

Konrad Wojciechowski

Kiedy rok temu władze warszawskiego Ursynowa zaprosiły mieszkańców na cykl wydarzeń artystycznych w ramach inauguracji Roku Kulturalnego, wybuchł obyczajowy skandal. A poszło o zdjęcie popularnego aktora Piotra Machalicy z papierosem w ustach, które pojawiło się na stronie internetowej urzędu dzielnicy jako ilustracja zwiastująca koncert „Osiecka, Młynarski, Przybora – piosenki z górnej polki”. Niektórzy mieszkańcy uznali zdjęcie za niestosowne przy promowaniu imprezy kulturalnej, na którą miały przyjechać rodziny z dziećmi. Mówiono wręcz o propagowaniu używek. W komentarzach na facebookowej stronie urzędu zaroiło się od krytycznych postów. Jeden z mieszkańców udostępnił znany plakat autorstwa Andrzeja Pagowskiego, „Papierosy są do d...”, na którym widać palacza z papierosem wetkniętym między gole pośladki zamiast do ust. Post szybko zniknął z Facebooka urzędu, bo administrator strony uznał go za obraźliwy i usunął. Najwyraźniej nie wiedział, że plakat powstał w 1994 r. na zlecenie Krajowego Ruchu Antynikotynowego i pod patronatem Ministerstwa Zdrowia. Można go było zobaczyć w prawie każdej aptece. Władzom dzielnicy nie przeszkodziło to w zdjęciu pracy Pagowskiego ze swojej oficjalnej strony, ponieważ „padło tam słowo uznawane powszechnie za obraźliwe”.

To pokazuje siłę plakatu, który nawet po latach budzi emocje, oraz jego uniwersalność, gdyż można go cały czas reprodukować w innych kontekstach. To także koronny dowód na to, że plakat może z ulicy trafić do internetu, choć grafika użytkowa pokonuje dziś podróż raczej w przeciwnym kierunku.

Bieli i czerwieni nie oddamy

Zaczęło się ok. 2017 r. – w środku pierwszej kadencji rządów obozu Zjednoczonej Prawicy. Ludzie powoli przywykli do wychodzenia na ulicę: w proteście przeciwko paraliżowi Trybunału Konstytucyjnego, wprowadzaniu „ustawy kaganicowej” kneblującej sędziów czy obchodzeniu prawa przez osoby sprawujące władzę. Mniej więcej w tym czasie Marianna Grzywaczewska – na co dzień organizatorka targów mody i promotorka młodych projektantów – razem z mężem grafikiem, postanowiła zorganizować konkurs na temat, czym jest demokracja i co to znaczy być obywatelem. Zaprosili do niego grafików, plakatistów, ilustratorów. Mieli wykrzyczeć się na papierze, płótnie, w pliku komputerowym. I narysować nowoczesny patriotyzm, acz bez patosu. Tak powstała Demokracja Ilustrowana – organizacja non profit, a w zasadzie społeczność, która nie chce być wykluczona z powodu kochania ojczyzny na swój sposób.

Interpretacja symboli narodowych została zawłaszczona przez prawą stronę debaty publicznej. Ona ma monopol na bycie prawdziwymi Polakami. Oczywiście może szanować tylko jedno środowisko. Postanowiliśmy zaprotestować. Nie chodziło o stworzenie opozycji względem osób o poglądach odmiennych od naszych. Celem było i jest rozszerzenie dyskusji, ale też zaproponowanie nowych symboli, z którymi mogliby się utożsamiać niesusznie wykluczeni z naszej wspólnoty, nie rezygnując zarazem z bieli i czerwieni, bo nie możemy dać sobie ich odebrać. Takim symbolem stała się „Konstytucja” Łuki Rayskiego – opowiada Marianna Grzywaczewska.

Początkowo nic nie zapowiadało, że akurat napis z wytuszczoną na białą częścią „Ty” i na czerwono „Ja” tak mocno przemówi do masowej wyobraźni. Zaczęło się niewinnie, od przypadkowego zdarzenia. Ktoś bliżej niezidentyfikowany poszedł na marsz z wydrukowanym plakatem Łuki. Jego „Konstytucja” przedostała się z internetowej przeglądarki w sam środek wiewu ulicznego. Na sygnał zareagowała cała Polska i lawina ruszyła. – Do tej pory ludzie udostępniali sobie ten plakat na Facebooku, tudzież używali jako nakładki na zdjęcie profilowe. Aż nagle ktoś z Poznania zwrócił się do nas o fizyczny plakat. Tak samo z Krakowa. Organizowano zrzutki na druk tych plakatów, bo ludzie chcieli je nosić na protesty – dodaje autorka projektu Demokracja Ilustrowana.

