

CZARNO-BIAŁY PLAKAT FILMOWY W OKRESIE PRL-U – ESTETYKA I EKSPRESJA. AUTONOMIZACJA WYPOWIEDZI ARTYSTYCZNEJ A FUNKCJA PLAKATU FILMOWEGO

KATARZYNA KULPIŃSKA

Uniwersytet Mikołaja Kopernika
Nicolaus Copernicus University
catalina@umk.pl
ORCID 0000-0003-0980-0461

Plakat i film wyrastają z tego samego źródła – z grafiki¹, której immanentną cechą jest kontrast czerni i bieli. Plakaty filmowe utrzymane w czarno-białej estetyce stanowią pokaźną liczebną grupę wśród plakatów tego gatunku wykonanych przez polskich twórców w latach 50., 60. i 70. XX wieku. Ten fakt nie dziwi, bo grafika – a dotyczy to wszystkich jej form, tak artystycznych, jak i użytkowych, wyrastających z jednego pnia – jest u swych źródeł i w swej istocie „sztuką czarno-białą”². W rozważaniach tych kategoria czerni i bieli będzie stanowiła kryterium doboru, a jednocześnie klucz do charakterystyki formalnej plakatów filmowych. Ze względu na dużą liczbę prac utrzymanych wyłącznie w czerni i bieli przegląd zostanie ograniczony do wybranych realizacji z trzech dekad PRL-u, chociaż przez pryzmat tej estetyki można analizować plakaty tworzone w wielu krajach i w różnych okresach.

¹ M. Porębski, *Era grafiki*, w: *Grafika wczoraj i dziś. Materiały sesji „Rola i miejsce grafiki współczesnej” zorganizowanej w dniach 17 i 18 maja 1972 r. przez Instytut Historii Sztuki Uniwersytetu Jagiellońskiego przy współudziale Komitetu IV Międzynarodowego Biennale Grafiki w Krakowie*, Warszawa 1974, s. 19.

² Takie właśnie określenie od wieków było synonimem grafiki artystycznej (najstarsze drzeworyty czy miedzioryty odbijano czarną farbą na białym podłożu), ale grafika użytkowa – książka, czasopismo (układy typograficzne) czy afisz – także oparte są na kontraście czerni i bieli (druku czarnej czcionki na białym papierze).

Posługiwanie się przez artystów czernią i bielą w sztuce XX wieku było charakterystyczne dla kierunków awangardowych³ i niejednokrotnie stało się sposobem manifestowania bezkompromisowych postaw, zarówno w dziedzinie projektowania graficznego, jak i w malarstwie. Nie zawsze tak jest w przypadku prac reprezentatywnych dla polskiej szkoły plakatu, choć niektóre z nich radykalną formą wyznaczają nowe nurty w projektowaniu graficznym, a z treścią filmu nie wykazują związków, choć zapowiadają go poprzez tytuł, nazwiska reżysera i aktorów czy też informacje o gatunku i kraju produkcji. W związku z tym rodzi się pytanie, w jakim stopniu plakat filmowy pozostaje autorską wypowiedzią oddającą wizję twórcy czy będącą po prostu grą formalną, a na ile pełni swą funkcję jako komunikat, odwołując się do gatunku filmu, wybranych wątków czy też przekazu obrazu filmowego.

„Związek idealny” między filmem a zapowiadającym go plakatem scharakteryzowała Dorota Folga-Januszewska: „Sztuka plakatu polegała na umiejętnym odnalezieniu wizualnego komunikatu, który odpowiadał napięciu, tematowi, profilowi estetycznemu obrazu filmowego”⁴. I faktycznie, w przypadku wielu polskich plakatów z lat 50., 60. i 70. XX wieku można mówić o intersemiotycznym przekładzie, ale da się znaleźć i takie, które nie nawiązują do fabuły, nie komentują jej i nie dostarczają wizualnych odpowiedników. Zapowiadają film jedynie poprzez tekst informacyjny, pozostając autorską wizją zaledwie zainspirowaną obrazem filmowym lub nawet bez związku z nim. Zdarzało się też tak, że twórcy plakatu podchodzili dość nonszalancko do kolejnego zlecenia, nie siląc się na interpretację czy próbę nawiązania do fabuły, lecz wykorzystując motyw zaproponowany wcześniej w plakacie zapowiadającym zupełnie inny film⁵. Motyw ten bywał nieznacznie modyfikowany albo inaczej sytuowany (warianty w pionie, poziomie lub po diagonalu).

³ Kontrast ten stosowali w plakacie artyści awangardy pierwszych dekad XX wieku, wywodząc go z czarno-białego drzeworytu. Można tu wymienić plakaty ekspresjonistów, futurystów, formistów, konstruktywistów. Po II wojnie światowej w czerni i bieli utrzymane były plakaty szwajcarskie reprezentujące International Typographic Style. Natomiast w malarstwie tak radykalne zestawienie czerni i bieli zapoczątkował Kazimierz Malewicz rewolucyjnym obrazem *Czarny kwadrat na białym tle* (1915) i kolejnymi stworzonymi w następnych latach.

⁴ D. Folga-Januszewska, *Ach! Plakat filmowy w Polsce*, Olszanica 2013, s. 77.

⁵ W ten sposób potraktowała motyw czarno-białej kobiecej twarzy Joanna Krzymuska-Stokowska, wykorzystując tę samą fizjonomię poddaną radykalnym uproszczeniom na plakacie do filmu *Koty*, *Trzy klucze* i *Telefon 03* (modyfikacja w formie dodanego nakrycia głowy).

Tworząc atrakcyjną wizualnie grę czarno-białych form, autorzy takich prac stawiali sobie za cel przede wszystkim przyciągnięcie uwagi odbiorcy.

Chociaż bogactwo opracowań naukowych i popularnonaukowych dotyczących twórczości reprezentantów polskiej szkoły plakatu jest imponujące, plakaty czarno-białe rzadko są wyodrębniane przez badaczy jako szczególna kategoria estetyczna. Poza grupą plakatów typograficzno-geometrycznych tworzonych przez kilku artystów w latach 60. i 70. są traktowane raczej marginalnie. Przyczyna może leżeć w utożsamianiu najlepszych realizacji polskiej szkoły plakatu z malarską, barwną ekspresją i w wiązaniu czarno-białych plakatów wyłącznie z jedną tendencją o rodowodzie konstruktywistycznym lub kontrreakcją kilku polskich projektantów (debiutujących na początku lat 60.) na malarską formułę polskiej szkoły plakatu⁶. Tymczasem kontrast czerni i bieli pozostających z fizycznego punktu widzenia poza paletą barw⁷ w polskim plakacie filmowym lat 50., 60. i 70. wyzyskiwany był w wielości koncepcji i różnorodności formalno-warsztatowej przez kilkudziesięciu artystów. Twórcy czarno-białych plakatów oferują bogactwo rozwiązań, równie ciekawych jak w plakatach operujących pełną gamą barw. Kilku z nich wręcz oparło rozpoznawalność swoich prac na czarno-białej konwencji, inni posługiwali się tym kontrastem sporadycznie⁸, lecz w sugestywny sposób.

W 1966 roku – roku otwarcia warszawskiego Muzeum Plakatu – odbyło się sympozjum poświęcone plakatowi, dziedzinie, w której polscy artyści zdobyli już na międzynarodowej arenie laury, szczególnie jeśli chodzi o plakat filmowy⁹. Warto przypomnieć, że zachował się dokument z zapisem przebiegu obrad, i zwrócić uwagę na wypowiedź Jana Lenicy, która odzwierciedla jego indywidualny sposób podejścia do zlecenia – projektu plakatu. Jak się okaże,

⁶ Zob. Z. Schubert, *Polska szkoła plakatu*, Olszanica 2024, s. 210 (i wcześniejsze publikacje tego autora na temat polskiego plakatu drugiej połowy XX wieku).

⁷ Biel mieści w sobie wszystkie barwy, a czerni z fizycznego punktu widzenia jest brakiem barwy (całkowity brak światła widzialnego); opozycja bieli i czerni jest więc zarazem opozycją najjaśniejsz – najciemniejsz. Co ciekawe, dla starożytnych Greków, nieodróżniających pojęć bieli i czerni od pojęć jasności i ciemności, były to synonimy; zob. M. Rzepińska, *Historia koloru w dziejach malarstwa europejskiego*, Kraków 1983, s. 83.

⁸ Z różnych powodów – w zależności od gatunku i ładunku emocjonalnego filmu, a czasem z prozaicznych względów, takich jak niedostatki ówczesnej poligrafii.

