

Plakati iz Poljske nastali u 20. stoljeću i izrada plakata na način poljske škole plakata

Presečki, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:398841>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-19**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET ZAGREB

ZAVRŠNI RAD

Iva Presečki

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET ZAGREB

Smjer: Dizajn grafičkih proizvoda

ZAVRŠNI RAD

PLAKATI IZ POLJSKE NASTALI U 20. STOLJEĆU
I IZRADA PLAKATA NA NAČIN POLJSKE ŠKOLE
PLAKATA

Mentor:

Izv. prof. dr. art. Vanda Jurković

Student:

Iva Presečki

Zagreb, 2023.

SAŽETAK

U ovom radu istraživat će se karakteristike poljskih plakata izrađenih tijekom 20. stoljeća. Pratiti će se razvoj dizajna plakata u Poljskoj kroz povezanost s različitim društveno – političkim događajima. Obrazložiti će se posebnost plakata za vrijeme Drugog svjetskog rata te u poslijeratnom razdoblju. Ovaj rad predstavlja kratki povijesni pogled na to kako je ovaj pokret rođen i kako se razvijao, od početaka povezanih s različitim oblicima umjetnosti na kraju 19. stoljeća, do zlatne ere plakata kroz dvadeseto stoljeće. Govorit će se o estetskom izražaju te vizualnom doživljaju plakata kao i o njihovoj komunikacijskoj i informativnoj ulozi. Istraživanje će biti usmjereno na ulogu poljskih plakata u društvu te na njihov utjecaj na javnost. Predstaviti će se poljska škola plakata, njeni začetci te glavne karakteristike. Raščlaniti će se opus značajnih poljskih umjetnika kroz analizu njihova plakata. Objasniti će se njihova uporaba metafore, simbola i aluzija. Cilj rada je pojašnjenje načina izrade poljskih plakata kao i njihovog utjecaja prolaskom kroz primjere te društvene faktore koji su utjecali na njihovu izradu. Završni dio rada bit će izrada plakata po uzoru na poljsku školu plakata kao rezultat istraživanja.

Ključne riječi: plakat, poljska škola plakata, analiza, umjetnost

ABSTRACT

This paper will investigate the characteristics of Polish posters made during the 20th century. The development of poster design in Poland will be followed through its connection with various socio-political events. The special nature of posters during the Second World War and in the post-war period will be explained. This paper presents a brief historical view of how this movement was born and how it developed, from its beginnings associated with various art forms at the end of the 19th century, to the golden era of posters throughout the twentieth century. The aesthetic expression and visual experience of posters will be discussed, as well as their communicative and informative role. The research will focus on the role of Polish posters in society and their impact on the public. The Polish school of posters, its beginnings and main characteristics will be presented. The oeuvre of significant Polish artists will be analyzed through the analysis of their posters. Their use of metaphor, symbol and allusion will be explained. The aim of the paper is to clarify the way of making Polish posters as well as their influence by going through examples and social factors that influenced their creation. The final part of the paper will be the creation of a poster based on the characteristics of Polish school of posters as a result of the research.

Key Words: Poster, Polish School of Posters, Analysis, Art

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. POVIJEST POLJSKOG PLAKATA.....	3
3. DRUGI SVJETSKI RAT I NJEGOVE POSLJEDICE.....	5
4. POSLIJERATNO STANJE.....	6
5. POLJSKA ŠKOLA PLAKATA.....	8
5.1 Karakteristike poljskih plakata.....	9
6. RAZVOJ POLJSKIH PLAKATA.....	10
6.1 Poljski stil - zlatno doba poljske plakatne umjetnosti.....	12
7. POLJSKI UMJETNICI PLAKATA U POLJSKOJ I DILJEM SVIJETA.....	13
8. POLJSKI UMJETNICI I RAŠČLANJIVANJE NJIHOVA OPUSA.....	15
9. PLAKAT U SLUŽBI PROMOVIRANJA UMJETNOSTI.....	21
9.1 Kazalište.....	21
9.2 Film.....	24
10. PLAKATI NA TEMU ANTIALKOHOLIZMA.....	29
11. IZRADA PLAKATA NA NAČIN POLJSKE ŠKOLE PLAKATA.....	32
11.1 Proces izrade i inspiracija.....	33
11.2 Boja.....	36
11.3 Tipografija.....	36
12. ZAKLJUČAK.....	37
13. POPIS LITERATURE.....	38

1. UVOD

Brzi uspon do međunarodnog uspjeha poljskog plakata, nakon teških gubitaka te zemlje u Drugom svjetskom ratu i kasnijeg nametanja komunističke vlade, jedan je od iznenađujućih razvoja poslijeratne međunarodne grafike. [1] Poljska ima osebujnu povijest plakatne umjetnosti, koja se kreće od staljinističke faze socijalističkog realizma do raznolikih stilova kasnije poljske škole.[2] Osobine poljskog plakata kao što su drskost i duhovitost bile su visoko cijenjene na Zapadu. Pristup poljskih umjetnika plakatu bio je vrlo individualan i često slikarski, dok je zadržavao komunikacijsku ulogu. Njegov je estetski duh preživio političke pokušaje kontrole umjetničkog izražavanja. Prateći razvoj poljske škole plakata od njezinih početaka, do danas zabranjenih plakata „Solidarnosti“, primjećuje se nekoliko povezanih čimbenika koji djelomično objašnjavaju njenu stilsku i kulturnu evoluciju. Od posebne je važnosti činjenica da poljski plakat proizlazi iz društva s jakim sociopolitičkim poteškoćama, s kulturnom ovisnošću o nacionalnim tradicijama i sporijim gospodarskim i komercijalnim rastom od većeg dijela Zapada. Primijenjenu grafičku umjetnost prati intelektualno okruženje poljskih umjetnika, a kao rezultat se javlja tradicija plakata koji su bili komunikacijska i umjetnička sredstva. Stalna snaga poljskog plakata temelji se na povijesti interakcije i promocije kulturnog i političkog razvoja svog društva. [1] Počevši od 1950-ih do 1980-ih, Poljska škola plakata kombinirala je estetiku slikarstva s jednostavnom metaforom plakata. Razvila je karakteristike kao što su slikarska gesta, linearna kvaliteta i žive boje, kao i osjećaj za individualnu osobnost, humor i fantaziju. Na taj je način poljski plakat uspio smanjiti distinkciju između dizajnera i umjetnika. Plakati Henryka Tomaszewskog, Jerzyja Flisaka, Jana Lenice, Wojciecha Fangora te brojnih drugih, odlikuju se svojim stilom temeljenim na metaforama i aluzijama, originalnom tipografijom i slikarskim tehnikama, kao i humorom i nedorečenošću. [3]

Ova tema odabrana je radi osobne očaranosti djelima poljskih umjetnika plakata. U odabiru teme ulogu je imala fascinacija njihovom inovativnošću te sposobnošću kreativnog izražaja na nekonvencionalne načine. Razlog divljenju također je njihov smion pristup, pomalo drzak, ali u isto vrijeme ispunjen dosjetljivošću, ironijom i humorom. Plakati su često bili korišteni kao sredstvo komunikacije i izražavanja političkih stavova ili društvenih komentara. Dizajneri su koristili vizualne simbole i metafore kako bi prenijeli dublje poruke. Jedan od razloga odabira teme također je i snažni individualizam poljskih plakata te kombiniranje različitih tipografskih stilova, veličina i oblika slova. Poljski dizajneri eksperimentirali su različitim tehnikama i

materijalima. Upotrebljavali su ručno crtanje, kolaže, fotomontažu i druge tehnike kako bi postigli jedinstven vizualni stil.

Cilj ovog rada je pružiti uvid u to kako je umjetnost plakata reflektirala povijesne, političke i društvene promjene te kako su se umjetnici prilagođavali tim promjenama. Svrha rada je prikaz interdisciplinarnosti teme. Ova tema spaja različite aspekte umjetnosti, dizajna, povijesti i kulture. Cilj je također proći kroz analizu vizualnih elemenata, tipografije, boja i kompozicije u plakatima koji se odlikuju posebnosti i jedinstvenosti.

2. POVIJEST POLJSKOG PLAKATA

Poljska je uvijek bila na čelu moderne umjetnosti plakata. Svaka faza niza stilova koji su napredovali na Zapadu pronašla je svoj oblik u razvoju poljskog plakata. "Mlada Poljska" bila je krajem 19. i početkom 20. stoljeća pokret u umjetnosti, književnosti i arhitekturi povezan s europskom secesijom. Potječe iz Krakówa, kojim je tada vladala Austrija. [4] Mlada Poljska bila je raznolika kolekcija pisaca i likovnih umjetnika, koji su predstavljali likovnu i primijenjenu umjetnost. Kao pokret, nastojao je ponovno oživjeti poljsku umjetnost i književnost modernističkim pristupom, međutim unutar nacionalnog okvira. Takvi izrazi nacionalnog osjećaja nisu bili nimalo neuobičajeni u Europi devetnaestog stoljeća. [1]

U razdoblju od 1870. do 1890., u kojem su dominirali plakati Julesa Chéreta i Hénrija Toulouse-Lautreca u Francuskoj, poljski su umjetnici također počeli prakticirati ovaj oblik umjetnosti. Njihov rad odražavao je veliki interes za primijenjenu umjetnost, posebice narodnu umjetnost. Slika koja je prije bila mali drvorez ili gravura, sada izrađena kao litografija u boji, prerasla je u središnju točku plakata. Umjesto dodavanja teksta na tradicionalan način na vrhu ili dnu slike, umjetnici su učinili tipografiju sastavnim dijelom dizajna plakata. Godine 1898. održana je prva međunarodna izložba plakata u Krakowu, a 1901. osnovano je Društvo poljske trgovačke umjetnosti. Ova dva događaja prikazuju brzi razvoj poljske plakatne umjetnosti. Dok je umjetnost plakata buknila i blijedjela u zapadnoj Europi, nastavila je rasti na važnosti u Poljskoj. Bila je potaknuta svojom jedinstvenom vezom s nacionalnim težnjama poljske nacije. Godine 1918. Poljska je ponovno stekla neovisnost koja joj je bila oduzeta gotovo 150 godina. Tijekom kratkog dvadesetogodišnjeg razdoblja slobode poljski će plakati razviti vlastitu klasu. Središte plakatne umjetnosti preselilo se iz Krakowa u kozmopolitsku Varšavu, gdje su se proslavila dva imena dizajnera plakata, Tadeusz Gronowski i Edmund Bartłomiejczyk. Oba su umjetnika diplomirala na Arhitektonskom fakultetu Tehničkog sveučilišta u Varšavi. Spoj grafike i arhitekture imao je značajan utjecaj na mlade umjetnike. [4] Ti su umjetnici imali manje odanosti slikarskoj tradiciji. Shvaćajući plakat kao sredstvo oglašavanja, prepoznali su potrebu brzog priopćavanja informacija prolaznicima na ulici i pronašli ga unutar geometrijske i arhitektonske strukture plakata.[1]