Na stronie internetowej DI takich prac jest dużo więcej. I na różne tematy. Czyżby

Zamiast chodzić na wiece i wykrzykiwać hasła, projektują plakaty. Ich prace wędrują z internetu na ulice i są znane nie tylko w Polsce

ręce trzymają troskliwie w dłoniach mapę Polski. Jest ręka wrzucająca do klepsydry kartę do głosowania, co ma uświadamiać, że wolne wybory nie są dane raz na zawsze. Na innej grafice widać kosmonautę transportującego serce medykum – nie do transplantacji, ale w podzięce za wytrwałość w walce o ludzkie zdrowie podczas pandemii (z dopiskiem „Jesteście nieziemscy”). Bo zamiast Demokracji Ilustrowanej jest taki, aby komentować ważne momenty rzeczywistości. Poza rysowaniem patriotyzmu, twórcy nadsyłali prace dziękujące lekarzom, postępujące nienawiść, której szczytem było morderstwo prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza. A teraz za pośrednictwem grafiki demonstrują swoją solidarność z Białorusią.

Cała inicjatywa jest oddolna, nieobliczona na żaden zysk, choć jej przeciwnicy, doszukując się źródeł finansowania tej akcji, zawędrowali w swoim śledztwie aż do George'a Sorosa, amerykańskiego filantropa węgiersko-żydowskiego pochodzenia, który też już urosł do rangi symbolu. Grzywaczewska zapewnia, że strona internetowa została postawiona za darmo, nikt nie dotuje tej działalności, a artyści rysują, bo czują taką potrzebę, nie otrzymując za plakaty nawet złotówki. To dość luźny krąg twórców – czasami w kampanii bierze udział 30 osób, czasami dwa razy tyle.

Łuka Rayski zajmuje się głównie malarstwem. Plakaty rysuje przy okazji i tak było z „Konstytucją”. Od początku nie zamierzał czerpać z tej pracy żadnych korzyści materialnych. Nawet udostępnił swój plakat w formie Creative Commons, pozwalając na dowolne się nim posługiwanie. Ludzie to wykorzystali i przerabiają „Konstytucję” na własne potrzeby. Czasami są to inteligentne interpretacje, czasami ośmieszające intencje autora. Ale stało się. Plakat trafił pod strzechy i jest własnością pewnej zbiorowości – mówi Grzywaczewska.

Prace udostępniane na stronie DI mają coraz szerszy zasięg. Nie tylko dzięki in-

ternetowi oraz ulicznym manifestacjom. Niektóre z tych plakatów doczekały się wystawy w Europejskim Centrum Solidarności. Innym razem do właścicielki strony zgłosiła się znana spółka reklamowa z prośbą o możliwość umieszczenia wybranych grafik w podziemiach stacji Metra Świętokrzyska w Warszawie.

Na razie odbyło się sześć, może siedem takich kampanii plakatowych. Za pretekst służą bieżące wydarzenia, ale zawsze musi być hasło przewodnie, „copywriterski sznyt”, aby było od czego zacząć rysować. I tworzyć ilustrowany przekaz. Jak zapewnia Grzywaczewska, nie chodzi o propagandę czy agitację. Poglądy w takiej chwili trzeba schować do kieszeni. Plakat ma łączyć, a nie dzielić; zszywać rozprutą wspólnotę. Treść może być polityczna, ale nie partyjna. – Ja się nie wypieram swoich poglądów, tak samo jak współpracujący z nami twórcy. Ale nie zakładamy partii obrazkowej, która będzie chciała dokonać jakiegoś puczu. Hasła „demokracja” czy „konstytucja” są chyba neutralne i apolityczne? Inna sprawa, że należąc do wszystkich, zostały poniekąd przypisane do jednej strony tego sporu o wartości, o przestrzeganie prawa. Ale tylko dlatego, że nie każdy ma potrzebę się z nimi utożsamiać – mówi Grzywaczewska.

