

Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku

Wydział Grafiki

Katedra Grafiki Projektowej

Sylwia Godowska

Portret, maska w polskim plakacie filmowym

Praca doktorska

Promotor:

Dr hab. Jacek Staniszewski

Gdańsk 2013

Portret, maska w polskim plakacie filmowym

Spis treści

1. Wprowadzenie
2. Plakat i film – historia przyjaźni plakatu z filmem
 - 2.1 Od foto – sprawozdania do metafory artystycznej
 - 2.2 Aktor, przedmiot, scena filmowa – fotomontaż w przestrzeni plakatu
3. Polska Szkoła Plakatu – rozkwit plakatu filmowego
 - 3.1 „Styl niezależności i bystrości rozumu”
 - 3.2 Plama, linia, litera – współtwórcy przestrzeni plakatu
 - 3.3 Osobliwość i wyjątkowość wypowiedzi twórczej w polskim plakacie
 - 3.4 Roman Cieślewicz – styl zagadkowości i unikalności formy portretu
 - 3.5 Jan Młodożeniec - styl świeżości i prostoty symbolu
 - 3.6 Franciszek Starowieyski – styl osobistej anatomii sylwetki i twarzy bohatera
 - 3.7 Wiktor Górka – styl syntezy natury bohatera z „ludzką twarzą”
 - 3.8 Maciej Urbaniec – portret człowieka w ruchu
4. Portret twórczy - cechy indywidualizmu twórcy w uniwersalności przekazu jego plakatów
 - 4.1 Henryk Tomaszewski
5. Portret w plakacie – emocjonalny mikroświat filmu
6. Polscy mistrzowie portretu w plakacie
 - 6.1 Jan Lenica - „przestrzeń napiętnowana symbolem”
 - 6.2 Waldemar Świerzy - „makro – portret aktora”
 - 6.3 Jerzy Czerniawski
7. Twórcza transformacja portretu – idealizacja, destrukcja, absurdalność
 - 7.1 Wiesław Wałkuski - „portret zraniony”
 - 7.2 Maski Stasysa
 - 7.3 Wiktor Sadowski - „mechanizm portretu”
 - 7.5 Eugeniusz Get - Stankiewicz
 - 7.6 Mieczysław Górowski
 - 7.7 Andrzej Pagowski
8. Ślady klasyków w plakacie XXI wieku
Materiał ilustracyjny

1. Wprowadzenie

Twarz w której „przegląda” się widz – obserwator jest niewielką przestrzenią jego własnych poszukiwań podobieństwa fizycznej strony jego emocji „rozciąganych” od środka twarzy aż po jej krawędzie.

Maska jako przekaz bardzo konkretnych, sprecyzowanych emocji, „przerysowanych” z oryginału jakim jest twarz, ukrywa prawdziwość, zmienność jej wyrazu.

Portret – maska w przestrzeni plakatu pojawia się jako nieprzypadkowy, konsekwentny obraz twórcy plakatu pod maską portretu postaci bohatera w całym jej fizyczno – duchowym wymiarze.

Portret powstaje po to aby „dawać” wyraz, opis, sylwetkę, określenie, ucieleśnieniem formy, analizując ją bez względu na współczynnik jej ucłowieczenia, zawsze rezultatem tej „odnotowanej” obserwacji jest wyraz jej organiczności. Patrząc dość szeroko można uznać, że portret ma właściwości ożywiania wszelkiej materii, ponieważ skupia uwagę obserwatora na wybranej formie, czyniąc ją podmiotem. Analizując motyw wchodzi w jego strukturę, a więc i pewną prawidłowość organizmu żywego. Zdolność „nadawania” owej organiczności portretowanej formy istnieje równolegle z procesem obserwacji i nie jest ona samoistnym wynikiem procesu odtwórczego widzianej natury, ma to ścisły związek z twórcą, „o urzeczywistnieniu kształtów decyduje *virtu – energia, śmiałość i determinacja*”¹ w jego działaniu. Materię ożywia ekspresja jego ręki, specyfikę struktury portretu stanowi kierunek obserwacji i zwrócenie uwagi na konkretne wartości w ogóle wrażeń wizualnych, związanych z obiektem.

Artysta w polskim plakacie „używa” obserwacji elementarnie, w celu określenia materii, czasem jest ona wyrazem podobieństwa z oryginałem, ale zazwyczaj „odczytuje” ślady działań zewnętrznych w kierunku motywu, przetwarzając je znaczeniowo w całokształt istoty „pod ich wpływem”. Maska jest również zaobserwowaną wizją na temat portretu, dotyczy człowieka bezpośrednio. W plakacie maska staje się żywą twarzą pomimo swojej umowności, a w przypadku niektórych twórców jest to rodzaj ich twórczego „nadużywania” pewnych, szczególnych cech portretu w celu

¹ Stanisław Filipowicz, *Twarz i maska, Machiavelli – Reżim maski*, Znak, Kraków 1998, s. 23

„odpersonalizowania wykonawcy” aktora w jego roli, „neutralizacji wymowy mimiki twarzy, podkreśleniu stereotypowości, a także jej odrealnieniu”². Plakat filmowy z udziałem portretu aktora proponuje obraz postaci w podwójnym „rygorze maski” odgrywanej postaci i „rygorze twarzy”³ odgrywającego rolę. Twarz spełnia tu funkcję „fundamentu niepoddającego się władzy iluzji”⁴. W związku z czym wizerunek postaci, jeżeli posiłkuje się maską, to jest ona formą zależną od twarzy, poprzez styczność z jej powierzchnią, co sprawia, że jest bardziej plastyczna i względna w wyrazie mimicznym. Jej wizualna „tożsamość maski” ujawnia się wskutek wyraźnego zaakcentowania odrębności jej materii, w całości portretu z zależnością mimiczną, zyskując „umowność maski” w sytuacji powielenia wypracowanego przez twórcę systemu obrazowania twarzy w większości jego plakatów. Jej „niepoprawność” anatomiczną, „nadplastyczność” mimiki potęguje coraz większe poczucie swobody w wyrażaniu się artysty w coraz mniej konwencjonalnej przestrzeni jego plakatów.

* * *

Podstawowy rodzaj relacji pomiędzy twarzą a maską to stan uzupełniania pierwowzoru samowolnej, kinetycznej materii ludzkiej twarzy, wersją statycznej płaszczyzny maski. W pewnym sensie rodzaj podobnej „podstawowej” relacji pojawia się pomiędzy kinetycznością, przestrzennością filmu, a „uzupełniającą” go symboliczną płaszczyzną plakatu.

2 Estera Żeromska, *Maska na japońskiej scenie – Od pradziejów do powstania Teatru No'*, Wydawnictwo Trio, Biblioteka Fundacji im. Takaschimy, Warszawa 2003, s. 7

3 Stanisław Filipowicz, *Twarz i maska, Machiavelli – Reżim maski*, Znak, Kraków 1998, s. 30

4 Stanisław Filipowicz, *Twarz i maska, Machiavelli – Reżim maski*, Znak, Kraków 1998, s. 30

2. Plakat i film – historia przyjaźni plakatu z filmem

Film potrzebował określonego, odizolowanego miejsca, aby zaistnieć, trwać, opowiadać, po czy zniknąć. W momencie, kiedy przestawał funkcjonować na białym ekranie, nie było również w przestrzeni wizualnej rzeczywistości. Aby nie „ucieć” zupełnie ze świadomości widza potrzebował bardziej stałej formy wsparcia, przykuwającej jego uwagę tym samym, stałym obrazem, gromadzącym w swojej płaszczyźnie to co najistotniejsze, bez zbędnej kokieterii filmowego tła.

Plakat trwał niezmienny w przestrzeni rzeczywistych dialogów, obrazów, porywał na chwilę, zadziwiał pomysłem lub wyłącznie informował.

Film i plakat jako dwie „skrajności” obszaru sztuki, ze względu na medium wyrazu, potrzeby ekspozycyjne, połączyła wspólna potrzeba wykorzystania obrazu i tekstu z odpowiednią do rodzaju tych potrzeb dopasowaną ekspresją. O ile film mógł sobie pozwolić wielość tych zjawisk obrazowo – słownych, plakat musiał dokonać w każdej z tych warstw konkretnego, jednoznacznego wyboru. Hasło, tytuł zamiast obszernych treści dialogów wypowiedzianych przez aktorów. Obraz, portret postaci, scena z filmu w zamian tysięcy następujących po sobie obrazów. Od formy informacji o zaistnieniu faktu, podejmując kwestię obrazu i treści w ścisłym znaczeniu z „naturą zjawiska”, określającą film „dosłownie”, stał się formą jego reklamy. Na początku wiernej, nie nadwyrażającej metaforycznie przekazu artystycznego swojej przestrzeni, do momentu w którym w samym filmie dostrzeżono możliwość interpretacji obrazu i celowej manipulacji jego treścią. Struktura filmu, który szukał wizualnego potwierdzenia swojej medialnej tożsamości w plakacie ewoluowała dwu – biegunowo, „*eksplorując rzeczywistość*”⁵, a zarazem szukając w niej elementów zjawiskowości. Pogłębiający się „*dualizm kina rodził co pewien czas pokusę „czystości” i sięgnięcia po ekstremum*”⁶, poprzez widowiskowość i teatralność obfitującą w efekty specjalne, formy fabularyzowanej inscenizacji Georges’a Melies’a w strukturę o coraz bardziej skomplikowanej treści, z czasem podejmując coraz mniej przypadkową tematykę, zamkniętą w ramy zamierzonej, wyreżyserowanej fabularnej opowieści, w związku z czym proponował twórcom plakatów szerszy zakres

5 Joanna Wojnicka, Olga Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Bielsko – Biała 2005, s. 7

6 Joanna Wojnicka, Olga Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Bielsko – Biała 2005, s. 7

bodźców artystycznych.

Drogi rozwoju obu dziedzin podążały równolegle, ale proces kształtowania ich materii nie był jednorodny. Trudno stwierdzić, która z nich pierwsza uwolniła się z funkcji bycia kopią pierwowzoru (filmu jako odbicia natury, plakatu odzwierciedlającego „poprawnie” treść filmu).

Film gruntownie w sposób ciągły, sukcesywnie doskonalił technologię przekazu, „zmęczenie” tworzywa filmu ciągłą „akceptacją” świata „*bardziej realnego niż świat widziany „nieuzbrojonym okiem”*”⁷ sprowokowało wizjonerów kina do stworzenia innej hierarchii wartości w jego materii.

Plakat już w początkach kinematografii był gotową warsztatowo formą przekazu artystycznego, mającego w swoim dorobku przykłady „nierutynowej” artystycznie reakcji na film, „oczekującą” na pełnoprawne „nieposłuszeństwo” wyrazu artystycznego wobec wizji reżysera.

W okresie międzywojennym „przyjaźń” ta była podyktowana interesem obu stron i działała bardziej na zasadzie zależności, „*jedyną dopuszczalną metodą twórczą był wówczas model realizmu socjalistycznego*”⁸, w konwencji którego plakat merytorycznie i wizualnie odpowiadał „zachciankom” treści filmu, a wolnością artystyczną mógł się popisać jedynie w kwestii warsztatowej. Metamorfoza polskiego plakatu filmowego po wojnie nieodwracalnie zmieniła formę jego relacji z filmem.

2.1 Od foto – sprawozdania do metafory artystycznej

Wszystko co ma swój początek i porządek w sztuce zaczyna istnieć najpierw w kolejnych sekwencjach z przerwami, w „niekompletnym składzie” środków wyrazu artystycznego, szukając własnego stylu. Film jako cud techniki na początku zachwyił krótkim ujęciem rzeczywistości z wszystkimi aspektami jej specyfiki: ruchem, światłem, później dźwiękiem. Kolejnym celem na drodze jego rozwoju technicznego było uzyskanie jak największej płynności następujących po sobie kadrów, aż do momentu w którym zjawisko filmu o rzeczywistości prawie w żadnym aspekcie wizualnym nie odbiegało od naszego stanu jej rzeczywistego odbioru. Proces obrazowania treści przebiegał naturalnie.

