

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: „Audycje Kulturalne” – w dobrym tonie

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: **Pięć kilogramów, sześćset stron i ponad tysiąc siedemset reprodukcji. Wydana przez Wydawnictwo BOSZ książka “Oto sztuka polskiego plakatu” przedstawia dzieje polskiej tradycji graficznej od pierwszych ośrodków drukarskich, powstających w Krakowie w szesnastym wieku po młody plakat z początku dwudziestego pierwszego. W “Audycjach Kulturalnych” rozmawiamy z autorami: Dorotą Folgą-Januszewską i Lechem Majewskim.**

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: **Kiedy ostatnio jakiś plakat na ulicy zwrócił u państwa taką uwagę, że trzeba było się zatrzymać, spojrzeć dokładnie co ten plakat zapowiada, przyjrzeć się co przedstawia?**

LECH MAJEWSKI: Podchwytliwe pytanie. Przede wszystkim zachwycali mnie moje plakaty jedynie. [ŚMIECH] Ja żartuję oczywiście, ale co jakiś czas pojawiają się plakaty, które przykuwają uwagę, ale powiem pani szczerze, że coraz mniej miejsca jest w ogóle na te plakaty i rzeczywiście wiele, wiele plakatów, które myśmy przeglądali, na przykład do tej naszej książki słynnej, no nie wyłuskalibyśmy na ulicy.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: A ja mam bardzo świeże doświadczenie, z zeszłego tygodnia, tylko, że niestety nie z Warszawy, bo z Paryża, w którym powódź wielka, śnieg i mróz i wszędzie takie plakaty “Słońce Paryża” [ŚMIECH] i ludzie chodzą koło tego plakatu, widzą go i uśmiechają się do siebie, a potem dalej Sekwana, która wygląda jak jezioro, więc plakaty działają.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: **I jeszcze są w tej przestrzeni publicznej, chociaż coraz częściej wydaje się, że ten plakat już nie jest taki potrzebny jak kiedyś skoro internet jest...**

LECH MAJEWSKI: I pojawiają się jeszcze media takie internetowe i słusznie to się wykorzystuje. To zawsze tak się mówiło prawda, że telewizja zabija kino, wideo zabija telewizję, internet zabija wszystko, nie. Każde znajdzie swoje miejsce. Natomiast zauważamy coraz większą ilość powstających plakatów, zwłaszcza plakatów kulturalnych, ponieważ to jest dość tanie wyprodukować dwieście egzemplarzy plakatu, to już jest niezła promocja, gdzie można za pięćset, siedemset, osiemset złotych wydrukować. Problem polega na tym, że czasami te miejsca do naklejenia plakatu są droższe, ale funkcjonują plakaty w różnych przestrzeniach. Niekoniecznie muszą być na słupach, ale w wielu instytucjach, w wielu domach nawet. To też jest reklama.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: A ja mam troszkę inne refleksje na temat plakatu. I one właściwie w tej książce, którą zrobiliśmy, zostały przedstawione. Na samym początku, kiedy pojawiła się grafika reprodukcyjna, która miała bardzo wiele tych samych funkcji, które ma dzisiaj plakat, czyli łączyła słowo i obraz, opowiadała i służyła informacji, to ona była bardzo niewielkich rozmiarów, dlatego, że nie potrafiono wtedy jeszcze ze względów technicznych drukować na drogim papierze w tak dużym rozmiarze jak dzisiaj, czyli najczęściej sto na osiemdziesiąt, trzysta na osiemdziesiąt. Ten rozwój tego typu komunikacji wizualnej, gdzie słowo i obraz zostały tak skonstruowane, żeby szybko dowiedzieć się o co chodzi rozwijał się przez cały szesnasty, siedemnasty i osiemnasty wiek. W osiemnastym wieku już był dość duży. Potem był jeszcze coraz większy, coraz większy. W dziewiętnastym, dwudziestym wieku artyści już robili takie formaty, które pozwalały na zobaczenie tego plakatu nawet z dość dużej odległości. W drugiej połowie dwudziestego wieku sprawa osiągnęła swój zenit kiedy tymi plakatami zaczęto pokrywać całe elewacje budynków i robić takie kolosalne banery reklamowe, które bazowały na myśleniu plakatowym, tylko że format już był nie ten, po czym przychodzi nagle taki odwrót. No i okazuje się, że my się wpatrujemy częściej w trzynasto-, albo jeszcze mniej całowy ekran komputera albo wpatrujemy się w telefon. W związku z tym, ten obraz projektowania informacji wizualnej musi być znowu dopasowany do mniejszego rozmiaru i taka involucja zachodzi, czyli znowu zmiana myślenia graficznego tak żeby w tej mniejszej skali również działał. To wszystko jest w gruncie rzeczy plakat, czyli ta etymologia słowa "plakat", czyli informacja, która ma dotrzeć szybko i może być wizualna, ale też i tekstowa i ma być taką informacją zewnętrzną. To znaczy, ona nie służy do długiej kontemplacji, do zastanawiania się, tylko do przekazywania pewnej informacji, która ma zacząć. I właściwie to pod tym względem różne były okresy w historii i pewnie będą różne.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Książka **"Oto sztuka polskiego plakatu"** przypomina właśnie korzenie tej komunikacji wizualnej, tych plakatów, w których możemy się doszukiwać nawet w czasach starożytnych.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: To znaczy, na pewno plakat miał to do siebie, że był powielany. Znaczący jego istnieniem to było to, że kiedy opracowano pewną konstrukcję obrazu i słowa, która rzeczywiście działała na tego patrzącego i podawała jakąś informację, to można ją było powtórzyć. W starożytności te metody powtarzania były ograniczone. Najczęściej takie mikro plakaty to były medale, albo monety.