⁹ Pięć złotych medali dla Henryka Tomaszewskiego za plakaty filmowe na wystawie Internationale Plakat Ausstellung mit Karikaturenschad w Wiedniu w 1948 roku.

nie było to podejście odosobnione. Niektórzy twórcy kładli nacisk na aspekt emocjonalny w procesie odbioru plakatu przez widza, umniejszając wartość odczytywania przekazu i intelektualnych spekulacji na jego temat. Dążyli do zapewnienia sobie autonomii twórczej w dziedzinie plakatu kulturalnego, twierdząc, że wynikająca z jego funkcji komunikatywność nie oznacza perswazji, a siła oddziaływania plakatu powinna przejawiać się w indywidualnym odczuciu odbiorcy: „Plakaty są do przeżywania”¹⁰. Takie przesunięcie akcentów z przekazywania informacji na stwarzanie autorskiego przekazu i wywoływanie zdziwienia (a niekoniecznie rozumienia), a przez to zaciekawienia jest znamienne dla działań kilku twórców reprezentujących polską szkołę plakatu i tworzących plakaty filmowe: „swojej twórczości w dziedzinie plakatu [...] nie traktowali [oni – przyp. K.K.] jedynie jako dodatkowego źródła utrzymania, lecz jako główny środek wyrażania swego *credo* artystycznego”¹¹. Podążając za stwierdzeniem Jana Lenicy: „plakat jest w istocie przede wszystkim komunikatem estetycznym, który nie tyle przekazuje informację, ale sam ma coś do powiedzenia”¹², scharakteryzuję wybrane czarno-białe plakaty filmowe przede wszystkim pod kątem koncepcji artystycznej i zastosowanych w nich środków wyrazu, w obrębie szerokiego wbrew pozorom wachlarza możliwości czarno-białego kontrastu. Plakat filmowy niepodlegający silnym naciskom doktryny artystycznej – a co za tym idzie rygorystycznej cenzurze – był odzwierciedleniem silnej osobowości twórcy i jego indywidualnego stylu; dla wielu twórców stał się obszarem swobodnej wypowiedzi. Polscy twórcy plakatów filmowych reprezentowali zróżnicowane postawy jako swego rodzaju „tłumacze” jednego medium na inne: niektórzy z nich interpretowali przekaz, tworzyli plastyczny komentarz czy swoistą recenzję filmu, inni kładli nacisk na oddanie fabuły poprzez nawiązanie do kluczowych momentów akcji czy

¹⁰ J. Lenica, [bez tytułu], w: *Dokumentacja obrad Sympozjum zorganizowanego z okazji I Międzynarodowego Biennale Plakatu*, Warszawa 1966, s. 23. Lenica kładzie więc nacisk na emocjonalny aspekt odbioru plakatu, mówiąc: „najwłaściwszym impulsem do odbioru plakatu powinno być zdziwienie, a nie rozumienie” oraz: „muszę przyznać, że często w utworze dramatycznym czy filmowym interesuje mnie bardziej wszystko wokół niego niż on sam [...]”. Przekazanie mojego własnego stosunku do myśli autora jest dla mnie sprawą równej wagi co wyrażenie tej myśli. Nie jestem w stanie zdobyć się na obiektywizm w stosunku do dramatu, który dawno zwietrział i nie tylko nie wzrusza, lecz bawi i śmieszy” (ibidem).

¹¹ Z. Schubert, *Polski plakat filmowy 1947–1967*, Poznań 1969, s. 10.

¹² J. Lenica, [bez tytułu], op. cit., s. 23.

wybranych epizodów, odwoływali się do nastroju filmu lub jego gatunku. Wreszcie wielu prezentowało własną wizję artystyczną, luźno powiązaną z filmem lub – w skrajnych przypadkach – w ogóle. Należy więc także zastanowić się nad stopniem autonomizacji języka plakatu filmowego.

Kino w pierwszych dekadach PRL-u było na tyle atrakcyjną rozrywką, że na filmy chodzono niezależnie od trafności ich zapowiedzi plakatu. Jeśli wierzyć w rzetelność przeprowadzonych w 1959 roku badań, przytaczanych przez Jerzego Waśniewskiego, impresywna funkcja plakatu filmowego nie była dobrze realizowana:

Nie kwestionując jego [plakatu filmowego – przyp. K.K.] rangi artystycznej, warto zastanowić się nad wynikami badań przeprowadzonych w roku 1959 przez Zakład Badań nad Kulturą Masową Instytutu Filozofii i Socjologii PAN. Wynika z nich, że w środowisku wielkomięjskim wpływ na wybór filmu zależał w 52,2% od prasy, w 17,5% od fotosów i tylko w 9% od plakatu. Oznacza to, że zbyt daleko posunięta swoboda interpretacji autora odebrała wielu plakatom skuteczność działania. Dywagacje myślowe i uczuciowe artyści powstałe po obejrzeniu filmu nie są, jak się okazuje, sugestywne. Cyfry obrazujące wpływ prasy i fotosów mówią wyraźnie o ważnej roli obiektywnej informacji i rzeczowości. Elementów tych nie mogą zastąpić bezsporne walory artystyczne plakatów filmowych. Mówiąc o znaczeniu fotosów trzeba pamiętać, że bujne biusty, roznegliżowane aktorki, rewolwery i sombrero nie są jedynymi postaciami „rzeczowości”. Twarz czy postać Brigitte Bardot, Mastroianniego lub Moniki Vitti obok takich informacji, jak tytuł filmu, jego rodzaj i nazwisko głównego aktora – przemówić może skuteczniej niż kolorystyczne i kompozycyjne wizje autora plakatu¹³.

Z zacytowanej powyżej wypowiedzi przebija przekonanie, że plakat jest w istocie odzwierciedleniem autorskiej wizji, dziełem sztuki i jako takie nie „przeszkadza” widzowi w podjęciu decyzji, czy obejrzeć film, czy nie. W polskim plakacie filmowym omawianych trzech dekad można z pewnością mówić o autonomizacji wypowiedzi artystycznej niezależnie od funkcji informacyjnej, bo tę plakat spełnia zawsze w minimalnym stopniu, jeśli tylko jego autor zamieści na nim tytuł produkcji wzbogacony o nazwisko reżysera, określenie gatunku filmu czy też kraju jego produkcji. Skoncentruję się więc na estetyce (i ewentualnych nawiązaniach do filmów) w plakatach utrzymanych

¹³ J. Waśniewski, *Plakat polski*, Warszawa 1968.

w konwencji czarno-białej, współgrającej z czarno-białymi¹⁴ w znacznej mierze filmami z lat 50., 60. i 70. XX wieku. Zanim jednak do tego przystąpię, doprecyzuję specyfikę relacji czerni i bieli oraz ich miejsce w odniesieniu do palety barw, bo „[p]odobnie jak biel, czerń jest ekspresją światła, w tym przypadku – jego braku”¹⁵.

Barwa i percepcja barwy leżą w polu badawczym kilku dyscyplin: fizyki, psychologii, antropologii, etnografii i historii sztuki. Z punktu widzenia historyka sztuki ważna jest także symbolika barw, ale w omawianych poniżej plakatach, poza kilkoma, nie odgrywa ona szczególnej roli. Omawiając prace oparte na najbardziej radykalnym kontraście czerni i bieli, należy odnieść się do teorii koloru, odgrywającej ogromną rolę w projektowaniu graficznym i mającej ciekawą historię odkryć dokonanych przez wielu badaczy, by wymienić tylko kilku: Isaaca Newtona, Michela Eugène’a Chevreula, Wilhelma Ostwalda. Symbolikę i oddziaływanie barw zgłębiali także artyści i pisarze: Jacob Christoph Le Blon, Johann Wolfgang Goethe, William Blake, Johannes Itten czy Wasilij Kandinski, a współcześnie także brytyjska pisarka i historyczka kultury Kassia St Clair, brytyjski historyk sztuki John S. Gage oraz publikujący swoiste monografie poszczególnych kolorów francuski historyk sztuki i antropolog Michel Pastoureau. Ten ostatni w jednej ze swoich prac zwraca uwagę na znaczenie i postrzeganie czerni w szeroko rozumianym designie XX wieku: „Czerń w projektowaniu nie jest ani książęcą i luksusową czernią poprzednich stuleci, ani brudną i mizerną czernią dużych przemysłowych miast: jest to czerń jednocześnie powściągliwa i wyrafinowana, elegancka i funkcjonalna, radosna i świetlista – jednym słowem czerń nowoczesna. Nawet jeśli historia związku designu z kolorami często była historią nieudanych spotkań [...], historia designu i czerni okazała się sukcesem”¹⁶.

Próbę analizy specyficznych wartości plakatów czarno-białych warto poprzedzić wskazaniem kilku kategorii estetycznych i zabiegów formalnych, które potęgują możliwości oddziaływania ząbających się form czarnych i białych. W grafice, także w przywołanych poniżej plakatach, często

¹⁴ Choć to określenie w przypadku filmu jest zwyczajowe i nie jest tożsame z czernią i bielą plakatów, bo gradacja szarości w filmie mieści w sobie odpowiedniki wszystkich barw, tymczasem w plakacie czerń jest najciemniejszym pigmentem, natomiast biel – najczęściej niezadrukowaną płaszczyzną.

¹⁵ K. St Clair, *Sekrety kolorów*, Warszawa 2022, s. 319.

