

Mateusz M. Bieczynski

Prawnik, historyk sztuki, kurator wystaw, krytyk artystyczny, autor publikacji, biegły sądowy z zakresu prawa autorskiego i sztuk wizualnych. Autor opracowań monograficznych na temat prawnych uwarunkowań życia artystycznego. Kurator wielu wystaw oraz redaktor licznych katalogów wystaw w Polsce i za granicą. Publikował na łamach wielu czasopism artystycznych, m.in. „Arteon”, „Art & Business”, „Format”, „Kwartalnik Fotografia”, „Obieg.pl”. Łącznie opublikował ponad 100 artykułów i wywiadów. E-mail: mateusz.bieczynski@uap.edu.pl

„Artystyczność” plakatu jako mit założycielski „polskiej szkoły plakatu”

Wprowadzenie

W okresie przypadającym bezpośrednio po II wojnie światowej wykształciły się w Polsce sprzyjające warunki dla rozwoju twórczości plakatu. Stało się to możliwe dzięki swoistemu kompromisowi pomiędzy oczekiwaniami władzy politycznej i środowisk artystycznych, do zawarcia którego doszło przez przypadek i dzięki kilku zbiegom okoliczności. Rezultat swoistej „niepisanej umowy” umożliwił całkiem szerokiej grupie twórców uzyskanie znacznej swobody twórczej zarówno w aspekcie formalnym, jak również treściowym.

Opisywana sytuacja była bez precedensu. Oto bowiem w państwie przynależnym do Bloku Wschodniego, w którym na wzór Związku Radzieckiego centralnie zadekretowano model sztuki oficjalnej zgodny z wytycznymi doktryny socrealizmu, możliwy stał się artystyczny eksperyment, a projektowanie graficzne nie musiało – w pewnym przynajmniej zakresie – wpisywać się w założenia państwowej propagandy. „Nawet w najtrudniejszych czasach stalinizmu projektantom udawało się używać metafor i alegorii”¹. Mało tego, władze PRL-u oficjalnie taką twórczość promowały, czyniąc z niej sztandarowy towar eksportowy, niejako wbrew założeniom własnej polityki kulturalnej wdrażanej na innych polach działalności twórczej². W tym kontekście zasadnym wydaje się, aby pytanie: „Jak to było możliwe?”, które w odniesieniu do zorganizowanego w 1966 roku I Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie postawiła Katarzyna

» 1 K. Lenk, Moore, [w:] idem, *Krótkie teksty o sztuce projektowania*, Warszawa 2011, s. 23.

» 2 W. Włodarczyk, *Socrealizm: sztuka polska w latach 1950-1954*, Warszawa 1986.

Matul³, rozszerzyć na polską twórczość plakatową, od późnych lat 40. do połowy lat 60. XX wieku określaną mianem „polskiej szkoły plakatu”.

Przyznanie plakacistom szerszego zakresu autonomii nie oznaczało oczywiście zupełnego wyjęcia ich działalności projektowej z ram polityki kulturalnej państwa. Wręcz przeciwnie. Swobodę twórcy ci musieli „ideologicznie wynegocjować”, a ich dokonania zostały następnie wykorzystane przez władze polityczne do własnych celów przy znacznym udziale krytyki artystycznej. Wielu ówczesnych teoretyków działających na usługach państwowych pism, starając się uchwycić fenomen polskiego plakatu powojennego, zestawiało go z zachodnimi odpowiednikami i przekonywało o jego artystycznej „wyższości”.

Charakterystyka ta dotyczyła przede wszystkim plakatu filmowego, który odznaczał się malarską ekspresją i obrazową metaforą, podczas gdy na Zachodzie wprzęgnięty był w mechanizmy wolnorynkowej („kapitalistycznej”) reklamy i ograniczał się – zdaniem polskich żurnalistów – wyłącznie do odtwórczego adaptowania filmowych kadrów i fotosów z twarzami aktorów. Retoryka przeciwstawiająca „dobry” plakat polski i „zły” plakat zagraniczny została zatem wpisana w kulturalną politykę PRL jako atrakcyjne hasło propagandowe. Oczywiście hasło to nie wywarło by pożądanego skutku i nie przełożyłoby się na faktyczne wypromowanie na świecie marki *Polish Poster* i wylansowanie terminu „polska szkoła plakatu”, gdyby nie rzeczywiście wysoki poziom wielu dzieł plakatowych, tworzonych przez rodzimych twórców.

Z przedstawionego pejzażu wylaniają się przynajmniej trzy osobne konteksty interpretacyjne dla hasła „plakat jako dzieło sztuki” w odniesieniu do „polskiej szkoły plakatu”: teoretyczno-programowy, polityczno-propagandowy oraz praktyczno-wykonawczy. Pierwszy z nich sprowadzić można do pytania o znaczenie „artystyczności” dla kształtowania się tożsamości medium plakatowego w Polsce powojennej. Drugi związany był z wykorzystaniem postulatu „zaliczenia plakatu do sztuki” do celów polityczno-propagandowych. Trzeci natomiast odnosi się do przełożenia pytania o „artystyczność plakatu” na samą praktykę artystyczno-projektową. Osobne omówienie każdego z nich posłuży jako punkt wyjścia do próby znalezienia dla nich wspólnego mianownika.

Stosownie do sformułowanego problemu badawczego, część pierwsza niniejszego artykułu została poświęcona źródłom swoistego mitu założycielskiego „polskiej szkoły plakatu”, którym było twierdzenie o jej „artystyczności”. Następnie zaprezentowana została jego ewolucja znaczeniowa na płaszczyźnie teoretycznej. W części drugiej zbadane zostały konteksty użycia twierdzenia o „artystyczności” plakatu jako kryterium wartościują-

» 3 K. Matul, *Jak to było możliwe? Powstanie Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie, Kraków 2015.*

cego i jako hasła propagandowego, celem uczynienia z plakatu swoistego „okrętu flagowego” polityki kulturalnej państwa. Część trzecia scalać będzie dwie wcześniej omówione perspektywy i odnosić do samej praktyki artystycznej oraz refleksji krytyczno-artystycznej na jej temat.