LECH MAJEWSKI: Plakat wyprzedził wynalezienie koła.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: [ŚMIECH] Tak, ale dla mnie ta łączność między projektowaniem wersów monet, a później myśleniem plakatowym jest bardzo bliska, bo tam też chodziło o to, żeby szybko pokazać obraz. Na przykład wszyscy poddani powinni byli rozpoznać swojego króla, a jeszcze ci którzy umieli czytać, powinni się dowiedzieć jak się nazywał, nie mówiąc już o wartości nominalnej kruszcu z którego

ta moneta była bita. W związku z tym ten proces obrazowania na metalu potem przeszedł do odbijania na papier, bo przecież moneta w swoim systemie na dobrą sprawę była matrycą, którą potem zastosowano do druków, więc ta tradycja rzeczywiście jest bardzo stara. Ona liczy kilka tysięcy lat.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: I w obliczu tego, że historia plakatu jest tak długa, tych prac, które można było chcieć przedstawić w albumie jest naprawdę ogrom. W jaki sposób podeszliście państwo do składania tej książki? Ja wiem, że ona w trakcie pracy się rozrastała. Liczy teraz sześćset stron, ale czy takie dzieło w ogóle może być skończone?

LECH MAJEWSKI: My będziemy kontynuowali oczywiście zadanie, ponieważ tak jakoś się zdarzyło. Ta książka zamyka się na roku dwa tysiące czternastym, więc jest jakiś taki dystans, ale są to pewnego rodzaju działy, etapy historyczne i etapy problemowe. W sumie jest dziewięć rozdziałów takich tematycznych, a ostatni rozdział to jest taki kalejdoskop. Chcemy pokazać po prostu co się dzieje, którzy twórcy żyjący i niestety niektórzy już zmarli, w takim normalnym układzie alfabetycznym. To daje też w ogóle taki ciekawy pogląd, bo te plakaty zawierają się w przeciągu tam ostatnich dziesięciu lat, ale też wszystkie historie związane z plakatem jako idealnie konweniują z historią Polski. To nie jest coś takiego, że plakat sobie gdzieś tam się rozwijał, rozwijał. Nie, rozwijał się z paru względów. Tak jak wcześniej powiedziałaś o wynalezieniu druku. Później następowały zmiany technologiczne. Pojawia się litografia. W dziewiętnastym wieku nowy wybuch niesamowity rozwoju plakatu i tu się pojawia już taki bardziej współczesny polski plakat, gdzie wszyscy artyści zachęceni w ogóle tym medium ciekawym wykonywanym na kamieniu litograficznym, jak Wyspiański, jak Formiši, wielu, wielu, wielu artystów angażuje się w robienie plakatu. To niejako w dalszym ciągu się rozwija, rozwija, pojawia się okres Politechniki, czyli przedwojenny plakat wspinały, który gdzieś tak trochę zapatrzony we francuski plakat szkoły Cassandra i innych. No i po wojnie wybuch, niebywały wybuch zwłaszcza dla początku plakatu filmowego, jeśli polska szkoła plakatu. A później tak ciurkiem, ciurkiem, ciurkiem wszyscy się garnęli, bo jeszcze trzeba pamiętać, że plakat polski był zawsze robiony dla Polaków. Polacy potrafili to odczytać, w okresie utraty niepodległości tacy malarze jak Malczewski, jak Matejko, wielu innych, potrafili posługiwać się tą metaforą, przenośnią, czyli tym kontekstem, który wszyscy to czytali no i ten plakat powojenny się bardzo, bardzo rozwinął. Myślę, że to była jedna z podstaw w ogóle poza wartością artystyczną aktorów polskiego plakatu.