Gronowski - u vlastitom ateljeu i s međunarodnom reputacijom pojačanom kontaktom s poznatim francuskim dizajnerom plakata A.M. Cassandre-om - predstavio je poljski plakat na putu do njegove prijeratne slave. [4] Kao najplodniji umjetnik, Gronowski je

slijedio Cassandreov savjet da umjetnik plakata ne smije promicati svoju osobnost, jer je plakat samo sredstvo za postizanje cilja, komunikaciju između prodavača i publike. [1] Gronowski je tehnikom prskanja boje koju je razvio, izradio izvanredne plakate u stilu Art Deco. Njegov plakat za Radion Sam Pierze – prašak za pranje rublja, s dojmljivom crnom mačkom koja iz praška za pranje iskače bijela, osvojio je nagradu na Međunarodnoj izložbi dekorativne umjetnosti u Parizu 1925. Reproducirani u Brockhausovoj Velikoj enciklopediji u 1933., ovaj se plakat smatrao jednim od najvećih plakata prvog kvartala dvadesetog stoljeća. [4]



Slika 2: Tadeusz Gronowski: Radion sam pierze, 1925.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

U 1920-im i 1930-im poljska vlada i komercijalne tvrtke intenzivno su koristile plakate za oglašavanje turizma, industrije, trgovine, sporta, željeznice, brodogradnje i filmske industrije u nastajanju. [4]

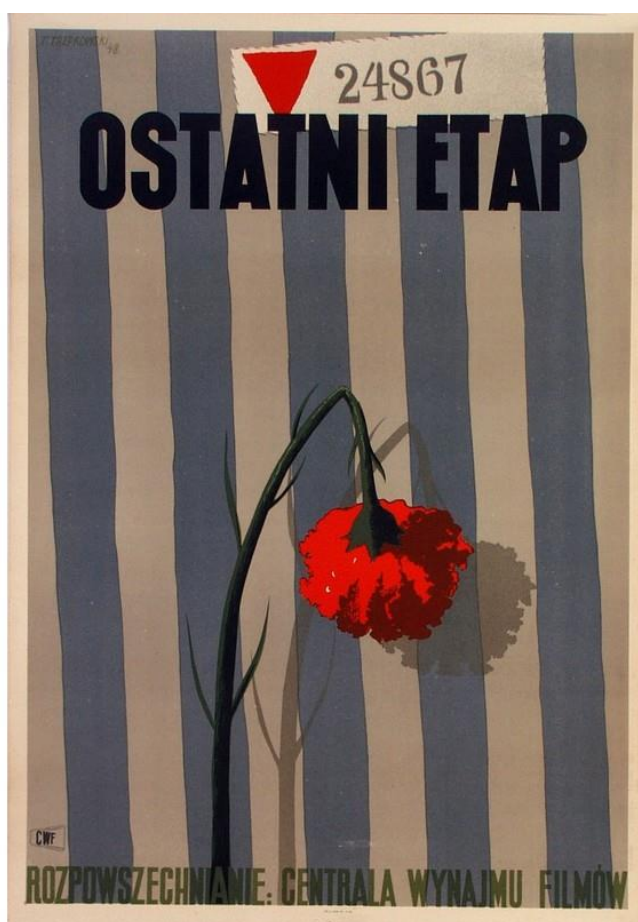
3. DRUGI SVJETSKI RAT I NJEGOVE POSLJEDICE

Godine 1938 i 1939. sve su se češće pojavljivali plakati s pozivom da se osiguraju poljske granice, u vrijeme kada je rasla zabrinutosti zbog namjera nacističke Njemačke. Zabrinutost je bila opravdana. Tijekom šest godina brutalne nacističke (i do 1942. sovjetske) okupacije u Drugom svjetskom ratu, Poljska je bila devastirana, s gotovo uništenim komunikacijskim, prometnim i industrijskim kapacitetima, a gubitak stanovništva procijenjen je na dvadeset posto svojih predratnih brojeva. Varšava, sa svojim baroknim i neoklasicističkim centrom, bila je u ruševinama. Sve legitimne kulturne aktivnosti su tijekom rata bile zabranjene, intelektualci internirani i pogubljeni, zatvorene škole i sveučilišta. U drugoj polovici četrdesetih, čak i za vrijeme borbe nacionalnih snaga s novonametnutim komunističkim poretom, kulturni život je postupno obnovljen. Plakat se pokazao kao idealno vizualno i propagandno sredstvo, lako reproducirano na prijenosnim litografskim prešama.[1]

Iako je to bila djelatnost za koju je bila predviđena smrtna kazna, podzemni tisak je riječju i slikom širio satirične kritike protiv okupatora. Takav cinični ratni humor karakterizirao je poljske plakate sljedećih godina. Završetak ratnog sukoba nije donio slobodu izražavanja. Orla s krunom, svjedočanstvo bivše slave Poljske, komunisti su zabranili, kao i portrete predratnih državnih čelnika. Komunisti su plakate koristili za poticanje mučeničkog naroda na obnovu, kao i za političku propagandu, što je zapravo zastrašivanje naroda. Osiromašeno stanovništvo žudjelo je za više od parola. Tako je za dizajnere plakata postao izazov ispuniti zahtjeve vlasti i istovremeno ispuniti kritička očekivanja neobuzdane nacije. Mladi umjetnici bili su privučeni ovim hrabrim oblikom izražavanja. Činilo se kao da je „umjetnost plakata iznikla iz pukotina uništenih ulica“. Poljaci su uživali u šarenim listovima papira koji su prekrivali izbrazdane zidove od cigle njihovih sivih gradova, gdje su donedavno okupacijski plakati crnim slovima najavljivali policijski sat, deportacije i pogubljenja. Odvažni dizajneri plakata privlačili su ljude, a oni su ocjenjivali njihova djela. Poljaci i umjetnici poznavali su prihvatljive granice prosvjeda i bili u stanju razlikovati javnu poslušnost od privatne pobune. Umjetnik je mogao, kako tvrdi Fox: „ugristi ruku koja ga je hranila, ali ne prejako“. Među milijunima koji su poginuli u Poljskoj tijekom Drugog svjetskog rata bilo je mnogo najboljih umjetnika. Oni koji su preživjeli, među njima Tadeusz Gronowski, Tadeusz Trepkowski, Eryk Lipiński, Józef Mrosczak i Henryk Tomaszewski, uspjeli su oživjeti kreativnu sposobnost koja je karakterizirala prijeratnu generaciju umjetnika. [4]

4. POSLIJERATNO STANJE

Trepkowski se sada pojavio kao glavna sila u grafičkoj umjetnosti. Između 1945. i njegove smrti 1954. u dobi od četrdeset godina, Trepkowski je proizveo neke od najupečatljivijih poslijeratnih postera Poljske. Njegov plakat "Posljednja faza" obilježava jedan od prvih poljskih filmova poslijeratnih godina (1948.), potresnu dramu preživljavanja i tragedije u koncentracijskim logorima. Prikazan je savijeni crveni karanfil, tradicionalni cvijet sjećanja u Poljskoj, dok baca sjenu na prugastu zatvorsku odjeću. Zloglasna priroda logora ponovno se podsjeća na identifikacijsku oznaku i broj. Navedeni su samo nazivi filma i produkcijske jedinice; radnja jedva da je bila potrebna zbog simboličnosti. [1]



Slika 4: Tadeusz Trepkowski, poster za film Posljednja faza, 1948.

Izvor: Boczar, D. A. (1984). The Polish Poster. Art Journal, 44(1), 16-27.

Ovaj Trepkowskijev plakat prikazuje njegovu osnovnu premisu u dizajnu plakata: glavni je izazov umjetnika da se osloni na asocijacijske sposobnosti promatrača te poticanje gledatelja na aktivno sudjelovanje u primanju poruke. Trepkowski je prepoznao da ulični prikaz plakata ne nudi mjesto za stanku i razmišljanje. Učinak mora

biti trenutani, ali dugotrajan da bi bio učinkovit. Slika i tekst su u skladu s tim sažeti i nedvosmisleni, prikazani u jasnoj konturi s jakim i čistim bojama. [1]

U 1950-ima, predavači na Akademiji likovnih umjetnosti u Varšavi, a posebno njezin ugledni profesor Henryk Tomaszewski (koji je osvojio pet medalja na Međunarodnom bijenalu plakata u Beču 1948.), privukli su talentirane studente. Velikodušne državne stipendije i sve brojnija publika stvorile su povoljnije okruženje nego u drugim istočnoeuropskim zemljama. Poljski cenzori, shvaćajući važnost poljskih plakata u zemlji i inozemstvu, bili su manje strogi od svojih kolega u Sovjetskom Savezu. [4] Na Akademiji likovnih umjetnosti u Varšavi plakat je iznimno napredovao tijekom ovih godina, gdje je prvi put primijenjena identifikacijska oznaka "poljska škola plakata". Nastavljajući tradiciju uspostavljenu 1930-ih, Varšavska akademija prepoznata je kao glavno sveobuhvatno središte svih vizualnih umjetnosti, pridonoseći konačnoj definiciji poljskog plakata. Grafički odsjek Akademije podijelio je svoja nastavna područja u četiri zasebne, ali međusobno povezane cjeline - likovnu umjetnost, vizualne komunikacije, primijenjenu umjetnost i plakat. Na taj način podržao je plakat kao samostalni i ravnopravni umjetnički oblik. S obzirom na takvu interdisciplinarnost, profesionalizam je odbačen u korist individualnijeg pristupa. Poljski plakat postat će više vizualno sredstvo, nego sredstvo oglašavanja. U najboljem slučaju, „reklamira“ javne usluge i ideološke poruke. Ne ocjenjuje se u smislu prodaje, nego u smislu dizajna. To se posebno dobro odražava u značaju i kvaliteti "event" plakata (predstave, opere, cirkus...), žanra koji je prvi izbacio poljski plakat na međunarodnu scenu. [1] Osnivanje Umjetničko-grafičkog izdavaštva (Wydawnictwo Artystyczne i Graficzne), koje je nagrađivalo mlade dizajnere plakata godišnjom nagradom Trepkowski i izdavanje časopisa za vizualnu umjetnost i dizajn, Projekt, osnovanog 1956., koji je često prikazivao plakate i njihove izložbe, naglašavali su važnost ove umjetnosti. Iskusni umjetnici procijenili su početnika prema njegovoj vještini slikanja i pisanja slova. Umjetnici, koji kod kuće često nisu imali ni prave kistove i boje, mogli su putovati u inozemstvo, što je u to vrijeme bila rijetka privilegija. Kako je poljsko društvo počelo oživljavati, pojavila se nova generacija umjetnika čija su imena ubrzo postala poznata, a njihovi stilovi postali su prepoznatljiviji kao i njihova lica i potpisi. [4]

5. POLJSKA ŠKOLA PLAKATA

Poljska škola plakata zajednički je naziv za skupinu umjetnika koji rade na vrlo određenom mjestu i u određenim okolnostima; u Poljskoj pod sovjetskom kontrolom. Mnogi su umjetnici također bili nastavnici na glavnim umjetničkim akademijama u Varšavi i Krakovu. [5]

