnie światowej. Od 1964 członek Alliance Graphique Internationale. Zaprojektował około 200 plakatów, m.in.: *Wolne miasto*, 1958, *Pieski świat*, 1954, *Milcząca gwiazda*, 1959, 9. Międzynarodowy Festiwal Muzyki Współczesnej Warszawa jesień, 1965. Na Międzynarodowej Wystawie Plakatu w São Paulo (1962) wyróżniony nagrodą H. Toulouse-Lautreca za plakat *Pociąg*, 1959.

#### Zapolska Gabriela .....

1857–1921, polska dramatopisarka, powieściopisarka, nowelistka, publicystka, aktorka. Pochodziła z rodziny ziemiańskiej. W młodości zamierzała poświęcić się karierze teatralnej. Grywała na scenach amatorskich, występowała też w teatrze A. Antoine'a w Paryżu. Czołowa przedstawicielka naturalizmu w literaturze. W twórczości podejmowała problemy emancypacji kobiet, wykpiwała obłudę mieszczaństwa. Zarówno styl życia, jak i twórczość pisarki spotkały się z ostrą krytyką ówczesnych odbiorców. Autorka zbioru opowiadań *Menażeria ludzka*, 1893, dramatów *Żabusia*, 1897, *Ich czworo*, 1907, *Skiz*, 1908, *Panna Maliczewska*, 1910, powieści *Sezonowa miłość*, 1904. Jej dramat *Moralność pani Dulskiej*, 1907, obnażający obłudę ludzką, został przetłumaczony na wiele języków.



## Ziemiszewska Agnieszka .....

1971–, polska współczesna projektantka plakatów. Absolwentka ASP w Łodzi. Uczestniczyła w polskich i międzynarodowych pokazach artystycznych, między innymi w Warszawie, Moskwie, Boliwii, Meksyku, Chinach, Japonii. Autorka plakatów: *Solitude (Samotność)*, 2009, *Stop dyskryminacji*, 2009, *Deth is not justice*, 2010.

## Zola Emil .....

1840–1902, francuski pisarz, główny przedstawiciel naturalizmu. Jego twórczość wywarła wpływ na rozwój światowej powieści w XX wieku. Autor studium *Powieść eksperymentalna*, 1880, stanowiącego wykładnię naturalizmu w literaturze. Twórca dwudziestotomowego cyklu powieściowego *Rougon-Macquartowie. Historia naturalna i społeczna rodziny za Drugiego Cesarstwa*, 1871–1893, zawierającego najlepsze z jego powieści, m.in. *W matni*, 1877, *Nana*, 1880, *Germinal*, 1885, a także trylogii *Trzy miasta*, 1894–1897, w skład której wchodzi *Lourdes*, *Rzym*, *Paryż*. W pismach poświęconych sztuce bronił E. Maneta i impresjonistów. Spośród publicystyki społecznej i politycznej najgłośniejszy jest artykuł *Oskarżam*, 1898, w którym wystąpił w obronie A. Dreyfusa.

## Żułowski Marek .....

1908–1985, polski malarz, grafik, krytyk, eseista. Ukończył studia w warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych. W 1935 przebywał na stypendium w Paryżu. Od 1936 mieszkał w Londynie. Malował martwe natury i kompozycje figuralne, m.in. *Ryby na gazecie*, 1949, *Adam*, 1961, *Widzowie*, 1973–1974. Autor plakatu *Warszawa sierpień–wrzesień – 1944*, 1944.