Drzewa trzaskają
Lipiński, Fangor, Starowieyski czy Młodożeniec – to nazwiska znane z Polskiej Szkoły Plakatu. Grupa artystów plakatistów, której przypisuje się ten sztyl, ukształtowała się w latach 60., promując wybitne osobowości, zbrojne w kredkę, pędzel czy ołówek jako broń do graficznej rewolucji. Wykorzysta-

li dosłowność i „bystrość rozumu” stały się polską szkołą eksportową, docenianą na reglamentowanym wówczas Zachodzie. Z tej szkoły wyszli też Lex Drewiński, Jan Sawka czy Andrzej Pagowski. A Marek Maciejczyk i Paweł Sky postanowili się z niej urwać. Mówią o sobie: Wagarowicze Polskiej Szkoły Plakatu. Poznali się na targach. Paweł kupił od Marka plakat przedstawiający Warszawę jako prowincję, czyli Pałac Kultury i Nauki zбитy ze sławojek. Zwrócił na niego uwagę, bo sam zaprojektował serię stołecznych grafik, bawiąc się kreską i grą słów („Centrum” odmalował jako zagłębienie finansowe w postaci usypanych monet o nominalne eurocentówek, a „Powieśle” jako ślady bosych stóp odcisniętych podczas wędrówki przez rzekę). Wśród lekkich, żartobliwych plakatów znalazły się też grafiki zaangażowane, jak historyczna „Warszawa zawsze powstanie” (z panoramą stolicy włożoną do odwróconego hełmu powstania) czy podgrzyżająca władze lokalne „Trzask i nie ma drzew” (ze złamanym piłem). Do tej ostatniej pracy nawiązał Maciejczyk i stworzył własny projekt na ten sam temat („Panie prezydencie, nie ścinaj stolicy”), co miało skłonić władze miasta do zaprzestania wycinki drzew dla powiększenia wału powodziowego. Akcja graficzna – powstała na prośbę miejskich aktywistów ze stowarzyszenia Porozumienie dla Pragi – odniosła skutek, choć nie ma twardych dowodów na to, że to akurat plakat powstrzymał samorządowców przed karczowaniem przyrody. Drzewa ocalały, grafika również, bo cały czas można ją znaleźć w internecie (a prace duetu z wystawy „WzMOcnienie przekazu” w stołecznej restauracji Caffè Miasto).

– Dzięki mediom społecznościowym łatwiej dotrzeć do odbiorcy – zauważa Maciejczyk. – Kiedyś trzeba było nadrukować mnóstwo egzemplarzy, kilkaset lub kilka tysięcy sztuk, aby plakat rozprzestrzenił i dotrzeć z nim do odbiorców. A dziś wystarczy skupieni w jednym miejscu. Zasięg

internetu jest ogromny. Plakat sam się rozchodzi. Kiedyś wisiał na ścianie, ludzie musieli przyjść, żeby go zobaczyć. A teraz jest udostępniany, powieliany, komentowany publicznie – mówi artysta. A propos komentowania, Wagarowicze nie odzęgają się od zabierania głosu w sprawach dla nich ważnych. Tak, grafika pokazuje, ale i ocenia. Nie, twórca nie może się odcinać od swoich poglądów. – Plakat nie powinien być obiektywny. Bo co wtedy przekazuje? – pyta retorycznie Sky. – To jest zawsze mój prywatny komentarz, czasem refleksja, a na pewno moja perspektywa patrzenia na świat.

Obaj robią sztukę bez ogródek, noszą społecznie. Trzy lata temu Sky zaangażował się w obronę parku Bródnowskiego przed wycinką. Zrobił performance „nieUpierzmy i nieSzanowamy Obywatel”, a z urzędnikami komunikował się za pomocą plakatów, które urosły do rangi manifestów. Wymyślił też akcję „Urzędnik mieszkańcowi sąsiadem” w celu uproszczenia relacji między pentetem a biurokracją i opatrzył ją memami oraz grafikami. Plakaty miały być formą nacisku na urzędników, aby nie traktowali interesantów z góry i wsłuchiwali się w ich potrzeby. Ale też informacją dla mieszkańców, jakie mają prawa i że są współgospodarzami dzielnicy. – Miałem realne poczucie, że moje plakaty choć trochę zmieniają rzeczywistość, nawet w mikroskali – mówi górnolotnie ich autor. Maciejczyk kiedyś jeździł po mieście motocyklem, więc naturalnie poparł inicjatywę zrobienia buspasów w Warszawie. Przekonywanie urzędników szło opornie, a wycieczki do ratusza nie osiągały celu, postanowił więc zrobić plakat. Wykorzystał



znany poster autorstwa Tomasza Sarneckiego z Garym Cooperem w roli szeryfa (z popularnego westernu „W samo południe”) namawiający na pójście do wyborów w roku 1989 i zrobił jego pastisz. Zamiast szeryfa mamy motocyklistę. Zamiast napisu „Solidarność” – „Buspasy”. Zamiast polskiej flagi – stołeczna. Plakat do dziś jest rozpoznawalny w środowisku fanów jedności. Same buspasy? Oczywiście powstały. Na początku tego roku prezydent Warszawy podjął nawet decyzję o udostępnieniu motocyklistom wszystkich buspasów.