Poczynione ustalenia pozwolą następnie na postawienie w podsumowaniu pytania o skutki ukształtowania się tożsamości „polskiej szkoły plakatu” w oparciu o „mit artystyczności”.

Programowo-teoretyczny wymiar „artystyczności” plakatu

Pytanie o „artystyczność” plakatu, które stało się udziałem całego środowiska projektowego w Polsce w związku z organizacją I Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie w roku 1966, nie było nowe. Wręcz przeciwnie, poszukując źródeł teoretycznej refleksji na ten temat w okresie powojennym nie sposób nie przywołać początków kształtowania się infrastruktury na potrzeby publicznych zleceń na plakaty kulturalne, w szczególności zaś na plakaty filmowe. Początki te barwnie opisuje wielokrotnie cytowana anegdota, opowiedziana przez jednego z „ojców założycieli polskiej szkoły plakatu”, Eryka Lipińskiego. Wynika z niej, że o wypracowaniu wspomnianego na wstępie kompromisu między władzą a artystami, na podstawie którego twórcy plakatu filmowego otrzymali szerszy zakres swobody, niż artyści tworzący w innych dziedzinach artystycznych i projektowych, zdecydował zbieg okoliczności. Lipiński opowiadał:

W roku 1945 w Łodzi, w wydziale reklamy Filmu Polskiego pracowała moja stryjeczna siostra Hanna Tomaszewska. Pewnego dnia proponowała mnie i Henrykowi Tomaszewskiemu, byśmy zaprojektowali kilka plakatów filmowych. Nie potraktowaliśmy tej propozycji serio, żartowaliśmy nawet, że Tomaszewska, z domu Lipińska, zwróciła się do nas tylko ze względu na zbieżność nazwisk. Ofertę, oczywiście, odrzuciliśmy, plakaty filmowe bowiem uważane były za produkcję drugiej kategorii i szanujący się grafik poczytywałby sobie za ujmę zajmowanie się tą pracą. Myśl jednak zakiełkowała, gdyż w kilka dni później Henryk wrócił do tej sprawy. Uznał mianowicie, że można by przyjąć propozycję Filmu Polskiego, ale pod warunkiem, że nasze plakaty nie będą – jak dotychczas – portretowały aktorów grających w danym filmie, ale będą kompozycją graficzną, zainspirowaną treścią obrazu. Pomysł podobał mi się, podobał się również szefowej mojej siostry Marynie Sokorskiej, która zaakceptowała go całkowicie, nie zważając na protesty zawodowych filmowców⁴.

» 4 Eryk Lipiński (*nota biograficzna*), Culture.pl, <https://culture.pl/pl/tworca/eryk-lipinski> [dostęp: 1.05.2021].

Opowieść ta funkcjonuje dziś na prawach legendy, ale mimo to dostarcza wielu informacji przydatnych dla zrozumienia relacji twórców z władzą w realiach tworzącego się państwa socjalistycznego. Z punktu widzenia omawianego w tym artykule zagadnienia ważne w przytoczonej wypowiedzi jest przede wszystkim zwrócenie uwagi na postawiony przez Lipińskiego i Tomaszewskiego warunek współpracy z Filmem Polskim – „autorski charakter wykonywanych plakatów”. Twórcy od samego początku nie chcieli się zgodzić na udział w produkcji druków reklamowych o pośledniej wartości artystycznej, będących jedynie powtórzeniem kadrów z filmów lub twarzy występujących w nich aktorów. Akceptacja ze strony kierownictwa firmy dystrybuującej na wyłączność dzieła kinematografii polskiej i zagranicznej na terenie kraju była równoznaczna nie tylko z zapoczątkowaniem nowej tendencji w twórczości plakatowej, ale także ze zbudowaniem fundamentów dla przyszłego odróżnienia plakatu reklamowego i artystycznego. Przeciwstawienie sobie obu wymienionych rodzajów plakatów – jak słusznie zauważył Mariusz Knorowski – nie miało wprawdzie zakorzenienia w rzeczywistości życia społecznego, bowiem centralnie sterowana gospodarka socjalistyczna nie zakładała konkurencji na rynku towarów i usług, co czyniło reklamę zbędną. Mimo to:

jej ideologicznie uzasadniona nieobecność – przewrotnie – była ze wszech miar pozytywnym czynnikiem stymulującym rozwój plakatu artystycznego, bezinteresownego w sensie przekazu intencji nadawcy⁵.

Fakt, że reklama nie miała w PRL-u racji bytu, nie wykluczał jednak faktycznej doniosłości opozycji dwóch przeciwstawionych sobie przez Lipińskiego modeli projektowania graficznego. Powojenni twórcy w naturalny sposób odnosili się do standardów dwudziestolecia międzywojennego, gdy tworzenie plakatów filmowych z wizerunkami aktorów było normą. Stymulująca rozwój plakatu filmowego nieobecność reklamy w Polsce powojennej wydaje się być bardziej czytelna w kontekście funkcjonalnych uwarunkowań dystrybucji kinematograficznej, wyznaczonych przez treść podpisanych z państwami zachodnimi umów na wymianę kulturalną. Zachodnie filmy trafiały do Polski po II wojnie światowej na mocy porozumień pomocowych realizowanych przez Administrację Narodów Zjednoczonych do spraw Pomocy i Odbudowy (UNRRA)⁶. Film Polski uzyskiwał

» 5 M. Knorowski, *Polska szkoła plakatu – rzecz o wolności myślenia i szczególnym rodzaju synergii*, <https://teologiapolityczna.pl/polska-szkola-plakatu> [dostęp: 1.05.2021].

» 6 Układ pomocowy podpisało 48 państw; celem była pomoc, po zakończeniu działań wojennych, krajom alianckim najbardziej dotkniętym wojną (m.in. Polsce), które nie miały dostatecznych środków finansowych, by zapewnić import niezbędnych towarów; pomoc obejmowała dostarczanie produktów pierwszej potrzeby (m.in. żywność, leki, surowce) oraz

prawa do ich dystrybucji często ze znacznym opóźnieniem w stosunku do ich światowej premiery, przez co producenci nie wywierali presji na wykorzystanie do ich reklamy oryginalnych materiałów promocyjnych. W ten sposób zlecenia na wykonanie plakatów trafiały do polskich twórców, co z kolei umożliwiło realizację sformułowanego przez Lipińskiego i Tomaszewskiego postulatu „projektowania autorskiego”.

Wskazanie reklamy jako negatywnego punktu odniesienia formalnego było dla Lipińskiego bezpieczniejsze w niepewnej rzeczywistości powojennej 1945 roku, niż ewentualna krytyka wzorców plakatu politycznego. Trudno jednak nie zwrócić uwagi na to, że odrzucenie topornej figuracji reklamowej było równoznaczne ze sprzeciwem wobec doktryny realizmu socjalistycznego. Różnica między założeniami formalnymi komercyjnej reklamy zachodniej i socrealistyczną figuracją w gruncie rzeczy nie była znaczna. W obu przypadkach za pomocą bardzo podobnych środków wyrazu – idealizowanej figuracji – dążono do osiągnięcia w gruncie rzeczy tego samego celu o charakterze perswazyjnym. Łatwo wyobrazić sobie odgórne zarządzenie władz politycznych, nakazujące tworzenie plakatów kulturalnych zgodnie z wytycznymi socrealizmu, który promował akademicki typ figuracji. Gdyby tak się rzeczywiście stało, wówczas przybrałyby one formę zbliżoną do modelu uznanego w przytoczonej anegdocie za negatywny punkt odniesienia i o żadnym kompromisie nie mogłoby być mowy.

Nie bez znaczenia jest również czas, w którym została złożona artystom propozycja Filmu Polskiego. Wprawdzie w roku 1945 los Polski był już przesądzony, to życie publiczne wciąż jeszcze nie było w pełni zindoktrynowane. To, czy okoliczność ta faktycznie dopomogła twórcom w uzyskaniu akceptacji dla poszerzonego względem innych dziedzin sztuki zakresu autonomii plakatu filmowego, pozostanie przedmiotem historycznych dywagacji, nie można tego jednak w pełni wykluczyć. Ważniejsze niż przyczyny są jednak skutki, w szczególności fakt, że zdobyty zakres swobody udało się twórcom plakatu zachować w dłuższej perspektywie. Z czasem – jak zauważył Knorowski – swoboda na polu projektowania plakatu kulturalnego stała się rekompensatą za „wymuszony ideowy serwilizm [polegający na] dyspozycyjnym uczestniczeniu w rytuale i spektaklu władzy”⁷, czyli w równoległym tworzeniu plakatów propagandowych.

Z punktu widzenia niniejszego artykułu ważniejsza od opisu szczegółowych relacji twórców z władzą jest jednak trwałość postulatu uczynienia

podstawowych urządzeń do wznowienia produkcji przemysłowej irolniczej, a także usługi ekspertów; ogólna wartość udzielonej w ramach UNRRA pomocy wynosiła ok. 3,9 mld dolarów USA; wartość pomocy udzielonej Polsce wynosiła 453 tys. dolarów; w roku 1945 UNRRA została przejęta przez ONZ, a w roku 1947 rozwiązana; agendy przejęły Międzynarodowy Fundusz Narodów Zjednoczonych Pomocy Dzieciom i Urząd Wysokiego Komisarza Narodów Zjednoczonych do spraw Uchodźców.

» 7 M. Knorowski, *Polska szkoła plakatu – rzecz o wolności myślenia i szczególnym rodzaju synergii*, <https://teologiapolityczna.pl/polska-szkola-plakatu> [dostęp: 1.05.2021].

z plakatu czegoś więcej niż reklama – uczynienia z niego dzieła sztuki. Nie wyczerpywał się on bowiem w deklaracji twórców i ich twórczej praktyce, ale stał się stale powracającym tematem krytycznych refleksji i debat. Był uszlachetniającą wymówką od dyktatu socrealizmu. Swoistym zwieńczeniem procesu podniesienia rangi plakatu do miana dzieła sztuki była zaś organizacja I Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie w 1966 roku. Jak zauważyła Matul, organizatorom:

chodziło o to, aby plakat uczynić jedną z dyscyplin sztuki współczesnej. Ten śmiały cel przekuwany był na przemyślaną strategię „konsekracji” plakatu, dzięki której stawał się on dziełem sztuki⁸.

O „artystyczności” plakatu mówiono i pisano. Rozpoznanie to stanowiło również nić porozumienia twórców z publicznością. Uznanie walorów estetycznych było łatwiejsze dla przeciętnego odbiorcy, niż zrozumienie przez niego prawideł budowania struktury przekazu wizualnego w grafice projektowej.

Polityczno-propagandowa funkcja „artystyczności” plakatu

Powiązanie idei „plakatu jako dzieła sztuki” na gruncie teoretyczno-artystycznym z jego wymiarem propagandowym ujawniło się w wielu tekstach krytyczno-artystycznych, dla których reprezentatywny jest artykuł Jana Lenicy pod tytułem *Plakat – sztuka dzisiejszych czasów*⁹, opublikowany na łamach „Przeglądu Artystycznego” w roku 1952. Autor pisał:

Ukazywały się i ukazują po dziś dzień na zachodzie Europy plakaty zrozumiałe i przemawiające, ale przemawiające do najgorszych gustów mieszczaństwa, naturalistyczne, wulgarne, prowadzące za wszelką cenę tylko do jednego – do nabicia kieszeni kapitaliście. W tych warunkach, mimo iż wśród swych twórców posiadał mistrzów dużej klasy, plakat nie mógł zdobyć praw pełnowartościowego gatunku artystycznego. Pozbawiony wartości ideowych, był marginesem sztuk plastycznych, lekceważoną przez «prawdziwych» malarzy grafiką «użytkową». Mogło to nastąpić dopiero w kraju, w którym Rewolucja Październikowa przywróciła sztuce jej humanistyczną godność¹⁰.

Przytoczony fragment osadza opozycję plakatu reklamowego i „artystycznego” w polityczno-propagandowym kontekście. Utrzymany jest

» 8 K. Matul, *Jak to było możliwe?...*, op. cit., s. 76.

» 9 J. Lenica, *Plakat – sztuka dzisiejszych czasów*, „Przegląd Artystyczny” 5/1952, s. 35 i n.

» 10 *Ibid.*, s. 37.

w duchu „natchnionej” mowy socjalistycznego przodownika. Jego treść natomiast stara się łączyć różne wątki relacji sztuki i plakatu – historyczne i aktualne, wskazując jednak jednoznacznie na radziecki rodowód koncepcji plakatu jako dziedziny twórczości artystycznej.

To, co u Lenicy zostało zasygnalizowane jako życzeniowa manifestacja, miało jednak o wiele głębsze uwarunkowanie instytucjonalne, a ściślej było konsekwencją wczesnopowojennej dezorganizacji struktur administracji państwowej na polu kompetencji w zakresie ustalania wytycznych polityki kulturalnej i ich wdrażania. Pierwszy program polskiego Ministerstwa Kultury i Sztuki na lata 1945–1949 zakładał:

współistnienie sztuki zwanej wówczas „laboratoryjną” i „użytkowej”¹¹.

W ten sposób na samym początku kształtowania się polityki kulturalnej państwa w powojennej Polsce pojawiło się bardzo istotne, jak się okaże w czasach późniejszych, założenie dwutorowości działalności artystycznej i zróżnicowanej zależności instytucjonalnej w sferze twórczości plakatu. Mimo zasadniczych zmian polityki kulturalnej wraz z wprowadzeniem programu realizmu socjalistycznego, a tym samym wyraźniejszego określenia jedności działań artystycznych we wszystkich dziedzinach podporządkowanych idei partyjnej, w praktyce, właśnie w dziedzinie plakatu, pozostała – na niższych szczeblach – pewna niejasność kompetencyjna pozwalająca widzieć plakat w zależności od potrzeb między przemysłem artystycznym, czyli produkcją posługującą się formą estetyczną, a działalnością ideologiczną z jej wyrazistą retoryką propagandową. Oczywiście, w tamtych latach o plakacie reklamowym sensu stricto, trudno było mówić¹².

Potwierdzały to, że warunek Lipińskiego postawiony Filmowi Polskiemu był zgodny z linią programową Ministerstwa Kultury i Sztuki sprzed wprowadzenia socrealizmu i dlatego mógł zostać zaakceptowany. Osobnym pytaniem było to, czy sami artyści mieli świadomość istnienia wspomnianego, polityczno-kulturalnego dualizmu programowego, czy też ich koncepcja okazała się z nim zgodna jedynie przypadkowo.

W roku 1950 na scenie pojawił się nowy zleceniodawca plakatów filmowych – Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne (WAG), któremu podlegała produkcja plakatu aż do 1974 roku. W ten sposób doszło do połączenia w jednej komórce partyjnej kilku funkcji jednocześnie – wytwórczej, kontrolnej oraz opiniotwórczej. WAG sprawował bowiem kontrolę nad czasopiśmie „Projekt”, które stało się jego tubą propagandową.

» 11 A. Turowski, „Polska szkoła plakatu” en question, maszynopis, 2004, s. 3.

» 12 *Ibidem*, s. 3.

Kontrola WAG-u nie była jednak zupełna. Poza zasięgiem jego wpływów pozostawały plakaty do filmów produkowanych i dystrybuowanych przez Centralę Wynajmu Filmów (CWF). Uzyskana w ten sposób niezależność twórców znajdowała odbicie w eksperymentalnej formie tworzonych dzieł. „To względnie niezależne poletko niektórych plakacistów, musiało oczywiście denerwować politruków”¹³. Twórcy tacy jak Tomaszewski czy Jerzy Karolak byli w pierwszej połowie lat 50. XX wieku silnie krytykowani za niezależność myślenia projektowego i uchylanie się od tworzenia plakatów politycznych¹⁴. Nie tylko nie zostali jednak napiętnowani, ale mieli możliwość – skutecznej, jak się miało okazać – obrony. Świadczą o tym najlepiej zachowane wypowiedzi Tomaszewskiego z narad i dyskusji poświęconych zagadnieniom plakatu politycznego. Twórca ripostował w zdecydowanym tonie:

Krytyka często jest tylko teoretyczna, skostniała, rozumowa, klasyfikuje według jakichś paradygmatów żargonem zarozumiałych kieprów. Przecież dzieło ma przemawiać do człowieka, a nie do znaków algebraicznych, których wartość można dowolnie zmieniać¹⁵.

Po stronie eksperymentujących twórców opowiedział się również Szymon Bojko, który na łamach „Przeglądu Kulturalnego” wprost stwierdził, że „gdyby nie oparcie się o doświadczenia sztuki zachodnio-europejskiej nie mielibyśmy dobrego plakatu”¹⁶. Krytyk miał tu na myśli wpływy surrealistyczne, na które już wcześniej wskazywał Wojciech Fangor, czyli posługiwanie się zaskakującymi zestawieniami przedmiotów i widoków oraz budowanie przekazów w oparciu o wywołujące rozmaite skojarzenia metafory.

Taki punkt widzenia poprzedził nowe „odwilżowe” reguły sztuki Komitetu Centralnego, zgodnie z którymi zalecano twórcom – obok tworzenia w duchu niezdańczego egzaminu socrealizmu – naśladowanie sprawdzonych form sztuki zachodniej, oczywiście tych o lewicowym rodowodzie. Surrealizm nadawał się do tego idealnie, tym bardziej że na po-

» 13 *Ibidem*, s. 4.