## Indeks nazwisk

- Amorsolo Fernando y Cueto 186  
Ancourt Edward 78  
Andrzejewska Joanna 22, 63, 74, 124  
Andrzejewski Jerzy 239  
Antochewicz Bernard 331  
Apollinaire Guillaume (Kostrowicki Wilhelm Apollinaris) 412, 414  
Asafjew Boris 279  
Avril Jane 56, 62, 78–79, 151  
Axentowicz Teodor 24, 109
- Balbus Stanisław 257, 274, 278  
Balicki Stanisław Witold 387  
Balzak Honoriusz 123  
Barańczak Stanisław 219, 222, 241–242  
Barbier Jules 332  
Barthes Roland 41  
Batory Michał 255–256, 276–277, 432  
Batory Stefan 315  
Baudelaire Charles Pierre 25  
Baudry Paul 61  
Bechlerowa Helena 260  
Beckett Samuel 377–379, 381–382  
Belting Hans 36, 400  
Beraud Jean 20  
Berman Mieczysław 175, 437  
Bernhardt Sara 199–200  
Białoszewski Miron 383–385  
Bianusz Andrzej 43  
Bielska–Łach Monika 20  
Bierut Bolesław 178, 228, 232  
Birkenmajer Józef 328
- Bizan Marian 100, 334  
Błoński Jan 370–371  
Bocianowski Bohdan 207  
Bodolay Géza 38  
Bogacki Janusz 42  
Bogusławski Tomasz 321–323, 364  
Bojko Szymon 21–22, 24, 54–55, 62–63, 116–117, 131, 144, 152  
Bonaparte Napoleon 75  
Bonnard Pierre 21, 62, 65, 95, 125–126  
Bolek Elwira 40  
Borman Antoni 156  
Borowski Tadeusz 239, 244, 246  
Boruciński Michał 184  
Boulle Pierre 211  
Boy–Żeleński Tadeusz 123, 324  
Bradley William 103  
Brando Marlon 208–210  
Brodka Monika 43  
Broniewski Władysław 234, 410, 413–414  
Bruant Aristi, de 74–76  
Bryl Mariusz 36, 400  
Brzechwa Jan 179–180  
Bukowski Jan 160–161  
Burkot Stanisław 383
- Calkins Earnest Elmo 95  
Cappiello Leonetto 21, 62  
Caravaggio Michelangelo Merisi da 402–403  
Carré Michael 332

- Cassandre Adolphe Mouron 293–294  
 Castria Francesca 100  
 Cękański Eugeniusz 231  
 Chaplin Charles 56  
 Chéret Jules 21–22, 24, 60–67, 95,  
 104–106, 116–117, 430,  
 Chmielewski Witold 230  
 Chomczyński Piotr 182, 191  
 Chomicz Witold 435  
 Chopin Fryderyk 410–411, 414, 424–  
 425, 429  
 Chrul Irena 381–382  
 Cieplak Piotr 255–256  
 Ciesielska Magdalena 119  
 Cieśliewicz Roman 33, 97–99, 283–284,  
 305–306, 359–360, 372–373, 429  
 Coppola Francis Ford 208  
 Crespin Adolphe 104–105  
 Cyrankiewicz Józef 228  
 Czajkowski Józef 161  
 Czajkowski Piotr 279, 431  
 Czerniawski Jerzy 31–32, 99, 101, 368  
 Czubińska Magdalena 24, 224  
 Czudowska–Kandyba Irena 94  
  
 Dąbrowska Anna 43  
 Dąbrowska Maria 274–275, 365, 367,  
 369  
 Daguerre Louis Jacques 134  
 Dali Salvador 402–404  
 Daumier Honore 65  
 David Jacques–Louis 287  
 Defoe Daniel 327–329  
 Dejmek Kazimierz 99, 396  
 Désossé Valentin, le 23, 63, 66  
 Dichter Wilhelm 227, 232  
 Dinesen Robert 137  
 Dobrski Wiktor Józef (pseud. Victor  
 Joze) 125  
  
 Domenico Cantoni 203  
 Dostojewski Fiodor 347, 349  
 Drewiński Lex 26, 265  
 Drózdź Stanisław 264  
 Ducange Victor 124  
 Ducarre Pierre 75  
 Dujardin Edouard 125, 151  
 Dulewicz Andrzej 25  
 Dürrenmatt Friedrich 426, 429  
 Dutkiewicz Marek 42  
 Dyakowski Michał 262–263  
 Dybczyński W.P. 178  
 Dydo Krzysztof 24, 131, 265  
 Dymarczyk Waldemar 182, 191  
 Dymmel Piotr 173  
 Dziadek Adam 219  
  
