

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **Dzisiaj, w audycji Abecadło Kordegardy rozpoczynamy rozmowę na temat plakatu. Naszym gościem jest kuratorka z Muzeum Plakatu, oddziału Muzeum Narodowego w Warszawie, pani Bożena Pysiewicz. Dzień dobry.**

BOŻENA PYSIEWICZ: Dzień dobry. Dzień dobry pani, dzień dobry państwu haha.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **Musimy zacząć od początku. W ogóle, czym jest plakat i jakie funkcje on pełni na ulicach, prawda?**

BOŻENA PYSIEWICZ: Tak. I tutaj, jakby, określenie tego, czym jest plakat dzisiaj, a czym był, jak powstawał, no tak naprawdę ta definicja wcale nie jest taka jednoznaczna. Bo oczywiście, plakat kiedyś był, tylko i wyłącznie, grafiką użytkową. Nie był zakwalifikowany do sztuki, pełnił funkcje stricte użytkowe, informacyjne, reklamowe, propagandowe, miał zleceniodawcę i miał wykonawcę, grafika, który wykonywał zlecenie, a następnie oczywiście odbiorcę.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **A kiedy się, w ogóle, pojawił pierwszy plakat? Czy Muzeum ma takie w swoich zasobach?**

BOŻENA PYSIEWICZ: No, pierwsze, właśnie, tutaj też to rozgraniczenie, w języku polskim to rozgraniczenie funkcjonuje. Między afiszem a plakatem. Prawda? Bo takie ulotki informacyjne w mieście, na ulicach, no to oczywiście, no... istniały właściwie od zawsze. Taka sfera informacji publicznej, która była potrzebna, ale my gdzieś to datujemy w okresie, około połowy dziewiętnastego wieku, druga połowa dziewiętnastego wieku, to wszystko się bardzo intensywnie rozwija i pojawiają się, właśnie, plakaty artystyczne, gdzie ta warstwa informacyjna może nie schodzi na dalszy plan, ale jest połączona z obrazem. Jeżeli mówimy o afiszu, to tam po prostu sama informacja, dużo informacji, dużo... duże litery, więc nie ma tego elementu artystycznego, obrazu, jakiegoś symbolu, znaku. Więc ta druga połowa dziewiętnastego wieku to są kolejni twórcy, początkowo byli to malarze, rysownicy, którzy równolegle tworzyli litografie, właśnie takie informacyjne, reklamowe do, przede wszystkim, spektakli teatralnych. Ta sfera reklamy, informacji, i tutaj jeden z grafików, jak Młodożeniec powiedział, znaczy się później oczywiście, że to było „wspaniałe początki i to jest w ogóle wspaniała praca, bo to jest reklama wartości duchowych”.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **Yhm.**

BOŻENA PYSIEWICZ: Czyli ten plakat kulturalny, jako jedna z dziedzin plakatu, który powinien zareklamować sztukę. A za chwilę sam stanie się również sztuką.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **No właśnie, dwudziestolecie międzywojenne to rozkwit plakatu i to takiego plakatu... ten polski plakat był rzeczywiście na wyjątkowym poziomie.**

BOŻENA PYSIEWICZ: Tak wielu twórców zajmujących się malarstwem, tworzyło równolegle plakaty. Chociażby Józef Mehoffer czy Wojciech Kossak. Były to z reguły plakaty związane z

reklamą rozwoju polskiego przemysłu. Czy samochody, czy właśnie przedsiębiorstwo lotnicze LOT, czy różnego rodzaju produkty spożywcze, czekolady, właśnie, firma Wedel, no najróżniejsze, najróżniejsze reklamowe plakaty, w których artyści próbowali znaleźć formułę. Bo oni byli przede wszystkim malarzami, więc ta anegdota, ta warstwa ilustracyjna była dla nich najważniejsza. Ale oczywiście zaczynają się już plakaty, w których ważnym elementem jest typografia, gdzie ten napis, litera, hasło, również plakaty... które... wykorzystują nurty światowej sztuki, chociażby awangardy, prawda? Więc te takie plakaty grające typografią, znakiem, gdzieś tam symbolem, to wszystko, to wszystko jest, jakby, równoległe do rozwoju malarstwa czy, czy właśnie grafiki.

**AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: No i zaczyna się wojna, która oczywiście spowodowała, że wszyscy artyści zajęli się czymś innym. Ale tuż po wojnie pojawia się polska szkoła plakatu.**

**BOŻENA PYSIEWICZ:** Tak, ja tutaj bym się jeszcze zatrzymała na chwilę w okresie wojny, gdzie ten plakat był rzeczywiście również bardzo ważnym takim elementem komunikacji społecznej i propagandy. Więc plakaty, które powstawały w czasie drugiej wojny światowej, w czasie okupacji, w czasie powstania warszawskiego, one... miały bardzo taki silny, jednoznaczny przekaz. Duże słowo, duży napis, często, właśnie, przedstawienie żołnierza hitlerowskiego jako jakiegoś potwora, monstrum, który zostaje pokonany i hasła, które mówiły, mówiły, co należy robić, jak się zachowywać czy chociażby jacy powinni być żołnierze. Na przykład żołnierz polski nie powinien być gadułą, prawda? Czy tam... mówiące o tym, że nie powinien plotkować, przekazywać informacji, dbać o porządek, prawda? Unikać ognia. Więc bardzo dużo tych plakatów z okresu wojny również jest w zbiorach, chociażby muzeum plakatu, ale one też są takim ciekawym świadectwem właśnie tej chwili, tej szybkiej, jednoznacznej informacji ze społeczeństwa.

**AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: A kto wtedy robił te plakaty? Kim byli twórcy?**

**BOŻENA PYSIEWICZ:** Hm... Twórcy byli również członkami AK, ale byli to artyści przedwojenni. Takim bardzo ciekawym twórcą był Stanisław Miedza-Tomaszewski, którego duży zbiór plakatów, właśnie, chociażby z powstania warszawskiego jest w muzeum, ale on również, w tysiąc dziewięćset osiemdziesiątym szóstym roku, odtworzył plakaty powstańcze, które znał ze zdjęć, które znał zresztą ze swoich wspomnień i zrobił ich takie autorskie repliki wykonane techniką tempery, pojedyncze egzemplarze tych, które się nie zachowały. Odtworzył i w zbiorach mamy takie bardzo ciekawe właśnie te jego repliki, repliki plakatów powstańczych, więc... więc artyści, którzy jakby za pomocą swojego pędzla, odbitek litograficznych informowali propagowali, właśnie, zachęcali, mówili o tych słusznych, właściwych postawach w czasie wojny.

**AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: Yhm. I Tomaszewski. Jest też nowy, inny Tomaszewski-**

**BOŻENA PYSIEWICZ:** Tak

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **-prawda? Właśnie po wojnie, też przedwojenny artysta i to czterdziesty ósmy rok, to jest chyba taka cezura?**

BOŻENA PYSIEWICZ: Tak, Henryk Tomaszewski i jego... plakaty filmowe, które zdobyły trzy główne nagrody na wystawie w Wiedniu, gdzie nagle okazało się, że ten plakat polski daje zupełnie inną propozycję niż to, co było znane w Europie i na świecie. Właściwie wszyscy zastanawiali się, jak to jest możliwe. Jak to się wydarzyło, że w tym odradzającym się kraju pod wpływami... Związku Radzieckiego, powstaje coś tak niezależnego. I rzeczywiście ta pierwsza propozycja, między innymi do... Henryka Tomaszewskiego, do Eryka Lipińskiego, padła z przedsiębiorstwa rozpowszechniania filmów Film Polski, właśnie stworzenia reklam do filmów. Początkowo ci artyści nie byli do końca przekonani. Uważali oni, że plakat reklamowy, filmowy, no to jest po prostu tania reklama, czyli wizerunek aktora, który gra główną rolę i po prostu tak, jak to filmy hollywoodzkie były już wówczas i przed wojną reklamowane. Więc oni zgodzili się, ale postawili jeden warunek, całkowita wolność. Wolność twórcza i możliwość kreacji. To się udało, było na to przyzwolenie i nagle zaczęły powstawać plakaty, które z widzem zaczęły grać, zaczęły stawiać mu wyzwania, być zagadką, być właśnie jakimś rebusem i być przede wszystkim takim, własną interpretacją dzieła filmowego. Bo... od plakatu filmowego to wszystko, to... niesamowity rozkwit polskiego plakatu się zaczął. Więc własna interpretacja dzieła filmowego przez grafików, no i pojawia się to na ulicach.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **Tak, tak, tak. Ale jeszcze chyba musimy też wspomnieć o Mroszczaku, prawda? Bo to była też osoba...**

BOŻENA PYSIEWICZ: Bardzo ważna.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **Tak, profesor Mroszczak, który był szefem Katedry Plakatu właśnie.**