» 14 Zob. J. Bogusz, *Niektóre problemy polskiego plakatu politycznego*, „Przegląd Artystyczny” 1953, s. 25.

» 15 Wypowiedź zamieszczona w broszurze *O plakacie. Zbiór materiałów z narad i dyskusji oraz artykułów poświęconych problemom plakatu politycznego*, WAG, RSW „Prasa”, Warszawa 1954, na prawach rękopisu, s. 63.

» 16 S. Bojko, *O nowatorstwie i tradycji w polskim plakacie*, „Przegląd Kulturalny” 23/1954, s. 8. Osobnym wątkiem, który wymagałby zbadania jest pytanie o historyczne pierwszeństwo wykorzystania określonego rodzaju rozwiązań formalnych. Z jednej strony, w wielu swoich plakatach Henryk Tomaszewski wydaje się o kilkadziesiąt lat poprzedzać styl pop-artu. Z drugiej strony, sam miał fascynować się stylem Saula Steinberga, Amerykanina, ilustratora „The New Yorker”, por. M. Knorowski, *Efekt zwierciadlany*, [w:] P. Rudziński, *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900-1950*, Lublin 2009, s. 217.

ziomie czysto formalnym nie był obarczony ideologicznie, a programowo sprzyjał ruchom antyburżuazyjnym. Zresztą André Breton, autor trzech manifestów surrealistycznych, oraz Louis Aragon, czołowy pisarz surrealistyczny, byli członkami Komunistycznej Partii Francji. W tym kontekście trafne spostrzeżenie Zdzisława Schuberta, że „w odniesieniu do plakatu zjawisko określane mianem «odwilży» nastąpiło o kilka lat wcześniej, niż w obszarze tak zwanych sztuk warsztatowych”¹⁷, nabiera wyrazistego sensu. Zwrot ku sztuce, który stał się udziałem twórców plakatu filmowego, nie ograniczał się jednak ani do stylistyki, ani do estetyki surrealizmu, ani nawet nie czynił z tego nurtu najważniejszego punktu odniesienia. Na poziomie retoryki surrealizm stanowił jednak pretekst do skierowania dyskusji o „artystyczności” plakatu na nowe tory.

Za moment przełomowy, utrwalający wolnościowe zdobycze na polu plakatu kulturalnego, uznawany jest przez wielu autorów pozytywny odbiór przez działaczy partyjnych plakatów eksperymentalnych na I Ogólnopolskiej Wystawie Plakatu z 1953 roku. Jak zauważa Turowski:

(...) partyjni decydenci (...) podjęli próbę uczynienia z plakatu witryny polskiej sztuki na zagranicę, oczywiście Zachodnią. Plakat kulturalny miał być odtąd legitymacją nowoczesności i odrębności kultury polskiej¹⁸.

Plan ten był zresztą realizowany z rozmachem już wcześniej poprzez eksport oficjalnych wystaw państwowych polskiego plakatu kulturalnego. W ciągu 20 lat dzielących lata 1950 i 1970 zorganizowano ich ponad 70. Polski plakat zagościł w najważniejszych stolicach świata – od Stanów Zjednoczonych przez większość państw europejskich, aż po Indie i Japonię. W katalogach im towarzyszących promowano jasny przekaz – polskie plakaty kulturalne to wyjątkowe dzieła sztuki. Na fali tego sukcesu doszło do ukształtowania nośnego określenia „polska szkoła plakatu”, które choć „obrosłe sprzecznymi znaczeniami, stało się trwałym komponentem języka krytyki oraz publicystyki (polityki i rynku) (...)”¹⁹.

Kluczową rolę w procesie jego kształtowania miał tekst Jana Lenicy, opublikowany na łamach czasopisma „Polska” skierowanego do zagranicznych czytelników, zatytułowany *Plakat polski*, w którym pojęcie „polska szkoła plakatu” pojawiło się po raz pierwszy. Należy podkreślić, że dla autora kluczowym kryterium decydującym o wyjątkowości polskiego plakatu była właśnie jego „artystyczność”. Lenica pisał:

» 17 Z. Schubert, *Plakat*, [w:] red. P. Piotrowski, *Odwilż. Sztuka ok. 1956 roku*, Poznań 1996, s. 129.

» 18 A. Turowski, „Polska szkoła plakatu”..., op. cit., s. 3.

» 19 *Ibidem*, s. 2.

Wyjątkowo interesującą dziedziną naszej sztuki plakatowej jest plakat filmowy, cieszący się dużym uznaniem nie tylko w kraju, ale i zagranicą. (...) Dzięki temu, iż dziedziną plakatu filmowego zainteresowali się utalentowani twórcy, zdobył on sobie rangę gatunku artystycznego o bardzo zróżnicowanym, ciekawym obliczu²⁰.

Taka charakterystyka „polskiej szkoły plakatu” została następnie usankcjonowana licznymi tekstami apologetycznymi pisanymi przez polską krytykę artystyczną na łamach państwowych gazet i magazynów. Oficjalne uznanie plakatu za dzieło sztuki zostało również „przyklepane” przez uczynienie z plakatu dzieła muzealnego – w 1961 roku został utworzony dział poświęcony temu medium w Muzeum Narodowym w Warszawie. W 1966 roku za zgodą władz zorganizowano pierwsze na świecie Biennale Plakatu, a w 1968 roku pierwsze Muzeum Plakatu w Wilanowie. Podczas propagandowo-programowych debat towarzyszących tym wydarzeniom do „artystyczności” plakatu wielokrotnie się odnoszono, czyniąc z niego swoisty dogmat, co utwierdzało jego użyteczność propagandową.

Praktyka twórcza jako intersekcja teorii sztuki i politycznej propagandy

Jak wykazano powyżej, postulat podniesienia plakatu na wyższy poziom „artystyczności” lub „uczynienia z plakatu dzieła sztuki” miał swoje odzwierciedlenie zarówno na gruncie teoretyczno-artystycznym, jak również w programowych założeniach socjalistycznej propagandy. O tym, że oba wymiary przenikały się, świadczy najlepiej cytowany już tekst Lenicy z roku 1952 *Plakat – sztuka dzisiejszych czasów*²¹. Stanowi on ciekawą próbę połączenia jedną klamrą kilku perspektyw omawianego tu zagadnienia: historycznej, teoretyczno-artystycznej oraz propagandowej. Jego znaczenie polega również na tym, że sumarycznie przedstawia ewolucję formy i funkcji plakatu. Czyni to jednak niestety wybiórczo i tendencyjnie, co stanowi jego wyraźny mankament.

Lenica rozpoczął tekst od przedstawienia historycznej genezy pytania o możliwość zaliczenia plakatu do sztuki wysokiej. Starał się on wykazać, że od swoich początków plakat, pod względem formalnym, niczym nie różnił się od malarstwa czy grafiki. Dyskredytowano go jednak ze względu na funkcję użytkową. Zgodnie z przyjętą przez autora retoryką, docenienie plakatu stało się możliwe dopiero w uwolnionym od napięć burżuazyjnych państwie radzieckim. To w ZSRR miały narodzić się wzorce plakatu „artystycznego”, znajdujące swój wyraz w plakacie propagandowym. Takie po-

» 20 J. Lenica, *Polska szkoła plakatu*, „Polska” 1/1955, s. 11.

» 21 J. Lenica, „*Plakat – sztuka*...”, op. cit., s. 35 i nn.

stawienie akcentów nie przeszkodziło jednak Lenicy w próbie wykazania, że w polskim plakacie powojennym:

zachowała się ciągłość historyczna, powstało coś, co można by określić nawet mianem szkoły²².

Chodziło oczywiście o ciągłość z tradycją plakatu międzywojennego:

[Plakat – M.B.] żywy, barwny i różnorodny rozwijał się na gruncie dobrych tradycji, zapoczątkowanych dwadzieścia kilka lat temu przez Tadeusza Gronowskiego i kontynuowanych później przez młodsze pokolenie ambitnych i utalentowanych grafików i architektów²³.

Podjęta przez Lenicę próba podwójnego usankcjonowania „artystyczności” plakatu polskiego po II wojnie światowej wydaje się jednak co najmniej kontrowersyjna, a ponadto wewnętrznie sprzeczna, choć niezupełnie pozbawiona podstaw. Wspomniany przez autora Tadeusz Gronowski był bowiem symbolicznym łącznikiem między oboma światami. Jego powojenna twórczość nie wpisywała się do końca w pejzaż socjalistycznego państwa. Oczywiście, korzystał on z dobrodziejstw posiadanej pozycji. Był nestorem środowiska. Kilka plakatów, które wykonał między rokiem 1947 a 1949, gdy socrealizm nie został jeszcze zadekretowany, wyraźnie wskazuje na kontynuację jego wcześniejszych, przedwojennych poszukiwań twórczych (*Polskie Biuro Podróży*, *Orbis* i *Pierwszy Salon Wiosenny ZPAP*, oba z 1946 roku, *Państwowe Wydawnictwa Szkolnictwa Zawodowego* z 1948 roku). Dominowała w nich stylistyka lat 20. oraz akcenty surrealistyczne. Plakaty późniejsze ujawniały stylistyczną elastyczność autora i posiadaną przez niego umiejętność dostosowania się do nowych potrzeb, łącznie z propagandowymi celami partii (*I Polski Kongres Pokoju* z 1950 roku, *Święto Kolejarza* z 1957 roku). Twórca nie ukrywał jednak, że z ideą „plakatu artystycznego” i nowymi tendencjami w projektowaniu nie było mu po drodze:

Dziś wszyscy siedzą w abstrakcji i właściwie zamiast plakatu, który musi przede wszystkim spełniać funkcję reklamową robią grafikę artystyczną – i to nie zawsze na najwyższym poziomie warsztatowym i koncepcyjnym. Dzisiejszy polski plakat nie ma atmosfery. Napis jest sponiewierany, bo ludzie nie potrafią robić liternictwa, kolor i kom-

» 22 *Ibidem*, s. 41.

» 23 *Ibidem*.

pozycja w pogardzie. Wszystkie elementy potraktowane są oddzielnie. Pytam się, komu i czemu ma takie coś służyć?²⁴.

W kontekście przytoczonych słów Gronowskiego oraz jego rezygnacji z twórczości plakatu²⁵ w latach 70. XX wieku, sugestia Lenicy o istnieniu dwóch korzeni polskiego plakatu powojennego, wyrażona w jego tekście z 1952 roku, nie może być przyjmowana bezrefleksyjnie. Trudno bowiem mówić o „ciągłości” tradycji, jak czyni to autor. Trudno tym bardziej wywodzić z niej tezę o istnieniu szkoły. Ponadto nie wydaje się możliwe do obrony stwierdzenie, że polski plakat międzywojenny jest źródłem „artystyczności” plakatu powojennego, skoro sam Gronowski jednoznacznie opowiadał się po stronie reklamy.

Tradycje, z których czerpał polski plakat powojenny, były zatem faktycznie dwie – reklamowa i propagandowa – ale w lekko schizofrenicznej rzeczywistości powojennej, na gruncie opozycji wobec nich obu, środowisko grafików starało się wytyczyć własną, trzecią drogę. Z perspektywy roku 1952 być może nie było to jeszcze całkiem czytelne – stąd argumentacyjny chaos Lenicy. Niespójność stawianych przez niego tez może jednak wynikać z jeszcze innego powodu. Być może Lenica usilnie poszukiwał podstaw dla wykazania odrębności plakatu polskiego w pojęciu „szkoła”, a w roku 1952 jeszcze nie było ku temu podstaw.