7 Alicja Kepińska, *Nowa Sztuka – Sztuka w latach 1945 – 1978*, Warszawa 1981

8 Joanna Wojnicka, Olga Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Bielsko – Biała 2005, s. 47

Każdy przełom techniczny był początkiem kolejnych transformacji i wymagał „asekuracji” nowościami warsztatowymi przed stanem nadmiernej eksploatacji opanowanych środków wyrazu, przy czym nie było tu jeszcze miejsca dla „niepokojącej”, nieoczywistej w w przekładzie metafory artystycznej. Prawdopodobnie skromność i „drugoplanowość” plakatu, pośrednia wolność tematyczna filmu utrzymywała obie formy w atmosferze powściągliwości artystycznej do momentu wzajemnej potrzeby jej odreagowania. Już w latach czterdziestych foto – realizm rysunkowo – malarski, ilustrujący treść filmu, redukuje nadmiar swojej plastycznej informacyjności do minimum, często symbolicznej obecności plam i linii. Fotografia ostatecznie uwalnia się od programowej „*roli dostarczenia analogii świata realnego*”⁹, dotykając znaczenia fotograficznej struktury rastra prasowego, stając się tworzywem w konstrukcji wizji struktury portretu.

Nowa poetyka plakatu filmowego, określanego mianem artystycznego wynika również z zaistnienia zmian formalnych w filmie. Dzieje się to za sprawą wybitnych postaci Polskiej Szkoły Filmowej (Jerzy Has, Andrzej Wajda, Andrzej Munk, Jerzy Kawalerowicz, Kazimierz Kutz), którzy w opozycji do socrealistycznego populizmu filmu tworzą kino artystyczne w duchu neorealizmu włoskiego. Analityczno – psychologiczna wizja człowieka w fabule, z uaktywnieniem „detalu” osobowości ujawnia metaforyczność i inwersję znaczeń w plakatach tego okresu. Nastrojowość, malarskość scen w filmie, w plakacie oddana gestem artysty, w strukturze malarskiej przestrzeni, precyzuje jego nastrój.

2.2 Aktor, przedmiot, scena filmowa – fotomontaż w przestrzeni plakatu

Plakat w zależności od charakteru potrzeb, rodzaju przekazu informacyjnego filmu współistniał skromnie u boku faktu pod „maską” propagandy politycznej, uniwersalnie socjalizując realizmem, zarażony ogólnie panującą awangardą w sztuce rozpraszał motywem zabawy przedwojenne niepokoje. Utylitaryzm formy plakatu na rzecz wyzwań rzuconych przez zastaną rzeczywistość, był jak się później okaże, tylko okresem zmęczenia formalnego i w rezultacie przejścia w stan jego wielopłaszczyznowej niezależności. Potencjał artystyczny tej dziedziny sztuki był ogromny od początku

⁹ Boris von Brauchitsch, *Mała historia fotografii*, Wydawnictwo Cyklady, Warszawa 2004, s 45

pojawienia się jej pierwszych form, mniejszych niż dzisiejszy oficjalny rozmiar plakatu, form graficzno – informacyjnych, łączonych z obrazem ilustracyjnym, zyskującej dzięki artystycznym poszukiwaniom na wewnętrznym bogactwie plastycznym. Tak jak inne dziedziny sztuki plakat musiał przejść szereg zmian formalnych nie tylko w kontekście ciągłego rozwoju kultury, ale ze względu na pojawiające się innowacje wewnątrz – dyscyplinarne. Pojawienie się fotografii jako medium „dosłownie” oddającego wizję ukazywanego w plakacie motywu i obawy przed tym aby nie stanowiła ona tylko wtórnej informacji fotograficznej, zobligowało autorów plakatów do bardzo twórczych na tym polu kombinacji technicznych.

Początkowo kompozycja poszczególnych elementów plakatu filmowego sprawia wrażenie jakby próbowała opisać treść filmu, opowiadając w skrócie fabułę kilkoma scenami, kluczowymi dla całej akcji filmu, umieszczając w centrum plakatu ilustrowany kadr z naczelną sceną reprezentacyjną z udziałem głównych aktorów. Fotografia albo daje się wchłonąć ilustracyjnej barwności, albo „degraduje” przestrzeń siłą „*efektu prawdy*”¹⁰, honorując w sposób umiarkowany towarzystwo typografii. Plakat z natury podejmując ryzyko łączenia, nie akceptuje przyzwyczajień. Z czasem czarno – biała fotografia przestaje być naczelną formą wypowiedzi, w montażu całości uczestniczą elementy graficznej plamy, alternatywne w formie układy typograficzne. Inną koncepcję kadru otwartego proponują twórcy plakatów zestawiając ze sobą „surowe” fragmenty fotografii, połączonych w ścisłej relacji konstruktywistycznego fotomontażu, w czystej instalacji fotograficznej, analizującej treść i jej przesłanie, tworzą odważne kompozycyjnie plakaty. W konsekwencji technicznych udoskonaleń i potrzeby uzyskania wrażenia jedności motywów, surowe granice fotograficznego elementu wyciętego z tła zacierają się w graficznej plamie barwnej, a portret fotograficzny w procesie przetwarzania i syntezy ogranicza skalę szarości do dwóch walorów, światła i cienia.

Powracając do wczesnej idei fotorealistycznej reprezentacyjności filmu w plakacie, w celu dostrzeżenia w jego przestrzeni innej funkcji przeznaczenia motywu „dosłownego” kadru z udziałem aktorów, można jako formę oryginalnej, osobistej kontynuacji przypomnieć powstały w 1959 roku plakat Wojciecha Zamecznika do filmu „Pociąg”, który realizuje ją tylko w kwestii wyboru fotograficznego medium wyrazu i zestawu motywów. Bezwzględna wierność następujących po sobie numerycznie

10 Joanna Wojnicka, Olga Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Bielsko – Biała 2005, s. 47

podzielonych ujęć, z portretami aktorów, nie pozostawia plakatu w grupie filmowo – reklamowej informacji o obsadzie filmu, wzbogaconej w fotografie. Autor dokonuje metaforycznego podziału przestrzeni tła. Przedziałowość krótkich symbolicznych scen, każdorazowo, sekwencyjnie zrealizowanych w ciasnej, mrocznej przestrzeni poruszającego się w takt wyznaczonych graficznie rytmów pociągu jest syntezą analizy nastroju panującego w filmie, w którym sfotografowani „przy okazji” bycia w roli aktorzy nie „prezentują się” widzowi bezpośrednio.

(ilustracja nr 62)

3. Polska Szkoła Plakatu – rozkwit plakatu filmowego

„Plakaty tworzone są na całym świecie, w polskich posterach jest jednak coś wyjątkowego. Można powiedzieć, że są one w pewien sposób produktem historii kraju, którego przestrzeń tak często była ograniczana, symbolem narodu, który został wciśnięty na bardzo niewielką powierzchnię, na której zdołał przedstawić ogromną różnorodność i złożoność symboli i mitów”¹¹.

Różnorodność i barwność plastyczna plakatów w okresie międzywojennym nie oznaczała wolności artystycznej ich twórców, którzy owszem posiłkowali się grafiką, malarstwem, fotografią, odważnie skomponowaną typografią, ale tylko wedle panujących w danym czasie konwencji przekazu treści. Co oznaczało pośrednią powinność twórcy dopasowania stylistyki dla dobra ogólnie przyjętych postaw i nastrojów społeczno – politycznych.

Plakat filmowy był obrazem stworzonym na rzecz filmu, którego charakter treści, „przyjazne” postrzeganie jej zgodności z ideą plakatu dodatkowo weryfikowało możliwość zaproponowania przez twórcę „niepokornego”, sprzecznego z pożądanym przekazem merytorycznym w plakacie.

„Polski plakat powojenny rozwinął się w specyficznych warunkach, jakby na przekór realizmowi socjalistycznemu, jakoby ignorował łopatologiczne reguły „typowości”¹².

* * *

Aby plakat stał się formą niezależnej wypowiedzi twórczej, nieograniczonej w sferze merytorycznej – artystycznej przez cel „nadrzędny” na potrzeby którego powstawał, jego możliwości kreacji artystycznej, wielostronnej wypowiedzi zarówno w sferze treści jak i formy musiał dostrzec sam autor.

¹¹ Magdalena Ciesielska, *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli*, Frank Fox, *Polskie plakaty i Dziki Zachód*, Muzeum Narodowe, Warszawa 1998

¹² Magdalena Ciesielska, *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli*, Muzeum Narodowe, Warszawa 1998

3.1 Styl niezależności i bystrości rozumu

„Styl jest” sposobem formowania”, osobistym, niepowtarzalnym, charakterystycznym śladem, który w dziele pozostawia osoba; zbiega się on ze sposobem w jaki dzieło zostało uformowane”¹³.

W momencie kiedy twórcami plakatów stają się wybitne osobowości twórcze, działający w tym czasie malarze, graficy, projektanci, plakat staje się interdyscyplinarną płaszczyzną dla pojedynczego artysty, a jednocześnie z uwagi na ten sam zestaw prezentujący myśl, słowo i obraz, od początku, stanowi dziedzinę suwerenną w sztuce, *„mającą wszystkie cechy własnej składni”¹⁴.*

Wyjątkowość, oryginalność myślenia o płaszczyźnie plakatu w każdym jego szczególe począwszy od motywu głównego po projektowaną przez samych twórców typografię, pokazuje każdego z nich jako osobną jednostkę twórczą, inną od pozostałych, a jednocześnie to co inne jest ich cechą wspólną. Stan niezależności twórczej artysty nie jest stanem wszechobecnej wolności w jego plakatach. W kadrze plakatu, gdzie zderza się słowo z obrazem, musi dojść do „pojednania” w równowadze i podobieństwie stron lub ich skrajności dla uzupełnienia. Obraz – motyw, efekt docelowej syntezy „bystrości rozumu” i słowo - hasło typograficzne żyją w zależności wzajemnego współdziałania, dla wyrazu całości.

3.2 Plama, linia, litera – współtwórcy przestrzeni plakatu

„W dziele ważna jest „zgodność”, dopasowanie części, że zaś zgodności nie ma nigdzie więcej niż w żywym organizmie, więc dzieło sztuki będzie wzorowane na organizmach żywych, zbudowane organicznie”¹⁵.

Cechą poszczególnych, czasem różnych stylistycznie elementów plastycznych „organicznej” przestrzeni polskiego plakatu jest ich oddziaływanie na siebie : słuzenie sobie, dopowiadanie, informowanie, uaktywnianie, prowokowanie, kontrowersyjność, sprzeczność.

¹³ Umberto Eco, *Sztuka, 2. Styl jako sposób formowania*, Kraków 2008, s. 27

¹⁴ Magdalena Ciesielska, *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli*, Ryszard Staliński, Muzeum Narodowe, Warszawa 1998

¹⁵ Władysław Tatarkiewicz, *Historia estetyki, Estetyka nowożytna*, Arkady, Warszawa 1991, s. 90

Sposób wykorzystania tradycyjnych technik sztuki w plakacie z dostrzeżeniem wartości śladu narzędzia, który jest nie tylko „budulcem” formy, ale często autonomicznym elementem wyrazu ekspresji, symbolem idei, unifikuje grupę polskich twórców. Każdy gest plastyczny określa formą obiekt poszukiwań. Plama generalizuje kompozycję, wielkością, kolorem, punktem zaistnienia, „przyciągając” inne środki wyrazu. Linia konstruuje motyw, synchronizując go plastycznie z tłem poprzez „ażurowość” struktury rysunku. Plama, linia, litera to podstawowy zestaw środków obrazowo – informacyjnych w plakacie. Kreatywność twórców generuje nowe formy przeznaczenia tych poszczególnych elementów w jego przestrzeni (ilustracja nr 2).

To co urzeka w polskich plakatach filmowych to oryginalna, często stworzona przez samego autora litera, dobrze dobrana do charakteru obrazu, podkreślająca ekspresję motywu głównego, współpracująca z nastrojem obrazu. Naśladująca formę poprzez grubość liter. Duże, masywne czcionki z małym światłem międzyliterowym określają jednoznaczność, konkretność i niepodważalność słowa, tworząc niedostępny, odporny na wszelki rodzaj działań plastycznych blok słowny (ilustracja nr 1).

Prostota kroju lub bogactwo dodatkowych elementów szeryfowych, dwuwymiarowość litery, pochyłość dodająca elegancji i ulotności słowom, uwydatniające stylistycznie cechy charakterystyki, motywu, postaci. Drobną, wąską literą równoważy poziomą przestrzeń plakatu, zestawiona w ciasny system pionów staje się autonomicznym obrazem w tle plakatu. Minimalna wielkość tekstu, słowa z dużym światłem międzyliterowym to forma hasła, które w zasadzie nie przeszkadza odbiorcy w zauważeniu motywu głównego. Miejsce słowa w prostokątnej zazwyczaj przestrzeni polskiego plakatu, w zależności od rodzaju i charakteru zamieszczonej informacji słownej, znajduje się często w bliskim kontakcie z obrazem (ilustracje nr 3, 4).

* * *

„Organiczną” potrzebą słowa w plakacie jest określanie, „podpisywanie”, podkreślanie, oznajmianie nad obrazem, zaakcentowanie, zaskakiwanie hasłem. Polscy twórcy, szczególnie w warstwie typograficznej przestrzeni plakatu wprowadzają własny system rozumienia „organiczności” formy litery, jej miejsca w jego płaszczyźnie i sposobu w jaki ilustruje ona obraz. Informacyjność hasła jest jedną funkcją, czytelność tekstu celowo zniekształconego, empatycznego w formie z formą motywu głównego, stoi często na

granicy jego wstępnej interpretacji rozpoznania słowa. Układ liter „zapycha” wolną część tła tekstem, „bawi się” przestrzenią wokół formy, stając się ilustracją fabuły plakatu, a niejednokrotnie częścią jej struktury lub kontynuacją rysunku formy.

3.3 Osobliwość i wyjątkowość wypowiedzi twórczej w polskim plakacie

Powojenny plakat filmowy pozbywając się częściowo cech powszechnej powierzchowności zaczyna szukać własnej odrębności artystycznej. Nie można odmówić oryginalności i dużej urody plastycznej plakatom filmowym tworzonym przez tych samych twórców jeszcze w okresie międzywojennym. Realizowane są one ogromną kulturą plastyczną i dbałością o dostatecznie poprawny przekaz. Artyści ujawniają swoje predyspozycje stylistyczne poprzez wybór określonego warsztatu plastycznego. W tym czasie powstają „pomiędzy” stereotypami, plakaty ujawniające własną, niezależną koncepcję wyrazu z ujawnieniem cech autorskich. Nie jest to jednak postawa przyjmowana przez twórców powszechnie. Nie ma w nich jednak tej swobody i ryzyka absurdalnością skojarzeń jaką zaczynają zyskiwać w latach czterdziestych.

W procesie tworzenia plakatów można zauważyć niemalże jednoczesną zmianę spojrzenia ich twórców na ogół ich własnych, dotychczasowych działań w tej dziedzinie. Wyraźne tendencje w kierunku redukcji „docelowego” realizmu widać szczególnie w warstwie warsztatu plastycznego i sposobie przedstawiania treści lapidarnością symbolu. W drodze tych przemian bodźcem staje się sukces polskiego plakatu na arenie międzynarodowej, utrwala on poczucie sensu „poza – lokalnego” działania i odbioru polskiej sztuki plakatu.

Można podać wiele cech dowodzących wartości artystycznej polskich plakatów, ale będą one określać już gotową, zaakceptowaną jakość na rynku sztuki, natomiast tą „nieoficjalnie” personalną, wyczuwalną w odbiorze plakatów jest „przekorność myślenia”, wykorzystywana już w początkowej fazie procesu myślenia o plakacie, jako cel formowania jego treści plastycznej, popychająca autora do łamania podstawowych zasad w budowaniu przestrzeni plastycznej obrazu. Zezwalająca na dekompozycję, nieczytelność hasła, destrukcję anatomiczną motywu człowieka, przedmiotu, zamieniająca okazjonalną „towarzystwość” plakatu w „intelektualną prowokację”¹⁶. Ostatecznym zadaniem twórcy

16 Magdalena Ciesielska, *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli*, Ryszard Staliński, Muzeum Narodowe, Warszawa 1998

w tak „wymagającej” przestrzeni, jest wywalczenie w niej jedności i przedefiniowanie „stanu niebezpieczeństwa” postawienia mu zarzutu braku kontroli nad kompozycją i sugestywnością przekazu, z racji skrajnego ryzykowania połączeniami użytych jakości plastycznych całości, w walor oryginalnego, twórczego zaskoczenia skojarzeniem i nierutynowo potraktowaną materią artystyczną.

* * *

Przedwojenna „opisowość”, ilustracyjność i obecność koloru w plakatach różnych twórców była formą ujednoczenia ich wyrazu. Rezygnacja z przyzwyczajień formalnych na rzecz oszczędności wyrazu artystycznego i zaproponowanie własnego zestawu stylistyki plastycznej ujawniło wyraźne cechy osobowości artysty.

3.4 Roman Cieślewicz – styl zagadkowości i unikalności formy portretu

Odbicie lustrzane motywu „zatopionego” w środku symetrii, odrealnia formę. Sztywna, często czarno – biała fotografia prasowa, zredukowana w walorze do „graficznej” czerni i bieli, z dużym rastrem, dodaje poszczególnym elementom całości formy wrażenia wewnętrznej kruchości materii. Odzwierciedlenie postaci, portretu człowieka jest izomorficzną reakcją na prototyp fragmentarycznie skadrowanej sylwetki lub twarzy ludzkiej. Równorzędność identycznych obu stron postaci, bez jej typowej, ludzkiej asynchroniczności rysów, ułomności wizerunku, określająca ją formą kodu portretowego, wychodzi poza podstawową czytelność ludzkiej fizyczności, przypisywanej konkretnej postaci. Odbicie i „bliskie” złożenie fragmentów twarzy w jedność formy, powielenie identycznych motywów fizjonomii bohatera, potraktowanych w jego przestrzeni jako moduł, pokazuje bezkompromisowość stanu zależności, słabej, kruchej, „zrastrowanej” materii ludzkiej w silnym, jednoznacznym symbolu jej rzeczywistego przeznaczenia.

W łączności - koniec jednej form jest początkiem następnej. Kolaż zróżnicowanych motywów zawsze działa w kontekście powielenia, parzystości lub odwrócenia form z kolorystycznym rozróżnieniem „dwustronności” natury całości.

(ilustracje nr 5, 6, 7, 8)

3.5 Jan młodożeniec – styl świeżości i prostoty symbolu

*„Artysta posługuje się kategoriami kształtu i koloru, żeby uchwycić ogólne w szczegółowym”*¹⁷.

W całości przeważa świeżość nasyconego koloru w lapidarnej czystej plamie malarskiej, zestawianej w bardzo wyrafinowanych, subtelnych kombinacjach, określonej miękkim, czarnym konturem, z przewagą kształtów obłych, „przyjaznych”. Format plakatu ogranicza żywiołowość form, ukazanych z ludową spontanicznością, w „rozkwitającej” motywem dynamicznej scenie z „szeptanym” dialogiem. Ludowość ujawnia się w kształtach naturalnych, prostych i w klarowności koloru. Nie jest to jednak rodzaj zwykłej „uogólniającej” kształt prostoty, ma ona charakter symbolu, znaku z zaznaczeniem w sposób lapidarny cech charakterystycznych aktora. Narrację przestrzeni tworzą postacie z przedmiotami w określonych funkcjach, podkreślających rolę i jej charakter. W tej pozornie beztroskiej kompozycji przestrzeni panuje naturalna hierarchia ważności form, z uwagi na ich przeznaczenie. Wokół największej postaci reprezentującej rozgrywa się scena z udziałem mniejszych postaci i zminiaturyzowanych przedmiotów – akcesoriów roli. W układzie nieskomplikowanych relacji aktorów można zauważyć ich zależność poprzez czynny udział w scenie z filmu z dialogiem i plastycznym „szumem” filmowej scenerii.

(ilustracje nr 9, 10, 11)

3.6 Franciszek Starowieyski – styl osobistej anatomii sylwetki i twarzy bohatera plakatu

*„Moi ludzie są jak z Rafaela, „klasyczni”, dostojni, mają wzniosłe marzenia i godne ruchy”*¹⁸. Chłodny, regularny klasycyzm dotyczy tylko anatomii modela, barokowa „rozrzutność” kształtów, dopowiadających nowo – powstającą formę angażuje rysunkowo autora rozmówcą, nieprzewidywalnego, żywo reagującego, naruszającego poprawność dyskusji z widzem. „Rysunek ponad wszystko”, wykorzystywany jako medium wszelkiego wyrazu artystycznego, *„mającego moc dyscyplinowania myśli i ręki artysty”*¹⁹.

¹⁷ Rudolf Arnheim, *Sztuka i percepcja wzrokowa*, Słowo/Obraz/Terytoria, Gdańsk 2004, s. 16

¹⁸ Jerzy Madeyski, *Starowieyski, Rok 1699*, „Kwadrat”, Kraków 1999, s. 48

¹⁹ Jerzy Madeyski, *Starowieyski, Rok 1699*, „Kwadrat”, Kraków 1999, s. 71

W plakatach filmowych niemal ściśle nawiązuje do nurtu teratologicznego, z chirurgiczną zręcznością i precyzją prezentuje zawartość anatomicznej maszynerii twarzy, „drażąc” realizm szczegółu z kolekcjonerską pasją rozpoznania jego przynależności. Jego rysunki stanowią formę otwartą, gotową do dalszej współpracy z widzem, który jeśli tylko własna wyobraźnia mu na to pozwoli, może kreować kontynuację żywo sportretowanej przez niego formy ciała ludzkiego, przeistaczającej się w stwory o dość skomplikowanej strukturze anatomicznej, abstrahujące swoimi nowymi wcieleniami od początkowego stanu swojej fizyczności.

Forma rysunku nie zamyka się w swojej „wybującej” anatomicznej transformacji postaci „niby – ludzkiej”, ma charakter szczególnie w plakatach teatralnych, niekończącej się multiplikacji de – struktury, wychodzącej poza kadr plakatu.

Własna, wystylizowana litera, używana w tekście, tworzy formę autografu kreślonego ręką autora, międzyczasie tworzonych przez niego kolejnych etapów rysunku.

(ilustracje nr 12, 13, 14)

3.7 Wiktor Górka – styl syntezy bohatera z „ludzką twarzą”

Motyw portretu w materii czystej czerni, ograniczonej, nieregularnej w kształcie, określającej symbol idei, sygnałem barwnym zaskakuje odbiorcę. Demoniczna, animistyczna, natura kształtu ostrej, wyciętej plamy, ujawniającej wewnętrzny obraz postaci, uzupełnionej portretem aktora, określonego światłem, akcentuje w pierwszym planie istotę jego wynaturzenia (zaistnienia w roli), w drugim jego ludzką twarz.

W plakatach portretujących sylwetki aktorów, „statyczną”, ikoniczność, bezpośrednią czytelność form, można przypisać wyłącznie syntezie ich kształtów, ponieważ ogólny charakter całości jest kontraście do niej „kwintesencją” ruchu i kinetyczności form, szczególnie w plakatach, w których dominuje cała postać ludzka, form zespolonych w jeden układ diagonalny z dekoracyjnym zwieńczeniem formy.

Typografia w dużej łączności z obrazem, umyka proporcjami i układem standardowo przyjętym formom i funkcjom literatury w plakacie. Tekst organicznie współpracuje z obrazem, portretem, identyfikując się z nim w charakterze kroju liter.

(ilustracje nr 15, 16, 17, 18)

3.8 Maciej Urbaniec – portret człowieka w ruchu

Analizując tematycznie plakaty tego samego twórcy, widać w jak zróżnicowany sposób postrzega formę portretu. Kiedy plakat dotyczy tematyki sportowej, postać jest niejednorodną materią malarską, określającą motyw szczątkowo. Jej istotą jest ruch, który w przewadze (do innych wartości) dotyczy całej przestrzeni plakatu. Sensem przekazu jest pokazanie wrażenia tego zjawiska i dostrzeżenie w jego kinetycznej materii obecności fizycznej człowieka, niestałości wizualnej postaci.