¹⁶ M. Pastoureau, *Noir. Histoire d'une couleur*, Paris 2011, s. 211 (przeł. K.K.).

stosowana jest gra dopełniających się form pozytywnych i negatywnych; znajdują tu zastosowanie zasady teorii gestaltu wywodzącej się z psychologii¹⁷ oraz japońskiej koncepcji *nōtan* zakorzenionej w estetyce. W tej pierwszej nacisk położony jest na postrzeganie formy wizualnej jako całości, a nie poszczególnych części, które się na nią składają¹⁸. Wyjaśnia ona również, w jaki sposób ludzka percepcja reaguje na obiekty, które składają się z elementów. Jedną z ważniejszych zasad gestaltu, która znajduje zastosowanie w omawianych niżej plakatach, jest relacja figury i tła¹⁹. Z kolei koncepcja projektowa *nōtan*²⁰ opiera się na zrównoważeniu czerni i bieli, światła i cienia, podobnie jak ma to miejsce w symbolu *yin-yang*; elementy czarne nie istnieją bez białych i odwrotnie. Jeśli chodzi o nurty w sztuce, które inspirowały twórców plakatów czarno-białych, to z pewnością trzeba wymienić konstruktywizm niezależnie od dekady drugiej połowy XX wieku, w której powstał dany plakat, bo fale zainteresowania awangardą konstruktywistyczną powracały. Natomiast od początku lat 60. można mówić o silnych wpływach op-artu; charakterystyczne, oddziałujące na widza i przykuwające jego uwagę są plakaty, których twórcy

¹⁷ Jednym z twórców psychologii gestalt był Max Wertheimer, niemiecki psycholog i filozof, autor *Teorii formy* (1923), a badania nad teorią widzenia prowadził Rudolf Arnhem, teoretyk sztuki i psychologii percepcji, który opublikował m.in. następujące książki: *Myslenie wzrokowe*, Gdańsk 2011; *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, Łódź 2022.

¹⁸ Zob. J. Piechota, P. Urbańska, *Historia prac badawczych w projektowaniu graficznym*, „Acta Poligraphica” 2014, vol. 4, s. 33–44; R.R. Behrens, *Art, Design and Gestalt Theory*, „Leonardo” 1998, vol. 31, no. 4, s. 299–303. W obu artykułach omówiono zasady gestaltu przydatne w projektowaniu, dotyczące organizacji bodźców zmysłowych, np. relację figura–tło, zasadę bliskości, zasadę podobieństwa, prawo ciągłości i prawo domknięcia.

¹⁹ Percepcja figury będącej dopełnieniem tła oraz tła dopełniającego figurę jest w dużej mierze możliwa dzięki sposobowi, w jaki funkcjonuje ludzkie oko. Nigdy nie widzimy samych figur (lub detali), a jedynie dynamiczne relacje figura–tło. Większa ostrość informacji wzrokowych znajduje się w centrum naszego spojrzenia – skupiając wzrok na jednym punkcie pozostałe elementy będziemy postrzegać jako nieostre. Użycie negatywowej przestrzeni może być elementem kompozycji artystycznej, w której przestrzeń pozytywna ma większą wagę wizualną, a przestrzeń otaczająca – mniej ważna wizualnie, czyli tło – jest postrzegana jako przestrzeń negatywna. W zależności od tego, którą formę zobaczymy jako pierwszą, to, co wydaje nam się figurą, może być tłem i na odwrót.

²⁰ *Nōtan* – przełożenie form na płaskie kształty na dwuwymiarowej powierzchni farbą, tuszem lub wycinanym papierem. Choć w *nōtan* stosowana jest zasada lustrzanego odbicia form, w omawianych plakatach zabieg ten nie występuje.

stosowali iluzje optyczne oparte na grze z psychofizjologicznymi właściwościami ludzkiego oka.

Estetyka czerni i bieli

Historia plakatu jako komunikatu wizualno-werbalnego jest także historią barwy²¹. Od najwcześniejszych realizacji plakaty wykonane w technice litografii barwnej wpływały na widza także odpowiednimi zestawieniami kolorystycznymi. Choć plakaty utrzymane w czerni i bieli mogą wydawać się mniej atrakcyjne niż te barwne, oddziałujące harmonijnymi lub zgrzytliwymi zestawieniami kolorystycznymi, to oferują równie silne doznania estetyczne. Konwencja czarno-biała, operująca najbardziej radykalnym kontrastem, pozornie ascetyczna wymaga od twórcy dużej inwencji, nieszablonowego myślenia, podejścia w niekonwencjonalny sposób do liternictwa, motywu, znaku graficznego czy przetworzonej fotografii. Jak zauważył słusznie Jarosław Wojciechowski, „owa asceza kolorystyczna, jako najbardziej właściwa szlachetnej grafice, wytyczyła jeden z głównych kierunków poczynań twórczych projektantów plakatu filmowego”²². Nie wszystkie plakaty do filmów oparte na kontraście czerni i bieli są zakorzenione w nurcie konstrukcyjno-typograficznym. Niemożliwe jest zaszufladkowanie czarno-białego plakatu filmowego w tym wąskim nurcie lokującym się na przeciwnym biegunie „barwnej” polskiej szkoły plakatu. Autorzy plakatów malarskich, operujący czarną plamą na białym tle (lub odwrotnie) – bo malarska plama może być też czarna lub biała – tworzyli równoległe do nurtu zakorzenionego w konstrukcji i typografii. Niektórzy twórcy plakatów, używając jedynie czerni i bieli, nie rezygnowali z próby wywołania emocji, poruszenia czułych strun wrażliwości widza – wykorzystywali do tego relację „głuchej” czerni z „dźwięczną” bielą. Natomiast w plakatach z formami wydzieranymi, zestawionymi kolażowo z elementami przetworzonej fotografii czy też gazetowych wycinków, efekt zderzania czy też ząbienia się czerni i bieli jest atrakcyjny wizualnie, a ponadto potęguje ekspresję.

²¹ Już wczesne druki reklamowe Jeana-Alexisa Rouchona z lat 50. XIX wieku były barwne. Era plakatu litograficznego (od czasów Jules’a Chéreta), a później offsetowego to era plakatu barwnego.

²² J. Wojciechowski, *Plakat filmowy w powojennej Polsce*, w: *Polski plakat filmowy. 100-lecie kina w Polsce*, red. K. Dydo, Kraków 1996, s. 55.

Różnorodność rozwiązań stosowanych w plakatach czarno-białych jest świadectwem niezwyklej inwencji polskich twórców stawiających na promocję nie tylko filmu, ale też autorskiej wypowiedzi. Są wśród nich projekty przede wszystkim atrakcyjne wizualnie, których wartość estetyczna przeważa nad funkcjonalnością; nie brak też prac łączących oba walory. Plakaciści mieli często na względzie zasadę „trzech sekund” – krótkiego interwału czasowego, podczas którego oko odbiorcy zatrzymuje się na plakacie lub go nie dostrzega. Stosowali w związku z tym radykalne kontrasty, efekty optyczne, uproszczenia formy, posługiwali się dramatyczną ekspresją plamy lub ekspresyjnym odręcznym liternictwem, nierzadko wkomponowanym w obraz. Niezależnie od powodów posłużenia się czernią i bielą twórcy plakatów rozgrywali ten kontrast w indywidualny sposób, dostarczając widzowi bodźców przede wszystkim na poziomie wizualnym i emocjonalnym, ale także intelektualnym, choć dla wielu z nich nie było to najistotniejsze. Biorąc pod uwagę przywiązanie kilku twórców do rozwiązań czarno-białych, zasadne wydaje się pytanie – czy to swoiste samoograniczenie było ćwiczeniem z zakresu dyscypliny, czy przeciwnie – sprawdzianem wyobraźni, kreatywności? Po części z pewnością wynikało z prozaicznych problemów poligraficznych i było podyktowane dbałością o jakość wydruku. W latach 50. powstały świetne czarno-białe plakaty, czasem z drobnym barwnym kontrapunktem, chociaż o szerszej tendencji możemy mówić dopiero w latach 60., kiedy wobec pogorszenia technicznych możliwości druku dla wielu twórców plakatów skrajnym wyjściem było poprzestanie jedynie na skali czerni i bieli. Pierwsze jaskółki czarno-białej konwencji w filmowym plakacie powojennym pojawiły się w pracach twórców uprawiających barwny malarski plakat: Jana Lenicy, Jana Młodożeńca czy Eryka Lipińskiego. By przyciągnąć uwagę widza, twórcy prac opartych na grze czerni i bieli proponowali różnorodne rozwiązania: operowali oszczędną zgeometryzowaną formą, typografią ze składu, a także przetworzoną fotografią. Najbardziej konsekwentni w zaskakiwaniu widza lapidarną formą i mocnym przekazem byli Bronisław Zelek, Leszek Hołdanowicz i Marek Freudenreich. Inni za pośrednictwem czarno-białych kontrastów tworzyli formy ilustracyjne, podejmowali próby zabawy złudzeniem optycznym. Odnajdziemy też przykłady malarskich interwencji białą farbą na czarnym tle lub czarną na białym, a z drugiej strony działanie jednolitym patternem lub odręcznie wyprowadzoną literą, która anektuje całą płaszczyznę plakatu i uwagę widza. Charakterystyczny i często stosowany w plakacie filmowym

był zabieg multiplikacji lub przynajmniej zdublowania wybranego motywu, często znaczącego dla fabuły filmu. Graficy posługiwali się sylwetą – czarną na białym tle i odwrotnie; łączyli też fotografię z uproszczoną konturową formą charakterystycznego dla danego filmu motywu. Oczywiście te zabiegi można z powodzeniem uprawiać na plakacie wielobarwnym, ale iluzje optyczne czy odzwierciedlenie zasad teorii gestalt (głównie relacji figura–tło) w czerni i bieli zyskują swój właściwy charakter graficzny. Ciekawe rozwiązania w czarno-białym plakacie filmowym proponowali w tym zakresie Jacek Neugebauer, Jolanta Karczewska, Stanisław Zagórowski, Wiktor Górka, Maria Syska, Jakub Erol, Joanna Krzymuska-Stokowska czy Maciej Hibner, choć ten ostatni czasem przełamывał monochromatyzm akcentem barwnym. Czarno-białe plakaty o proweniencji malarskiej ma w swoim dorobku także Franciszek Starowieyski, a z czerni i bieli uczynił swoją specjalność twórca plakatów debiutujący na początku lat 70. – Mieczysław Wasilewski. Obok barwnych wyraziste plakaty czarno-białe tworzy także Leszek Żebrowski, choć jego domeną jest raczej plakat teatralny.

Lapidarność formy. Grafizm

Patrząc na plakaty do filmów opowiadających o tragicznych wydarzeniach, można zastanawiać się, czy koncepcja plakatu w czerni i bieli, poza względami artystycznymi, była podyktowana tematyką filmu i jego gatunkiem. Dramaty wojenne, filmy o faszyzmie i Holokauście skłaniały projektantów do utrzymania minorowego nastroju, oszczędności środków, podkreślenia powagi tematyki, również w formalnej warstwie plakatu. Twórcy tych prac, wybierając czern i biel jako jeden ze środków ekspresji, dobierali motywy niosące uniwersalny, zrozumiały w Europie przekaz: menorę, białego ptaka (gołębia, orła), swastykę. Treść wielu dramatów obyczajowych i filmów fabularyzowanych o Holokauście i nazizmie wręcz wymuszała na twórcy plakatu utrzymanie odpowiedniego nastroju, użycie adekwatnego znaku. Dla Leszka Hołdanowicza sposobem na oddanie powagi treści była lapidarność formy i przekazu w plakacie *Requiem dla 500 tysięcy* (1963). Jest to oszczędna, wymowna praca oddziałująca czystą, uroczystą czernią i linearną formą białej menory zwieńczonej białymi, skierowanymi w górę dłońmi, które są jednocześnie płomieniami świec. Z kolei Marek Freudenreich na czarnym

tle plakatu do włosko-francuskiego dramatu wojennego *Więźniowie z Altony* (1965)²³ – poza tekstem o funkcji informacyjnej – umieścił tylko jeden motyw – swastykę, która celnie oddaje mroczny świat faszystowskiej ideologii, a po bliższym przyjrzeniu okazuje się utworzona z czaszek. Powściągliwość formy cechuje także wiele plakatów Wojciecha Freudenreicha: do filmów *Droga przez cmentarz* (1964), *Organy* (1967), *Zemsta Oas* (1966). Istotny w nich jest walor czystej płaszczyzny, białej lub czarnej. Aktywna rola „pustej” czarnej lub białej apli, na której główną rolę gra pojedynczy, uproszczony motyw, jest nie do przecenienia – zgodnie z zasadą *less is more*. Plakaty Zelka, Hołdanowicza czy Freudenreichów (Marka i Wojciecha) wyróżniają się, ponieważ w polskich plakatach nurtu malarskiego zasada ta była rzadko stosowana.

Częstym zabiegiem była konfrontacja płaskiej sylwety z tłem, niekiedy z zastosowaniem zasad teorii gestalt, która w wymiarze praktycznym w dziedzinie projektowania graficznego przynosi ciekawe efekty. Sylwetka postaci z rewolwerem, jak z teatru cieni, pojawiała się często na plakatach do kryminałów (Jakuba Erola *Lęk wysokości*, 1979, Macieja Hibnera *Wyspa złoczyńców*, 1965 czy *Morderca zostawia ślad*²⁴, 1967). Jacek Neugebauer w kilku plakatach posłużył się atrakcyjnym wizualnie sylwetowym ujęciem czarnej dłoni lub postaci na białym tle. W plakacie *Cień lecącego ptaka* (1965) do dramatu czeskiej produkcji projektant wykorzystał intrygujący zabieg – jednolicie czarna forma, która pojawia się na białym tle w centrum plakatu, przypomina plamy z projekcyjnego testu Rorschacha; sylwetę możemy odczytać jako ptasią, z wyeksponowanymi skrzydłami i ogonem, jednak w górnej jej partii artysta zobrazował dwie głowy ujęte z profilu, a połączone potylicą – swoiste janusowe oblicze. Sugestia projektanta wydaje się grą z widzem, silnie ukierunkowaną na jego aktywne uczestnictwo w odczytaniu i interpretacji formy, podobnie jak na plakacie do dramatu *Grzech Katarzyny* (1973), na którym czarna sylwetka mężczyzny zostaje wyolbrzymiona poprzez monstrualny cień na białym tle, zagarniający, „wysysający” biel, a jego forma może działać na wyobraźnię. Natomiast w plakacie do filmu *Rysopis* (1978) poprzez płaską, sylwetową formę czarnej dłoni z zaznaczonymi białymi liniami życia, głowy, serca i losu Neugebauer odwołuje się do wyborów życiowych głównego bohatera.

²³ W nawiasie za każdym razem podawana jest data powstania plakatu, a nie filmu.

²⁴ Artysta ten wykonał dwa odmiennie plakaty do tego samego filmu, oba jednak są utrzymane w czerni i bieli, oparte na kwadratowej białej ramce na czarnym tle.

Lapidarność formy wynikająca z prostego, celnego konceptu cechuje także plakaty Marka Freudenreicha; w projekcie zapowiadającym kryminał *Dwadzieścia godzin* (1965) zastosował on nieszablonowy zabieg – informacje dotyczące filmu zamieścił na białych kartkach „wydartych” ze skoroszytu i silnie skonstrastowanych z czarnym tłem. Z kolei na plakacie do filmu obyczajowego *Gorąca linia* (1965) grafik zdublował na wpół białą, na wpół czarną (ocienioną) twarz – maskę wpisaną w biały kwadrat przy przeciwległych jego bokach. Dwuznaczność kształtów została tu spotęgowana – białą formę na czarnym tle można czytać zarówno jako biały kwadrat, w który wpisany jest mniejszy czarny kwadrat, jak i białą ramę na jednolicie czarnym tle. Plakaty te w aluzyjny sposób nawiązują do treści filmu, nie zdradzając zbyt wiele, ale wzbudzając zaciekawienie trafnie dobranym motywem, który przed seansem filmowym „zaledwie” przykuwa wzrok i wywołuje domysły, a po obejrzeniu może stać się puentą.

Silnie zgrafizowane są też inne plakaty filmowe, których twórcy posłużyli się motywem twarzy zdefiniowanej ostrym kontrastem – zazwyczaj białej, dobrze widocznej na tle czarnego tła, ale połowicznie ocienionej. Takie rozwiązanie zastosowała Joanna Krzymuska-Stokowska w plakatach do filmów *Dziewczyna kłamie* (1965) i *Trzy klucze* (1965), a także Bronisław Zelek w dziele *Ape Regina* (1965). W tym ostatnim dramatyczną wymowę twarzy wyłaniającej się z czarnego tła i ukazanej w skrócie perspektywicznym potęguje typografia rozbita na kilka rzędów w układzie falistym. Niekiedy twórcy plakatów decydowali się na zdwojenie motywu twarzy, tak jak we wcześniej wspomnianej pracy i w plakatach: *Koty* Joanny Krzymuskiej-Stokowskiej (1965) i *Granice miłości* Jacka Neugebauera (1974). Zdublowany motyw wydaje się niepokojący, kryje w sobie tajemnicę i potencjał maski; pod tym względem staje się niemal uniwersalny w plakatach do filmów „z dreszczykiem”. Twarz to bardzo sugestywny element przedstawienia; jak zauważył Hans Belting²⁵ – twarz/głowa działa jako przedstawicielka lub *pars pro toto* całego ciała. Poprzez wydobyte z czerni bywają eksponowane także inne części ciała: dłonie, tak jak w pracy *Anioł zagłady* Krzymuskiej-Stokowskiej (1962), czy też oczy (białka oczu) na plakacie Zelka *Ścigani przez śmierć* (1962). Atrakcyjność plakatów zdominowanych przez czerń autorstwa Hołdanowicza, Zelka czy Krzymuskiej-Stokowskiej wynika ze sposobu wykonania i umiejscowienia

²⁵ H. Belting, *Faces. Historie twarzy*, przeł. T. Zatorski, Gdańsk 2015.

białych motywów przyciągających uwagę, o których była już mowa: oczu, twarzy, dłoni, czasem zróżnicowania skali zdublowanego motywu. Czerń tła, na której odcinają się drobne białe elementy, wzmacnia dramatyzm, odczucie zagrożenia lub nastroj tajemniczości.