Povijesno gledano, pojava Poljske škole plakata dogodila se 1950-ih kada se politička i kulturna situacija u Poljskoj smirila nakon Staljinove smrti. Sumorna estetika koja je dominirala zemljom nakon Drugog svjetskog rata s vremenom je poništena i umjetnici su mogli zamisliti nove pristupe i provesti ih u praksi. To je dovelo do opće eksplozije umjetničke kreativnosti, u filmskim i kazališnim produkcijama, glazbenim koncertima i likovnim izložbama. Umjetnici povezani s Poljskom školom plakata nisu plakate smatrali samo komercijalnim ili reklamnim medijem. U ovom su obliku tražili izvornost i profinjenost. [3]

Škola je prikazana kao vrlo osebujna, često groteskna i slikovita. Cvjetala je do pada komunizma 1989. Brojni stručnjaci slažu se da je Poljska škola dosegla svoj vrhunac 1960-ih. Plakati koje je dizajnirala Poljska škola plakata bili su zapravo skriveni komentari političke situacije u zemlji pružajući priliku za individualni izraz umjetnika. [6]

Bijenale i druge ključne izložbe u Varšavi omogućile su brojnoj i kritičkoj međunarodnoj publici da iz prve ruke vidi brojne primjere „poljske škole plakata“. U svojim pokušajima da shvate prirodu ove škole, kritičari su se usredotočili na očite vizualne karakteristike; slikarska gesta, linearna kvaliteta i uporaba živih boja, proizašlih iz narodne umjetnosti. Također su zamijećeni smisao za humor, fantazija te nedostatak snažne komercijalne orijentacije, što su mnogi kritičari vidjeli kao izvor osobnosti poljskog plakata. U svemu tome nije se vidio osjećaj jedinstvenog stila, pa je uslijedila spoznaja da, unatoč određenim zajedničkim karakteristikama, poljska škola plakata nije vezana uz neki poseban stil. Poljski plakat obilježen je snažnim osjećajem individualnosti. Tomaszewski, često nazivan „ocem“ poljske škole plakata, otišao je korak dalje negirajući postojanje takve škole, inzistirajući na tome da su „granice nacionalne kulture srušene prije nekog vremena i da sada postoji nadnacionalni jezik, u cijeloj umjetnosti“. Glavni doprinos poljskog plakata suvremenoj grafičkoj umjetnosti mogao bi biti njegov „prijedlog“ za stvaranje novog razumijevanja između umjetnika i publike. [1]

5.1 Karakteristike poljskih plakata

Postojalo je opće nepovjerenje prema uobičajenoj komercijalnoj funkciji plakata zbog čega su umjetnici tražili inspiraciju u drugim sferama. Umjetnost slikanja doprinijela je razvoju jedinstvenog stila poljske škole plakata. Plakat potječe iz slikarstva, a umjetnici su se, čak i u kasnijim fazama dizajna plakata, vratili slikarstvu. Bili su inspirirani suvremenim slikarskim tehnikama, poput neobičnih oblika, zapanjujućih shema boja i izazovnih kompozicija. Metafora se češće koristila nego simboli koji su se smatrali previše iskorištenim i konvencionalnim, dok su se znakovi smatrali previše očitima i jednostavnima. Upotreba metafore također je omogućila umjetnicima da traže asocijacije i da prenesu neočekivane kombinacije. Kao što kaže Folga Januszewska: “Poljski plakat bio je prozor otvoren mašti i dvosmislenosti, dvostrukom značenju”, a posljedično je to unijelo humor, ironiju i nadrealne elemente u formu plakata. Tipografija se češće oslanjala na rukopisni stil nego na standardna tipografska slova, a povremeno su umjetnici koristili izražajna kolažna slova. Na taj je način plakat s vremenom postao utjecajna umjetnička forma namijenjena njegovanju umjetnosti, a ne podlijevanju pritiscima reklama. [3]

Plakati poljske škole plakata značajno su utjecali na međunarodni razvoj grafičkog dizajna u umjetnosti plakata. Njihov glavni doprinos je u korištenju komunikacije kroz dosjetljive aluzije. Koristeći snažne i žive boje iz narodne umjetnosti, kombiniraju tiskane slogane, često ispisane rukom, s popularnim simbolima, kako bi stvorili metaforu. Kao kombinacija riječi i slike, ovi su plakati stvarali određenu estetsku napetost. Osim estetskih aspekata, ovi su plakati mogli otkriti umjetnikovu emocionalnu uključenost u temu. Oni nisu postojali samo kao objektivna prezentacija, već su bili i umjetnikova interpretacija i komentar na temu i društvo. [7]

6. RAZVOJ POLJSKIH PLAKATA

Kao i često u prošlosti Poljske, studenti su bili mjerilo promjena. Wrocław (nekadašnji njemački Breslau), koji je nazvan "Divljim zapadom" kada ga je Konferencija u Jalti 1945. godine oduzela Njemačkoj i vratila Poljskoj, postao je magnet za mlade Poljake iz istočnih gradova poput Lavova, uključenih (od strane iste konferencije) u Sovjetski Savez. Od sredine 1960-ih do sredine 1970-ih Wrocław je postao središte kazališne, umjetničke i glazbene poljske avangarde. Wrocław je bio dom Kazališta Laboratorium Jerzyja Grotowskog, kao i poznatog kazališta pantomime Henryka Tomaszewskog i eksperimentalnog kazališta Stu, gdje je skupina talentiranih mladih ljudi brusila svoje glazbene, umjetničke i kazališne vještine. U njemu su studenti umjetnosti Jan Sawka i drugi umjetnici, poput Jana Jaromira Aleksiana i Eugeniusza "Get" Stankiewicza, stvorili odvažne plakate i scenografije. Godine 1979. Rafał Olbiński, kasnije emigrant, izradio je plakat za film Čovjek od željeza Andrzeja Wajde. Ovaj plakat postao je jedan od najreproduciranijih i najpoznatijih plakata Solidarnosti (poljski sindikat). Radnička glava razbija betonski obruč koji ju steže. Plakat prenosi poruku kako u neravnopravnoj borbi između ugnjetavanja i slobode prevladava snaga uma. [4]



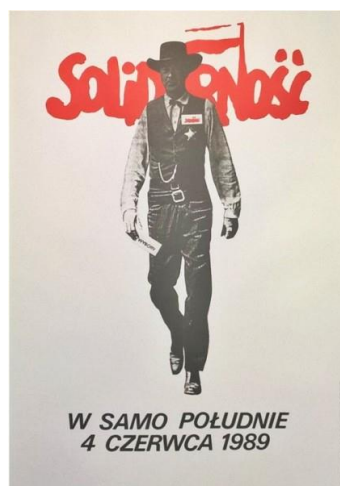
Slika 6.1: Rafał Olbiński: Człowiek z żelaza, 1979.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

Četrnaestog kolovoza 1980. u Brodogradilištu Lenjina u Gdanjsku, izbio je štrajk, koji je stvorio "Solidarnost", politički pokret u Poljskoj, i izabrao Lecha Wałęsu za svog vođu. Ljudi diljem svijeta navikli su se na prizor gdanjskog brodogradilišta prekrivenog simbolima i plakatima. [4] Poljski plakat vratio se na ulice u obliku plakata Solidarnosc (Solidarnost) 1980. i 1981. godine. [1]

Mladi dizajner plakata Jerzy Janiszewski dizajnirao je logo koji se ubrzo masovno pojavio na ulicama Poljske i inozemstva. [4] Logo nastavlja tradiciju asocijacija poljskih plakata: njegov crveno-bijeli dizajn ponavlja boje zastave koja se vijori i koju nosi slovo „n“. [1] Tijekom tog razdoblja, ulice u Poljskoj počele su nalikovati galerijama plakata. Plakati "Solidarnosti", koje su dizajnirali umjetnici emigrirali iz Poljske, bili su izloženi u Parizu, Londonu i New Yorku kao podrška borbi koja se odvijala u njihovoj zemlji. I premda je „Solidarnosti“ zadan težak udarac uvođenjem izvanrednog stanja 13. prosinca 1981., neovisnost je odgođena samo za jedno desetljeće. [4]

Godine 1989. Jerzy Sarnecki transformirao je crno-bijeli poster Mariana Stachurskog iz 1959. za film „U podne“ s Garyjem Cooperom u izborni poster za „Solidarnost“. U novoj verziji Gary Cooper, nezaboravni visoki šerif koji je polako hodao, u desnoj je ruci držao presavijeni glasački listić i imao bedž „Solidarnosti“ pričvršćen na šerifovu zvijezdu. Poruka na dnu plakata bila je kratka i relevantna: „Točno u podne / 4. lipnja 1989.“ Prvi, djelomično slobodni izbori na kojima je pobijedila "Solidarnost" označili su početak brzog pada komunizma u Poljskoj. [4]



Slika 6.2: Jerzy Sarnecki: *W samo południe*, 1989.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

6.1 Poljski stil - zlatno doba poljske plakatne umjetnosti

Umjetnici plakata dosegli su vrhunac ranih 1960-ih. To je razdoblje najvećih umjetničkih postignuća Lenice i Młodożenca. Nešto kasnije, Cieśliewicz, Starowieyski i Świerzy slijedili su primjer. [8]

Sredinom 1960-ih, „poljski stil“, riječima jednog kritičara - stil „neovisnosti i pameti“ karakteriziran sarkazmom, jednostavnošću i inovativnim slovima - iskazao se u djelima velikog broja umjetnika. Naziva se stilom „neovisnosti i pameti“ jer su plakati bili nositelji društvene i političke kritike, izrađeni na „pametno“, dosjetljiv način, korištenjem metafora, simbola i ironije. Ni u jednoj drugoj zemlji nije postojao tako snažan osjećaj poistovjećivanja između umjetnika i publike. [4] „Poljski stil“ prati obilježja poljske škole plakata. Umjetnici u plakatima koriste slikarske tehnike, izazovne kompozicije, zanimljive sheme boja i metaforu. Primjer „poljskog stila“ je plakat „Wozzeck“, Jana Lenice koji na dosjetljiv način prikazuje tjeskobu (slika 9.1.1). Karakteristika „poljskog stila“ je sloboda kreativnog izražavanja i sposobnost umjetnika da se oslobode bilo kakvih tipografskih ili grafičkih pravila. Svaki je umjetnik razvio svoj poseban stil - stil Lenice ne može se poistovjetiti sa stilom Świerzyja, niti se stil Starowieyskog ne može poistovjetiti sa stilom, primjerice, Cieśliewicza. [9] Poljski plakat postao je glas naroda, hrabar, ali i ozbiljan, tradicionalan, ali i nepredvidiv. Desetljeće 1960-ih postalo je poznato po međunarodnim izložbama i velikim izložbama poljskog plakata. Poljski plakati uspjeli su u onome što nije uspjelo generacijama drugih umjetnika - uspjeli su, barem u svojoj zemlji, smanjiti, ako ne i eliminirati granicu koja razdvaja komercijalnu i likovnu umjetnost. Godine 1966., u znak priznanja rastuće važnosti poljske plakatne umjetnosti, održano je Prvo međunarodno bijenale plakata u galeriji Zachęta u Varšavi. Istodobno je u Nacionalnom muzeju u Varšavi održana velika retrospektivna izložba plakata. Iste godine Jan Lenica osvojio je zlatnu medalju za svoj plakat za Wozzeck, operu Albana Berga. Dana 4. lipnja 1968. otvoren je Muzej plakata u palači Wilanów, prvoj instituciji na svijetu koja je u potpunosti posvećena plakatu. Od tada, s iznimkom razdoblja izvanrednog stanja, bijenale plakata postalo je međunarodno cijenjeno izložbeno mjesto plakata, s radovima koji se šalju iz cijelog svijeta na ocjenjivanje u Varšavi. Poljsko društvo nastavilo je podržavati ovu vrstu umjetnosti, a broj kolekcionara plakata se povećavao. U 1970-ima godišnje se tiskalo oko 10 000 plakata. Kazališta i kina diljem zemlje naručila su plakate od različitih dizajnera za isti događaj. Rezultate je ocjenjivala raznolika publika. [4]