Człowiek w ruchu jest wyrazem pojemności przestrzeni jego plakatów i jej otwartości na dynamikę kompozycji. Pokaz absurdalnych możliwości fizycznych ludzkiego ciała w momencie ich prezentacji, autor równoważy w plakacie cyrkowym, statycznym kadrem z obecnością fragmentów renesansowych, spokojnych portretów, konstruujących wizje jego postaci. Uciekając od bezceremonialności w myśleniu, na granicy groteskowości w idei plakatu, poszukuje odpowiedniego rodzaju ekspresji w użytej technice, zgodnej z pożądaną ekspresją, wyrażającą istotę tematu.

4. Portret twórczy – cechy indywidualizmu twórcy w uniwersalności przekazu jego plakatów

Nowatorstwo Polskiej Szkoły Plakatu filmowego wynika ze zmian w strukturze filmu, który „wyraźnie manifestując osobę autora, a więc postaci, która formułuje bardzo indywidualna wypowiedź”²⁰ ujawnił potrzebę „osobistego napiętnowania” jego struktury, swoistą kompozycją, zbliżeniem kadru i symbolicznością scen. W nowej jakości dzieła „ekspresja indywidualna jest warunkiem koniecznym”²¹, ponieważ „osoba, która formuje, jest określona przez formujące dzieło, jako styl, sposób formowania; dzieło opowiada nam o osobowości swego twórcy, wyraża ją w treści samego istnienia; artysta żyje w dziele jako konkretny i niezwykle osobisty ślad działania”²².

Poczucie indywidualizmu postrzegane w filozofii politycznej jako cecha jednostki negatywna, wykluczająca ją ze społeczności, użyteczności jej potrzeb i działań, etycznie egoizm. W sztuce jest aspektem odróżnienia jednej osobowości twórczej od drugiej i nie oznacza konieczności bycia w permanentnej odrębności od świata. Jest potrzebą innego w nim zaistnienia. Artysta nie czuje się indywidualny „przede wszystkim”, nie stanowi to nadrzędnej treści jego twórczej osobowości. To niewielka strefa „przypadłości” jego twórczej natury „podszyta” potrzebą ich ujawnienia w sposób im artystycznie właściwy, poprzez:

- niejednoznaczny charakter postrzegania sytuacji społecznie i jednostkowo powszechnych,
- empatię skierowaną ku odbiorcy i własnym odczuciom względem prawd ujawnionych i zmaterializowanych w sposób twórczy.

Przez co „artysta daje początek nowemu światu, w którym rzeczy znajome wyglądają tak jak przedtem nigdy nie wyglądały dla nikogo. Nowy wygląd nie jest zniekształceniem ani zdradą, reinterpretuje tylko dawna prawdę w sposób olśniewająco i wzruszająco świeży”²³.

20 Joanna Wojnicka, Olga Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Bielsko – Biała 2005, s. 43

21 Noel Carroll, *Filozofia sztuki masowej*; 1. Filozoficzny opór przed sztuką masową (teoria MacDonalda o ekspresyjnej teorii sztuki), *Słowo/Obraz Terytoria*, Gdańsk 2011, s. 34

22 Umberto Eco, *Sztuka, Formatywność*, Kraków 2008, s. 13

23 Rudolf Arnheim, *Sztuka i percepcja wzrokowa*, Sztuka i psychologia w interpretacji R. Arnheima, *Słowo/Obraz Terytoria*, Gdańsk 2004, s. 34

Plakat łączy to „co powszechne u odbiorców, z tym co niepowtarzalne u nadawców”²⁴. Uniwersalność dotyka rzeczy powtarzalnych, znajomych, „typowo ludzkich”, z tego korzystają twórcy. Jej wyrazem stają się te same „rzeczy” wciąż rozpoznawalne w rzeczywistości widza. Artysta przytacza „to” niezauważalne, pomiędzy tym co wszyscy widzimy, a ponieważ dokucza nam przypadłość archiwizowania doświadczeń, musimy „wybudzić” wrażliwość i nazwać odczucie „odczytując” je z obrazu w przesłaniu plakatu.

4.1 Henryk Tomaszewski – portret twórczy

Jest w idei jego plakatów coś szczególnie intrygującego, poszukiwanie motywu formy plastycznej wymaga bezwzględnie zdyscyplinowanego myślenia, którego rezultatem finalnym musi być synteza, bo plakat jest myślą, znakiem idei, nie może, choćby poruszał najdalsze obrzeża tematu, omawiać „czegoś przy okazji faktu”, bo wtedy przestanie być wiarygodnym przekazem. Musi przy tym emanować dużą dawką emocji, więc często korzysta ze skrajności, bywa nadzwyczaj mocny, docelowy w swoim wyrazie, ale również jest w stanie przemówić w sposób niezwykle subtelny.

Droga dążenia artysty do pomysłu angażuje cały jego potencjał abstrakcyjnego myślenia, nie tylko o samym temacie. Staje w opozycji do niego, ustawia się z boku, z tyłu, ucieka wstecz, podejmując zupełnie nowe tory myślowe. Oczywiście mnogość opcji i pozorna nie – do – celowość myślenia, wymyślenia ma na celu ucieczkę od tematu tylko po to aby się do niego odpowiednio zdystansować, honorując skrajne punkty widzenia meritum sprawy. Gimnastykując wyobraźnię, kształtuje swój własny warsztat myśli, skojarzeń, przydatnych, pomocnych w ujęciu pożądanego pomysłu.

Brak jakiegokolwiek lęku przed przestrzenią plakatu ujawnia się w kompozycji elementów składowych jego przestrzeni. Drapieżny, narysowany z pozorną nieporadnością motyw główny zagląda w czystą biel tła, niekiedy bez żadnego skrepowania wpada w nią dynamicznie nie ujawniając w całości swojej formy. Tu zderza się z „trzęsącą, wyginającą się”, żyjącą własnym życiem graficznym literą, która mimo wewnątrz – typograficznej swobody, istnieje w harmonii plastycznej z motywem głównym obrazu.

²⁴ Noel Carroll, *Filozofia sztuki masowej*; 1. Filozoficzny opór przed sztuką masową (teoria MacDonalda o ekspresyjnej teorii sztuki), Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2011, s. 34

Dzięki oryginalnemu, niekonwencjonalnemu procesowi myślenia o problemie, podążającemu „obok tematu”, omijając banalność i oczywistość narzucających się po drodze skojarzeń, ignoruje „dyrektywy oficjalnej „typowości”, jego syntetyczna składnia polega na inteligencji”²⁵. (ilustracje nr 19, 20, 21, 22)

Nietypowość i wielokierunkowość twórczą Tomaszewskiego, jednego z pierwszych czołowych twórców Polskiej Szkoły Plakatu, pokazują jego wcześniejsze realizacje, jeszcze za nim powstały plakaty zaliczane do tego okresu jego twórczości. Później artysta bardziej niż inni twórcy redukuje plastycznie ich przestrzeń, wypracowując im nowe twarze, wciąż odejmując. W ciągłej drodze poszukiwań, nie pozwala jednoznacznie utrwalić w swoim wizerunku twórczym tego co udało mu się w plakacie zrealizować.

5. Portret w plakacie – emocjonalny mikroświat filmu

Portret w procesie twórczym istniał od zawsze, niezdefiniowany w zróżnicowanych odmianach, „portretowanych” przedmiotów, zwierząt, przestrzeni bliskiej człowiekowi, obrazu samego człowieka do momentu w którym zaczął być szczególnym autonomicznym motywem przestrzeni obrazu, dotyczącej jej w szczególności. Uwolniony z „estetyzmu” tła, sakralnej predestynacji, zyskiwał na naturalności i indywidualności precyzji. Dająca wiele możliwości wyrazu twórczego twarz ludzka przestała być tylko dowodem zarchiwizowanych cech podobieństwa portretowanej postaci, potrafiąca w sposób wiarygodny ujawnić to co dzieje się wewnątrz ludzkiej natury, ale również umiejętnie maskując, deformując to co naturalnie i spontanicznie twarzą wyrażamy. „Twarz ludzka podobnie jak cała postać widziana jest i rozumiana jako układ zawierający wszystkie ważne elementy”, każdy jej element „jest postrzegany jako pełen wzór”²⁶. *Gest lub twarz wzięte oddzielnie, tak jak słowo ze słownika, są wieloznaczne i nieokreślone*”²⁷.

Użycie portretu w polskim plakacie filmowym nie oznacza jednoznaczności tego faktu. Jego forma w sensie dosłownym, w jakim oznacza ona fizyczność wizerunku twarzy

25 Magdalena Ciesielska, *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli*, Muzeum Narodowe, Warszawa 1998

26 Rudolf Arnheim, *Sztuka i percepcja wzrokowa, Kształt, Słowo/Obraz Terytoria*, Gdańsk 2004, s. 56

27 Joanna Wojnicka, Olga Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Bielsko – Biała 2005, s. 65

jest w wypadku polskich twórców jednym z wielu rodzajów mediów, prowokujących do twórczej transformacji, szukania osobistego „wzoru” portretu w procesie budowania przestrzeni plakatów, którego całokształt ujawnia ich twórczą osobowość.

W statycznym kadrze plakatu portret jako forma dominująca rzadko ogranicza swoje możliwości mimiczne do umiarkowanego minimum, bez względu na rodzaj ujawnianych emocji jest to zawsze sto procent ich wyrazu, tym bardziej przekonywującego i zyskującego na sile, bo zamkniętego w płaszczyźnie jednego obrazu dla jednej reakcji widza. Twarz pokazująca konkretny stan emocjonalny w plakacie, uogólniając całokształt odczuć związanych z postacią, wprowadzając rodzaj, wybiórczej identyfikacji wizualnej postaci z jej zachowaniami powielanymi w mechanizmie roli „poprawia ostrość spojrzenia” na jej istotę odtwórczą. Obszar odpowiadający za charakter emocji wyrażonych poza – mimicznie przez aktora, ujawnia technika konstruowania jego portretu w plakacie, a przede wszystkim jej struktura wynikająca z narzędzia i ekspresji twórcy, rodzaju śladu, plamy, zapisu rysunkowego. Konstrukcja tła nie naśladuje wiernie, konwencjonalnie fragmentów przestrzeni filmu, a jeżeli autor używa dla jej uaktywnienia przedmiotów, symboli bliskich postaci, pojawiają się one zawsze metaforycznie „w zamian za” dosłowność oryginału w przypisanej funkcji, osadzone „w kontekście”, „w kierunku” osoby aktora. „Przerost” roli przedmiotu w sąsiedztwie portretu, poza jej służebną użytkowość, jego transformacja, ożywienie, uczłowieczenie, włączenie w strukturę twarzy objętej wpływem innej „odrzeczwionej” formy jest uzupełnieniem mikro – rzeczywistości w której portret jest „*streszczeniem duszy*”²⁸

28 Maryla Hopfinger, *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002

6. Polscy mistrzowie portretu w plakacie

Motyw twarzy znanej, określonej w plakacie to motyw „niebezpieczny” dla artysty, ponieważ aby „przemówić” do odbiorcy musi być „trafny” w szerszym tego słowa znaczeniu. Wcale nie chodzi tu o banalność podobieństwa, chociaż charakter wielu portretów w historii plakatu wcale tej cechy jako wartości nie wyklucza. W malarstwie czy w rysunku kolor, forma, podobieństwo jako wynik obserwacji natury tworzą portret – obraz. W plakacie te same wartości służą jego formie, nadają jej charakteru rzeczywistego, ale nie stanowią o wartości artystycznej całej przestrzeni plakatu. Plakat jako „język suwerenny” posługuje się „własną składnią”²⁹, hierarchią cech ważnych w portrecie i tych mających za ledwie funkcję dopełniającą. Portret musi wyrażać ideę postaci. Co nią jest? Wszystko wokół niej, co zmienia jej fizyczność, co zderza ją z nieuchronnością jej przeznaczenia, wtlacza w rygor roli, a co zmusza twórcę do zauważenia „pobocznych” elementów ingerencji, istotnych w procesie jej kształtowania i pozwala na abstrakcyjne myślenie o jej formie plastycznej.