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: Polska jest w ogóle krajem, który bardzo lubił papier i to jest ciekawe, dlatego, że największe i najcenniejsze zbiory artystyczne, które w Polsce zgromadzono to były zbiory albo rysunkowe albo graficzne. Do dzisiaj one na szczęście w niektórych miejscach przetrwały, podczas gdy właściwie wszystkie zbiory malarskie, czy wielkie zbiory rzeźbiarskie się rozpiechły, albo uległy różnym dewastacjom, więc też nie najwięcej o tej grafice wiemy. Wiemy też, że w szesnastym, siedemnastym wieku takie centrum Europy Środkowej, jeśli chodzi o druk, było

w Krakowie i we Lwowie i to były takie ośrodki, w których zamawiano czasami całe nakłady takich druków ulotnych, albo druków wędrownych jak mówiono o plakacie. Czasami to były akcje polityczne, które tutaj były realizowane. Trzeba pamiętać, że Polska siedemnastowieczna to było spotkanie bardzo wielu różnych kultur i tradycji religijnych i te tradycje religijne też właśnie wykształciły pewien kod zapisów kulturowych symbolicznych, którymi się wszyscy dzisiaj posługujemy. Tutaj był grunt, w Polsce był grunt do tego, że stworzyć bardzo dobrze opracowane systemy zapisu graficznego, czyli tej umiejętności budowy takiego komunikatu obrazowego, ale jest jeszcze, wydaje się, inna ciekawa, jakby druga twarz tej książki, bo ona właściwie opowiadając o plakacie opowiada o różnych wydarzeniach historycznych i też różnych socjologicznych kontekstach. Ja często przytaczam tutaj ten z tysiąc dziewięćset trzydziestego roku moment otwarcie Muzeum Antyalkoholowego w Warszawie [ŚMIECH] jako takie podsumowanie pewnych problemów społecznych, a jednocześnie wymyślenie zupełnie nowej propagandy graficznej, czyli instytucji kultury, instytucji prospołecznej, która zamawiała kilkaset plakatów rocznie u artystów, po to żeby walczyć w wojsku, w systemach urzędniczych i w różnych innych strukturach zatrudnienia. No z problemem alkoholizmu niektóre z tych plakatów są świetne, bardzo zabawne z naszego dzisiejszego punktu widzenia. Na główne hasło "nie pij denaturatu" na przykład, które się powtarza w latach trzydziestych, ale też musimy pamiętać, bo my tak mówimy o tym polskim plakacie i wtedy przychodzi nam na myśl polska szkoła plakatu z drugiej połowy dwudziestego wieku, ale w tysiąc osiemset dziewięćdziesiątym ósmym roku, w Krakowie, w Muzeum Przemysłowym Miejskim powstała pierwsza wielka kolekcja plakatu artystycznego, zebrana przez Jana Wdowiszewskiego, który nawet o tym książkę napisał.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: I napisał w tej książce pod koniec dziewiętnastego wieku, że żadna nowa sztuka plakatu nie powstanie.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: Tak. W ogóle uważam, że jak się czyta ten jego tekst to... Nie, on był bardzo nauczony. On po prostu był kolekcjonerem i on zamawiał plakaty u artystów we Francji, w Anglii, w Polsce, w Rosji. W ogóle to był taki okres, kiedy pierwsze wielkie kolekcje plakatów były tworzone. Wystarczy przypomnieć Pawła Ettingera, także miało powstać Muzeum Plakatu i powstało przecież Muzeum Plakatu we Francji, więc no po prostu nasza amnezja zawsze nam dodaje takiego zachwyty, znaczy zachwycamy się, bo nie pamiętamy różnych rzeczy i może to jest dobrze. A ta książka powstała trochę po to, żeby przypomnieć właśnie trwałość tej tradycji. To znaczy tego, że my jesteśmy narodem graficznym.