BOŻENA PYSIEWICZ: Tak, Katedra Plakatu. Właśnie ona też bardzo długo była połączona z Katedrą Malarstwa, więc to nie była samodzielna Katedra Grafiki, właśnie grafika i malarstwo, więc to też wiązało się z tym, że ten rozwój polskiego plakatu był silnie związany z tendencjami malarskimi. Więc z jednej strony skrót, symbol, ale również te tendencje malarskie. No i niezwykle pomysł Józefa Mroszczaka, no właśnie, stworzenia Międzynarodowego Biennale Plakatu. I tu już jesteśmy koniec, te pierwsze pomysły to był koniec lat pięćdziesiątych, Wojciech Zamecznik pracuje nad znakiem międzynarodowego plakatu. Ostatecznie udaje się powołać tę imprezę, pierwsze Międzynarodowe Biennale Plakatu to jest tysiąc dziewięćset sześćdziesiąty szósty rok. I to jest już zupełnie inna sytuacja dla plakatu. Nagle Polska staje się centrum plakatowego wszechświata, a dwa lata później, tysiąc dziewięćset sześćdziesiąty ósmy, czyli otwarcie pierwszego muzeum plakatu na świecie, czyli właśnie Muzeum Plakatu w Wilanowie, gdzie ten Wilanów, trochę na peryferiach Warszawy, rzeczywiście staje się centrum nowoczesnej grafiki użytkowej, plakatu, który trafia do muzeum, no i zostaje umuzealniony. I jakie tego konsekwencje haha.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **No właśnie, właśnie i tutaj jest pewien paradoks, że plakat, który jest przeznaczony na ulice, ma być tym znakiem, który nas atakuje jak pędzimy do pracy albo do domu, albo gdziekolwiek, to nagle**

**wchodzi w sale muzealne, trzeba go inaczej pokazać, inaczej oprawić. I to jest też ciekawe, jak sobie radzicie z tym?**

BOŻENA PYSIEWICZ: Tak, to jest rzeczywiście taki nieustanny paradoks. Bo zresztą, Jan Lenica mówił, że no właśnie, „plakat w galerii na wystawie to jest tak, jak egzotyczny ptak w klatce”. Czyli trochę takim... muzeum, dla plakatu, jest trochę takim ogrodem zoologicznym, prawda? Gdzie zamykamy te plakaty, umuzealniamy je i przestają być tą sztuką w pełni egalitarną, prawda? Stają się obiektem muzealnym, z pewną barierą wejścia, właśnie taką, jaką jednak muzeum wywołuje czy, czy tworzy. Ale z drugiej strony mamy takie poczucie, że właśnie to, to, co się wydarzyło po drugiej wojnie światowej w polskim plakacie, kolejni, doskonali twórcy spowodowało poczucie, że plakat jest sztuką, że nie jest tylko grafiką użytkową, ale wymaga ochrony, wymaga tego, żeby przetrwał, żeby każde, żeby egzemplarze te... były zachowane i miały numer inwentarzowy, były w odpowiednich warunkach, były opracowywane, że to jest wartość taka sama, jak malarstwa, rzeźby czy, czy właśnie grafiki artystycznej. Więc to dowartościowanie plakatu jednocześnie zabrało mu tę powszechność, masowość, to że jest tym kolorowym ptakiem na szarej ulicy. Więc oczywiście, tak, plakat jako dzieło na podłożu papierowym podlega w muzeum, no wszelkim takim procesom, nie może być wystawiony na światło dzienne, na promieniowanie, ekspozycja tylko przez około trzech miesięcy, szkło muzealne, odpowiednie zabezpieczenie, dystanse i cały ten... cała praca związana z upowszechnianiem, digitalizacją, zabezpieczaniem. Więc tak, on w tym momencie jest już tym wyjątkowym dziełem sztuki, które jest na ekspozycji czy w muzealnych magazynach.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **No, my w Kordegardzie Galerii Narodowego Centrum Kultury też mieliśmy kilka wystaw plakatów, dlatego stąd jest właśnie nasze... taka refleksja nad... jak wystawiać plakat, żeby ludzie czuli chęć zbliżenia się do plakatu i zastanowienia, zatrzymania się. Ale już na zakończenie naszej rozmowy, chciałam się dowiedzieć, z twojej perspektywy, jaki jest najcenniejszy obiekt, który znajduje się w Muzeum Plakatu? Absolutnie subiektywnie haha.**