7. POLJSKI UMJETNICI PLAKATA U POLJSKOJ I DILJEM SVIJETA

Godine 1979. esej pod naslovom „Poljski plakati - tihi glas čovječanstva“, poznatog japanskog umjetnika plakata i povjesničara umjetnosti Yusaku-a Kamekure, sažeto opisuje ono što je odlikovalo poljske plakate. Prema njegovom mišljenju, poljski plakati: „Pršte ljudskošću ... zrače snažnom energijom ...i prije svega su poetični.“ Poljski plakat, napisao je: „Snažna je struja individualističkog izraza, gotovo bez usporedbe te često izbjegava sve vanjske utjecaje, šćućuren duboko unutar dobro utvrđene tvrđave“... „nadrealni okus ovog postera, prenesen rukom pisanim slovima, pleše po papiru.“ Kamekura je tvrdio: „Upečatljiva nesputana struktura poljske plakatne umjetnosti zapravo održava nevjerojatno preciznu ravnotežu.“ Ovo je vrlo visoka ocjena od izvanrednog umjetnika i kritičara udaljenog pola svijeta. [4]

Rafał Olbiński i Jan Sawka, došli su u Sjedinjene Države malo prije uvođenja vanrednog stanja. Olbiński je osvojio nagradu na devetom međunarodnom natječaju za najbolji plakat 1994. „Reci ne drogama, prije nego što bude prekasno“. Plakat prikazuje umiruću golubicu u obliku sklopljenih ruku, kao da se mole. Urban Art International, uz sudjelovanje UNESCO-a i Američkog instituta grafičkih umjetnika, dodjeljuje plakatu „Reci ne drogama“ prestižnu nagradu Prix Savignac (u čast slavnog francuskog umjetnika uličnog plakata), koja se dodjeljuje plakatima koji najbolje prikazuju „sažetu poruku koja gledatelja zadivljuje ljepotom i ekonomičnošću slike“. [4]



Slika 7: Rafał Olbiński: Say No To Drugs, 1994.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

Unatoč podrijetlu ovih plakata iza „željezne zavjese“, tijekom godina Hladnog rata, plakate koje je stvorila Poljska škola plakata prepoznali su i prikupili brojni entuzijasti poput Osborna Robinsona, daleko od njihovog porijekla u Poljskoj te su sačuvani u Northamptonu. Također se čuvaju u arhivima u drugim akademskim zbirkama u Sjedinjenim Državama, poput Muzeja moderne umjetnosti u New Yorku, Stanforda u Kaliforniji, Centra Zaklade Kosciuszko u Washingtonu i Sveučilišta Drexel u Philadelphiji. [5]

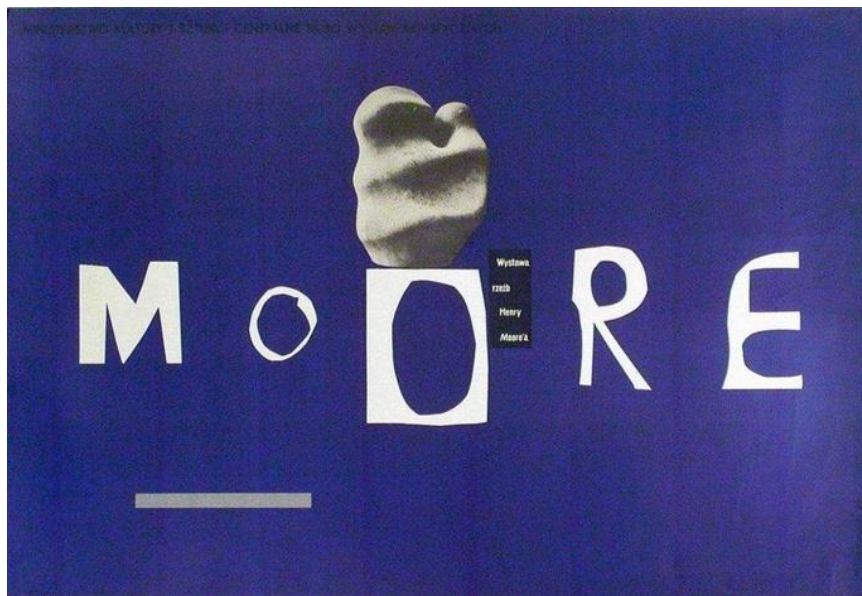
Jan Sawka također je napravio briljantnu karijeru u Poljskoj, Sjedinjenim Državama i drugdje u svijetu. Njegovi plakati, dekoracije predstava i kazališne scenografije prikazani su diljem Europe. Odana mu je počast u Japanu, zemlji s vlastitom tradicijom izvrsne grafičke umjetnosti. Sawka kombinira svoju umjetnost s glazbom i elektroničkim medijima. Razvio je vizualni okvir za rock-glazbene emisije u Sjedinjenim Državama i svjetlosne i zvučne emisije u Ujedinjenim Arapskim Emiratima. Radovi Olbińskog i Sawke dokazuju univerzalnost simbola kao i otpornost i vitalnost poljske plakatne umjetnosti. „Reci Ne drogama“ Olbińskog i „Solidarnost“ Sawke primjeri su najboljeg poljskog plakata. Plakati drugih poljskih umjetnika također su postali naširoko poznati diljem svijeta. Umjetnici kao što su Mieczysław Górowski, Andrzej Pągowski, Jerzy Czerniawski, Wiesław Wałkuski, Eugeniusz "Get" Stankiewicz, Leszek Drzewiński, Jan Jaromir Aleksion, Edward Lutczyn, Wiesław Rosocha, Wiktor Sadowski, Roman Kalarus, Stasys Eidrigevicius, Mieczysław Wasilewsk - dokaz su neprekinutog razvoja poljske plakatne umjetnosti. [4]

8. POLJSKI UMJETNICI I RAŠČLANJIVANJE NJIHOVA OPUSA

Prema Foxu: „Eugeniusz Stankiewicz često koristi svoj lik kako bi pojačao ironiju raspršene poruke plakata. Jan Sawka vodi gledatelja na biografsko putovanje koje prikazuje slike njegove supruge i prijatelja, a možda čak i neprijatelja.“ [5]

Henryk Tomaszewski izradio je plakat za izložbu Henryja Moorea u Varšavi (1959.). Bijela izrezana slova imitiraju jednostavne skulpturalne oblike s otvorenim prostorima karakterističnim za Mooreov stil. Drugo "O" u kiparovom imenu funkcionira kao postolje koje podupire njegov kulni kip „Majka i dijete“. [3]

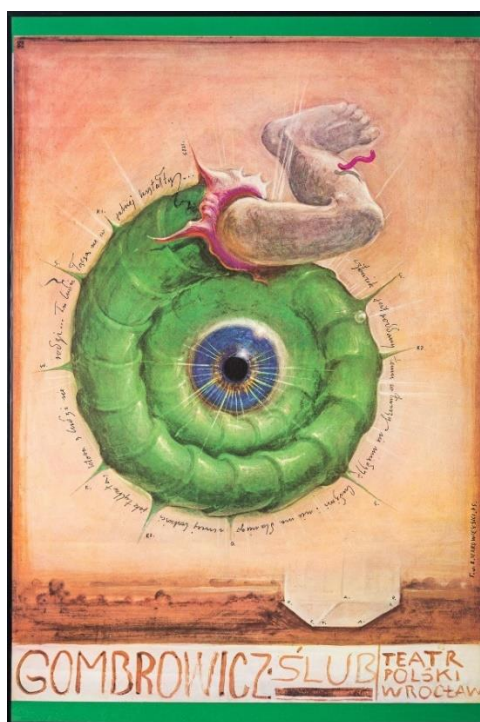
Izložba Moore fokusira se na bit Mooreova rada, koja oživljava čak i slova njegova imena. Pismo se tretira kao umjetnički materijal, a ne samo kao tekst objašnjenja; nosi sliku. Prema Boczaru: „Ugodan razmak bijelih slova unutar ljubičaste horizontale (rijedak format na plakatima) evocira ekspanzivnu kvalitetu Mooreovih skulptura. Ovo djelo sadrži elemente Tomaszewskijeva zrelog stila: suzdržanost ležerne, crtane linije kao iz četrdesetih, koja je ovdje izvedena s većom unutarnjom napetošću; korištenje bogatih polja boja dok je raznolikost boja u jednom dizajnu izričito ograničena; spontanost i naivnost svojstvena dječjem likovnom stvaralaštvu, često nošena sažetim motivom. Konačno postoji dojam nedorečenosti, ugodaj smirenosti i širine, pri čemu slika nikad ne prelazi rub plakata.“ [1]



Slika 8.1: Henryk Tomaszewski: Henry Moore's exhibition, 1959.

Izvor: Boczar, D. A. (1984). The Polish Poster. Art Journal, 44(1), 16-27.