LECH MAJEWSKI: Wiele książek jak powstawało to powstawało zazwyczaj: "O! Polska szkoła plakatu", plakat powojenny. Natomiast to, że pani Dorota sięgnęła aż do czasów właściwie najstarszych to daje nam taką świadomość, że coś się bierze z czegoś. Oni tu jadą po nas właśnie wie pani, żebyśmy skończyli audycję, tak. Tu te sygnały, to znaczy, że wieszają nowe plakaty.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: **Zdejmują te nielegalne.**

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: [ŚMIECH] A propos nielegalnych plakatów to właśnie ja chciałam powiedzieć jeszcze o tym, że na pewno dużo więcej kłopotów mielibyśmy gdyby, naprawdę wielki wkład pani Agnieszki Szablowskiej, która swego czasu spędziła wiele miesięcy w Bibliotece Polskiej w Paryżu, ale też Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego sfinansowało w pewnym momencie zrobienie skanów i fotografii zbioru plakatów we Lwowie, kolekcji lwowskiej.

LECH MAJEWSKI: Niebywałe.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: Niebywała zupełnie i tutaj w tej książce jest bardzo dużo reprodukcji właśnie z tych dwóch kolekcji, czyli Biblioteki Polskiej w Paryżu i tej kolekcji lwowskiej. To wpłynęło na zupełnie inny, wydaje się, wybór prac niż w innych książkach. Ja niewątpliwie inspirowałam się książką Szymona Bojko, który wiele, wiele lat temu, w latach sześćdziesiątych już pisał o polskim plakacie. Tylko, że Szymon Bojko patrzył na to z punktu widzenia takiego odkrycia powojennego. Oczywiście widział tę historię, ale właściwie nie bardzo wtedy myślano o tym, gdzie ta historia się zaczyna, a ona się zaczyna w niezwykle ważnych dla Polski tradycji takiej wielorakiej, wielowątkowej tradycji tradycji kulturowej. I ona ma bardzo wyraźne centra, to też trzeba o tym pamiętać, czy takie miejsca właśnie jak Lwów, Kraków, Kalisz, Gdańsk, gdzie działały drukarnie, biblioteki jezuickie. To był obszar, który był znany wówczas w Europie i jeżeli dzisiaj na przykład to oglądamy, te najśłynniejsze zbiory graficzne, nie tylko amerykańskie, ale też europejskie. Na przykład w Albertynie w Wiedniu, to właśnie te miejsca w Polsce, takie jak Kraków, Gdańsk, Lwów, częściowo później w dziewiętnastym wieku Warszawa, to są te obszary, o których się mówi jak o bardzo długim trwaniu tradycji projektowania graficznego. To jest też ciekawe z punktu widzenia kolekcjonerskiego już. W okresie przed pierwszą wojną światową, a w okresie międzywojennym w bardzo dużym stopniu była moda na kolekcjonowanie grafiki plakatu. Plakaty składano na cztery albo na sześć części i dołączano do gazet. Te gazety były prenumerowane właśnie dlatego, że chciano mieć tę wkładkę. Zofia Stryeńska była na przykład osobą, która bardzo często pracowała z "kurierem Warszawskim" po to, żeby takie wkładki zaistniały. To jest historia rozpowszechniania się ochoty na obraz. To znaczy, ludzie, którzy nie mieli pieniędzy na to, żeby wspierać malarstwo czy rzeźbę, a którym ta sztuka wizualna była bliska. To jest też tradycja projektowania książkowego w Polsce. Trzeba pamiętać, że w Warszawie przed wojną w kamienicy Baryczków na rynku Starego Miasta było Centrum Projektowania Książki i Plakatu. Coroczne wystawy pokazywały co nowego w tej dziedzinie i jak bardzo te projekty były w Europie popularne, to pokazują z kolei wielkie międzynarodowe przeglądy plakatów w Amsterdamie czy w Paryżu, czy w Brukseli, czy w Londynie przed wojną, w których polscy artyści, polscy projektanci uczestniczyli. Oczywiście po wybuchu wojny bardzo duża grupa tych artystów wyjechała na Daleki Wschód, na Bliski Wschód, do Anglii, do Stanów