Tło plakatu to miejsce jej zderzenia z innymi, równorzędnymi wartościami „opisu twarzy”: literą i znakiem. W przypadku wielu artystów utożsamianych z Polską Szkołą Plakatu, portret pojawia się w ich plakatach prawie zawsze jako medium wyrazu, albo jako jeden z wielu motywów wspomagających sugestywność przekazu. Znaczenie problemu obecności portretu w plakatach zależy nie tyle od częstotliwości wykorzystywania tego motywu przez jednego artystę, ale od tego w jaki sposób w jakiej materii i w jakim kontekście się pojawia w sposób niepowtarzalny i unikatowy w nastroju. Jakiego rodzaju ingerencji używa artysta w celu zmiany przeznaczenia twarzy, w jakim stopniu pewien przyjęty przez niego kanon, często rygor portretowania staje się jego twórczą manierą, ujawniając jego świadome ograniczenia wobec podejmowanych zagadnień.

Portret, maska jest kategorią uniwersalną. Przeważająca część artystów wybiera ten motyw w przewadze do innych form ucieleśniających przekaz plakatu, u nielicznych pozostaje on na marginesie ich zainteresowań. Jednak bez względu na rodzaj użytego symbolu twarzy w kontakcie z plakatami w pierwszej kolejności odbiorca zderza się z ich

²⁹ Magdalena Ciesielska, *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli*, Muzeum Narodowe, Warszawa 1998, s. 5

nastrojem, później zaczyna wyodrębniać to co plastycznie jest za ten stan rzeczy odpowiedzialne.

6.1 Jan Lenica – przestrzeń napiętnowana symbolem

Portret wyrasta w płaszczyźnie plakatu jak rzeźba, o stabilnym wsparciu ramion umiejscowionych w dolnych partiach obrazu. Zazwyczaj w dwóch ujęciach twarzy lub sylwetki bohatera, en face i z profilu, zawsze w centrum przestrzeni plakatu, wypełniając praktycznie cały jej kadr. Autor ucieka od poprawnej czytelności twarzy, ujawniającej jakiegokolwiek podobieństwo do danej postaci. Charakter portretu idzie zdecydowanie w stronę uproszczenia i ogólnej jego czytelności, zamkniętej w formę oryginalnego nie powtórzonego w żadnym innym jego plakacie znaku, prostym, lapidarnym, umownym, symbolu o bardzo bogaty, dekoracyjnym wnętrzu. Konstrukcja ciemnego, spójnego rysunku w formie witrażowego ażuru, pozwala określić jej rzeczywisty ciężar, kolor w określonej temperaturowo gamie, wpuszczany w wolne między – linearnie przestrzenie, strefę uczuć.

Portret określony symbolem z wewnętrznym życiem istoty jego dramatyzmu, szczęśliwości, izolacji, często ulegający plastycznej empatii tła, jest przeznaczeniem przestrzeni plakatu. Osobisty, osobliwy plakat nie portretuje istoty bohatera jednoznacznie. Symbol reprezentujący postać stoi pomiędzy dwoma biegunami jej osobowości, w uproszczeniu formy, na granicy swojej uwikłanej w konflikt z rzeczywistością groteskowości i hermetycznie zamkniętej, „kipiącej” wewnątrz natury ludzkiej.

(ilustracje nr 23, 24, 25)

6.2 Waldemar Świerzy – makro – portret aktora

Portret w plakatach Świerzego to malarski zapis ekspresji nie tylko wewnętrznej w przestrzeni twarzy, ale również wokół niej, za pomocą swobodnej gry plam, linii. Niejednokrotnie „szalejących” na płaszczyźnie plakatu, pozornie bez większej chęci współpracy z pojawiającym się zarysem portretu.

W swoim graficzno – malarskim pędzie, plamy, linie wyrzucone z wnętrza plakatu, wybiegające z rogu płaszczyzny, przemierzające jego przestrzeń w określonym systemie

plam drobnych lub tylko grubych i skośnych, przesuwającym się „tłumie świszczących” linii, zderzają się z oczekującą na nie sylwetą twarzy, „ubierając” jej powierzchnię w swoją ekspresję i podążają dalej wyznaczonym przez autora szlakiem. (ilustracje nr)

Powierzchnowość twarzy bohatera jest czytelna mimo abstrakcyjności kształtów plam. Podobieństwo portretu wynika, nie z próby sportretowania twarzy docelowo, jest ono wynikiem złożenia się tej żywej „ruchliwej” materii, zapisującej się „przy okazji” w zestaw kilku układów plam odpowiedzialnych za czytelność oczywistych, znajomych cech ludzkiej twarzy. Istota podobieństwa ujawnia się w momencie oddalenia kadru. Żadna ze struktur nie powtarza się w innym portrecie. Autor wprowadzając stan „barwnego zamieszania” celowo doprowadza do „uwikłania się” twarzy w jego strukturę. Zaburzenie klarowności (przejrzystości) rysów twarzy nie ma znamion deformacji. Ta w plakatach artysty przechodzi w stan lekkiego „nadwyrężenia” perspektywicznego formy portretu, obserwowanego lekko z dołu, dodając mu cech monumentalizmu, ciężkości cielesnej, wzmacniając aktywność jego wymowy psychologicznej. (ilustracje nr 26, 27, 28, 29)

6.3 Jerzy Czerniawski

W jego plakatach zamieszkuje „pozytywna” mroczność, nieogarniająca postaci agresywnym kontrastem cienia, zatapiająca się stopniowo w eteryczność chropowatej struktury portretu. Wizja postaci na granicy podobieństwa z aktorem przyjmuje formę miękkiej, plastycznej maski z delikatnie ograniczoną mimiką. Spokój, „umiarkowany” wyraz radości lub strachu na twarzy poddanej zdecydowanej ingerencji twórcy, poprzez zmianę jej położenia, wpływu na jej plastykę, wprowadza widza w rodzaj niepokojącej wizualnie atmosfery plakatu. Mimo pewnej „stosowanej” przez artystę umowności rysów twarzy, portrety jego bohaterów nie powielają kanonu ograniczającego możliwości różnego metaforycznie przekazu informacyjnego za pośrednictwem plastyczności twarzy. Twarz pokazywana dosyć często w dużym powiększeniu, z wyczuwalną gradacją jej struktury, skonstrastowanej z miękkim modelunkiem światłem, jest wyrazem „niedosłowności” ujawnianych przez nią emocji, pozornie subtelnej na nie reakcji, a także stanu akceptacji i poddania się działaniom destrukcyjnym, zmieniającym charakter jej zwykłego pierwotnego położenia i przeznaczenia. (ilustracje nr 30, 31)

7. Twórcza transformacja portretu – idealizacja, destrukcja, absurdalność

Pod podszewką twarzy tkwi prawdziwa, cielesna anatomia portretu, niezwykłego, portretu z „uszczerbkiem” fizyczno – duchowym, bez dosłowności jego fizyczności.

Twórca plakatu, świadomy wyraziciel rzeczywistych ograniczeń postawy bohatera, którego portretu „używa”, poprzez pomysł na rodzaj twórczej ingerencji plastycznej w jego strukturę i stopień jej zaawansowania, ujawnia nową wizję postaci. Kształtowanie nowej jakości portretu wymaga przeanalizowania struktury jego formy, dostrzeżenia znaczenia szczegółu w roli modułu de – struktury twarzy. *„W równoległym świecie szczegółu i fragmentu, uwolnionych od całości i jej transcendentalnego brzuchomówestwa, szczegół w sposób konieczny staje się tajemnicą”*³⁰.

W procesie ogólnie rozumianej transformacji portretu, uznając przestrzeń tła za istotną strefę wpływu w jego formę i materię, można dostrzec trzy typy reakcyjności tła z portretem. Pierwszy traktuje jego formę oficjalnie w jednorodnym kontakcie z tłem, aranżując jego przestrzeń tak, aby ilustrowała ona „pejzaż” wokół portretu w tym samym charakterze stylistycznym co sam portret. Drugi system akceptuje autonomiczność płaszczyzny tła jako wartość odrębną w swojej konstrukcji z określonym zestawem symboli, z pośrednią ingerencją w materię portretu, który jest w tego rodzaju przestrzeni jej animatorem lub formą towarzyszącą, poddającą się umiarkowanie działaniu tła (ilustracja 50). W trzecim forma podstawowa to „klasycznie” czysta przestrzeń tła, gotowa na natychmiastową reakcję artysty, w której bez ilustracyjnego wstępu pojawiają się reaktywne fragmenty różnych technicznie działań, zderzonych w kolażu różnic, bez „asekuracyjnego” zacierania Granic warsztatowych pomiędzy materiałami.

Ogół zmian struktury samego portretu, poza widocznym działaniem deformującym, zmieniającym tradycyjną wizję twarzy ludzkiej, interpretuje „poza – cielesny” charakter postaci, operując specyficzną formą groteski, skierowaną z dużą swobodą plastyczną w stronę jej portretu. *„Podstawową jednostką ikoniczną groteski jest postać groteskowa, ukształtowana na dwóch zasadach”*³¹, które w dużym stopniu realizuje plakat z motywem

30 Odo Morquart, *Asthetica i anaesthetica*, Warszawa 2005, s. 85

31 Tomasz Ferenc, *Socjologia wizualna w praktyce, Plakat jako narzędzie propagandy wojennej, Między groteską a realizmem, (o estetycznej stylizacji plakatu)*, Łódź 2011, s. 212-223

człowieka. „Zasadzie hybrydacji, polegającej na łączeniu części ludzi, roślin i martwych przedmiotów, prowadzi do powstania typu monstrualnego. Natomiast zasadą groteskowej deformacji i hybrydacji polega na przekształceniu istniejącego w naturze wzoru, poprzez procedury animacji, mortyfikacji, reifikacji, heterosyntezy, deproporcjonalizacji”³². Nowo powstałe formy to często „uczłowieczone” zwierzęta, ożywione rośliny, zezwierzęceni ludzie lub formy z zaburzonymi proporcjami, „z niedostateczną determinacją cech, (brakiem precyzji detalu, strukturą tłumy)”³³. W zależności od tego czy transformację portretu powoduje wpływ otoczenia, czy dotyczy ona wyłącznie jego struktury, jej celem nie jest minimalizowanie groteskowością kontekstu psychologicznego postaci. W stanie równowagi pomiędzy motywem twarzy a elementem dopowiedzianej rysunkowo, malarsko lub graficznie formy „deformacyjnego żartu” w celu uzupełnienia wizji postaci, zdystansowania się do jej podmiotowości, ważności pozytywów lub negatywów w postawie bohatera, artyści proponują wyraźny „modyfikowany” własną ekspresją schemat w użyciu i zestawieniu środków plastycznych, szczególnie w plakatach łączących w swojej przestrzeni różne techniki wyrazu artystycznego. Czarno - biały portret fotograficzny jako złożony plastycznie wyraz prawdy wizualnej, uzupełniony lapidarną ilustracją rysunkową, lub jako forma sylwety, rywalizujący z graficzną ostrością plamy, nie przemawiający „patosem” realizmu, a wyraz całości jest jedną z wielu czasem skrajnie niepopulistycznych interpretacji wizji postaci.

Postać bohatera jako symbol ideału, ukazana w osobistym kanonie „piękna” (antyczność portretu, ujęta w schemacie znacznej syntezy jego kształtu). Sprowadzenie indywidualności jego cech zewnętrznych do uniwersalności w jego wizerunku, pozwala również na dopasowanie cech charakteru postaci do stałego, niepodważalnego kanonu cech „bohatera fabuły”.