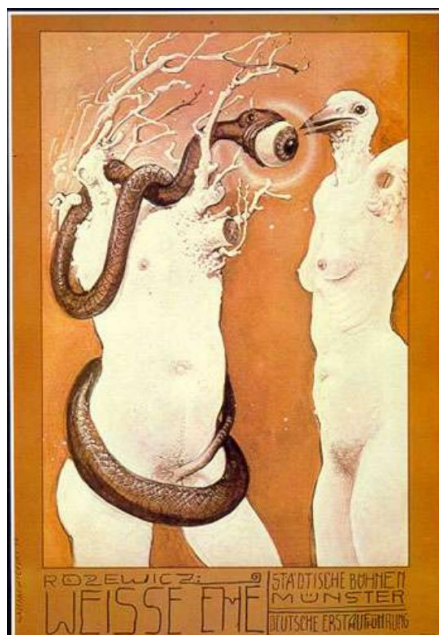
Starowieyski crta šokantan, pomalo „apokaliptični“ prikaz svog djetinjstva i ratnih sjećanja, kao i fantastične dječje priče. „Vjenčanje“ Franciszeka Starowieyskog bogato je aluzijama koje su mu donijele slavu. [4]



Slika 8.2: Franciszek Starowieyski: *Ślub*, 1975.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

Na njegovim kazališnim plakatima scene kombiniraju ljudske i životinjske oblike, rađanje i raspadanje, a sve je to izvedeno umjetnošću crtanja koja njegova djela čini jedinstvenima. Starowieyski kaže da, poput Danteovog Vergilija: „Vodi gledatelja do čuda nepostojećeg mjesta.“ „To je mjesto, svijet snova, kojim dominira apokalipsa, sve kao u baroknoj konvenciji.“ Ljudski i životinjski oblici prelaze u čudovišne oblike, đavolske životinje oštih repova, glava koje izlaze iz bokova, divovske, izbuljene oči, oči s udovima koji mijenjaju oblik; stabla s deblima i granama koje krvare iz rascijepljenih panjeva. Starowieyski tvrdi da je uspio „zamagliti granicu između živog svijeta i svijeta neživog“; da u njegovom slikarstvu „predmeti imaju dar razmišljanja, uzdižući ih na rang simbola ... tako da krajolici, životinje i stvari nisu bez duše.“ [4] Franciszek Starowieyski dobivao je inspiraciju iz barokne umjetnosti i imao je neobičnu sklonost prema jezivom i nadrealnom. Njegovi plakati pokazuju impresivno crtačko umijeće, prikazuju slike koje često kombiniraju motive smrti i erotike. [3]



Slika 8.3: Franciszek Starowieyski: *Wiese Ehe (Biały ślub)*, 1978.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

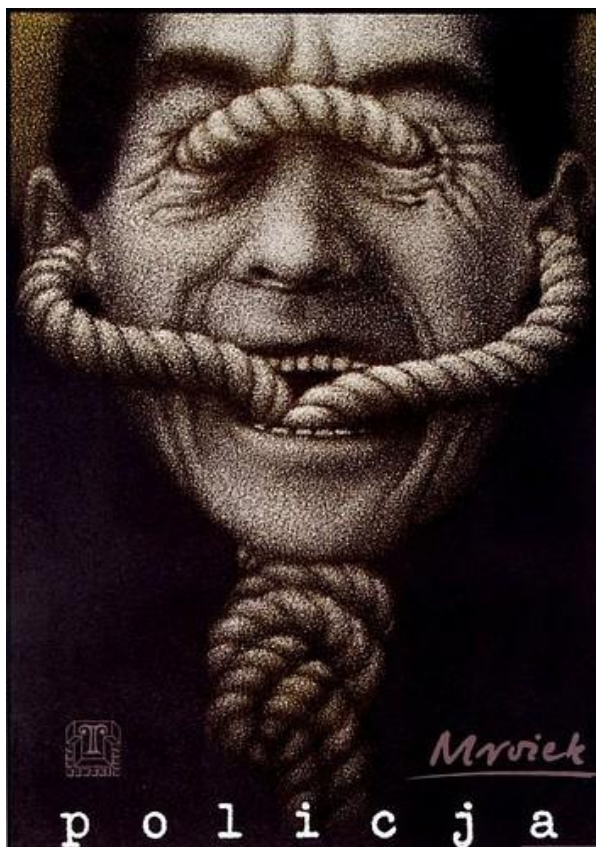
Stil plakata Jerzyja Flisaka često se opisuje kao nespretn, namjerno ružan, neestetški i gotovo ležeran. Njegovi plakati *Hitman* (1960.) i *Brutti, Sporchi e Cattivi* (1978.) prikazuju slično ritmičko ponavljanje oblika, neobično uključivanje teksta i mnogo ironičnog humora. [3]



Slika 8. 4: Jerzy Flisak: *Hitman*, 1960., Jerzy Flisak: *Brutti, Sporchi e Cattivi*, 1978.

Izvor: *Folga-Januszewska D. i Majewski L. (2018.) Oto sztuka polskiego plakatu. BOSZ. Olszanica.*

Plakat policije Mieczysława Górowskog, nastao za vrijeme vojnog stanja, prikazuje uže zločinca koje ne samo da se omotava oko čovjekova vrata, već mu sprečava sposobnost da vidi, govori i čuje. Prikazuje se degradacija osjetila. Boje Górowskog su sumorne: uglavnom nijanse smeđe i žute, dok je efekt zrnatosti filmske emulzije karakteristična značajka njegova rada. [4]

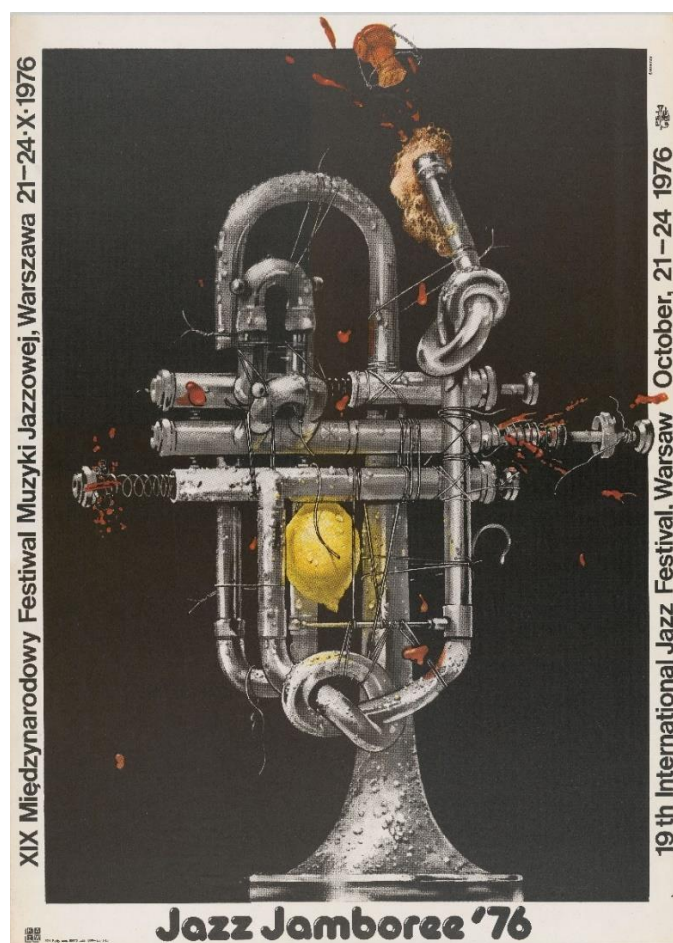


Slika 8.5: Mieczysław Górowski: *Policja*, 1982.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

Prema umjetniku Janu Lenici: "Bit poljskog plakata leži u jednakoj primjeni načela obrane i napada. Plakat mora biti obranjen od okoline u kojoj je postavljen, mora se suočiti s arhitektonskim okruženjem. Plakat se također mora boriti protiv pristupa publike, koji može biti ravnodušan ili čak neprijateljski. Jedino sredstvo koje je na raspolaganju umjetniku plakata je njegova sposobnost da zadivi gledatelja. Sličnost s drugim posterima uništava tu moć. Umjetnik plakata može promijeniti svoj pristup, način izrade plakata, pa i materijale. Poljski plakat antiteza je dekorativnoj umjetnosti, zbog intelekta stvaratelja, za razliku od propagandnog ili komercijalnog plakata u kojem umjetnik prenosi tuđe ideje." [4]

Waldemar Świerzy bio je punopravni grafički dizajner koji je dizajnirao plakate, naslovnice knjiga i ilustracije, marke i omote ploča za koje je dobio mnoge međunarodne nagrade. Svoj stil uvelike duguje slikarstvu, posebice modernom apstraktnom trendu. [3] U plakatu „Jazz Jamboree“, Waldemara Swierzija, boja je ograničena na crnu pozadinu, srebrni rog i žuti limun uklopljen u mješavinu svirala. Motiv je izveden s velikom jasnoćom i tonskom modulacijom. Slikovite kapljice vlage skupljaju se na metalu, a kapljice crvene tekućine izbijaju iz uvijenih cijevi. Ovu posebnu značajku nečega što istiskuje ili eksplodira iz unutrašnjosti motiva Swierzy je u drugim radovima proširio na eksploziju na površinu plakata i izvan nje. Obojene kapljice i žilave, spiralne linije oslikane su trodimenzionalno. Na plakatu je prikazan odnos svjetla i sjene te osjećaj dubine. To se nastavilo u mnogim Swierzyjevim portretnim posterima, uključujući crno-plavi poster rock glazbenika Jimija Hendrixa, portret poljskog slikara Stanislaw Teissyrea i autoportret korišten na naslovnici Projekta. [1]



Slika 8.6: Waldemar Swierzy: *Jazz Jamboree*, 1976.

Izvor: Boczar, D. A. (1984). *The Polish Poster*. *Art Journal*, 44(1), 16-27.

Urbaniec je postao poznat preko noći kada je 1970. pozvao „Mona Lisu“ da se pridruži cirkusu. Napadan od strane kritičara da je ikonoklastičan i previše intelektualan za cirkusku temu, Urbaniecov je plakat bio jedan od prvih koji je „intelektualizirao“ cirkusku atmosferu. Promatrao je cirkus iz povijesnog aspekta, a ne prikazujući tipičnog sretnog klauna i šarenu životinju. Izbjegava snažnu, isprekidanu liniju mnogih svojih suvremenika, a boje koje koristi su blijede i primamljive: grimizno crveni zastor na ružičasto-ljubičastoj pozadini. [1]



Slika 8.7: Maciej Urbaniec: CYRK (Mona Lisa), 1970.

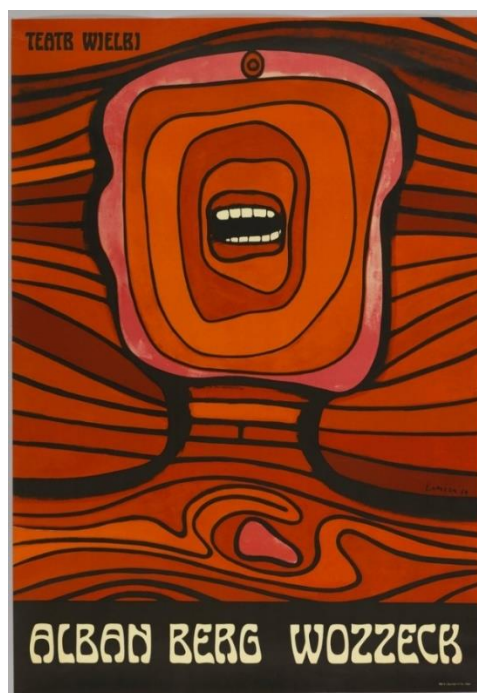
Izvor: Boczar, D. A. (1984). The Polish Poster. Art Journal, 44(1), 16-27.