Op-art

Plakat od początku swego istnienia odzwierciedlał aktualne style i kierunki w sztuce. Op-art, jako swoista odmiana abstrakcjonizmu, w latach 60. znalazł swoje miejsce nie tylko w malarstwie, ale także w architekturze (detal architektoniczny, mozaiki na fasadach), plakacie i w modzie. W pracy Leszka Hołdanowicza *Ręce nad miastem* (1963) pasma czerni i bieli zazębiają się, nachodzą na siebie, stają się warstwami pulsującej dynamicznej materii. W ten sposób grafik może sugerować problematykę treści filmu – sytuację uwikłania, niemożności wyjścia z wzajemnych zależności, których przyczyną jest korupcja. Czerń i biel są radykalne, tak jak wybory bohaterów filmu stawianych często w sytuacjach granicznych.



Il. 1. Leszek Hołdanowicz, *Ręce nad miastem*, 1963

Natomiast prostokąt plakatu Jolanty Karczewskiej *Katastrofa* (1965) – rozegrany na ostrych, rozedrganych formach czerni i bieli wzmocnionych czerwienią strzałki – można odczuwać jako stan napięcia emanujący z samej formy²⁶. W podobny sposób pozytywowo-negatywowymi formami – wzajemnie się

²⁶ Odbiorca, który obejrzał film, dowie się, że projektantka w subtelny sposób odnosi się do jego fabuły, sugerując być może tektonikę przeseł mostu, ruch mas i katastrofę budowlaną, która staje się także katastrofą życiową dla młodego inżyniera, bohatera filmu.

dopełniającymi i stanowiącymi czarne i białe rytmiczne zygzaki – operuje Leszek Hołdanowicz na plakacie do filmu *Bariera* (1966). Szymon Bojko wywodzi ten nurt „z myślenia kategoriami konstrukcyjnymi”²⁷, określając go jako grafikę o „ubogiej” technologii: „Głęboka znajomość sztuki drukarskiej i procesów powielania pozwala artyście tworzyć struktury o charakterze elementarnym, wyprowadzone z technik drukarskich”²⁸. Nawet jeśli taka była geneza czarno-białej koncepcji, należy zauważyć, że doskonale wpisuje się ona w poetykę kilku gatunków filmowych – w tym dramatu. Elementy op-artowskiej gry czerni i bieli wprowadzali także Wiktor Górka (*Grzeszny anioł*, 1959) i Jacek Neugebauer (*Morderca zostawia ślad*, 1967). Formy w ich projektach bywały czasem silnie rozwibrowane, stanowiły specyficzny obszar wspólny pomiędzy zwróconymi ku sobie twarzami bohaterów, tak jak w pracy Neugebauera *Dialog* (1963). Ten sam grafik na plakacie do *Latającego Holendra* (1967) wywołuje złudzenie optyczne poprzez bardzo gęsto, równoległe rozmieszczone fale (czarne linie na białym tle), ale nie rezygnuje z metaforyzacji przekazu – bohater z rozpostartymi ramionami staje się masztem okrętu. Inny zabieg stosuje Maciej Hibner, tworząc plakat do filmu *Wózek dziecięcy* (1966) – definiuje tło poprzez raster o zróżnicowanym zagęszczeniu wywołującym złudzenie optyczne.

Ekspresja, malarski gest i plama

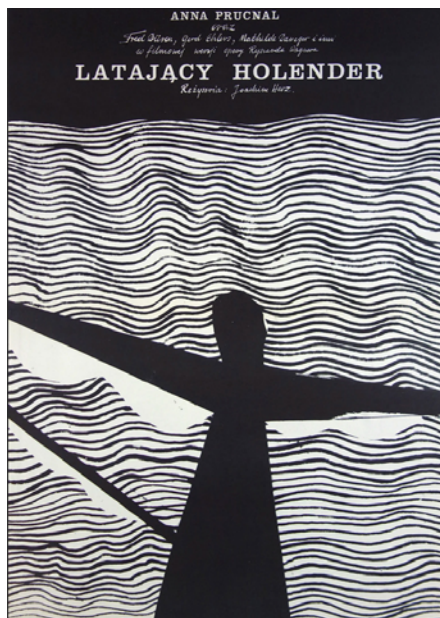
Plakat do filmu *Rzym godzina 11.00* Juliana Pałki (1953) ujmuje adekwatnością zastosowanej koncepcji względem stylu i fabuły filmu inspirowanej autentycznym, tragicznym wydarzeniem. Gazetowe tło z zaznaczoną informacją, na którym usytuowana jest grupa poddanych monumentalizacji kobiet, dobrze wpisuje się w konwencję włoskiego filmu nurtu neorealizmu, którego poetyka „prowokowała i umożliwiała udratyzowanie postaci, ukazanie rozpacz i cierpienia”²⁹. Z dzisiejszej perspektywy nadal aktualny jest trafny komentarz Zdzisława Schuberta: „prawdziwym wydarzeniem kulturalnym stawały się jego [J. Pałki – przyp. K.K.] plakaty do filmów *nowej fali* włoskiej i francuskiej (*Rzym godzina 11*, 1953, *Komedianci*, 1955). Urzekały logiką obrazu, celowością

²⁷ S. Bojko, *Leszek Hołdanowicz, nasz laureat*, „Projekt” 1977, nr 6, s. 121.

²⁸ Ibidem.

²⁹ E.P. Lewandowski, *Kwiatek do kożucha*, w: *Polski plakat filmowy. 100-lecie...*, op. cit., s. 32.

użytych środków, oszczędnie dozowaną ekspresją i śmiałym wykorzystaniem formalnych zdobyczy nowoczesnego malarstwa³⁰. Zupełnie odmienne formalnie są dwa plakaty powstałe w tym samym czasie, w których pobrzmiwiają inspiracje twórczością Pabla Picassa. Ten do filmu *Koniec nocy*³¹ Jana Młodożeńca (1956) łączy uproszczenie z rytmizacją i grą czarno-białych form. Wszystkie elementy współgrają: motyw perforowanej taśmy filmowej z wpisanymi w otwory informacjami wykonanymi odręcznie, uproszczone sylwety ludzka i zwierzęca, które jako formy negatywowo-pozytywowe wzajemnie się dopełniają³². Choć żywiołem Młodożeńca była żywa barwa, to elegancja tego plakatu, zrównoważenie czerni i bieli, użycie form z jednej strony mocno zgrafizowanych, z drugiej w subtelny sposób nawiązujących do *Guerniki*³³ podkreślają tragiczny finał fabuły i świadczą o kunszcie mistrza. Z kolei plakat Lipińskiego



Il. 2. Jacek Neugebauer, *Latający Holender*, 1964

³⁰ Z. Schubert, *Polski plakat filmowy 1947–1967*, Poznań 1969, s. 10.

³¹ Ten i kilka innych plakatów filmowych utrzymanych w czerni i bieli (m.in. do filmów *Głód*, *Ptaki*, *Twierdza szyfrów*, *Pasażerka*) znalazło się w opracowaniu *123 polskie plakaty, które wato znać*, red. M. Warda, Warszawa 2019.

³² Biała sylweta mężczyzny z butelką uniesioną w dłoni zapewne reprezentuje młodych mężczyzn, którzy zeszli na złą drogę. Pochłaniają ich (tak jak czarna plama sugerująca świnie) nuda, wewnętrzna pustka, poczucie beznadziei. Powyższa próba odszukania plastycznych odniesień do treści filmu nie stoi w sprzeczności z tezą, że to warstwa wizualna jest w tej pracy najważniejsza.

³³ Ten obraz Pabla Picassa (olej na płótnie z 1937 roku) także utrzymany jest w czerni, bieli i odcieniach szarości. Młodożeniec powtórzył za Picassem także poziomy format swej pracy (prostokąt leżący). Praca Młodożeńca ma nietypowy, duży rozmiar: 58 × 169 cm, ale także z tego względu silnie oddziałuje na odbiorcę.

w alarmujący sposób nawiązuje do filmu o siatce szpiegowskiej (*Hasło Korn*, 1968); atrakcyjny, choć nie nowatorski zabieg rozchodzącej się fali dźwiękowej³⁴, picassowski zdwojony profil i ogromne ucho to dość oczywiste motywy nawiązujące do treści szpiegowskiego filmu.