– Ja jestem prawy prosty, a Paweł lewy sierpowy. Wyprowadzamy ciosy z dwóch stron, aby skuteczniej dotrzeć do świadomości odbiorcy z naszym przekazem. Lubimy wchodzić w strefę komfortu społeczeństwa i, przepaszam za wyrażenie, puścić baka, bo czym obserwować reakcję tłum – obrazowo wyłuszcza sens projektu „Wagarowicze Polskiej Szkoły Plakatu” Maciejczyk, podkreślając, że chodzi o plakat mniej artystyczny, a bardziej weryfikacyjny, nieukierunkowany, wieloznaczny. Dlatego o polityce nie chcą rysować (choćby czasem rysują, czego przykładem Trzaskowski i drzewa), bo ona się szybko zużywa, dezaktualizuje, a plakat powinien być uniwersalny. Co komu po przeterminowanej grafice?

Od tej reguły zdarzają się wyjątki. – Staram się nie tykać bezpośrednio polityki, choć to jest trudne, jednak już samo wypowiedzenie się na temat osób LGBT pozycjonuje plakacikę po jednej ze stron sporu – przyznaje Sky. – Raz jeden zrobiłem plakat bardzo dosłowny, po tym jak posłanka Lichocka pokazała w Sejmie środkowy palec. Coś się we mnie przelało i w skrócie PiS wstawiłem zamiast „i” właśnie wspomniany gest. Ale zwykle unikam publicznego okazywania sympatii politycznych, bo chcę, aby moje plakaty postrzegano bez żadnych osobistych naleciałości: za kim jestem albo przeciwko komu się opowiadam. Każdy plakat to osobna opowieść na dany temat, a ja staram się pozostać twórcą niezależnym.

Minister je banany

„Moje plakaty to zapis moich poglądów”. „Projektuję w zgodzie ze sobą”. „Na tematy, które mnie interesują”. „Gdybym dostał zamówienie na plakat sprzeczny z moimi poglądami, na pewno bym je odrzucił”. Oto kilka deklaracji Szymona Szymankiewicza, urodzonego w Łodzi twórcy plakatów, którego prace były pokazywane na

wystawach w Berlinie, Hongkongu, Moskwie, Paryżu, Pradze czy Teheranie. Są oczywiście dostępne w internecie, bo to globalna witrażowa sztuka pozwalająca artystce zaistnieć na szeroki skalę. Szymankiewicz nie owija w bawelne, mówi wprost: maluję z potrzeby artystycznej, ale i politycznej. Jego grafiki ukazują się co piątek w poznańskim wydaniu „Gazety Wyborczej”, a publikowanie na tych łamach jest dla wielu środowisk deklaracją polityczną, światopoglądową i aksjologiczną. Artysta jednak podkreśla, że zlecenia wykonywane dla „Gazety” nie odbierają mu niezależności. – Redakcja nie zamawia u mnie określonych tematów, tylko czeka ma moje propozycje i je akceptuje – podkreśla artysta.

Szymankiewicz słynie z dość odważnej kreski. Ręka mu nie drgnie przed zilustrowaniem nawet najbardziej kontrowersyjnego tematu rozgrzewającego internetowych dyskutantów do czerwoności. Matce Boskiej powieści nad głową cząsteczkę koronawirusa w miejsce aureoli. Krzyż utożsamia z przemocą wymierzoną w mniejszości seksualne, zestawiając go z dwóch policyjnych tonf. Trochę dwurójce sobie z historycznych grup rekonstrukcyjnych, które wchodzić do baru z kebabem czy do restauracji McDonald's, chowają do kieszeni dumę narodową niepozwalającą na konsumowanie niczego poza patriotycznym schabowem. No i naraża się władzy. Żółty plakat z czarnym napisem „Minister je ba-

”

Kiedyś trzeba było wydrukować kilka tysięcy egzemplarzy, aby plakat rozprzestrzenił i dotrzeć z nim do odbiorców. Dziś sam się rozchodzi w internecie

nany” wprost nawiązuje do skandalu związanego ze zdjęciem z wystawy w Muzeum Narodowym obrazów Natalii LL.