 Jefimov Boris 221  
 Eidrigevicius Stasys 363–364  
  
 Fangor Wojciech 421, 423, 435  
 Feininger Lyonel 401  
 Felker Clay 434  
 Ferenc Tomasz 182, 191  
 Fik Marta 415  
 Folga–Januszewska Dorota 19, 47, 119,  
 137, 179, 269  
 Forain Jean–Louis 116  
 Fosse Bob 137–138  
 Fredro Aleksander 251, 254–256  
 Freudenreich Marek 369  
 Frey Julia 22–23, 63, 74, 124  
 Friedrich Caspar David 377–378, 382  
 Fronczewski Piotr 42  
 Frycz Karol 131–132, 152  
 Fukuda Shigeo 404–405  
  
 Gadomska Viktoriya 267  
 Gałczyński Konstanty Ildefons 239

Gąsiorowska Anna 183  
 Gelbard Jerzy 156  
 Gide André 303, 306  
 Glaser Milton 434  
 Gloger Zygmunt 51  
 Głowacki Janusz 393, 395–396  
 Głowiński Michał 192  
 Goethe Johann Wolfgang 330–333  
 Gogler Paweł 219  
 Gogol Mikołaj 342–343, 345–346  
 Gorett Claude 414  
 Górka Wiktor 138, 147, 166, 237–238, 432  
 Górowski Mieczysław 288–290, 403–404  
 Gounod Charles 332  
 Goya Francisco 100–101  
 Grabowska–Konwent Anna 284  
 Grechuta Marek 248  
 Grodecka Aneta 47  
 Gronowski Tadeusz 112, 140, 153, 156–159, 163–164, 231, 261, 279–281, 430–431  
 Grubek Dorota 407  
 Guilbert Yvette 151  
 Guinness Alec 211  
 Gutenberg Johannes 51  
  
 Hankar Paul (Paweł) 104–105  
 Hanusek Jerzy 97  
 Hartwig Julia 412  
 Hedren Tippi 87  
 Hejmej Andrzej 257, 274, 278  
 Hernas Czesław 315, 334, 354, 386  
 Hertz Paweł 100  
 Higersberger Renata 151, 418  
 Hilscher Hubert 146, 425  
 Hitchcock Alfred 87, 89  
 Hładki Jadwiga 436  
  
 Hłasko Marek 240, 242  
 Hoffmann Ernst Theodor Amadeus 25  
 Houston Keith 72  
 Huston John 68  
  
 Iwanicka Izabela 97, 127, 133, 177, 203, 221, 305, 360, 403, 411, 428  
 Iwański Sławomir 35  
 Iwaszkiewicz Jarosław 374–375  
  
 Jackowska Olga 43  
 Jackowski Marek 43  
 Jagiellonka Anna 315  
 Jakubowska–Ożóg Alicja 47  
 Janczarski Jacek 42  
 Jandura Michał 162  
 Janicka Kamila 416  
 Janowski Witold 129  
 Jarmułowicz Małgorzata 238  
 Jastrzębiec–Kozłowski Czesław 347  
 Jastrzębowski Wojciech 198  
 Jaworski Krzysztof 358  
 Jaworski Stanisław 115  
 Jourdain Francis 23  
 Juisis Reni 43  
 Juszkiewicz Piotr 400  
  
 Kaczorowski Bartłomiej 117  
 Kafka Franz 242, 282–284, 361, 363–364  
 Kaja Ryszard 39–41, 44, 258–259, 442  
 Kałużny Maksymilian 169  
 Kamekura Yusaku 35  
 Kamocki Stanisław 24  
 Kandinsky Wassily 35  
 Kane Charles Foster 417  
 Kapłoński Bartłomiej 43  
 Kawa Jacek 384  
 Kawalerowicz Jerzy 390–391, 414