(ilustracje nr 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55)

32 Tomasz Ferenc, *Socjologia wizualna w praktyce: plakat jako narzędzie propagandy wojennej. Między groteską a realizmem, (o syntetycznej stylizacji plakatu), Plakat jako przedmiot analiz socjologii sztuki*, Anna Matuchniak – Krasuska, Łódź 2011, s. 212-223

33 Tomasz Ferenc, *Socjologia wizualna w praktyce: plakat jako narzędzie propagandy wojennej*, Łódź 2011, s. 212-223

7.1 Wiesław Wałkuski – portret „zraniony”

Czytelna, znajoma struktura twarzy jest poddawana transformacji swojej fizyczności. Rezultatem tych „długotrwałych” przemian jest dwoistość jej cielesnej natury. Tej zwyczajnej, upewniającej nas, że mamy do czynienia z człowiekiem, z tą już w części przetransformowaną, ujawniającą w sposób metaforyczny zależność stanu jej zaistnienia i reakcji fizycznością bohatera na ograniczenia jakie stawia mu rzeczywistość. Ingerencja w spokojną, nienaruszalną powierzchnię twarzy staje się wyraźniejsza w sytuacji zagrożenia dramatycznymi skutkami konfliktu zaistniałego pomiędzy samym bohaterem a jego bliskim otoczeniem.

Na granicy styczności dwóch różnych aspektów anatomii jednej twarzy, stworzonej w konwencji realizmu uwagę zwraca „bolesny” motyw połączenia skrepowanej cielesności z potrzebą jej uwolnienia, prowadzący do destrukcji jej struktury, która najwyraźniej ujawnia się w strefie największej kumulacji światła na powierzchni twarzy. Proces metaforycznej transformacji portretów w plakatach autora nie przebiega jednokierunkowo. Twarz ulegająca przemianie często staje się również elementem innej materii, częściowo przez nią wchłonięta, „uśpiona” w innym organizmie, poddaje się działaniu jej obcej materii. (ilustracje nr 32, 33, 34)

7.2 Maski Stasysa

Twarz – maska, uniform wizerunku, zbroja powielana w ścisłym, osobistym kanonie, nie zastępuje twarzy, jest rodzajem „*osłony, przed agresją i brutalnością otoczenia*”³⁴, formą „opatrunku” pokaleczonej natury postaci.

W portretach jednoznaczność, statyczność, powtarzalność charakteru warstwy fizycznej twarzy współistnieje zawsze z tą samą „przyszytą” nostalgią jej wyrazu. Format maski w formacie plakatu, nie naśladuje twarzy ani w jej rzeczywistych proporcjach do całej sylwetki człowieka, nie ujawnia również płci osoby. Postać poddana unifikacji masek Stasysa jest istotą ludzką z „dostawioną” w miejscu twarzy przestrzenią posiadającą tylko niezbędne cechy jej czytelności, również ubrane w osobisty schemat kształtów „rozstawionych z lekko wertykalną skłonnością do smutku”, wyglądającego z okrągłych

34 Eidrigevicius Stasys, *Twarze*, Wydawnictwo 86 Press, Łódź 1992

jak „rana po kuli”³⁵ oczu. Spojrzenie „zrodzone z tej rany”³⁶, utkwione w naprzeciwnym spojrzeniu oglądającego ma „prowokować go do pytań”³⁷.

W zaludnionej, zmechanizowanej „chaotycznie” atmosferze miasta, jest to ten rodzaj wizji ludzkiej twarzy, niepoddanej „kosmetyce przemysłu filmowego”, niedostatecznie „płynnej” komercyjnie w swojej strukturze, zbyt pastelowej i niemiejskie żeby „krzyczeń” do widza, która jest jednak „okazem osobliwości” proponowanej przez autora pod wieloma ważnymi względami. Pozostawia trwały ślad po swojej obecności, ponieważ raz zauważona piętnuje świadomość kanonicznie powtarzaną symboliką, niepokoi obecnością naturalnej, plastycznej materii z jej animistycznymi cechami, neguje hałaśliwość komercyjnej nachalności „kantorowską” chwilą ciszy w jej przestrzeni.
(ilustracje nr 35, 36)

7.3 Wiktor Sadowski – mechanizm portretu

Plakat jako obraz malarski ukazuje portret, który w swojej strukturze staje się formą warstwowej, misternej scenografii. Poszczególne części twarzy wbudowane w mechanizm całości z całym bogactwem rekwizytów, odpowiednio dobranych do charakteru postaci ujawniają „zakamarki” jego wewnętrznej istoty bytu. Postać ustawiona w przestrzeni plakatu w ciszy „przetartego” malarską plamą tła „oczekuje” momentu wejścia w swoją rolę. Portret mechanizmu psychologicznego postaci ujawnia osobisty rodzaj jej zachowań w układzie zależnych i kolejno następujących po sobie sekwencji zmian jednego urządzenia. Subtelność pastelowej kolorystyki portretu „zakurzonego” atmosferą filmowo – teatralnego atelier, a jednocześnie sytuacja uwikłania postaci w nieodwracalną dla niej rolę bycia w układzie jest zestawem cech charakterystycznych w wizji portretowania w plakatach autora.

Aby wyrazić wewnętrzny porządek czasem absurdalnie zestawionych ze sobą części żywych, ludzkich portretu z martwymi rekwizytami, autor buduje go fragmentarycznie w określonej kolejności. Nienachalny gest ręki postaci, skierowany w stronę twarzy „uruchamia” mechanizm roli.

(ilustracje nr 37, 38, 39)

35 Eidrigevicius Stasys, *Twarze*, Wydawnictwo 86 Press, Łódź 1992

36 Eidrigevicius Stasys, *Twarze*, Wydawnictwo 86 Press, Łódź 1992

37 Eidrigevicius Stasys, *Twarze*, Wydawnictwo 86 Press, Łódź 1992

7.4 Eugeniusz Get – Stankiewicz – autoportret z satyrą

Artysta jest przykładem twórcy reakcyjnego w plakatach filmowych rzadko używa motywu twarzy, jednak w ogóle jego działań jest on jednym z najbardziej znaczących form wyrazu. Plakat jest jego personalną reakcją na temat postaci z którą zresztą utożsamia się bezpośrednio, portretując ją swoją twarzą. W płaszczyźnie swoich plakatów „*dokonyuje on tylko drobnych ingerencji w rzeczywistość, tu i tam zmienia składnię, stosując inwersję i prawo kontrastu*”³⁸. Na całość portretu – autoportretu składa się dodatkowy zestaw różnych działań uzupełnianych rysunkiem i wyrwanych z kontekstu plastycznego fragmentów innych materii plastycznych.

Zaskakuje wszystko co pojawia się kolejno w tle plakatu, od bardzo dynamicznej kompozycji, wielości płaszczyzn, po „kompletność” wyrazu portretu. Wszystko zaczyna się od twarzy autora stworzonej w konwencji realizmu na płaszczyźnie „obcej” bieli kartki. Portret jest realną częścią abstrakcyjnej intencji kompozycji plakatu i ma „*poprawić ostrość widzenia*”³⁹ obserwatora. Następność każdego z elementów ilustrujących dodatkową treść skojarzeń groteskowych „na temat” obecnej tu twarzy, wynikających z natychmiastowej ekspresji ręki autora, jest formą „ataku” formalnego na dystansujący widza realizm autoportretu, sugestywnie reagującego mimiką na wszelkie bodźce plastyczne z zewnątrz. W jego plakatach nie ma nic co można by określić mianem gotowego elementu graficznego, wypożyczonego i „zgrabnie” związanego plastycznie z resztą „*składni plakatu*”⁴⁰.

„*Zderza niezmordowanie to co oficjalne z tym co prywatne, lokalne. Przed oschłością*”⁴¹ „realistycznego patosu” przedstawienia” „*chroni prace Geta jego umiar w dążeniu do doskonałości*”⁴² precyzyjnej, poprawnej formy. „*Wie on, kiedy należy ją przelamać fantazyjnym, „pustym” znaczeniowo ornamentem, spontanicznym szkicem rysunkowym, ferią koloru, neutralną płaszczyzną, wpisując się w obraz piękną literą*”⁴³.

38 Mirosław Ratajczak, *Eugeniusz Get – Stankiewicz*, Wydawnictwo dolnośląskie, Wrocław 1995

39 Mirosław Ratajczak, *Eugeniusz Get – Stankiewicz*, Wydawnictwo dolnośląskie, Wrocław 1995

40 Mirosław Ratajczak, *Eugeniusz Get – Stankiewicz*, Wydawnictwo dolnośląskie, Wrocław 1995

41 Mirosław Ratajczak, *Eugeniusz Get – Stankiewicz*, Wydawnictwo dolnośląskie, Wrocław 1995

42 Mirosław Ratajczak, *Eugeniusz Get – Stankiewicz*, Wydawnictwo dolnośląskie, Wrocław 1995

43 Mirosław Ratajczak, *Eugeniusz Get – Stankiewicz*, Wydawnictwo dolnośląskie, Wrocław 1995

7.5 Mieczysław Górowski

„*Plakat jest aktorem dodatkowym – dowiadaczem*”⁴⁴, dlatego gestykuje, pokazuje, podgląda za pośrednictwem człowieka. Obecność postaci ma charakter czynny. Portretowana osoba staje się twórcą, wpływając technicznie na płaszczyznę plakatu, manipulując jej ażurowością, otwierając, odginając ponacinaną ścianę tła. Płaszczyzna plakatu istnieje dla potrzeb prezentacji zadań, czynności mechanicznych wobec niej skierowanych. Jej struktura z odpowiednim charakterem ażurów prowokuje pewien rodzaj działań technicznych, tak aby aktor naturalnie, instynktownie wyczuł jak wykorzystac jej mechanizm, dlatego ażury i otwory w swoim kształcie i układzie komponują się w sekwencje sugerujące widzowi mechanizmy zachowań i predyspozycje do określonych rzeczywistych gestów portretowanej postaci, „sprawdzającej się” w roli moderatora tej przestrzeni. Przy okazji stwarza on pewien rodzaj „kulturalnego” dystansu nie kompletnie demonstrując wizję postaci. Jest on forma wielofunkcyjnej kurtyny dla fragmentarycznie ujawniającego się portretu, a raczej osoby, ponieważ człowiek w jego płaszczyznowej scenerii jest materią żywą, trójwymiarową, a przede wszystkim sprawcą. Jako aktor drugiego planu wprowadzony w na scenę plakatu, chowający się za płaszczyzną w czerni tła, widziany w jej ażurowości, poprzez działanie zaczyna swoją autoprezentację.

Obecność „płaszczyznowego filtru”, twórczo komplikującego kontakt obu stron, „interesującego” - aktora i „zainteresowanego” nim widza, nie jest jedynym sposobem ograniczenia wizualnego jakie stosuje autor. Czasem używa pozytywu formy sylwetki aktora, wyciętej z płaszczyzny, „maskującej” częściowo postać lub twarz, prezentowanej bezpośrednio przez postać, pozwalając w ten sposób na bardziej oficjalną obecność w przestrzeni plakatu.

„*Dziurawienie przestrzeni plakatu*”⁴⁵, wtajemniczanie w mechanizm scenografii w „*teatrzyku plakatowym*”⁴⁶ sugeruje „*pogłębienie kontaktu z widzem*”⁴⁷ w którym aktor, twórca i animator przestrzeni „*jest przekaźnikiem informacji*”. Atmosferę mroczności tła w której umieszcza postać schowaną za „ścianą” równoważy autor ciepłą, kameralną

44 Agata Hołobut, *Drzwi do plakatu, Mieczysław Górowski*, Towarzystwo Autorów i Wydawców, Kraków 2009, s. 10

45 Agata Hołobut, *Drzwi do plakatu, Mieczysław Górowski*, Towarzystwo Autorów i Wydawców, Kraków 2009, s. 40

46 Agata Hołobut, *Drzwi do plakatu, Mieczysław Górowski*, Kraków 2009, s. 40

47 Agata Hołobut, *Drzwi do plakatu, Mieczysław Górowski*, Kraków 2009, s. 40

kolorystyką, zamykającą kadr plakatu. Realizm, wyczuwalna cielesność portretu w połączeniu z prostotą, geometrycznością płaszczyzny, trójwymiarowość elementów ruchomych w scenografii „zwiększają wiarygodność przekazu wizualnego”⁴⁸ jego plakatów. (ilustracje nr 40, 41, 42)

7.6 Andrzej Pałowski

Lekkość warsztatu, umiejętność płynnego „nie surowego” mieszania technik, pozwala na działanie w realizmie i prostocie form, w metaforze i dosłowności przekazu. Walor techniczny w postaci śmiałości rysunkowej i malarskiej niejednokrotnie umożliwia złagodzenie konfliktu narzuconych w wizji tematu połączeń portretu z elementem innej formy absurdu (ze względu na inną materię organiczną, różnice anatomiczne), tworząc w całości formę spójną i sugestywną w wyrazie. Baza podstawową w portretach są ramiona, wpisane w dolną przestrzeń plakatu otwartą aplą koloru. Jest to rodzaj fundamentu formy, ta część anatomii bohatera „uhonorowana” portretem, często traktowana w plakatach portretowych wielu artystów jako część czytelna, statyczna w opozycji do artystycznie opanowanej różnego rodzaju działaniami plastycznymi, głowy i twarzy ludzkiej”. Wszelkie działania plastyczne postępują więc w kierunku twarzy. Bez względu na rodzaj ich zaawansowania w portret, mają one charakter całkowitej, nieodwracalnej ingerencji, destrukcji, transformacji materii twarzy, nie są jednak efektem długotrwałego procesu przemian formy poddanej ich wpływom. Akcja plastyczna w celu zaburzenia poprawnych relacji tła i pozującego w nim aktora zaskakuje go z zewnątrz, zmieniając nie tyle strukturę jego portretu, a raczej jego funkcję w przestrzeni plakatu nie odbierając przy tym twarzy jej podstawowego wymiaru, mimo absurdalnie skrajnych połączeń form i ich znacznej dominacji w portrecie.