9. PLAKAT U SLUŽBI PROMOVIRANJA UMJETNOSTI

9.1 Kazalište

Povjesničar kazališta, Tomasz Kubikowski, tvrdi da je kazališni plakat prednjačio u pokretu zahvaljujući ulozi koju je kazalište imalo u doba komunizma poljskog društva. Tada je bilo vrijeme da glumci, redatelji i publika izraze svoje mišljenje, a što je još važnije, mogli su izraziti svoje emocije koje nisu mogle naći drugačiji način izražavanja. Umjetnik plakata Uwe Loesch smatra da su čudne, pa čak i morbidne figure jedno od obilježja po kojima se ističe poljski kazališni plakat. Uwe Loesch tvrdi: "Postoje povijesni razlozi za čudovišta. Poljska je nakon rata bila potpuno uništena. Većina koncentracijskih logora bila je u Poljskoj. Zatim je došla diktatura glavnog neprijatelja Poljske, Rusije. Poljaci su bili traumatizirani." [10]

Jan Lenica osvojio je zlatnu medalju za svoj plakat za *Wozzeck*, operu Albana Berga. Leničin *Wozzeck*, slika tjeskobe prikazana u brojnim djelima o povijesti plakata, naziva se „međunarodnom ikonom 1960-ih“, ne samo kao preteča psihodeličnog plakata, već i kao simbolični protestni plakat. Na pitanje o svom radu, Lenica je ovaj plakat usporedio s jazzom. „Plakat mora pjevati“, rekao je. Pritiskan da objasni što je važnije - oko ili um - odgovorio je: „uho“. [4] Naslovni lik, *Wozzeck*, vojnik je koji se bori i radi kako bi zaradio dodatni novac sudjelovanjem u medicinskim istraživanjima. Majka njegova djeteta, Marie, upušta se u odnose s Drum Majorom. *Wozzeck* je obuzet ljubomorom i naposljetku ju izbode na smrt u šumi. Kako bi se riješio krvavog noža, baci ga u vodu obližnjeg jezera. *Wozzeck* postaje opčinjen mjesecom, koji se iznad njega pojavljuje krvavo-crven. Zabrinjava ga sjaj mjeseca i *Wozzeck* postaje uvjeren da mora uzeti nož i baciti ga dublje u vodu. Dok gazi u jezero, voda kao da se pretvara u krv. *Wozzeck* se utapa u jezeru. Lenicina osebujna kompozicija ujedinjuje oblik *Wozzecka* koji se utapa, otvorenih usta, sa strujama krvave vode i punim, krvavo-crvenim mjesecom iznad. Na plakatu se teme siromaštva, tjeskobe i ljubomore stapaju u jedan krvavi vrisak. [11]



Slika 9.1.1: Jan Lenica: Wozzeck, 1964.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

Dizajniran od strane majstora poljske grafike, Henryka Tomaszewskog, plakat „Historia“ jedan je od tisuća izvanrednih plakata proizvedenih tijekom desetljeća komunističke vladavine u zemlji. S pomalo smiješnim stopalom s dva prsta nalik na prste podignutim u slovo „V“, plakat je bio prikaz prkosa. Prema Marcusu: „Svojim crtanim nadrealizmom, kao da je poziv na mir, ali i na pobjedu, najavljuvao je slobodu, kao i sama predstava, koja će ustati iz mrtvih.“ U opereti „Historia“ govori se o metaforičnoj borbi protiv komunizma bosom nogom, a Tomaszewski doprinosi simboličnosti dodatkom simbola pobjede – slova „V“. [10]



Slika 9.1.2: Henryk Tomaszewski: Historia, 1983.

Izvor: <https://www.wsj.com/articles/SB115768222832657237>, 2.8.2023.

Glavni atributi koji karakteriziraju poljski kazališni plakat su metaforičnost, misterioznost, nestvarnost i nadrealizam. Ne vodeći računa o informativnosti kao osobini plakata, umjetnici su potaknuli promatrača na razmišljanje. [6]

9.2 Film

Godine 1945. grafički dizajneri poput Erika Lipińskog i Henryka Tomaszewskog uspjeli su ispregovarati veliku slobodu za dizajniranje filmskih plakata. Time je stvoren temelj za područje javno subvencionirane proizvodnje plakata koje nije podlijegalo strogim smjernicama kulturne politike socijalističke države u nastajanju. Kulturni plakati ostali su, barem donekle, zadnji oslonac umjetničke slobode. Ta je sloboda značila da umjetnici mogu slijediti vlastiti stil te da mogu birati izražajna sredstva, sadržaj i interpretaciju određenog kulturnog događaja. [8]

Do 50-ih godina dizajn filmskog plakata praktički je postao jedini oblik nereguliranog umjetničkog izražavanja. Postao je polazište za najmanje tri generacije umjetnika koji su se s likovne umjetnosti prebacili na grafički dizajn. Bez ikakvih komercijalnih ograničenja, nastali plakati bili su umjetnikove interpretacije filma i karakteristikama daleko od zapadnih izvora. Nema portreta glumačke postave, nema slika impresivnog krajolika i nema otmjenog dizajna naslova. Umjesto toga, umjetnici su postali kreativni i pronašli dosjetljive načine za predstavljanje tema i naslova filmova na simboličan i apstraktniji način. Koristili su upečatljive boje, osebuje prikaze i duhovite metafore. U to je vrijeme komunistički sustav Poljske značio da je sve, uključujući kulturne institucije poput kazališta i festivala, bilo nacionalizirano. Stvorena je monopolistička tvrtka za distribuciju filmova nazvana „Centar za iznajmljivanje filmova“ (CFR). Ova je institucija uspostavljena kako bi se proširio vladin politički utjecaj na zabavu i održala moć. Nacionalizirani filmski distributer značio je da su filmski plakati također nastajali pod nadzorom CFR-a. Varšava, koja je bila glavni grad Poljske i u kojoj se nalazila institucija, postala je jedini grad sposoban za proizvodnju plakata. Poljska je posvećivala nevjerojatnu količinu pozornosti mediju plakata jer je igrao posebnu ulogu u javnoj komunikaciji. [12]

Djelatnici CFR-a općenito su smatrali da je filmski plakat umjetničko djelo i „ako je svrha filma umjetnost, umjetnost bi trebala biti glavni cilj plakata“. Tako su distribucijski model postali umjetnici koji su pod nadzorom CFR-a stvarali plakate kako bi prvo stvorili umjetnost, a zatim reklamu (ili bolje rečeno ne reklamu uopće). Poljski plakati ranih 1960-ih stavili su veliki naglasak na umjetnikovu osobnost i individualnost. Percepcija plakata nije postala samo „ono što plakat govori“, već prije „kako govori“. Plakati se tretiraju kao samostalna umjetnička djela i njihov odnos s izvornim materijalom je smanjen. Umjetnička sloboda umjetnika bila je na čelu stilskog odlučivanja. Često je to uzrokovalo nepovezanost između narativa i zapleta filma s

poljskom verzijom, budući da umjetnici nisu imali nikakvu ugovornu niti financijsku obvezu da ostanu vjerni izvornoj viziji i atmosferi redatelja. Unatoč tome, mnogo je plakata i dalje utjelovljivalo karakteristike i emocije koje su filmovi pokušavali prenijeti. [13]

S obzirom na uredničke i cenzorske odredbe WAG-a (državna izdavačka kuća - Wydawnictwo Artystyczne Graficzne), koji je pratio većinu tiska, dizajneri filmskih plakata dobili su popriličnu dozu fleksibilnosti. Osvrćući se na djela Tomaszewskog i Lipinskog iz kasnih četrdesetih, umjetnik filmskog plakata kasnih pedesetih nije se usredotočio na doslovnu interpretaciju radnje, niti na fotografiju s naslovom iz filma, nego primarno na umjetnikovu interpretaciju podneblja i ugođaja filma. Može se tvrditi da takva subjektivnost čini funkciju prijenosa informacija plakata neučinkovitom. Od plakata se nije očekivalo da pruži detaljne informacije, koje su bile previše lokalne i aktualne da bi bile uključene; datumi, vrijeme i lokacije objavljeni su drugdje. Estetika plakata Trepkowskog - aktivno sudjelovanje gledatelja - vjerno je primijenjena. [1] Budući da su djela u nastajanju iz tog razdoblja bila ograničena samo maštom umjetnika i nisu slijedila nikakav jedinstveni stil ili manifest, ne mogu se klasificirati kao vlastiti umjetnički stil. Smatraju se fenomenom pod utjecajem različitih stilova poput ekspresionizma, nadrealizam i dadaizma. [12]

Poljski filmski plakat vođen je umjetnicima, a ne filmskim studijom. Sličnija je likovnoj umjetnosti nego komercijalnoj umjetnosti. Više je slikarski nego grafički. Ono što razlikuje poljski plakat od onoga što su ljudi navikli vidjeti na Zapadu je opće zanemarivanje zahtjeva velikih filmskih studija. Umjetnici su zatražili i dobili potpunu umjetničku slobodu i stvorili snažne plakate inspirirane filmovima, a da ih zapravo nisu prikazali: bez slika zvijezda, bez filmskih fotografija, bez potrebne izravne veze s naslovom. [14]

Posebna kategorija u 1960-ima i 1970-ima bili su izvrsni filmski plakati za američke vesterne, iznimno popularni u Poljskoj. Jedan od najistaknutijih njihovih tvoraca bio je Jerzy Flisak. [4]



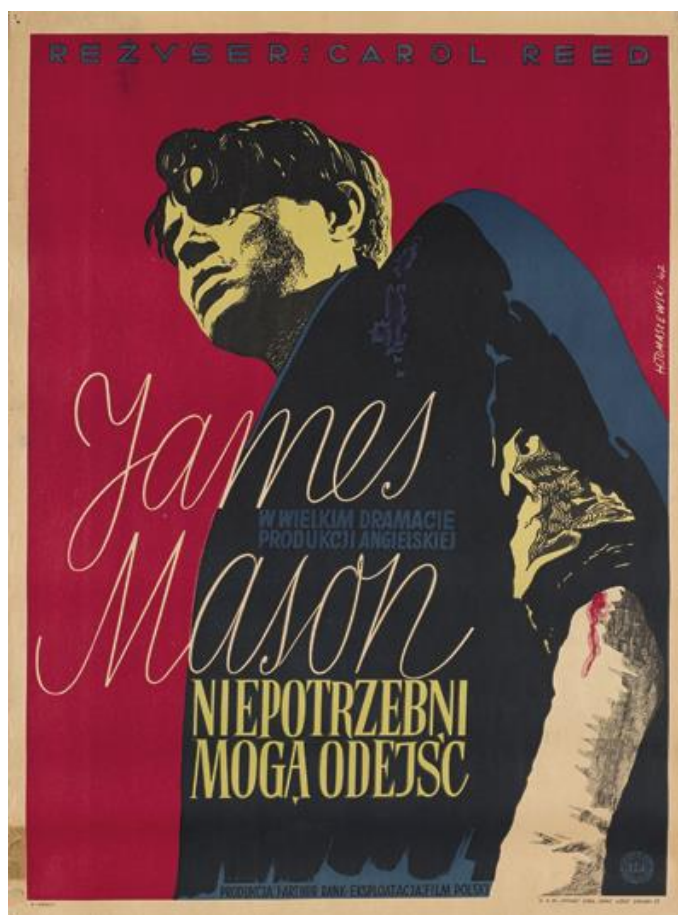
Slika 9.2.1: Jerzy Flisak: *W kraju Komanczów (The Comancheros)*, 1965.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#>, 26.7.2023.