Kiec Izolda 21, 150, 155  
 Kisielewski Andrzej 96  
 Klein David 433–435  
 Klich Kasia 43  
 Knorowski Mariusz 27, 87, 97, 127, 133,  
 177, 203, 221, 305, 360, 403, 411, 428  
 Kochanowski Jan 315–317  
 Kokoschka Oskar 415–416  
 Kołek Wojciech 170  
 Konopelski Leonard 442  
 Konwicki Tadeusz 235, 238, 419–420  
 Kopaliński Władysław 89, 307  
 Kopernik Mikołaj 383, 385  
 Korcz Włodzimierz 42  
 Korcuć Wojciech 285  
 Kosmyńska Sławomir 349–350  
 Krajewski Andrzej 86  
 Krajewski Juliusz 175  
 Krasieńska Barbara 19, 24  
 Kreczmar Adam 43  
 Krusiewicz Włodzimierz 168  
 Kruszyński Zbigniew 41  
 Krynicki Ryszard 248, 250  
 Krzeczek Józef 43  
 Krzeczkowski Henryk 312  
 Krzysteczko Dawid 269  
 Krzyżanowski Julian 51, 315, 334, 354,  
 386  
 Kubalska–Sulkiewicz Krystyna 20  
 Kuczborski Stanisław 132  
 Kurpik Maria 23, 24, 119, 139, 143, 148,  
 161, 164, 169, 220, 256, 269, 439  
 Kutyło Łukasz 191  
  
 La Mure Pierre 68  
 Ladvoat 124  
 Łapiński Zdzisław 233, 238, 240  
 Laurysiewicz Stefan (Jan Gwalbert  
 Stefan) 79, 116  
  
 Lem Stanisław 31  
 Lemerrier Joseph–Rose 199  
 Lengren Zbigniew 242–243  
 Lenica Jan 27, 57, 111, 332–333, 431  
 Lenk Krzysztof 36, 267  
 Levy Karol (Charles) 70  
 Lewandowska Aleksandra 97, 127, 133,  
 177, 203, 221, 305, 360, 403, 411, 428  
 Lewandowski Jan 138  
 Lewandowski Robert 144  
 Lewnau Magdalena 183  
 Libera Antoni 378–379  
 Lichtenstein Roy 86  
 Linda Bogusław 408  
 Linke Bronisław 233  
 Lipiński Eryk 154, 176, 274–275, 428–  
 429  
 Lipiński Stanisław 185  
 Lipszyc Paweł 72  
 Litfass Ernst 20, 51  
 Łomnicki Tadeusz 321, 423  
 Longawa Patrycja 127  
 Łosowski Sławomir 42  
 Lubelski Tadeusz 418, 420  
 Łukosz Jerzy 284  
 Lumière bracia 417  
  
 Maanam 43  
 Machado Joao 285  
 Maeterlinck Maurice 24, 224–226  
 Magritte René 427, 429  
 Majewski Lech 350  
 Makowiecki Andrzej Z. 318, 324, 328,  
 330  
 Manet Édouard 65  
 Manteuffel Edward 436  
 Manteuffel–Szarota Anna 20  
 Marczak–Oborski Stanisław 387  
 Marty André 77–78

- Maszkowski Karol Zyndram 438, 440  
 Matejko Jan 24, 197–198  
 Matejko Theo 137  
 Matul Katarzyna 256, 269  
 Mehoffer Józef 24, 197–198  
 Michalak Marcin 118  
 Michalik Marian B. 88, 137, 209, 211, 422  
 Mickiewicz Adam 98–99, 338–339, 341, 358, 409  
 Międzyrzecki Artur 412  
 Mileńko Maria 209–210  
 Miłośz Czesław 419–420  
 Minnelli Liza 137  
 Młodożeniec Jan 29, 148, 316, 422–423  
 Młodożeniec Piotr 91–92, 128, 206–207, 270  
 Moliere (Jean Baptiste Poquelin) 323–326  
 Monet Claude 427  
 Moore Henry Spencer 438, 440  
 Morawińska Agnieszka 151, 418  
 Mount Christopher 427–428  
 Mozart Wolfgang Amadeus 277  
 Mrowczyk Ewa 94  
 Mrowczyk Jacek 284, 289  
 Mucha Alfons 21, 62, 106, 199–201, 204  
 Mucha Stanisław 290  
 Mucharski Jan 156, 158–159  
 Mucman Bolesław 42  
 Müller Thomas Matthaeus 292  
 Musiał Łukasz 282, 361  
 Naborowski Daniel 217–218  
 Naganowscy Irena i Egon 426  
 Nicoll Allardyce 312  
 Niebrzegowska–Bartmińska Stanisława 40  
 Nieczuja–Urbański Eugeniusz 188  
 Niedźwiedź Jakub 257, 274, 278  
 Niepce Niecephore 134  
 Niepokólczycki Wacław 312  
 Nitschowa Ludwika 437  
 Norblin Stefan 142, 164–165  
 Norwid Cyprian Kamil 25  
 Nowakowski Bogdan 298–299  
 Nowakowski Jan 354  
 Nowakowski Marek 230, 232  
 Nowakowski Rafał 97, 127, 133, 161, 169, 177, 203, 221, 305, 360, 403, 411, 428, 439  
 Nowicki Maciej 166  
 Nowosad–Bakalarczyk Marta 40  
 Nowosielski A. 237–238  
 Olbiński Rafał 18, 95–96, 247–248, 250, 401–402, 407, 410, 413, 426–429  
 Olbrychski Daniel 408  
 Oleksiak Aleksandra 97, 127, 133, 151, 177, 203, 221, 305, 360, 403, 411, 418, 428, 439  
 Olesiński Ryszard 43  
 Oller Joseph 21–22, 62, 64, 68  
 Opatowicz Adam 248  
 Ormiston Rosalind 200–201, 204  
 Orzechowski Adam 39  
 Osiecki Stefan 142–144  
 Ostrowicki Michał 94, 96  
 Pacino Al 208  
 Pągowski Andrzej 27, 31, 314, 337, 356–357, 373, 391–392  
 Pągowski Filip 133, 144, 149, 263, 345, 418, 424, 438  
 Pałka Julian 412, 414  
 Parszewska Dorota 143, 164  
 Passent Agata 427–428

Pawłowski Marek 289, 432  
 Perruchot Henri 64  
 Pieczka Franciszek 391–392  
 Piekot Tomasz 40  
 Pietrzak Jan 42  
 Piłsudski Józef 184–185  
 Piotrowski Piotr 400  
 Pissarro Camille 20, 58  
 Pleśniarowicz Krzysztof 224  
 Płonka Marcin 139  
 Pluta Władysław 140, 162, 204, 211–  
 213, 265–267, 439–440, 442  
 Polański Roman 406, 408  
 Polnar Bolesław 341, 389  
 Połomski Jerzy 43  
 Prandzioch Szymon 268, 282  
 Prevot Charles–Victor (Vicomte d’Ar-  
 lincourt) 124  
 Procajłowicz Antoni 132  
 Promio Alexandre 417  
 Pronaszko Andrzej 131–132  
 Pronaszko Zbigniew 131  
 Prus Bolesław 52, 414  
 Prus Łucja 43  
 Pruszyński Andrzej 131, 437  
 Przybyszewski Stanisław 24, 223, 225  
 Przymus Irena 309  
 Przymuszała Beata 219  
 Pucelle Jean 85  
 Puszkina Aleksander 342  
 Puzo Mario 208  
 Pycka Anna Małgorzata 143  
  
 Radziejewski Andrzej 185  
 Radziwiłł Antoni Henryk 332  
 Radziwiłłówna Krystyna 315  
 Renaudin Jules Étienne Edme 23, 63  
 Renoir Auguste 368–369  
 Reymont Władysław 351–353  
  
 Rezaei Amir 381–382  
 Rimbaud Arthur 371  
 Rinn Danuta 41–42  
 Rohoziński Janusz 374  
 Rokossowski Konstanty 228  
 Romanowicz Antoni 172, 298–299  
 Romański Jerzy 202  
 Rothschild Alphonse, de 126  
 Różański Mieczysław 143  
 Różewicz Tadeusz 86, 386–389  
 Roztworowski Bogusław 264  
 Rubens Pieter 307  
 Rudziński Piotr 24, 160, 224  
 Rurawski Józef 351  
 Ruszczyk Ferdynand 184  
 Rybak Justyna 167  
 Ryszczyński Tomasz 395–396  
 Rzecki Stanisław 132  
  
 Sadowski Wiktor 349–350, 363–364  
 Salis Rodolphe 21, 150  
 Sandecka Stanisława 166  
 Sarnecki Zygmunt 224  
 Sattler Josef 309–310  
 Sawka Jan 381–382  
 Sawrymowicz Eugeniusz 334  
 Schendel Artur, van 90  
 Schmeichel–Zarieczna Monika 173  
 Schoeck Wolfgang 269  
 Schubert Zdzisław 293, 297, 309, 434  
 Schulz Bruno 258–259, 284  
 Schulz Wilhelm 202, 204, 433–434  
 Senefelder Alois 55, 69–70, 72  
 Setkowicz Adam 183, 185  
 Seurat Georges 95  
 Shakespeare William 256, 318–319,  
 321–322  
 Sichulski Kazimierz 132  
 Siejka Piotr 43

Sienkiewicz Barbara 383  
 Sinko Grzegorz 328  
 Skała Emil 441  
 Skoczylas Władysław 184–185  
 Skolimowski Jerzy 142–144  
 Skorwider Eugeniusz 287  
 Sławiński Adam 43  
 Sławiński Janusz 192, 295, 299, 384  
 Słodowski Jan 138, 376, 421  
 Słomczyński Jan 28, 113, 176  
 Słowacki Juliusz 38, 99–101, 334–335, 337  
 Smaga Józef 347  
 Sobczyk Dorota 119  
 Sobczyk Katarzyna 43  
 Sokorski Włodzimierz 178  
 Sopoćko Konstancy Maria 126–127, 246  
 Sowińska Iwona 418  
 Spiegel Krystyna 27, 57, 87, 97, 118  
 Stachowiak Mariusz 321–322  
 Staff Leopold 53  
 Starowieyski Franciszek 27–28, 332–333, 363–364  
 Starzyński Juliusz 178  
 Rembowski Stefan 43  
 Steinlen Théophile Alexandre 21, 62, 76, 77, 150  
 Stendhal 25  
 Stern Anatol 358–359  
 Stopczyk Stanisław 67  
 Stryjeńska Zofia 113  
 Strykowski Julian 390–391  
 Strzebiński Władysław 408  
 Stypułkowska Krystyna 423  
 Suchocki Wojciech 400  
 Sulima Helena 152  
 Świątek Sławomir 415  
 Święch Jerzy 374  
 Świerzy Waldemar 203–204, 206, 353, 375–376  
 Syska Rafał 418  
 Szablowska Anna Agnieszka 159  
 Szaybo Rosław 212–213, 425  
 Szczepańska Anna 268  
 Szczęsna Ewa 26, 274, 278  
 Szczuka Mieczysław 172  
 Szelegejd Jacek 97, 127, 133, 177, 203, 221, 305, 360, 403, 411, 428  
 Szlengel Władysław 42  
 Szpor–Węglarska Anna 131  
 Szulecki Tomasz 425, 429  
 Szydłowska Agata 23, 139, 143, 148, 161, 164, 169, 220, 256, 377, 439  
 Talbot William, Henry Fox 134  
 Tarnawski Władysław 319  
 Tatarkiewicz Władysław 83  
 Taylor Rod 87  
 Teodorczyk Mieczysław 180  
 Thomson Richard 63  
 Tom Józef 153  
 Tomasiak Wojciech 171, 238, 240  
 Tomaszewski Henryk 132–133, 144, 149, 263, 345–346, 418, 423–425, 429, 438, 440  
 Toorop Jan 89–90, 202, 204  
 Totmes 33  
 Toulouse–Lautrec Henri, de 21–24, 36–37, 56, 62–64, 67–68, 72, 74–78, 124–125, 151  
 Trawinski Piotr 33, 283  
 Trepkowski Tadeusz 166, 174, 176–177, 410–411, 413–414  
 Troxler Niklaus 35  
 Tulli Magdalena 257, 259  
 Turczyn–Zalewska Hanna 200–201, 204