Zjednoczonych. I to była też przyczyna, dla której ta infekcja polskiego plakatu rozniosła się daleko w świat i potem miała jak wrócić, więc ja myślę, że ta książka jest też troszkę o tym. Chciałabym też powiedzieć o jednej ważnej rzeczy. Dla mnie to, że w tej książce są najmłodszy artyści, a właściwie jeden przyszedł, Mateusz Machalski, to jest takie otwarcie się tej książki na ciąg dalszy. Gdzieś tam głęboko marzyłam, żeby właśnie to następne pokolenie pociągnęło tę historię również opisując ją i jakby notując, bo to jest taki dziennik zdarzeń wizualnych.

LECH MAJEWSKI: Jak akurat młode pokolenie ciągnie bardzo się rwie do robienia plakatów. Trzeba pamiętać, że myśl, w ogóle sposób posługiwania się tym językiem, który jest zawarty w plakacie, on się rozprzestrzenił na wiele różnych innych, czy to mediów, billboardy, przecież to są też plakaty. Mówimy o dobrych rzeczach, okładki książkowe, tam wszędzie różnego rodzaju... opakowania. To wszystko wymaga działania, takiego natychmiastowego, natychmiastowego anonsu ubranego w formę plastyczną. No to wszystko jest z tego samego źródła, tu się nic nie zmienia. Ja projektując książki stosuje metody, metody dokładnie takie same jak w plakacie, czyli najpierw co to jest. Dwa...

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: Najpierw czytam książkę.

LECH MAJEWSKI: Tak. Najpierw czytam, tak. Po parę razy czytam, bo muszę po prostu wiedzieć, gdzie, w którym miejscu, co. Autor tyle razy nie czyta książki swojej [ŚMIECH] co ja czytam, bo muszę. Następnie analizuje, dobieram środki i dopiero wtedy włączam swoją emocję żeby za pomocą emocji opowiedzieć to co jest zawartością takiego świata, bo to świat. Książ to jest świat zamknięty. To nawet ciekawiej jak w filmie, bo w filmie tylko leci, a tu możemy cofnąć się, tu też przestrzeń i czas można ujrzyć, co się nie podoba. Oczywiście ma swoje zasady, czy książka, czy plakat ma swoje zasady, ale pierwsze to wiemy co chcemy przekazać, wiemy co chcemy uzyskać u odbiorcy.

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: Chodź Mateusz, chodź.

MATEUSZ MACHALSKI: Mateusz Machalski, doktorant na wydziale grafiki. Myślę, że no na pewno każdy przypadkowy dział grafiki od pierwszych lat przesiąka jakby tym kultem polskiej szkoły plakatu i tak naprawdę ja pamiętam jak zdawałem na wydział grafiki to mi to strasznie przeszkadzało, bo sobie myślałem, że nie, że prawdziwe projektowanie to jest Szwajcaria albo Niemcy i dopiero z perspektywy tak jak teraz na to patrzę i wiem jak różni byli przedstawiciele tej polskiej szkoły plakatu, czyli od Henryka Tomaszewskiego, czyli skrótu myślowego i takiej po prostu malowanej poezji, po prace Zelka, które zupełnie cechowały inny warsztat. I jakby to co się dzieje podczas studiowania tutaj, często przywoływania tych ojców polskiej szkoły plakatu, wydaje mi się, że pozytywnie wpływa. Jednak też trzeba pamiętać o tym, że dzisiaj ten plakat już nie jest tak rozumiany jak założmy w latach sześćdziesiątych, kiedy to była po prostu, ktoś zamawiał plakat i powstawał plakat, że dziś plakat zazwyczaj jest