W grudniu 2019 r. jedna z prac Szymankiewicza zdobyła Złoty Medal na Biennale Plakatu Polskiego w Katowicach. Mowa o pracy „Loading” ukazującej swastykę pokrytą czerwonymi tłem z wyjątkiem odsłoniętego u góry trójkątnego pola, które wygląda jak opadający topór. Na obrazku trwa proces ładowania grafiki (czyli właśnie „loading”), a jak już się wreszcie do końca wgra, odsłoni przerażający wizerunek. Plakat przestrzega przed nadejściem faszyzmu właśnie w Polsce, co jest w wielu kręgach odbierane jako przesadna, wręcz nieuprawniona, bo zbyt daleko posunięta krytyka obecnych rządów. Szymankiewicz miał za to wyróżnienie dostać również nagrodę pieniężną od marszałka województwa śląskiego, ale Jakub Chelstowski (który reprezentuje w samorządzie PiS, co ma w tej sprawie nie być bez znaczenia) wycofał się z tej decyzji. „Tłumaczenia Chelstowskiego i spółki są kuriozalne – raz opowiadają w mediach, że muszą oszczędzać i ratować tymi 10 tys. zł śląskie instytucje kultury, innym razem twierdzą, że promują faszyzm” – napisał artysta na swoim profilu na Facebooku. – Kłamstwo i manipulacja to jednak trudna sztuka, zdecydowanie przewyższająca ich kompetencje intelektualne – dopowiada w swoim stylu autor plakatu „Loading” w rozmowie z DGP. Koledzy z branży, którzy dobrze znają prace i samego Szymankiewicza, twierdzą, że naraził się obecnej władzy już jakiś czas temu, kiedy przy okazji zabójstwa prezydenta Adamowicza narysował nóż z wyszczerzoną rękojeścią przypominającą profil Jarosława Kaczyńskiego.

Pytam artystę, co przez tak ostre plakaty chce osiągnąć? Zasiąg ferment? Sprokować drugą stronę? Wywołać święte oburzenie? Mówi o przestrożce, proteście, wpierniaku, ale i pietnowaniu pewnych idei. Ma nawet nadzieję, że ludzie obejrzą, pomyślą i zmienią swoje poglądy. A że rysunki są mocne i biją po oczach? – Moje plakaty „usłyszy” więcej osób niż mój krzyk na demonstracji. Co nie znaczy, że na demonstracji nie chodzę – zastrzega Szymankiewicz, ale dodaje, że nie rysuje pod publiczność. – Nie zaprojektowałem np. serii plakatów dotyczących pandemii koronawirusa, bo ludzie tym żyli, ale dlatego że ja również tym żyłem i dotykały mnie różne absurdalności związane z tą sytuacją. Projektuję plakaty w obronie społeczności LGBT+, ponieważ to medialny temat, ale dlatego że jestem sojusznikiem tych osób.

Teraz na tapecie jest Aleksandr Łukaszenka, który nie chce ustąpić i oddać władzy mimo masowych protestów w Białorusi. „Bačka” z plakatu Szymankiewicza straszy ponurą miną, ale właściwie miną bez oblicza, bo zamiast twarzy widzimy tylko kominiarnek z wycięciami na oczach i usta – jak u pospolitego bandyty posyłającego do zdlawienia pokojowej rewolucji zamaskowane bojówki. Kominiarńka jest czerwona, co nie jest bez znaczenia – barwa symbolizuje krew, bo Łukaszenka brutalnie rozpędza demonstrantów; ale też poglądy białoruskiego watażki żywcem przeniesione z socjalistycznej epoki, kiedy kierował kolchozem i ten styl zarządzania przenosi teraz na spragnione demokracji społeczeństwo.

– „Baćkę” na Facebooku udostępniło sporo Białorusinów, więc jest szansa, że plakat dotarł za naszą wschodnią granicę. Nigdy nie zakładałem, że stanie się tam jakimś emblematem. Staram się, by moje prace były jak najbardziej komunikatywne i żeby w równym stopniu odbierali je Polacy, Czesi, Anglicy czy Chińczycy – komentuje Szymankiewicz.

Bo plakat jest zjawiskiem globalnym, a internet nie ma narodowości. ©