Emocjonalny stosunek do tematu widoczny jest w ekspresyjnym po-traktowaniu motywu graficznego w plakatach do filmów dramatycznych – Stanisława Zagórskiego do *Białej krwi* w reżyserii Gottfrieda Kolditza (1960) i Juliana Pałki do filmu Louisa Buñuela *Dziennik panny służącej* (1963). Autorzy odwołują się w tym przypadku nie tylko do przeżycia odbiorcy w konfrontacji z niepokojącą formą bądź motywem zastępującym głowę postaci, ale także do intelektu i skojarzeń odbiorcy, którzy już obejrzeni film i podejmą próbę odcodowania ekspresyjnych form umieszczonych w miejscu głów bohaterów. Podobnych sugestii podanych w atrakcyjnej wizualnej formie jest wiele, np. na plakacie Jacka Neugebauera do filmu *Fabryka nieśmiertelnych* (1963), który poprzez prostą formę graficzną, białą na czarnym tle, nawiązuje do fabuły o tajnych eksperymentach w bazie wojskowej. Koncept zupełnie innego rodzaju realizuje Marek Freudenreich na plakacie do filmu *Trema* Alfreda Hitchcocka (1966). Artysta zaadaptował tu formę krzyżówki z czarnymi i białymi polami, które układają się w kształt czaszki.

Na skojarzeniach i emocjach widza gra Marian Stachurski w plakacie do dramatu wojennego *Po wielkiej burzy* (1967)³⁵. Na niepokojąco czarnym tle malarskiej plamy z prześwitami zamieścił on sylwetę białego ptaka z rysami ludzkiej twarzy. Głowa widoczna z profilu wydaje się głową ptaka (sugeruje to niewielki dziób); jeśli jednak zignorujemy ten drobny element, to ptak zdaje się mieć twarz dziecka. Ten zabieg inspiruje, daje pole wyobraźni odbiorcy, a jednocześnie poprzez nastrój silnie determinuje odbiór filmu i nawiązuje do jego gatunku. Praca ta jest pozbawiona dosłowności plakatów, które zapowiadały ten właśnie film w innych krajach – Stachurski nie wskazuje

³⁴ Motyw obecny m.in. w wojennych (ostrzegawczych) plakatach Abrahama Gamesa z lat 40.

³⁵ Film z 1948 roku w reżyserii F. Zinnemanna. Oryginalny tytuł: *The Search*, w wersji francuskiej: *Les Anges marqués*; niemieckiej: *Die Geseichneten*. Plakaty amerykańskie, szwajcarskie i niemieckie, które zapowiadają ten film, są barwne, oparte na wręcz jaskrawych zestawieniach kolorystycznych; bazują na portretach (rysunkowych i zdjęciach) trojga głównych bohaterów: chłopca, jego matki i amerykańskiego żołnierza.

jednoznacznie, która postać jest kluczowa dla fabuły³⁶. Nie przyciąga nazwiskami i twarzami aktorów – zawiera w swojej pracy aluzję, zapowiada, nastraja.

Świadectwem uniwersalizmu języka czerni i bieli są plakaty do dramatu wojennego *Ostatni akt* (1958) i filmu dokumentalnego *Zwyczajny faszyzm* (1965). W tym pierwszym Waldemar Świerzy jest po mistrzowsku oszczędny w malarskim geście: kilka elementów tworzy zarys twarzy, a jednocześnie kojarzy się z formą swastyki – dwuznaczność wykreowanego motywu wyodrębnia uwagę widza. Natomiast Freudenreich w drugim plakacie rozgrywa pomysł na niejednoznaczności kształtu – na jednolitej czarnym tle umieszczona jest malarsko potraktowana sylweta martwego białego gołębia, który ze względu na sposób ułożenia może kojarzyć się z sylwetką leżącego człowieka. Są to prace o rodowodzie malarskim, pełne ekspresji, ale jednocześnie oszczędne w formie i być może dlatego wywołujące całą gamę odczuć, przeżyć, o których wywołanie u widza zabiegał Jan Lenica. Czern i biel w plakatach do filmów wojennych, sensacyjnych i dramatów pozwalały podkreślić ich dramatyzm i drastyczność, a czasem spotęgować poprzez warstwę wizualną (odmienną niż w samym filmie) dramatyzm losów bohaterów filmowych. Jednak twórcy plakatów zapowiadających komedie także świetnie poruszali się w konwencji czarno-białej, nadając swoim pracom dynamikę i lekkość.



Il. 3. Marek Freudenreich, *Trema*, 1966

³⁶ Na plakatach francuskojęzycznych ukazana została tylko postać matki, w innych troje bohaterów: chłopiec, jego matka i żołnierz.

Litera, typografia

Wśród czarno-białych plakatów filmowych znajdziemy także perełki graficzno-typograficzne i typograficzne. Najbardziej przejmujące są dwa legendarne już plakaty Bronisława Zelka do *Ptaków* Hitchcocka (1965) i filmu *Głód* (1966). W obu przypadkach płaszczyzna bieli jest tłem dla słów wchodzących w dynamiczną interakcję z obrazem uskrzydłonej czaszki i anatomicznego przekroju głowy z ukazaną warstwą mięśni i ścięgien. „Roztrzepotane słowa” w *Ptakach* złożone z liter o zróżnicowanych krojach, symbolizujące nadlatujące i przynoszące śmierć ptaki były już wielokrotnie analizowane; siła przekazu i nastrój grozy są umiejętnie spotęgowane kolejnymi nadlatującymi chmarami słów.

Jednak plakat do filmu *Głód* jest chyba jeszcze bardziej dosadny w bezlitosnym obnażeniu biologiczności, fizjologii, siły popędu sterującego zachowaniem człowieka. Podejście Zelka do litery w plakacie *Pieczone gołąbki*

(1966) o rozbudowanej części informacyjnej jest jeszcze inne. Słowa złożone z białych liter na jednolitym czarnym tle zakomponowane w rzędowych układach poddanych rytmice fali są tu niemal jedynym tworzywem artysty, wzbogaconym wyłącznie drobnymi elementami barwnymi powtarzającymi kierunek opadania i wznoszenia się ciągów liter.

Dynamizm formy poprzez prosty, a jednak atrakcyjny zabieg uzyskała Jolanta Karczewska na plakacie do jugosłowiańskiego filmu *Szalone wakacje* (1964). Został on oparty na dynamicznej kompozycji z fragmentem kadru filmowego w centrum wpisanym w formę okręgu, powstałego jako efekt zabawy



Il. 4. Bronisław Zelek, *Ptaki*, 1965

graficzno-typograficznej. Wyrazy tworzące tytuł filmu oraz ich poszczególne sylaby zostały zestawione z liter o zróżnicowanej wielkości i szerokości oraz rozmieszczone jak skrzydła wiatraczka – dziecięcej zabawki. „Wirują” – czarne na białym tle – wokół centralnie umieszczonego fotosu. Przyciągają uwagę swą liczebnością i zagęszczeniem, tworząc ciekawą formę wizualną; dynamizm części z nich wynika z ich oderwania od osi ruchu wirowego, a niektóre z liter, tak jak przy gwałtownym podmuchu wiatru, wręcz „uciekają” z kadru. Karczewska znakomicie operuje typografią; wychodząc od centrum – fragmentu zdjęcia w kształcie owalu – osiąga dynamikę plakatu wyłącznie za pomocą kompozycji literniczej. Bogactwo form, które uzyskuje z zaledwie dwuczłonowego tytułu, powielając go z użyciem liter zróżnicowanej wielkości daje formalny efekt, który może kojarzyć się z kaligramem, choć wirującym słowem nie jest słowo „wiatrak”.

Mimo że w wielu plakatach typografia ze składu stanowiła istotny ich komponent, graficy nie rezygnowali z odręcznego, ekspresyjnego liternictwa, na którym opierali swą koncepcję. W plakacie *Niebezpieczny wiek* (1959) Zagórski operuje malowaną czarną literą na liniowanej płaszczyźnie imitującej kartkę szkolnego zeszytu³⁷. Z tych odręcznych, dużych, grubych, swobodnie kształtowanych liter narzucających się swą czernią i zajmujących całą płaszczyznę plakatu emanuje siła; tak ukształtowany tytuł filmu zdominował całość.

Przetworzona fotografia

Wiele ciekawych rozwiązań pojawia się na płaszczyźnie spotkania grafiki z fotografią i nietypowymi rozwiązaniami typograficznymi. Twórcy plakatów zazwyczaj posługiwali się fotografiami twarzy bohaterów umiejętnie zestawianymi z motywami, które wyszły spod ich pędzla, piórka czy innego narzędzia³⁸. Lenica w plakacie do filmu *Zakazane zabawy* (1951) łączy fotografię z dziecięcą wydzieranką przyjmującą formę sylwet ptaków, w które zostały wkomponowane zdjęcia twarzy dzieci – bohaterów filmu. Jest to rozwiązanie

³⁷ Podobną koncepcją kartki z zeszytu potraktowanej jako tło posłużył się Jakub Erol w plakacie *Pani do mnie pisała* (1978); głowa kobiety jest na niej atramentowym kleksem.