bazą do szerszej komunikacji wizualnej, też nie jest tak jak niektórzy twierdzą, że plakat umarł i nie istnieje. No bo istnieje tak jak profesor przed chwilą mówił, tylko przybiera najróżniejsze formy, a według mnie plakat cały czas na świecie jest trochę takim papierkiem lakmusowym kondycji projektowania graficznego w danym regionie, czyli generalnie większość projektów sprowadza się do zaprojektowania plakatu, który jest nazywany czasem kiwizuałem, czasem plakatem, jak zwał, tak zwał, ale zawsze stanowi on pewnego rodzaju bazę wyjściową do dalszego rozwoju projektu.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: A jeszcze panią profesor zapytam o jedną rzecz. W książce padło takie zdanie: “Nie ma już podziału na pokolenia i na trendy, tylko na szkołę myślenia” jak możemy to rozumieć?

DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA: Ja myślę, że każdy z nas ma jakąś taką wrodzoną predyspozycję do zestawiania obrazów z tekstem i to obserwuje się często już u dzieci małych. Jedne dzieci bardzo dużo mówią, a potem bardzo mało rysują. A inne dzieci tylko rysują, a potem dopisują na przykład jedną literę. I to można uznać za żart, ale tak naprawdę ten klucz, takiej miłości do semantyzacji albo miłości do wizualizacji to są te właśnie wielkie różnice, które między artystami istnieją i ja jak układałam materiał do tej książki, ja pisałam ją w taki sposób, że najpierw układałam sobie zdjęcia, dopiero potem pisałam do tego tekst. To właśnie te różnice były dla mnie najciekawsze, to znaczy to, że do jednego filmu czy do jednej książki, czy do jednego wydarzenia kulturalnego można zrobić tak bardzo różnie pomyślane plakaty i one będą działały. Tylko, że ten klucz mentalny będzie inny i dla mnie ten klucz jest ważny, a nie wiek człowieka. To znaczy tak naprawdę, jeśli ktoś ma ten klucz mentalny to on będzie przez całą swoją twórczość prawdopodobnie biegł z tym sposobem myślenia. W tej książce są takie plakaty, na przykład z pierwszych lat dwudziestego wieku. Na przykład Teatr Rapo w Krakowie. Jak wyjęłam fragmenty tych plakatów i pokazałam kiedyś studentom w Japonii i zapytałam czy są w stanie powiedzieć skąd one pochodzą, z jakiej części świata i to oni powiedzieli, tak są w stanie powiedzieć, to są na pewno Stany Zjednoczone z drugiej połowy dwudziestego wieku, więc to pokazuje, że ta konwencja stylistyczna czy konwencja formy, ona się rzeczywiście zmieniała historycznie, ale ona nie jest najważniejsza. Mnie się wydaje, że to co najciekawsze i co niesie potem artysta przez całe życie to jest jego własny, osobisty, uświadomiony w pewnym momencie, klucz do wizualizacji. To znaczy do tego, w jaki sposób zamienia się emocje, wrażenia i to co się widzi albo to co się chce opowiedzieć na właśnie to zestawienie słowa i obrazu i to mają z jednej strony artyści, którzy się zajmują obrazem, ale mają to też i do siebie pisarze i poeci. Każdy ma inny troszeczkę ten gen modyfikujący układ, porządek, sposób opowiadania. I to jest chyba najciekawsze.

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Materiał przygotowała Magdalena Miszewska.

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: „Audycje Kulturalne” – w dobrym tonie