Henryk Tomaszewski izrazito je stilski raznolik, a njegovi plakati ponekad kod promatrača ostavljaju dojam da su ih stvarali različiti umjetnici. Slikar po zanimanju, bio je vodeća ličnost poljske škole plakata i ugledni profesor na Varšavskoj akademiji likovnih umjetnosti. Početak njegove karijere obilježen je odmakom od tradicije zapadnjačkog filmskog plakata koji se fokusirao na filmske fotografije, portrete glumaca i, tipično podebljana slova koja su se koristila za reklamiranje filmova. U osmrtnici Tomaszewskog u New York Timesu, James Victore, dizajner plakata, citiran je kako je rekao: "Umjesto da ilustrira stvarne scene, Tomaszewski je sugerirao raspoloženje filmova primjenom filmske tehnike". [4] Tomaszewski i skupina umjetnika bi najprije gledali filmove u maloj prostoriji kako bi prikupili bit njihove poruke. [15]

Taj je pristup primijenjen na niz drugih umjetničkih disciplina, primjerice, kazališne i cirkuske predstave ili na skulpturu, čije je osobujne tehnike i metode nastojao oponašati u svojim plakatima. Stoga jedan od Tomaszewskijevih hvaljenih filmskih plakata *The Odd Man Out* (1947.) prikazuje sliku glavnog lika, kojeg glumi glumac James Mason,

snimljenu u niskoj perspektivi i ocrtanu na crvenoj pozadini, dok je u isto vrijeme oštro izrezan. Slova koriste zanimljivu raznolikost stilova koji ne odvlače pozornost gledatelja od glavne figure. [3] Apstraktna boja lica glavnog lika, sa svojim zelenkastim sjajem u kontrastu s plavom košuljom i crvenom pozadinom, doprinosi vizualnom efektu plakata. [15]



Slika 9.2.2: Henryk Tomaszewski: *The Odd Man Out*, 1947.

Izvor: <https://www.iconeye.com/design/the-polish-film-poster>, 4.8.2023.

Tomaszewski i njegovi kolege umjetnici imali su više slobode, čak i pod komunizmom, nego što bi se moglo očekivati. Slike zvijezda nisu bile potrebne za prodaju ovih filmova, jer su Poljaci žudjeli da vide ono što je ostatak svijeta vidio. Hrlili su u državna kina, bez obzira na to jesu li glumci prikazani na plakatu ili ne. Ta je sloboda poljskim umjetnicima dala jedinstvenu priliku da budu inovativni. [15]

Black Carmen Wojciecha Fangora (1959.) često se opisuje kao „genijalan spoj grafičkih elemenata i fotografije koji rezultira jednostavnom i izravnom komunikacijom filmske radnje koju želi prikazati.“ Horizontalna orijentacija plakata je neobična i rijetka, ali savršeno odgovara bezbrižnom položaju ležeće žene. Njezina ispružena silueta izražena

slobodnim vijugavim linijama zanimljivo je postavljena pored okomitih i kosih žutih poteza. [3]

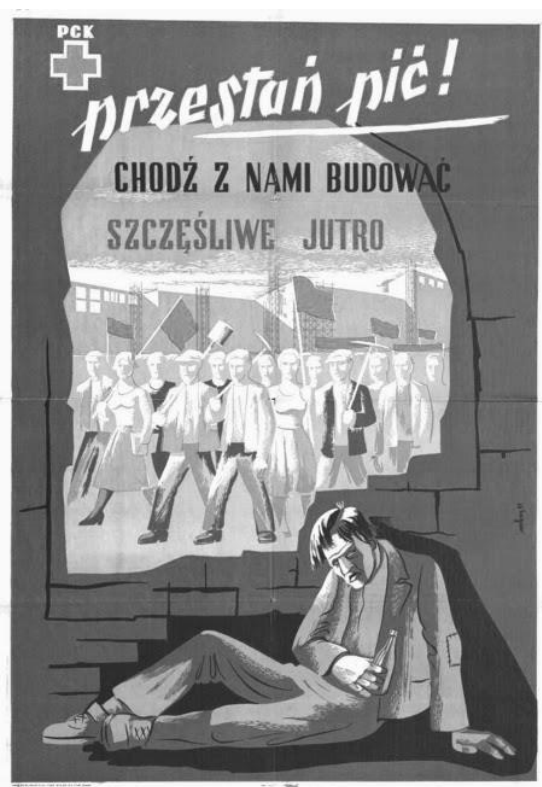


Slika 9.2.3: Wojciech Fangor: Czarna Carmen, 1959.

*Izvor: Folga-Januszewska D. i Majewski L. (2018.) Oto sztuka polskiego plakatu.
BOSZ. Olszanica.*

10. PLAKATI NA TEMU ANTIALKOHOLIZMA

Kulturna politika u neposrednom poslijeratnom stanju (1945.–1956.) bila je pod izravnim sovjetskim utjecajem, a službeno odobreni stil bio je socijalistički realizam. Odbacuje se ekspresionizam radi jednostavnog prikaza, bilo u stripu ili slikovnom formatu. Pretpostavka je bila da umjetnici moraju napustiti visoku estetiku, u korist lako razumljivih poruka – kako bi se unaprijedio socijalizam. Boguszov plakat „Prestani piti!“ dočarava cilj povezivanja zdravstvene poruke s političkim imperativima. Narativ je o alkoholičaru kao bjeguncu. Preneseno značenje izraženo je odnosom svjetla i sjene koji označava moralni neuspjeh alkoholičara. Ideološko značenje izraženo je krajolikom zastava, tvornica i marširajućih radnika koji predstavljaju napor nacionalne obnove koji alkoholičar izbjegava. [2]



Slika 10.1: Marian Bogusz: *Przeestan pic!*, 1952.

Izvor: Gorsky M, Krajewski-Siuda K, Dutka W, Berridge V. (2010). Anti-alcohol posters in Poland, 1945-1989: diverse meanings, uncertain effects. Am J Public Health, 100(11), 2059-2069.

Revolucija dizajna nakon Staljinove smrti označila je odlučujući prekid realističkog predstavljanja. Dziaulikov „Povratak tate“ preispituje temu raspada obitelji, ali iz

impresivne originalne perspektive. Ideja je da gledatelj gleda djetetovim očima i mora nametnuti svoje vlastito značenje, bilo to neodgovornost oca ili teror obiteljskog nasilja. Također su prisutna ideološka značenja. Naslov plakata je naslov proslavljenog djela pjesnika romantičara iz 19. stoljeća, Adama Mickiewicza, u kojem molitve njegove djece vraćaju oca sigurno kući. Ovo dodaje i razinu ironije i vjersku konotaciju u naciji koja je ostala duboko katolička unatoč službenom sekularizmu. Karakteristike plakata stoga imaju značaj suprotstavljanja u trenutku kada se poljski komunizam distancirao od sovjetske dominacije; doista, 1968. zabrana Mickiewiczzeve drame bila je povod za studentske prosvjede. [16]

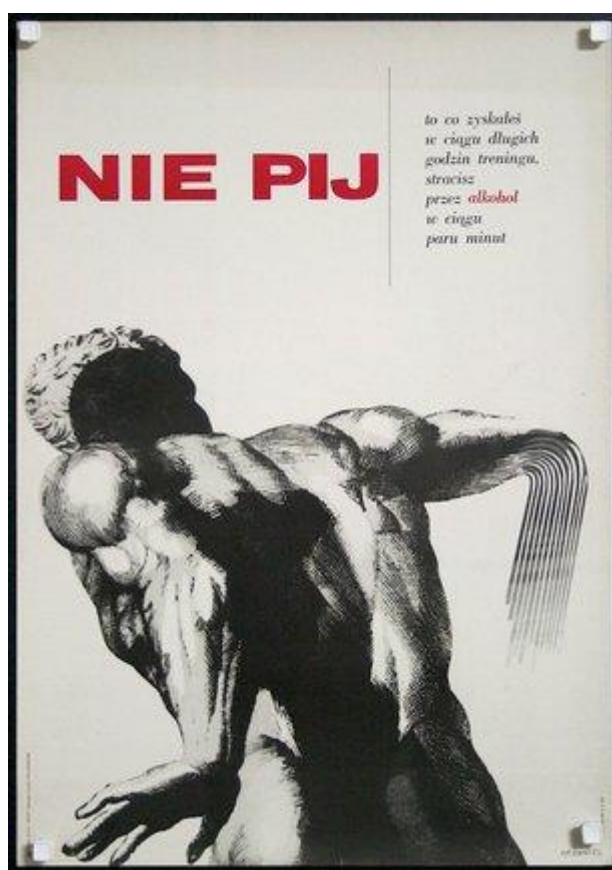


Slika 10.2: Jacek Działlik: Powrót taty, 1957.

Izvor: Gorsky M, Krajewski-Siuda K, Dutka W, Berridge V. (2010). Anti-alcohol posters in Poland, 1945-1989: diverse meanings, uncertain effects. Am J Public Health, 100(11), 2059-2069.

Urbaniecovo tumačenje olimpijskog sportaša također govori o poznatoj temi anti-alkoholne propagande: štetnim učincima pijenja na sport i slobodno vrijeme. Vidljiva namjera je promicanje apstinencije kroz poruku da pijenje potkopava sportsku snagu, ali izbor herojskog sportaša kao subjekta također izaziva ideološke asocijacije. Sportsko postignuće dugo je imalo važnu ulogu u sovjetskoj i poljskoj političkoj propagandi. Značilo je i natjecateljsku superiornost nacija Istočnog bloka i središnje mjesto fizičke kulture u izgradnji socijalističkog društva. Oslanjajući se na lenjinističke ideje o važnosti zdravog tijela za sretnog građanina-radnika, državna je politika promovirala „fitzkultur“ kao građansku dužnost jačanja svoje vojne i industrijske radne snage.

Sportski heroj bio je moderna ikona te se obično prikazivao u frontalnoj pozi. Urbaniec, međutim, predstavlja obrnuti položaj tijela, s licem u sjeni, kao da negira konvencionalno ideološko značenje. Jedan od načina tumačenja može biti poljsko odbijanje sovjetske dominacije. Međunarodna sportska arena je ipak bila mjesto gdje su Poljaci mogli legitimno izraziti nacionalni ponos neovisno o Sovjetskom Savezu, a godina proizvodnje, 1964., doživjela je njihov neviđeni uspjeh na Olimpijskim igrama. Također se značenje plakata može tumačiti kao vraćanje individualne težnje za sportskim postignućem. Njegov vlastiti pogled bio je: „Sport i umjetnost spajaju jednu od najblistavijih humanističkih ideja. Težnja za savršenstvom, postignućem i nadilaženjem granica ljudskih moći leži u srži te ideje.“ [17]



Slika 10.3: Maciej Urbaniec: Nie pij, 1964.

Izvor: Gorsky M, Krajewski-Siuda K, Dutka W, Berridge V. (2010). Anti-alcohol posters in Poland, 1945-1989: diverse meanings, uncertain effects. Am J Public Health, 100(11), 2059-2069.