³⁸ Kreatywność w postępowaniu z fotografią wykraczała jednak poza dosłowne „zacytowanie” kadru filmu; szczególnie licznym zabiegom poddawany był negatyw – trawiono go kwasami, wyskrobywano, wtapiano cząstki fotogramu w płaszczyznę, podmalowywano klisze akwarelą, posługiwano się rastrem. O tych i innych zabiegach pisał S. Bojko, (idem, *Polski plakat współczesny*, Warszawa 1972).

atrakcyjne wizualnie, ale pobudzające także do refleksji. Artysta, czując przesyty „rozmalowaną” płaszczyznę i jej monotonią, sięgnął po nowe środki wyrazu i zastosował wydzierane formy oraz XIX-wieczne ryciny z ilustrowanych czasopism jako kolaże³⁹. Wojciech Fangor z właściwą sobie nonszalancją i lekkością budował przekaz plakatu za pomocą kilku linii, motywów i trafnie dobranej fotografii – komponentów dopełnionych barwnym akcentem. W plakacie do filmu *Nędznicy* (1958) zawarł przekaz uniwersalny – metaforą ludzkiego losu uczynił umieszczone na białym tle i wypełniające cały kadr czarne koło; w jego centrum ulokował fotografię twarzy bohatera, a w polach między szprychami zdjęcia innych postaci. Czerwonym akcentem w formie belki, z której zsuwa się koło, nie tylko przełamał monochromatyczność pracy, ale także zasugerował ruch koła. Wiktor Górka posłużył się podobnym zabiegiem, umieszczając fotografię twarzy bohatera na plakacie do filmu produkcji RFN *Reszta jest milczeniem* (1960), reklamowanym jako „nowoczesna adaptacja Szekspira”. Aby uzyskać kontrast względem realistycznego oblicza postaci wykorzystał, budując jej sylwetkę, płaską czarną plamę o świadomie przerysowanych, karykaturalnych proporcjach. Umieścił ją na białym tle, umiejętnie łącząc z fotografią twarzy intelektualisty w okularach i zdjęciem dłoni trzymającej rewolwer. Zestawienie fotosów z sylwetą bohatera i silnie uproszczonym konturem trzymanej przezeń czaszki działa – tak jak zastosowana tu czerń i biel – na zasadzie kontrastu, budzi zdziwienie, poczucie dysonansu, ale dzięki temu także zaciekawienie.

Znakomity odpowiednik w interpretacji plakatuowej Świerzego zyskał film *Matka Joanna od Aniołów* (1961). Czarna płaszczyzna została dramatycznie przecięta białą nieregularną formą nawiązującą jednocześnie do formy krzyża i habitu, a kojarzącą się także z sylwetą ptaka. W górnej partii jej pionowej osi artysta umieścił zdjęcie twarzy zakonnicy, bezpośrednio odwołując się do obrazu w reżyserii Jerzego Kawalerowicza. Kontrast czerni i bieli przełamuje liternictwo o nasyconej niebieskiej barwie. Z kolei plakat do filmu *Pasażerka* w reżyserii Andrzeja Munka (1963) Leszek Hołdanowicz

³⁹ O powodach Lenica pisał w ten sposób: „Zmieniłem całkowicie styl, okres realistyczny dobiegł kresu. Poszukiwałem nowych środków wizualnych, stosowałem kolaż, monotypię, [...] wyklejanki z podartych skrawków papieru. Była to jednak nie tylko ewolucja stylistyczna, plakaty z tego okresu nie są już realistycznymi obrazami, to syntetyczne znaki, intelektualne parable” (*Jan Lenica*, [katalog wystawy], red. E. Czerwiakowska, Warszawa 2000, s. 37).

oparł na bardzo oszczędnej formie i efekcie „poruszenia” zdjęcia twarzy i zatarcia się jego ostrości, dzięki czemu fotografia wzmaga niepokój odbiorcy. Za sprawą tego pozornie prostego zabiegu nawiązał w wielowymiarowy sposób do fabuły filmu opowiadającego o losach więźniarki obozu koncentracyjnego i jego strażniczki, a także ich konfrontacji po zakończeniu wojny. Choć na „poruszonym” fotosie widnieje najprawdopodobniej fragment twarzy esesmanki Lisy⁴⁰, brak jego ostrości powoduje, że wizerunek nie jest jednoznaczny, a kobieta z plakatu może być także Polką. Nieostre zdjęcie oblicza może być próbą nawiązania do wzajemnej relacji bohaterek, swoistej gry psychologicznej, którą prowadziły. Jest także nośnikiem historii obu kobiet, która w filmie ukazana została w równoległych wariantach rzeczywistości. Na kolejnym plakacie tego twórcy z 1964 roku już sam tytuł amerykańskiego filmu *Czarne i białe* sugeruje rozwiązanie plastyczne. Idąc tym tropem, grafik zrównoważył kompozycję opartą na grze bieli tła i czerni znaków – prostych semiogramów (strzałka, serce, obrys drugiego serca w kolorze czarnym). Plakat ten można by uznać za całkowicie zgrafizowany, oparty na znaku, gdyby nie ważna rola fotografii twarzy bohaterki wpisanej w pole jednego z graficznych motywów⁴¹.



Il. 5. Wiktor Górk, Reszta jest milczeniem, 1960

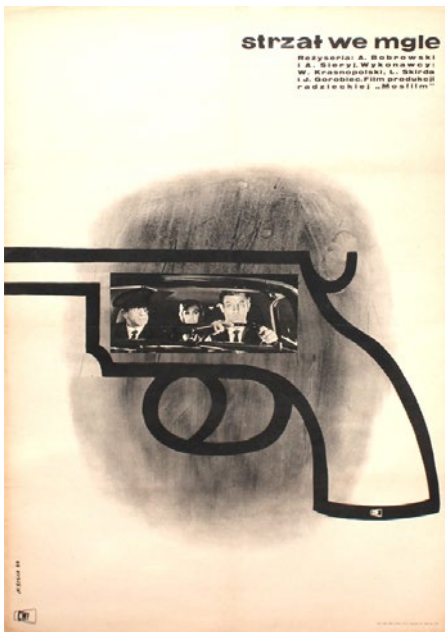
⁴⁰ Postać grana przez Aleksandrę Ślaską. Martę, więźniarkę obozu grała Teresa Ciepielewska.

⁴¹ Plakat powstał w dwóch wersjach; w alternatywnej twórca plakatu w większym stopniu wykorzystuje fotostudy bohaterów (twarz Afroamerykanina została umieszczona w czarnym

O zupełnie innym podejściu twórca świadczy plakat Zagórskiego do filmu *Tajemnica szyfru* (1960) – jego płaszczyzna przyciąga uwagę jednolitym patternem liter i cyfr szczelnie pokrywających powierzchnię. Ten swoisty szyfr koresponduje z tytułem i treścią filmu, ale zdominował płaszczyznę na tyle, że trudno dostrzec motyw fotograficzny – trzymany w dłoni pistolet na tle zarysu głowy. Innym, nie mniej ciekawym, eksperymentem z fotografią tego artysty było zestawienie efektów rastra z deseniem ukośnych czarnych i białych naprzemiennych linii o zróżnicowanym zagęszczeniu i kierunku na plakacie do filmu *W czepku urodzeni* (1961).

Projekty autorstwa Marii Syskiej tworzone z wykorzystaniem fotografii nawiązują do rozwiązań konstruktywistycznej awangardy. Plakat do niemieckiego kryminału *Śmierć w ampułce*

(1967) jest mocnym w wyrazie, choć oszczędnym i wyrafinowanym połączeniem grafiki i fotografii. Oddziałuje bielą, czernią i gradientem szarości (zdjęcie kostki brukowej ulicy) przełamany kontrastem czerwieni tytułowej ampułki. Z kolei na plakacie do kryminału produkcji ZSRR *Strzał we mgle* (1965), który cechują podobne walory formalne, Syska wkomponowała fragment kadru filmowego w miejscu komory na naboje rewolweru. Ten zaskakujący zabieg skupia uwagę widza na wąskim prostokącie zdjęcia i widocznych na nim przez przednią szybę samochodu postaciach. Historie filmowe przefiltrowane przez wrażliwość twórców plakatu znalazły oddźwięk w sugestywnych



Il. 6. Maria Syska, *Strzał we mgle*, 1965

motywie serca, twarz białego mężczyzny – w białym), jednak beżowa apła w tej wersji pracy przełamuje radykalny kontrast czerni i bieli.

formach, w wielu przypadkach zapadających w pamięć. Marek Freudenreich na plakacie do dramatu Kazimierza Kutza *Ktokolwiek wie...* (1966) z fotografii twarzy młodej kobiety uczynił rozsypującą się układankę, z którą współgra informacja o obsadzie „wystukana” maszynową czcionką. Ten prosty zabieg formalny nawiązuje nie tyle do historii zaginionej dziewczyny poszukiwanej przez reportera, ile do konstrukcji samej fabuły, która składa się niemal wyłącznie z fragmentów, wrywkowych scen, pobocznych wątków i dygresji. Fotografia, nawet przetworzona lub fragmentaryczna, na plakacie filmowym jest bezpośrednim łącznikiem z treścią i bohaterami produkcji; postacie i kadry filmu przywołane przez twórców plakatu i włączone do całościowej kompozycji, nawet jeśli zostały poddane silnej obróbce, wchodzi w interakcję z innymi elementami – plamą, znakiem, typografią – zyskując nowe konteksty.

Konkluzja

Niezależnie od powodów posłużenia się czernią i bielą twórcy plakatów filmowych rozgrywali kontrast tego zestawienia w indywidualny sposób, dostarczając widzowi bodźców na poziomie wizualnym, intelektualnym i emocjonalnym. Nie ma w tych plakatach sprzeczności między kreacją a informacją czytelną na pierwszy rzut oka (poprzez nawiązanie do bohaterów filmu) lub zakamuflowaną w motywach (i relacjach między nimi) zyskujących na czytelności po obejrzeniu filmu. Niektóre koncepcje są zaskakujące formalnie, dzięki czemu przyciągają uwagę odbiorcy. W wielu z nich wygrywa postulowany przez Jana Lenicę efekt zadziwienia, przeżycia – przede wszystkim przyciągają wzrok, ale mogą też stanowić wyzwanie dla odbiorcy, bo – jak zauważyła Maria Kurpiak – już od połowy lat 50. nasilała się „tendencja do przekazywania treści zinterpretowanych indywidualnie, bez używania ogólnie przyjętych schematów czy symboli”⁴². Język filmu i plakatu filmowego jest uniwersalny, przypisany wrażliwości, emocjom, współodczuwaniu z bohaterami filmu, którzy poprzez przywołane tu plakaty zyskali niekiedy drugie życie. Plakat filmowy, inaczej niż polityczny czy okolicznościowy, nie traci na aktualności. Będzie poruszał tak długo, jak długo będzie sam istniał – w papierowej formie czy utrwalony na nośniku cyfrowym – i jak długo będzie istniał film, do którego się odnosi. Nawet bez możliwości skonfrontowania

⁴² M. Kurpiak, *Polski plakat filmowy*, https://archive.org/details/dlibra.kul.pl.39005___Kurpiak--Maria----Pol_0000 (dostęp 20. 2. 2023).

plakatu z filmem ten pierwszy będzie oddziaływał na poziomie estetycznym. Wymienione wyżej prace są świadectwem potencjału intelektu, wrażliwości oraz biegłości warsztatowej polskich artystów i artystek plakatu i wciąż mają swoich odbiorców – prezentowane na wystawach, publikowane w katalogach i albumach pozostają także obiektem pożądania kolekcjonerów i trafiają na ściany współczesnych wnętrz; nie starzeją się tak szybko jak większość filmów polskich i zagranicznych⁴³, na potrzeby których powstały. Jak wspominał Szymon Bojko, znawca i miłośnik tej dziedziny sztuki: „Plakaty były echem tego, co działo się wtedy w sztukach plastycznych, a często nawet oglądało się plakat i zapamiętywało go, a nigdy nie widziało filmu. Plakaty wystarczyły – były pełne pomysłów, co krok widziało się na ulicy dzieła sztuki”⁴⁴.

Bibliografia

- Behrens Roy R., *Art, Design and Gestalt Theory*, „Leonardo” 1998, vol. 31, no. 4.
- Belting Hans, *Faces. Historie twarzy*, przeł. T. Zatorski, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2015.
- Bojko Szymon, *Polski plakat współczesny*, Agencja Autorska, Warszawa 1972.
- Bojko Szymon, *Leszek Hołdanowicz – nasz laureat*, „Projekt” 1977, nr 6.
- Czerwiakowska Ewa (red.), *Jan Lenica* [katalog wystawy], CSW Zamek Ujazdowski, Warszawa 2000.
- Dzikowska Elżbieta, *Artyści mówią. Wywiady z mistrzami grafiki*, Izabelin 2011.
- Folga-Januszewska Dorota, *Ach! Plakat filmowy w Polsce*, Bosz, Olszanica 2013.
- Gage John, *Kolor i znaczenie. Sztuka, nauka i symbolika*, przeł. J. Holzman, A. Żakiewicz, Universitas, Kraków 2010.
- Lenica Jan, [bez tytułu], w: *Dokumentacja obrad Sympozjum zorganizowanego z okazji I Międzynarodowego Biennale Plakatu*, Zachęta, Warszawa 1966.
- Lewandowski Edmund P., *Kwiatek do kożucha*, w: *Polski plakat filmowy. 100-lecie kina w Polsce*, red. K. Dydo, BWA, Kraków 1996.
- Pastoureau Michel, *Noir. Histoire d'une couleur*, Éditions du Seuil, Paris 2011.
- Piechota Jan, Urbańska Paulina, *Historia prac badawczych w projektowaniu graficznym*, „Acta Poligraphica” 2014, vol. 4.
- Porębski Mieczysław, *Era grafiki*, w: *Grafika wczoraj i dziś. Materiały sesji „Rola i miejsce grafiki współczesnej” zorganizowanej w dniach 17 i 18 maja 1972 r. przez Instytut Historii Sztuki Uniwersytetu Jagiellońskiego przy współudziale Komitetu IV Międzynarodowego Biennale Grafiki w Krakowie*, PWN, Warszawa 1974.
- Rzepińska Maria, *Historia koloru w dziejach malarstwa europejskiego*, Wydawnictwo Literackie, Kraków, Arkady, 1989.
- St Clair Kassia, *Sekrety kolorów*, Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa 2022.

⁴³ Nie mam tu na myśli wybitnych dzieł sztuki filmowej.

⁴⁴ S. Bojko, cyt. za: *123 polskie plakaty...*, op. cit., s. 25.

- Schubert Zdzisław, *Mistrzowie plakatu i ich uczniowie*, Przedsiębiorstwo Wydawnicze „Rzeczpospolita” S.A., Warszawa 2008.
- Schubert Zdzisław (oprac.), *Polski plakat filmowy 1947–1967*, Muzeum Narodowe w Poznaniu i Centrala Wynajmu Filmów w Poznaniu, Poznań 1969.
- Schubert Zdzisław, *Polska szkoła plakatu*, Bosz, Olszanica 2024.
- Warda Michał (red.), *123 polskie plakaty, które warto znać*, Muzeum Plakatu w Wilanowie, Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej, Warszawa 2019.
- Waśniewski Jerzy, *Plakat polski*, Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne, Warszawa 1968.
- Wojciechowski Jarosław, *Plakat filmowy w powojennej Polsce*, w: *Polski plakat filmowy. 100-lecie kina w Polsce*, red. K. Dydo, BWA, Kraków 1996.

Źródła internetowe

- Kurpik Maria *Polski plakat filmowy*, https://archive.org/details/dlibra.kul.pl.39005__Kurpik-Maria----Pol_0000 (dostęp 20.02.2023).

Źródła ilustracji

- Il. 1–6. Dydo Krzysztof (red.), *Polski plakat filmowy. 100-lecie kina w Polsce*, BWA, Kraków 1993.

Black-and-White Film Poster from the Period of the Polish People's Republic – Aesthetics and Expression. Autonomy of Artistic Expression versus the Function of a Movie Poster

This article refers to a specific group among Polish film posters created in the 1950s–70s. They are based on black-and-white colors advertising films of various genres, representing European, Asian and American cinema. The use of the most radical contrast between black and white, occasionally broken up with a counterpoint of red, is characteristic of the geometric-structural and typographic trend, although the creators of colorful painting posters also created expressive black and white film posters. Given the attachment of several artists to black-and-white solutions, it is reasonable to ask whether that peculiar self-restraint in color was an exercise in discipline or, on the contrary, a test of creativity, or perhaps it was but a result of mundane printing problems and was dictated by concerns over print quality. The analysis of the works (from a technical and aesthetic point of view, taking into account the color theory, Gestalt theory, the *nōtan* concept) is accompanied by a reflection on the freedom and degree of autonomy of authorial expression in the cultural poster in relation to its primary functions. The article thus constitutes an attempt to answer the question whether every film poster can be treated as an intersemiotic message or, following Jan Lenica's train of thought: "A poster is indeed, first and foremost, an aesthetic message" and its creator prefers the artistic concept (in this case based on black-and-white) over the possibility to refer to the movie plot itself.

Keywords: Polish movie poster, black-and-white, color theory, Gestalt theory, constructivism, op-art

Słowa kluczowe: polski plakat filmowy, czern i biel, teoria barw, teoria Gestalt, konstruktywizm, op-art

Data przesłania tekstu: 7.08.2023

Data zakończenia procesu recenzyjnego: 10.04.2024

Data przyjęcia tekstu do publikacji: 21.07.2024