Zwolennikiem tezy o ciągłości tradycji plakatu polskiego był również Tomaszewski. Miał on uważać Gronowskiego za warunek konieczny „powołania kiedyś takiej instytucji jak «Polska szkoła»”²⁶. Do swoistego „kłopotu z Gronowskim” w kontekście poszukiwania odrębności polskiego plakatu powojennego odniósł się Mariusz Knorowski w tekście *Efekt zwierciadlany*, opublikowanym w 2009 roku. Autor zwrócił uwagę na to, że ciągłość stylistyczna pomiędzy okresem międzywojennym i pierwszymi latami powojnia daje się jednak zauważyć. Poprzedza ona jednak moment uznawany za symboliczny początek „szkoły”, czyli upublicznienie plakatu Wojciecha Fangora *Mury Malapagi* (1952). Oznacza to, że „szkoła”, której istnienie sugerował Lenica w roku 1952, i „polska szkoła plakatu”, której

» 24 R. Łubowicz, *Książka to architektoniczna konstrukcja, rozmowa z Tadeuszem Gronowskim*, „Tygodnik Katolicki” 20/1979, s. 12.

» 25 Por. A.A. Szablowska, *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy*, Warszawa 2005, s. 186: „Powojenna nobilitacja gatunku sprawiła, że – według Gronowskiego – stał się on «sztuką dla sztuki» i przestał spełniać swą podstawową rolę – rolę służebną. Dlatego właśnie, co może wydawać się paradoksem, w okresie wielkich międzynarodowych sukcesów polskiego plakatu, kiedy to w Polsce zapoczątkowano światowe przeglądy dorobku tej sztuki, a w Wilanowie powstała pierwsza odrębna placówka muzealna poświęcona plakatowi, Tadeusz Gronowski – klasyk gatunku – stanął niejako w opozycji wobec tych zjawisk. Jako siedemdziesięcioletni artysta przestał uprawiać plakat, zamykając jednocześnie w symboliczny sposób ważny etap rozwoju tej dyscypliny w Polsce”.

» 26 M. Knorowski, *Efekt zwierciadlany*, [w:] red. P. Rudziński, *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900-1950*, Lublin 2009, s. 240.

nie do końca określone kontury obejmują metaforyczny plakat malarski, to jednak dwa różne zagadnienia.

Nieco więcej światła na ten paradoks rzuca kolejny – i również wspomniany już – tekst Lenicy pod tytułem *Polska szkoła plakatu* z roku 1955, opublikowany na łamach czasopisma eksportowego „Polska”. Można określić go jako „drugie podejście” do koncepcji „szkoły”. Tym razem autor zupełnie zrezygnował z przywoływania jakichkolwiek źródeł plakatowej tradycji. Skupił się na wskazaniu cech charakterystycznych zaproponowanego pojęcia. Jego zdaniem to nie stylistyczna spójność, a różnorodność jest jej wyróżnikiem. Twórców zaliczanych do „szkoły” łączyć miała zdaniem Lenicy „skłonność do operowania wizualną metaforą przy równoczesnej niechęci do czystej dekoracyjności”²⁷. Ta lapidarna formuła okazała się niewystarczająca ani dla wyjaśnienia, jakie znaczenie dla ukonstytuowania się wspólnej tożsamości środowiska powojennych plakacistów miała wizja podniesienia rangi plakatu do miana dzieła sztuki, ani nawet nie pozwoliła na nabudowanie na nią dodatkowych znaczeń przez innych autorów. Ponadto, w skali światowej postawiona przez Lenicę teza o istnieniu „polskiej szkoły” była niemożliwa do obrony jako definicja specyficzna, czyli taka, która pozwalała na odróżnienie polskiego plakatu od plakatu z innych krajów. Entuzjastyczna postawa bijąca z tego tekstu została brutalnie zwerfifikowana podczas I Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie w roku 1966, na którym nadesłane ze świata zachodniego dzieła wcale nie odbiegały od polskich.

Egzegeza obu tekstów Lenicy dowodzących istnienia „szkoły” plakatu w Polsce – choć różne są argumenty użyte do jego wykazania, podobnie jak różne są nadane mu sensy – prowadzi do konkluzji, że z dzisiejszej perspektywy ówczesnych wypowiedzi nie można odczytywać dosłownie. Wiele trafnych obserwacji Lenicy musiało zostać ubranych w ciasny gorset partyjnej nowomowy. Choć w tym zakresie oba teksty autora znacznie się od siebie różnią – tekst z 1953 roku jest silnie nacechowany ideologicznie, a tekst z 1955 roku nieśmiało jedynie dotyka kwestii równoległego istnienia plakatu filmowego i propagandowego – to w obu, jak się wydaje, autor nie mógł wszystkiego powiedzieć wprost. Konieczność uwzględnienia szerokiego kontekstu, w którym plakat powojenny funkcjonował, podziało ze szkodą dla klarowności koncepcji „szkoły”, a określenie to, oderwane od autora, zaczęło swobodnie cyrkulować w tekstach krytycznych, naukowych i popularnych, podlegając wielokrotnej fluktuacji znaczeń, stając się w końcu aprioryczną hybrydą.

Nieokreśloność tego określenia dała o sobie zresztą znać szczególnie mocno w dyskusjach towarzyszących organizacji I Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie w roku 1966. Na kolateralnym ewencie,

» 27 J. Lenica, *Polska szkoła plakatu*, „Polska” 1/1955, s. 11.

którym był „Sympozjon”, głos w sprawie statusu plakatu zabrali m.in. Jan Lenica oraz uznani krytycy, z Mieczysławem Porębskim i Janem Białostockim na czele. Byli ze sobą zgodni co do „artystycznej” wartości plakatu polskiego. Lenica przemawiał jednak z perspektywy życzeniowej – zwerbalizował aspiracje przedstawicieli „szkoły”. Katarzyna Matul określiła jego referat „najlepiej sformułowanym «credo» polskich grafików”²⁸. Lenicy wtórował Porębski, uznając „pewien typ twórczości plakatowej”²⁹ za zasługujący na pełne uznanie przejaw sztuki współczesnej.