Portret z elementem „obciążenia” fizyczno – psychologicznego z powierzchownością określoną formą martwą, zamykającą twarz, „blokującą” jej mimikę, jest się substytutem skojarzeń „stanów wewnętrznych” uwięzionej w nim postaci.

(ilustracje nr 43, 44, 45, 46)

48 Agata Hołobut, *Drzwi do plakatu*, Mieczysław Górowski, Kraków 2009, s. 40

8. Ślady klasyków w plakacie XXI wieku

Z plakatem właściwie trudno się oswoić stylistycznie „na dłużej”, ponieważ nigdy nie pozostaje jednoznaczny w żadnej ze swoich warstw, a mam u na myśli przede wszystkim jego elastyczność plastyczną, a później tematykę, którą podejmuje „krążąc wokół człowieka”⁴⁹. Jak każda inna dziedzina sztuki ulega pewnym skłonnościom stylistycznym, narzucanym przez rodzaj narzędzi, mediów dzięki którym powstaje. Każdy przełomowy moment wyzwolenia się formy plakatu z ogólnie przyjętych ram, wykalkulowanych, kształtujących rezultat końcowy według pewnych, przewidywalnych w danym momencie konwencji, jest etapem ujawnienia się jego nowej jakości. Nie powinno w tym procesie zabraknąć przeszłości. Znudzenie twórcze poszukiwaniem stylu bezpiecznymi, docenionymi ścieżkami wyzwała w twórcach potrzebę ryzyka twórczego.

„*Jeśli rozwój świadomości ludzkiej przebiega od form niezdeterminowanych*”⁵⁰, gdzie poszukujący rozwija się twórczo nie kwestionując obecności faktów i osób artystycznie ważnych dla sztuki, „*ku zdeterminowanym, wyraźnie określonym*”⁵¹, gdzie twórca już w zaczyna czuć potrzebę swojej odrębności artystycznej w kontekście faktów artystycznych już w sztuce zaistniałych, „*poczucie jedności u człowieka*”⁵² twórcy „*będzie się rozwijało również w tym kierunku*”⁵³. Posiadanie własnych wzorców w sztuce, jeżeli nie jest wyłącznie jej bezwzględna afirmacją, zarówno w sferze obserwacji jak i działań, nie wyklucza autonomiczności i oryginalności własnego procesu twórczego. Taką prawidłowość utrzymuje również proces postrzegania sztuki.

Wrażliwego „*odbiorcę otacza równocześnie przeszłość i teraźniejszość*”⁵⁴. Bezkrytyczny, skomplikowany, niezainteresowany „biorca” krzykliwej dosłowności nie ma czasu na zrozumienie twórczego, ambitnego plakatu. Plakat filmowy jako element kampanii reklamującej film, w części protegujący „reklamowe atuty” sugestywnego przekazu, przestaje być „*artystycznym krzykiem*”⁵⁵ rzeczywistości, z konieczności staje

49 Elżbieta Grabowska i Hanna Morawska, *Artyści o sztuce, Od Van Gogha do Picassa*, Warszawa, s. 397

50 Elżbieta Grabowska i Hanna Morawska, *Artyści o sztuce, Od Van Gogha do Picassa, 1977-Piet Mondrian*, Warszawa PWN, s. 394-397

51 Elżbieta Grabowska i Hanna Morawska, *Artyści o sztuce*, Warszawa PWN, s. 394-397

52 Elżbieta Grabowska i Hanna Morawska, *Artyści o sztuce*, Warszawa PWN, s. 394-397

53 Elżbieta Grabowska i Hanna Morawska, *Artyści o sztuce*, Warszawa PWN, s. 394-397

54 Noel Carroll, *Filozofia sztuki masowej*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2011, s. 38

55 Dorota Folga – Januszewska, *Ach plakat filmowy!*, Wydawnictwo BOSZ 2009

się częścią reklamy wizualnie, rutynowo „unifikującym przestrzeń”⁵⁶ miasta, „obrazem nieskomentowanym przez autora”⁵⁷.

Moment usankcjonowania się w obszarze sztuki stałości plakatu i filmu: oryginalności, ikoniczności, symboliczności, które określiły stałe parametry w trybie artystycznego poszukiwania nowej twarzy polskiego plakatu filmowego i swobodniejszej materii filmu, stał się punktem zwrotnym, momentem przesilenia do urzeczywistnienia, zaskoczenia doskonałością przekazu, wymogami szczególnie w branży reklamującej film. „*Odkąd odkryto w kinie możliwość piękna, zrobiono wszystko by go nadużyć i je przeciążyć, zamiast zawsze zmierzać do prostoty*”⁵⁸. Zamerykanizowana przeszłość plakatu filmowego, dostarczanego przed wojną do polskich kin, gdzie jedynym „rodzimym” elementem stawał się dodany kawałek polskiego tekstu, integralnie z nieco „gładszą” powierzchownością, zamieszkała obecnie w polskiej rzeczywistości. Komercyjny plakat „estetyką” powiela marketingowe „zachcianki”. Nadmiar „absolutu” w wizerunku reklamy filmu mógłby pewnie sprawić, że ambitny plakat z pierwotną strukturą podstawowych działań plastycznych artysty, jawiłby się odbiorcy jako dowód technologicznej ułomności. Taka sytuacja nie jest jednak w stanie zaistnieć. W momencie znudzenia powielaną konwencją artyści kierowani wewnętrzną potrzebą „zaskoczenia”, tworzą równoległe coś wbrew wymogom branży. Zespół „przypadłości” artystycznych (bunt artystyczny, niezależność twórcza, potrzeba inności) doskwierający twórcom okresu niezależności plakatu, nie pozostał „chwalebna” tradycją i obejmuje swoim zasięgiem twórczość wielu ważnych postaci w tej dziedzinie, choćby z tego względu, że nie preparował wizji skończonych, dając możliwość kontynuacji, nie doprowadzał do nadmiaru wrażeń, działając wybiórczo. Pozostawił „niedosłownym” motyw czytelności natury człowieka.

Obecnie plakat wykorzystuje ekspresję twórczą z pomocą tradycyjnych środków wyrazu z ogromną rozpiętością ich możliwości. Te cechy plakatu, które w tamtym czasie zafunkcjonowały jako „pozytywnie alternatywne”, zmieniając na stałe sposób ich odczytywania i rozumienia intencji wypowiedzi twórcy, ryzykującego wyborem często skrajnie zestawionych ze sobą działań plastycznych, dzisiaj są standardową bazą eksploatacji twórczej jego możliwości. Każda z „klasycznych alternatyw” zyskała na „płynności” między – warsztatowej. Odmienność strukturalna technik tradycyjnych

56 Dorota Folga – Januszewska, *Ach plakat filmowy!*, Wydawnictwo BOSZ 2009

57 Maryla Hopfinger, *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Warszawa 2002, s. 209

58 Maryla Hopfinger, *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002, s. 209

wskutek precyzji działań „ogólno – łączących” warsztatu komputerowego, okazuje się być nową jakością, poprzez „upłynnienie” granic w przestrzeni roboczej plakatu. W fotomontażu poprzez zagubienie momentu transformacji motywów w rysunkowym rastrze w jego w jego makro strukturze, w większej dekoracyjności, złożoności detalu w „konstruktywistycznym” mechanizmie formy, w multiplikacji motywu w „hermetycznie” czystej przestrzeni graficznej plakatu.

Tradycyjne media wyrazu, jak lapidarny rysunek, użyty w plakacie z typową dla okresu Polskiej Szkoły Plakatu „dziecięcą nieporadnością”, pojawia się w niedoskonałości formy, często w funkcji aktywnego plastycznie systemu dookreślenia motywu głównego za pomocą ilustracyjnej treści rysunkowej lub malarskiej, w zderzeniu z obcą materią plastyczną czystej plamy barwnej. Pomiedzy warsztatową linearnością rysunku, a sylwetowością gestu malarskiego, istnieje forma interpretacji graficznej motywu, określonego ostrą ciętą linią i zdecydowaną plamą o wyrazistym konturze. Drapieżność i groteskowość przynależna klasyce plakatu w połączeniu z syntezą form, wykorzystywana jest obecnie w szerszej gamie środków plastycznych od technik ręcznych po czystość i sterylność form zaprojektowanych.

Pierwszy obejmuje bezkonkurencyjne zastosowanie jednej z tradycyjnych technik malarstwa, rysunku, fotografii. Malarstwo w klasycznej wymowie propaguje realizm dla większej sugestywności wyrazu, lub szkic malarski. Rysunek uwzględnia formę zapisu „pełnego” lub opisowego pomysłu w tle. Proces fotograficzny oprócz tradycyjnej funkcji kopiowania lub interpretacji kadrem rzeczywistości, służy również rejestracji mikro – przestrzeni, przygotowanej przez twórcę, zaistniałej na potrzebę plakatu, stającej się twórczą iluzją artystyczną twórczej rzeczywistości.

W grupie wartości uniwersalnych, powtarzalnych, przypisanych artyście i jego dziełom można wyznaczyć pewne wartości:

- stałe, uniwersalne w plakacie filmowym wyrażane w braku artystycznego skrępowania w kwestii obrazowania pomysłu, poddanego działaniu transformacji, destrukcji, metafory, groteski, ukrytej pod maską osobistych uogólnień w aspekcie twórczej analogii do norm obyczajowości społecznej w plakacie .
- i wartości czynne, generujące nowe możliwości warsztatowe, z dzisiejszą postawą „elastyczności” działań, umożliwiające twórcze funkcjonowanie pomiędzy bezwzględnością rynkową reklamy filmowej, a własną niekomercyjną alternatywą

artystyczną, w pewnym sensie motywującą artystę do synchroniczności jego indywidualizmu z potrzebą masowości przekazu jego plakatów.
(ilustracje nr 56, 57, 58, 59, 60, 61)