Tuwim Julian 42, 192–193, 342, 346

Ulewicz Tadeusz 315–316

Urbaniec Maciej 356–357, 388–389,

Uziembło Henryk 135–136

Veistola Jukka 291, 295–297

Velde Willem, van de 401

Verlaine Paul 371

Villon Jacques 21, 62

Vincenz Andrzej 217

Vuillard Edouard 21, 62

Wajda Andrzej 353, 407–408, 421

Wajwód Antoni 172, 436

Walicki Andrzej 342, 346

Wałkuski Wiesław 30, 167, 218, 327,  
329, 402–403

Waniek Henryk 420, 423

Warda Michał 97, 127, 133, 157, 177, 203,  
221, 305, 360, 403, 411, 428

Warhol Andy 290

Wasilewski Mieczysław 36–37, 167, 212,  
286, 413–414

Waśniewski Jerzy 25

Wat Aleksander 358–359

Wdowiszewski Jan 27–28, 102, 107

Weber Louise (La Goulue) 23, 63

Weiss Wojciech 24, 110

Welles Orson 417–418

Więckowska–Lazar Janina 223

Wieczorek Stanisław 183

Wieczorek–Niebielska Anna 100

Wielanek Stasiek 42

Wielgus Stefan 246

Wilde Oskar 371

Wilhelm II Król 187–188

Winkler Kazimierz 43

Witkiewicz Stanisław Ignacy 370–373

Witz Ignacy 205

Witzel Josef Rudolf 104

Wojtkiewicz Witold 132

Woronow Ilona 25

Wyćlan Roman 143

Wysłouch Seweryna 30, 34, 219, 257,  
276, 288, 296–297

Wyspiański Stanisław 24, 38, 91–92,  
132, 223, 225–226, 354–355, 357

Yano Kashimi 86

York Michael 137

Zabrzaska–Pilipajc Anna 139, 148

Zakrzewski Włodzimierz 175, 220–222

Zamecznik Wojciech 139–140

Zamoyski Jan 315

Zapolska Gabriela 79, 116, 137, 225

Zarębska Paulina 160

Zaruski Mariusz 141–142

Zawada Andrzej 152

Zawodniak Mariusz 240

Żebrowski Edward 31

Zelek Bronisław 88

Zidler Charles 21–22, 62, 64, 68–70, 72

Zieliński Roman 168

Ziemiszewska Agnieszka 28

Zola Emil 59

Zuberbier Ewa 386

Zuffi Stefano 100

Żuławski Marek 437, 440

Monografia *Literatura i plakat* stanowi kolejną część cyklu „Korespondencja sztuk” poświęconego powinowactwom literatury i sztuki. Podejmowane w niej zagadnienia dotyczą tekstów kultury należących do obydwu tytułowych dziedzin twórczości oraz ich wzajemnych oddziaływań. Analityczno-interpretacyjny komentarz autorski egzemplifikowany jest tekstami literackimi i reprodukcjami korespondujących z nimi plakatów. Praca stanowi przyczynek do badań ilustrujących zmiany zachodzące we współczesnej sztuce i kulturze.

**Alina Biała** – dr hab., prof. UJK w Instytucie Literaturoznawstwa i Językoznawstwa. Zajmuje się powiązaniem literatury i sztuki oraz dydaktyką języka polskiego. Autorka czteroczęściowej serii *Korespondencja sztuk* (*Literatura i malarstwo* [2009], *Literatura i architektura* [2010], *Literatura i muzyka* [2011], *Literatura i taniec* [2013]) oraz artykułów, m.in.: „Sztuka z fantazji i kamienia”. *Zbigniewa Herberta widzenie architektury* [2012], *Franciszkańskie witraże Stanisława Wyspiańskiego i ich pogłos w wierszu Leopolda Staffa „S.W.”* [2012], *O malarskim modelu interpretacji dzieła literackiego* [2015], *O romantycznej idei korespondencji sztuk na podstawie „Tańca” Fryderyka Schillera* [2015], *„Brama naszego dzieciństwa jest otwarta na oścież”*. *‘Sztuka Makowskiego’ Jerzego Harasymowicza w kontekście antropologicznej koncepcji obrazu* [2016], *W podwójnej perspektywie – plakat artystyczny* [2019], *„Cztery pory roku” Antonia Vivaldiego wobec literackiego pierwowzoru* [2019].

ISBN 978-83-7133-875-5



9 788371 338755