Analiza ich stanowisk ujawniała jeszcze inną konsekwencję „artytycznienia” plakatu, którą było jego zamknięcie w hermetycznych i oderwanych od życia ramach teoretycznych. Chciano wprawdzie przełamać przekonanie o pośledniej roli tego medium wobec klasycznych dziedzin sztuki, a tymczasem skreślono w ślepią uliczkę estetyzacji, czego najlepszym wyrazem było właśnie wprowadzenie plakatu do muzeum. Choć niektórzy z organizatorów imprezy pozostali na bardziej zrównoważonych pozycjach (np. Józef Mroszczak³⁰), to w pewnym sensie dokonujące się na wystawie oderwanie plakatu od użytkowości i próba jego osadzenia w kontekście sztuki – niezależnie od tego, czy w tradycyjnym, czy we współczesnym jej rozumieniu – było przysłowiową walką z wiatrakami, podważało bowiem tożsamość samego plakatu w jego podstawowej funkcji informacyjnej. Za taki zwrot Biennale było wprost krytykowane przez prasę. Obrona takiego stanowiska nie wytrzymała również próby czasu.

Podsumowanie

Przedstawione w niniejszym artykule zagadnienie „artystyczności” plakatu, ukazane w historycznej perspektywie okresu 1945–1966, wydaje się jednym z kluczowych dla zrozumienia specyfiki i złożoności procesu kształtowania się określenia „polska szkoła plakatu” i uzyskiwania przez polski plakat powojenny światowej renomy. Przytoczona na wstępie anegdota Lipińskiego o początkach polskiego plakatu powojennego wskazuje, że idea „plakatu artystycznego” była obecna już we wczesnym etapie powojennym i pozostała później hasłem często wykorzystywanym w emancypa-

» 28 K. Matul, *Jak to było możliwe?...*, op. cit., s. 76.

» 29 M. Porębski, *Symbol i obrazy w świecie współczesnym*, [w:] red. M. Matusińska, B. Mitschein, *Dokumentacja sympozjum „Obraz w środowisku miejskim”, 13-15 czerwca 1966*, CBWA, Warszawa 1966, s. 41-43.

» 30 Por. J. Mroszczak, (bez tytułu), [w:] red. M. Matusińska, B. Mitschein, *Dokumentacja sympozjum „Obraz w środowisku miejskim”, 13-15 czerwca 1966*, CBWA, Warszawa 1966, s. 7: „Plakat to utwór obdarzony dwiema duszami; mówiąc mniej poetycznie – może oddziaływać dwójako: za pomocą ściśle użytkowych wartości reklamowych lub swymi wartościami czysto estetycznymi, artystycznymi. Bywają oczywiście i takie plakaty, w których obydwie wartości dochodzą jednocześnie do głosu w równym, jednoczesnym natężeniu. To te najlepsze. Dwie wartości? A więc chyba i dwa kryteria oceny?”.

cyjnych staraniach twórców o utrzymanie i poszerzenie zakresu swobody twórczej na zdominowanym przez doktrynę socrealistyczną polu projektowania graficznego. Anegdota ta nie wyjaśnia jednak wielu napięć i sprzeczności wpisanych w założenie o „artystyczności” plakatu, które ujawniają się dopiero w szerszym kontekście interpretacyjnym i w dłuższej perspektywie historycznej.

W zależności od punktu widzenia „artystyczność” plakatu przybiera różną postać praktyczną. Spektrum możliwości rozciąga się od postulatu środowiska grafików, aby uczynić z plakatu dzieło sztuki, poprzez teoretyczno-artystyczną i krytyczną refleksję, starającą się uchwycić „artystyczny walor plakatu” jako kryterium różnicujące o charakterze wartościującym, aż do spięcia obu tych perspektyw kłamrą propagandowych haseł głoszących, że polski plakat artystyczny jest lepszy od zachodniego plakatu reklamowego. Dopiero ich zestawienie pozwala zrozumieć, jak wiele trudu kosztowało twórców „wynegocjowanie” prawa do formalnego eksperymentowania.

Z przeprowadzonych analiz wypływa również wniosek, że znaczenie „artystyczności” plakatu zmieniało się i nie dla wszystkich stron – artystów, krytyków czy działaczy partyjnych – znaczyło to samo. Być może „ucieczka plakatu do sztuki”, wzmocniona retoryką antykapitalistyczną, zakładającą opozycję plakatu artystycznego i reklamowego, stanowiła płaszczyznę niewypowiedzianego wprost kompromisu pomiędzy twórcami i władzą – dwoma stronami mającymi świadomość wyczerpania się formuły plakatu propagandowego w jego redakcji socrealistycznej. „Artystyczność” dla środowisk twórczych była w tym układzie synonimem swobody działania w poszukiwaniu artystycznych rozwiązań, natomiast dla partyjnych działaczy stanowiła dający się wykorzystać pretekst do pogodzenia sprzeczności eksperymentu artystycznego z polityką kulturalną państwa, ciężącą ku jałowemu socrealizmowi. Taka interpretacja mogłaby wyjaśniać przyczynę, dla której nigdy nie doszło do zdefiniowania określenia „polska szkoła plakatu”, i dlatego mająca być jej cechą konstytuowaną „artystyczność” nigdy nie nabrała konturów teoretyczno-programowych – nawet przy okazji I Międzynarodowego Biennale Plakatu w Warszawie w roku 1966. ●

* * *

Artykuł został przygotowany w ramach realizacji projektu badawczego „Polska szkoła plakatu – geneza, ewolucja, kontynuacja, tradycja” finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki (NCN) w programie OPUS, numer projektu badawczego: 2018/31/B/HS2/03805.