Bibliografia

1. Agata Hołobut, *Drzwi do plakatu, Mieczysław Górowski*, Towarzystwo Autorów i Wydawców, Kraków 2009
2. Alicja Kępińska, *Nowa Sztuka - Sztuka polska w latach 1945- 1978*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1981
3. Boris von Brauchitsch, *Mała historia fotografii*, Wydawnictwo Cyklady, Warszawa 2004
4. Dorota Folga – Januszewska, *Ach plakat filmowy!*, *Plakat filmowy w Polsce*, Wydawnictwo BOSZ 2009
5. Elżbieta Grabowska i Hanna Morawska, *Artyści o sztuce, od Van Gogha do Picassa*, PWN Warszawa 1977
6. Estera Żeromska, *Maska na japońskiej scenie- Od pradziejów do powstania teatru No'*, Wydawnictwo Trio. Biblioteka Fundacji im. Takaschimy, Warszawa 2003
7. Franciszek Starowieyski, *Franciszek Starowieyski: Rok 1699*, „Kwadrat”, Kraków 1991
8. Hans- Georg Gadamer, *Aktualność piękna*, Warszawa: Oficyna Naukowa, 1993
9. Jean- Jacques Courtine, *Historia twarzy*, „Słowo/ Obraz Terytoria”, Gdańsk 2007
10. Joanna Wojnicka, Olga Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Bielsko- Biała 2005
11. Magdalena Ciesielska, *Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli*, Warszawa: Muzeum Narodowe, 1998
12. Maryla Hopfinger, *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002
13. Mirosław Ratajczak, *Eugeniusz- Get Stankiewicz*, Wrocław 1995
14. Noel Carroll, *Filozofia sztuki masowej*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2011
15. Odo Marquard, *Aesthetica und anaesthetica*, Warszawa 2005
16. Rudolf Arnheim, *Sztuka i percepcja wzrokowa*, Gdańsk: Wydawnictwo Słowo/ Obraz Terytoria, 2004
17. Stanisław Filipowicz, *Twarz i maska*, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 1998
18. Stasys Eidrigevicius, *Twarze*, *Stasys Eidrigevicius*, Wydawnictwo 86 Press, Łódź 1992
19. Tomasz Ferenc, *Socjologia wizualna w praktyce. Plakat jako narzędzie propagandy wojennej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2011

20. Umberto Eco, *Sztuka*, Kraków 2008
21. Władysław Tatarkiewicz, *Historia estetyki, Estetyka nowożytna*, Arkady, Warszawa 1991
22. Elżbieta Grabowska i Hanna Morawska, *Artyści o sztuce*, Warszawa PWN

Materiał ilustracyjny

1. Wiktor Górka, *Spartakus*, 1970 -
<http://www.cinemaposter.com/GORspartakus.html>
2. Waldemar Świerzy, *Śmierć jak kromka chleba*, 1994
http://www.poster.pl/poster/swierzy_smierc_jak_kromka/pl
3. Wiktor Górka, *Dzieciństwo Gorkiego*, 1067-
<http://www.grafiteria.com.pl/pl/p/626-dziecinstwo-gorkiego>
4. Maciej Żbikowski, *Tylko dla orłów*, 1972-
<https://www.galeriagrafikiiplakatu.pl/pl/ramiarnia/209/Maciej-zbikowski/7436/Tylko-dla-orlow/>
5. Roman Cieślewicz, *Guerenica*, 1975-
<http://www.artinfo.pl/?pid=catalogs&sp=auction&id=1228&id2=188963&lng=5>
6. Roman Cieślewicz, *Proces*, 1964-
www.zwoje-scrolls.com/zwoje28/text01p.htm
7. Roman Cieślewicz, *Weekendy*, 1963-
www.cinemaposter.com/CIEweekendy.html
8. Roman Cieślewicz, *Nafta*, 1961-
<http://www.polishposter.com/html/cieslewicz.html>
9. Jan Młodożeniec, *New York*, 1978-
<http://www.artinfo.pl/?pid=catalogs&sp=auction&id=1472&id2=229781&lng=1>
10. Jan Młodożeniec, *Saint Jack*, 1983-
http://www.poster.pl/poster/mlodozeniec_jan_saint_jack/pl
11. Jan Młodożeniec, *Dick i Jane*, 1978-
http://www.pigassus-shop.de/product_info.php/language/pl/info/p1999_Dick-i-Jane--Ted-Kotcheff.html
12. Franciszek Starowieyski, *O-Bi, O-Ba*, 1984-
<http://myvimu.com/exhibit/51242517-franciszek-starowieyski-o-bi-o-ba>
13. Franciszek Starowieyski, *Sanatorium pod klepsydrą*, 1973-
[http://www.muzeum.krakow.pl/Wystawa.215.0.html?
&cHash=0c5a82b092ef057cae0c338243f87091&tx_ttnews\[backPid\]=27&tx_ttnews\[tt_news\]=6097](http://www.muzeum.krakow.pl/Wystawa.215.0.html?&cHash=0c5a82b092ef057cae0c338243f87091&tx_ttnews[backPid]=27&tx_ttnews[tt_news]=6097)
14. Franciszek Starowieyski, *Kraksa*, 1974-
http://www.poster.pl/poster/starowieyski_kraksa
15. Wiktor Górka, *Bestia*, 1962-
<http://www.cinemaposter.com/GORbestia.html>
16. Wiktor Górka, *Dziesiąta ofiara*, 1967-
<http://www.filmweb.pl/film/Dziesi%C4%85ta+ofiara-1965-32689#poster-1>
17. Wiktor Górka, *Damski gang*, 1969-
<http://www.cinemaposter.com/GORdamskigang.html>
18. Wiktor Górka, *Głos z tamtego Świata*, 1962-
<http://www.artinfo.pl/?pid=galleries&sp=offers&id=51665&lng=1>
19. Henryk Tomaszewski, *Baryłeczka*, 1954-
[http://gapla.fn.org.pl/plakat/5748/bary-eczka.html?typ=autor&q=
%22Henryk+Tomaszewski%22&sort=alfabetycznie&page=1](http://gapla.fn.org.pl/plakat/5748/bary-eczka.html?typ=autor&q=%22Henryk+Tomaszewski%22&sort=alfabetycznie&page=1)
20. Henryk Tomaszewski, *Grock*, 1956-
[http://gapla.fn.org.pl/plakat/4165/ostatni-wyst-p-grocka.html?typ=autor&q=
%22Henryk+Tomaszewski%22&sort=alfabetycznie&page=1](http://gapla.fn.org.pl/plakat/4165/ostatni-wyst-p-grocka.html?typ=autor&q=%22Henryk+Tomaszewski%22&sort=alfabetycznie&page=1)
21. Henryk Tomaszewski, *Czarny narcyz*, 1948-
<http://gapla.fn.org.pl/plakat/5155/czarny-narcyz.html?typ=autor&q=>

- %22Henryk+Tomaszewski%22&sort=alfabetycznie&page=1
22. Henryk Tomaszewski, *Flip i Flap*, 1947-
<http://www.cinemaposter.com/TOMwilkimorskie.html>
 23. Jan Lenica, *Gorgon case*, 1977-
http://www.poster.pl/poster/lenica_jan_gorgon_case
 24. Jan Lenica, *Cena strachu*, 1968-
http://www.poster.pl/poster/lenica_jan_cena_strachu_1968
 25. Jan Lenica, *Der Soldat*, 1966-
<http://www.pigasus-gallery.de/lenica-poster.php>
 26. Waldemar Świerzy, *Greystoke, Legenda Tarzana*, 1984-
http://polishmovieposter.blogspot.com/2012_04_27_archive.html
 27. Waldemar Świerzy, *Jestem przeciw*, 1985-
http://www.kano-art.pl/index.php?manufacturers_id=14&sort=4a&page=2
 28. Waldemar Świerzy, *Boldyn*, 1981-
http://www.kano-art.pl/index.php?manufacturers_id=14&sort=4a&page=2
 29. Waldemar Świerzy, *Człowiek z marmuru*, 1977-
http://www.pigasus-shop.de/product_info.php/language/pl/info/p3058_Czlowiek-z-marmuru--Andrzej-Wajda.html
 30. Jerzy Czerniawski, *Drzewo pragnień*, 1978-
http://www.poster.pl/poster/czerniawski_jerzy_drzewo_pragnien
 31. Jerzy Czerniawski, *Zanim nadejdzie dzień*, 1976-
<http://www.polskiplakat.otwarte24.pl/31,Zanim-nadejdzie-dzien-Jerzy-Czerniawski-1976r>
 32. Wiesław Wałkuski, *Bez twarzy*, 2001-
<http://strims.pl/s/Plakaty/t/u01s32/bez-twarzy-1090x1600>
 33. Wiesław Wałkuski, *Danton*, 1982-
<http://www.artinfo.pl/?pid=galleries&sp=offers&id=49520&lng=1>
 34. Wiesław Wałkuski, *Pies andaluzyjski*, 1996-
http://www.poster.pl/poster/walkuski_wieslaw_pies_andaluzyjski/pl
 35. Stasys Eidrigevicius, *W zawieszeniu*, 1987-
http://www.poster.pl/poster/stasys_w_zawieszeniu/pl
 36. Stasys Eidrigevicius, *Zwolnieni z życia*, 1992-
<http://gapla.fn.org.pl/plakat/824/zwolnieni-z-ycia.html>
 37. Wiktor Sadowski, *Dzieciatko z Macon*, 1994-
http://www.poster.pl/poster/sadowski_wiktor_dzieciatko_macon
 38. Wiktor Sadowski, *Kontrakt rysownika*, 1992-
<http://www.poster.com.pl/sadowski-4.htm>
 39. Wiktor Sadowski, *Nadzy*, 1995-
http://www.poster.pl/poster/sadowski_wiktor_nadzy
 40. Mieczysław Górowski, *Reality Shock*, 2005-
http://www.poster.pl/poster/gorowski_mieczyslaw_reality_shock/pl
 41. Mieczysław Górowski, *Etiuda' 98*, 1998-
http://www.poster.pl/poster/gorowski_mieczyslaw_etiuda/pl
 42. Mieczysław Górowski, *Tylko strach*, 1993-
http://www.poster.pl/poster/gorowski_mieczyslaw_tylko_strach/pl
 43. Andrzej Pałowski, *Komediantka*, 1986-
<http://www.cinemaposter.com/PAGkomediantka.html>
 44. Andrzej Pałowski, *Stan posiadania*, 1989-
<http://www.cinemaposter.com/PAGstanposiad.html>
 45. Andrzej Pałowski, *Jeniec Europy*, 1989-
<http://www.cinemaposter.com/PAGjenieceuropy.html>
 46. Andrzej Pałowski, *Mokry szmal*, 1987-

- <http://pl.dawanda.com/product/42780174-poster---Mokry-szmal-Paegowski---original>
47. Andrzej Pałowski, *Maskarada*, 1987-
http://www.pigasus-shop.de/product_info.php/info/p2923_Masquerade--Janusz-Kijowski.html
 48. Krzysztof Nasfeter, *Z zimną krwią*, 1971-
http://www.poster.pl/poster/nasfeter_z_zimna_krwia
 49. Jan Lenica, *Diabelski wynalazek*, 1958-
<http://www.cinemaposter.com/LENDiawynalazek.html>
 50. Roman Cieślęwicz, *Katastrofa*, 1961-
<http://www.cinemaposter.com/CIEkatastrofa.html>
 51. Franciszek Starowieyski, *Nieuchwytny morderca*, 1971-
<http://www.cinemaposter.com/STARnieuchwymord.html>
 52. Andrzej Pałowski, *Miś*, 1981-
http://www.poster.pl/poster/pagowski_andrzej_mis
 53. Wiesław Wałkuski, *Człowiek który zamknął miasto*, 1983-
http://www.poster.pl/poster/walkuski_wieslaw_czlowiek_ktory/pl
 54. Jan Lenica, *Nóż w wodzie*, 1962-
<http://jan-lenica.platine.pl/dzielo,noz-w-wodzie,175.html>
 55. Jakub Erol, *Amadeusz*, 1984-
http://www.polishposter.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product_Code=1090
 56. Bogna Otto-Węgrzyn-Wagner, *Metropolis*, 2007-
<http://www.asp.katowice.pl/pedagodzy/bogna-otto-wegrzyn>
 57. Bogna Otto-Węgrzyn-Wagner, *Kabaret*, 2007-
<http://allegro.pl/plakat-kabaret-bogna-otto-wegrzyn-i3567452493.html>
 58. Joanna Górńska, Jerzy Skakun, *Casablanca*, 2008-
http://www.poster.pl/poster/homework_casablanca/pl
 59. Mieczysław Wasilewski, *Cześć Tereska*, 2000-
<http://gapla.fn.org.pl/plakat/9281/cze-tereska.html>
 60. Mieczysław Wasilewski, *Nikt nie jest winien*, 1988-
http://www.poster.pl/poster/wasilewski_mieczyslaw_nikt_nie_jest_winien
 61. Sława Harasymowicz, *Mulholland Drive*, 2006-
<http://www.cinemaposter.com/HARmulhollandr.html>
 62. Wojciech Zamecznik, *Pociąg*, 1959-
<http://www.cinemaposter.com/ZAMWpociag.html>