11. IZRADA PLAKATA NA NAČIN POLJSKE ŠKOLE PLAKATA



Slika 11.1: Plakat za film „Ritam ludila“

Izvor: vlastita izrada autora

11.1 Proces izrade i inspiracija

Metoda koja će se koristiti u radu je izrada plakata u programu Adobe Photoshop. Koristit će se sjedinjavanje fotografija u središnju figuru koja će biti glavni fokus plakata. To će se izvesti korištenjem maski sloja u programu. Koristit će se efekt slikarstva koji će se dodati na motive plakata. Središnja figura česti je motiv u poljskim plakatima. Na njoj će biti korištene nijanse smeđe boje u kontrastu sa svjetlijom pozadinom. Središnjem motivu nadodat će se suptilna sjena radi naglašavanja. Također će se koristiti metoda kombiniranja različitih tipografskih stilova, veličina i oblika. Koristit će se fontovi rukopisnih slova i slova izrezanih iz kolaža, kao što su ih koristili poljski umjetnici. Koristit će se metoda umjetnikove interpretacije teme korištenjem metafore, po uzoru na poljske umjetnike. Uzet će se u obzir značajke stila različitih poljskih umjetnika plakata. Upotrijebit će se jarka crvena boja za prikaz dinamičnih šikljajućih kapljica krvi u kontrastu s blagom plavom pozadinom. Za kapljice krvi koristit će se metoda eksplozije unutar plakata i preko okvira plakata.

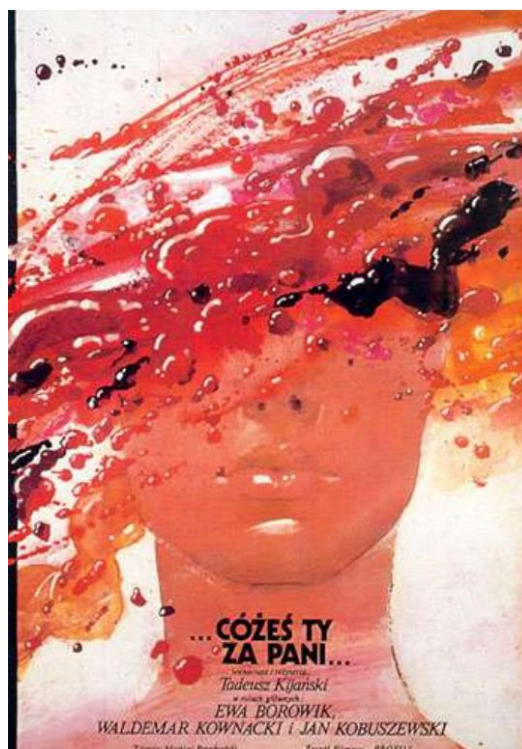
Izrađen je plakat za film Whiplash (Ritam ludila), Damiena Chazelle-a. Ranije je spomenuto kako su se poljski umjetnici znali nalaziti te gledati filmove u maloj prostoriji kako bi prikupili bit njihove poruke. Film Whiplash korišten je kao tema za plakat radi nedavnog gledanja filma. Plakat je izrađen u programu Adobe Photoshop, imitirajući slikarstvo, kolažna slova te ručno pisana slova. U izradi filmskih plakata, kako je navedeno ranije, umjetnici su pronalazili dosjetljive načine za predstavljanje filmova na simboličan i apstraktniji način. Koristili su upečatljive boje i osebuje prikaze. Te karakteristike korištene su pri izradi vlastitog plakata. Središnja figura koja predstavlja glavnog lika, Andrewa (Miles Teller), izrađena je kombinacijom njegove fotografije izvučene iz scene u filmu, fotografije bubnja i fotografije palica. Stopljene su te tri fotografije i izrađena je figura da izgleda kao da je naslikana, budući da je jedna od karakteristika poljskog plakata, upravo korištenje slikarskih tehnika. Izgled figure izrađen je po uzoru na plakat „The Odd Man Out“, Henryka Tomaszewskog (slika 9.2.2). Inspiraciju za kombiniranje glave glavnog lika s bubnjem, crpila sam iz plakata „Człowiek z żelaza“, Rafała Olbińskiego (slika 6.1) i plakata Biesy, Waldemara Świerzija (slika 11.1.1)



Slika 11.1.1: Waldemar Świerzy: Biesy, 1972.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

Inspiracija je crpljena iz značajki stila različitih poljskih umjetnika plakata čije su karakteristike opisane u radu. Budući da je jedna od glavnih karakteristika poljskog plakata uporaba metafore i simboličnosti, prikazuje se metafora udaranja bubnja po Andrew-ovoj glavi kao prikaz njegove mentalne borbe koja dolazi s njegovim glazbenim putovanjem. Na plakatu se prikazuje scena kada krvavi Andrew krvavim rukama palicama udara bubanj te krv pršti na sve strane. Inspiracija za šikljanje krvi kroz plakat i preko okvira plakata, dobivena je od umjetnika Waldemara Swierzija, koji je značajku nečega što istiskuje ili eksplodira iz unutrašnjosti motiva proširio na eksploziju na površinu plakata i izvan nje (slika 11.1.2), kako je navedeno ranije. Inspiracija za prikaz pomalo morbidne scene ispunjene krvlju, dobivena je od Franciszeka Starowieyskog, koji često prikazuje motive smrti.



Slika 11.1.2: Waldemar Świerzy: Cóżeś Ty za Pani, 1975.

Izvor: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.

Po uzoru na Mieczysława Górowskog, korišten je efekt zrnatosti filmske emulzije, karakteristična značajka njegova rada (slika 8.5).

11.2 Boja

Boja središnje figure inspirirana je filmskim plakatom „W kraju Komanczów (The Comancheros)“, Jerzija Flisaka (slika 9.2.1). Plava boju pozadine i crvena boja krvi dodana je kako bi plakat dobio dozu živosti, budući da su poljski umjetnici često koristili žarke boje.

11.3 Tipografija

Naslov plakata inspiriran je slovima izrezanim iz kolaža koja se pojavljuju u brojnim plakatima poljskih umjetnika, primjerice u plakatu za izložbu Henrija Moorea, Henryka Tomaszewskog (slika 8.1). Korišten je font koji je imitacija slova izreznanih iz papira. Za ime redatelja korišten je font koji imitira rukopisna slova, budući da su poljski umjetnici često sami pisali tekst na plakatima, primjerice na plakatu „The Odd Man Out“, Henryka Tomaszewskog (slika 9.2.2).

12. ZAKLJUČAK

Poljski umjetnici stavljali su naglasak na promatrača da interpretira i razumije poruku plakata. Stvorili su djela koja imaju slojevita značenja i raznolika tumačenja. Ismijavanje, isticanje apsurdna i humor bile su tipične karakteristike poljskih plakata. Nastali su između 1945. i 1970. u Poljskoj pod komunističkim sustavom i bili izloženi na panoima u gradovima u fazi rekonstrukcije. Umjetnici plakata su svoje lokacije i nove prostore dobivene poslijeratnom obnovom iskoristili u svoju korist. Uspjeli su pridobiti zahvalnost među općom javnosti i vlastima za grafički dizajn koji potiče na razmišljanje. Ograde i zidovi na ulicama poljskih gradova bile su njihove galerije, ali su plakati putovali i u inozemstvo putem državne promocije i natjecanja. Njihov rad i umjetnički pristup dizajnu plakata izvezen je i nastavlja imati relevantnost i privlačnost i izvan Poljske. Njihova sposobnost da se prilagode promjenama u društvu i politici te da istovremeno zadrže svoj prepoznatljiv identitet čini ih značajnim dijelom kulturne baštine Poljske i svjetskog dizajna. Kroz inovativne tehnike, eksperimentiranje s tipografijom i smjelim kombinacijama vizualnih elemenata, poljski dizajneri plakata stvorili su estetski privlačne i složene kompozicije koje su prenosile širok raspon poruka. Njihova umjetnička sloboda i sposobnost da vizualno interpretiraju političke i društvene teme postavili su temelje za daljnji razvoj plakatnog dizajna kao sredstva komunikacije. Danas su plakati privlačni dizajnerima, učiteljima i kolekcionarima diljem svijeta. Ovi poljski umjetnici imali su priliku stvoriti osebujne plakate koji su i dalje vrlo različiti od djela proizvedenih u ostatku svijeta tijekom dvadesetog stoljeća. Prepoznatljivi plakati u tradiciji poljske škole plakata nastavljaju se proizvoditi i daju originalan pristup izvorno komercijalnom proizvodu. Sami plakati i dalje će imati utjecaj na grafičku umjetnost budući da se čuvaju u muzejima, trguju i izlažu međunarodno.

13. POPIS LITERATURE

- [1] Boczar, D. A. (1984). The Polish Poster. *Art Journal*, 44(1), 16-27.
- [2] Gorsky, M., Krajewski-Siuda K., Dutka W. i Berridge V. (2010). Anti-alcohol posters in Poland, 1945-1989: diverse meanings, uncertain effects. *Am J Public Health*, 100(11), 2059-2069.
- [3] Folga-Januszewska D. i Majewski L. (2018.) *Oto sztuka polskiego plakatu*. BOSZ. Olszanica.
- [4] Fox, F. (2001). Polskie plakaty - Bój na papierze. *Zwoje*, 3(28), 1-48, dostupno na: <https://www.scribd.com/document/338700922/POLSKIE-PLAKATY-Nowoczesna-Polska#t>, 26.7.2023.
- [5] Thomas, V. (2011). Time, space and place: The Polish Poster School. *The Poster*, 2(2), 147–169.
- [6] Gorsky, M., Krajewski-Siuda K., Dutka W. i Berridge V. (2010). Anti-alcohol posters in Poland, 1945-1989: diverse meanings, uncertain effects. *Am J Public Health*, 100(11), 2059-2069.
- [7] <https://ericcraps.wordpress.com/2019/01/14/polish-poster-school/>, 2.8.2023.
- [8] Bieczyński, M. (2022). *An Escape From Socialist Realism. State-Organized Overseas Exhibitions as The Road to Fame of The Polish School of Posters*, završni rad, Magdalena Abakanowicz University of the Arts Poznan.
- [9] <https://lesaffiches.com/index.php/en/laffiche-polonaise?id=3>, 29.8.2023.
- [10] Marcus, J. S. (2006). Polish Theater Posters That Provoke. *The Wall Street Journal.*, dostupno na: <https://www.wsj.com/articles/SB115768222832657237>, 2.8.2023.
- [11] <https://www.cooperhewitt.org/2015/01/12/wozdeck/>, 29.8.2023
- [12] <https://sabukaru.online/articles/the-insane-history-of-polish-movie-posters>. 3.8.2023.
- [13] <https://broadly-specific.com/2021/02/16/the-weird-wonderful-world-of-polish-film-posters/>, 3.8.2023.

[14] <https://www.smashingmagazine.com/2010/01/the-legacy-of-polish-poster-design/>, 4.8.2023.

[15] <https://www.iconeye.com/design/the-polish-film-poster>, 4.8.2023.

[16] Kemp-Welch, A. (2008). *Poland under Communism: A Cold War History*. Cambridge University Press. Cambridge.

[17] Aulich, J. i Sylvestrová, M. (1999). *Political posters in central and eastern Europe, 1945-95: Signs of the times*. Manchester University Press. Manchester i New York.