BOŻENA PYSIEWICZ: Haha. Oj, to cały czas się zmienia. To naprawdę... jakby, nie potrafię dać jednej takiej odpowiedzi, bo na przykład aktualnie pracujemy nad stałą wystawą, stałą galerią polskiego plakatu, właściwie od początku, od końca dziewiętnastego wieku po czasy współczesne, i bardzo mi zależy, żeby ta galeria odpowiadała na potrzeby publiczności i z tą publicznością to cały czas konsultuję. I również konsultuję plakaty, które kiedyś wzbudzały kontrowersje, które dzisiaj są kontrowersyjne, które kiedyś nie budziły tych kontrowersji, a dzisiaj je budzą, więc rzeczywiście bardzo ciekawym jest takim... elementem badanie, jaką moc oddziaływania ma, właśnie, plakat. Że on często porusza tematy tabu, nie boi się naruszać pewnych świętości czy pewnych, pewnych takich ustalonych, ustalonych norm, właśnie dlatego, że na tej ulicy ma chwycić wzrok przechodnia, który absolutnie nie myśli o tym, aby obcować ze sztuką. Ale ma go zatrzymać, ma skłonić do refleksji, ma właśnie kolorem krzyżącym czy wielkim napisem niejednoznacznym, ma nas zatrzymać. Więc tych plakatów rzeczywiście jest bardzo dużo i często... nie musi to być plakat bogaty, na którym się dużo dzieje, ale właśnie czasem dwa słowa czy czerń i biel mają ogromną moc rażenia. Ja myślę, że właśnie te plakaty, które gdzieś tam zostają w głowie, o których myślę i poruszają w pewien sposób ważne sprawy czy w taki nietypowy sposób interpretują... filmy czy spektakle teatralne, prawda? Że one... wydawałoby się, że znamy doskonale „Dziady”, „Kordiana”, tą klasykę, czy

„Wesele”, a nagle plakat zwraca uwagę na zupełnie coś innego z takim bardzo subiektywnym komentarzem grafika do, do tych wartości duchowych, do sztuki.

**AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: Ja jeszcze myślę też o plakacie politycznym, bo on też się pojawia na naszych ulicach i właśnie, tak jak przygotowywałam się do tej rozmowy, to myślałam o tym, jak przejeżdżam, to jednak ten plakat funkcjonuje. Ja tutaj myślę o pracach, przede wszystkim, Wojciecha Korkucia, który pojawia się na ulicach i to są bardzo mocne plakaty, bardzo mocne znaki graficzne, które mają właśnie taką moc zatrzymania się i takiej refleksji. Wiele osób się oburza na te plakaty, ale to myślę, że też jest dobrze, prawda?**

BOŻENA PYSIEWICZ: To jest też...

**AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: Że ten... że reakcja... emocjonalna właśnie tak, to jest ta reakcja, którą grafik chciałby uzyskać.**

BOŻENA PYSIEWICZ: Tak, tak. On właśnie nas porusza, prawda? Tak jak, chociażby, plakat Wojciecha Korkucia z dwa tysiące czternastego roku, prawda? Ten „Achtung” z wizerunkiem Putina, kiedy w dwa tysiące czternastym zupełnie inaczej był odbierany. Natomiast, no jakby, historia się tak potoczyła, że dzisiaj znowu jest pewną ikoną historii i tych wydarzeń, więc ten plakat polityczny, oczywiście. Ale jeszcze, jeszcze tak jakby, zastanawiając się, jest wiele plakatów, bo dzisiaj mamy pewien problem z tym, że jest może za mało instytucji wszelkich i dystrybutorów filmowych, którzy zamawiają plakaty. I... graficy tworzą te plakaty, jakby, z własnej potrzeby. Do filmów, do przedstawień. One nie są oficjalnymi, na przykład, plakatami filmowymi, natomiast jako taki... nurt, właśnie, z potrzeby skomentowania. Czy, chociażby, takim też bardzo ciekawym przykładem plakatów, który nie był, nie powstał na... z tego powodu, aby być prezentowany na ulicy, jest chociażby cykl „Polska” Ryszarda Kai, to jest sto pięćdziesiąt cztery plakaty-

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **Yhm.**

BOŻENA PYSIEWICZ: -które są plakatami stricte galeryjnymi, do wnętrza. Natomiast nie do tego, aby, nie powstały z myślą, aby zdobić polskie ulice. Więc, jakby, ta definicja użyteczności zamawiającego już dzisiaj zaczyna nam się rozluźniać, a my dodatkowo mamy taką świadomość, że też bardzo ważną dziedziną, która się rozwija, jest plakat cyfrowy, plakat z animacją, prawda? To wszystko, co widzimy aktualnie na ekranach wyświetlanych, czujemy, że mamy obowiązek również zacząć gromadzić w naszych zbiorach i taką kolekcję plakatu cyfrowego, jako kolejną hała, tworzymy, właśnie.

**AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: Dziękuję bardzo. Naszym gościem była Bożena Pysiewicz, kuratorka Muzeum Plakatu w Wilanowie, oddziału Muzeum Narodowego w Warszawie.**

BOŻENA PYSIEWICZ: Bardzo dziękuję i zapraszam do nowego muzeum po remoncie, po przygotowaniu nowej ekspozycji. Mam nadzieję, że w końcu dwa tysiące dwudziestego trzeciego roku będą państwo mogli odwiedzić wielką wystawę polskiej sztuki plakatu. Do widzenia.

AGNIESZKA BEBŁOWSKA BEDNARKIEWICZ: **Słuchali państwo Abecadła Kordegardy w Audycjach Kulturalnych.**

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie.