

mgr Stanisław Gajewski

Niegrzecznie, niecenzuralnie, niemoralnie. Żarty na bok! Emocje w sztuce plakatu

Warszawa 2020

Praca doktorska powstała na Wydziale Grafiki Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie

Promotor:

prof. dr hab. Lech Majewski, Pracownia Plakatu i Grafiki Wydawniczej Lecha Majewskiego na Wydziale Grafiki Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, dziedzina: projektowanie graficzne

OPIS PRACY DOKTORSKIEJ

Prezentowana praca doktorska składa się z dwóch wzajemnie uzupełniających się części pod wspólnym tytułem Niegrzecznie, niecenzuralnie, niemoralnie. Żarty na bok! Emocje w sztuce plakatu, tj.: 1) z części artystycznej (dzieła), którą stanowi cykl piętnastu zintegrowanych pod względem formalnym i spójnych treściowo projektów plakatów o tematyce społeczno-politycznej oraz 2) części teoretycznej i katalogu projektów plakatów wraz z opisem i komentarzem w formie książki w dwóch woluminach, z których t. 1. jest wprowadzeniem teoretycznym do części artystycznej, tj. części zasadniczej pracy (dzieła) i prezentuje zagadnienia będące teoretyczną podstawą problematyki wizualnej i treściowej przekazu zawartej w cyklu projektów plakatów, zaś t. 2. zawiera katalog projektów plakatów, ich opis oraz komentarz uzasadniający dobór środków wyrazu (formatu prac, środków techniczno-technologicznych), jak również uzasadnienie podziału projektów i sposobu ich prezentacji.

Tom 1., będący wprowadzeniem do części artystycznej (dzieła), ma charakter refleksji teoretycznej w postaci eseju opatrzonego bibliografią przedmiotu zawierającą pozycje cytowane, bądź wykorzystane przez autora. Autor omawia tu znaczenie emocji w procesie percepcji przekazu wizualno-treściowego, podnosząc przy tym element sugestii relacji nadawca/artysta – widz/odbiorca jako szczególnie ważny z punktu widzenia postulatów stawianych sztuce plakatu. Posiłkując się przykładami, w tym także z własnej twórczości, pokazuje w jaki sposób i jak wyraźnie widz/odbiorca odczuwa w procesie percepcji „obecność” autora przekazu wizualno-treściowego (plakatu) i jakie znaczenie dla odbioru przekazu ma odczucie przez odbiorcę relacji nadawca/artysta – widz/odbiorca jako swojego rodzaju dialogu.

Analizując wybrane przykłady z zakresu sztuki plakatu, autor wprowadza jako propozycje badawcze m.in. trzy zagadnienia mające istotne znaczenie dla kwestii odbioru w zakresie sztuki plakatu: 1) percepcja formatu pionowego i poziomego (zagadnienie czasu odczytu przekazu wizualno-treściowego; zagadnienie kompozycji addycyjnej i czasu wewnętrznego w przekazie wizualno-treściowym); 2) zagadnienie kolejności i kierunku odczytu elementów warstwy ikonicznej i warstwy treściowej przekazu wizualno-treściowego (plakatu) oraz ich wzajemnego powiązania; 3) relacji nadawca/autor przekazu wizualno-treściowego – widz/odbiorca przekazu, w tym relacji wizualnej odczuwanej przez odbiorcę przekazu jako rodzaj dialogu w odbiorze komunikatu wizualnego.

Tom 2., poza katalogiem i opisem cyklu projektów plakatów, zawiera w komentarzu dotyczącym doboru środków wyrazu (formatu prac, środków techniczno-technologicznych), uzasadnienia podziału projektów i sposobu ich prezentacji odniesienia do zagadnień postawionych w t. 1 części teoretycznej pracy doktorskiej. Ponadto, w części opisowej odnosi się do problematyki treściowej całego cyklu, któremu autor starał się nadać charakter dyskursu społeczno-politycznego, zestawiając parami na zasadzie: A versus B przekazy o analogicznych, bądź podobnych treściach, jednak o alternatywnej zawartości anegdotycznej.

Przedstawione projekty przekazów wizualnych w formie plakatów powstały w okresie od 2017 do 2020 roku. Stanowią one cykl spięty przyimkiem W, od którego w każdym przekazie (plakacie) zaczyna się hasło będące wyrażeniem przyimkowym (W „czymś”, W „coś” itp.). W tym zestawieniu cykl przekazów wizualnych określony jest pod względem: 1) tematycznym; 2) formalnym; 3) ogólnego wyrazu całości, do którego dostosowane są wszystkie projekty i 4) korespondencji ideowo-treściowej poszczególnych przekazów wizualnych. Przyjęta przeze mnie formuła zarówno cyklu plakatów, jak też ich prezentacji nie oznacza jednak ograniczenia ilościowego plakatów, a nawet przeciwnie - umożliwia rozbudowanie całego cyklu o nowe przekazy wizualno-treściowe w formie plakatów. Cały cykl charakteryzuje się wspólnymi cechami:

1) wszystkie plakaty zaprojektowane zostały w formacie B-1 pionowym.

Przekaz wizualno-treściowy (plakat) w formacie pionowym o proporcjach B (tu: o wymiarach B-1); 2) we wszystkich projektach plakatów posłużyłem się zbliżoną, odpowiednio opracowaną formą uzyskaną w wyniku zasto-

sowania techniki wycinanki skanowanej i opracowanej w programie komputerowym w grafice wektorowej 2D. Jest ona jednym z elementów spajających cały cykl plakatów w zwartą całość oraz podstawą komunikatu wizualnego w każdym z projektów przekazów wizualnych i nośnikiem dla komunikatu treściowego; 3) kompozycja każdego projektu oparta została na podziale płaszczyzny formatu pionowego B liniami diagonalnymi wyznaczającymi środek płaszczyzny i liniami prostymi złotego podziału. W uzyskaną w ten sposób siatkę podziału geometrycznego wpisano przedstawienie stanowiące warstwę ikonyczną projektu plakatu. Siatka geometryczna potraktowana została bardziej jako pretekst do rozmieszczenia elementów kompozycji na płaszczyźnie, a nie jako schemat, który powinien być przestrzegany w sposób rygorystyczny. Pozwoliło to na uzyskanie swobodnego charakteru każdego z projektów i umożliwiło wprowadzanie do poszczególnych projektów zniekształceń w układzie elementów. Takie intuicyjne „porządkowanie” płaszczyzny powoduje celowe (zaplanowane przez nadawcę/autora przekazu) zachwianie równowagi kompozycyjnej. Celem tych zabiegów było nadanie większej ekspresji warstwie ikonicznej przekazu oraz wywołanie u widza wzmożonego napięcia emocjonalnego i podniesienie poziomu i jakości percepcji. Wprowadzenie siatki podziałów geometrycznych do projektów pozwoliło również uniknąć niekorzystnego zagęszczenia struktury warstwy ikonicznej na płaszczyźnie oraz ułatwiło wyważenie kompozycyjne poszczególnych projektów przez odpowiednie operowanie elementami typograficznymi na zasadzie: lewo – prawo / góra – dół. Intuicyjne odejście od zrównoważonego podziału geometrycznego płaszczyzny powoduje bowiem mniejsze lub większe natężenie emocji związanych z percepcją przekazu wizualnego. Im bardziej forma „oddala” się od linii wyznaczających np. punkty symetrycznego podziału płaszczyzny czy punkty podziałów diagonalnych – tym większe poczucie zachwiania równowagi kompozycji i wyższe natężenie emocji w odbiorze przekazu; 4) w projektach plakatów użyta została zarówno forma nieorganiczna, organiczna, jak też i forma o charakterze abstrakcyjnym. O ile użycie formy nieorganicznej i organicznej jest zrozumiałe w związku z kwestią przedstawienia tematyki o charakterze społecznym, a zatem mocno zakorzenionej w świecie form rzeczywistych, o tyle odwołanie się do form abstrakcyjnych może budzić obawy związane z właściwym odczytaniem treści przekazu. Z tego powodu wprowadzone do przekazów formy abstrakcyjne zostały tak scharakteryzowane, ażeby wyobraźnia widza/odbiorcy jednoznacznie mogła kojarzyć je z formą przedmiotów występujących w rzeczywistości. I to również miało wpływ na podniesieniu poziomu emocji a trakcie procesu percepcji przekazu; 5) wszystkie projekty plakatów łączy podobna kolorystyka. We wszystkich plakatach powtarza się kolor tła/podkładu komunikatu wizualnego – czarny nadruk na złotej folii. Już sama czerń pobudza wyobraźnię widza/odbiorcy, zawiera element niepokoju oraz tajemniczości, a przez to potęguje emocje. W odróżnieniu od bieli, która również budzi silne emocje widza – czerń, zastosowana jako tło, pozwala bardziej skupić się na samym przedstawieniu – eksponuje np. ukazany na czarnym tle obiekt, gdy samo czarne tło wydaje się (zgodnie z zasadami kolorimetrii) oddalać od widza/odbiorcy – podczas gdy biel (kolorystyczna odwrotność czerni) wydaje się do widza przybliżać, rozprasza jego uwagę i zakłóca odbiór komunikatu wizualnego; 6) wszystkie projekty plakatów wykonane zostały w tej samej technice – jak już wiadomo z kilku powodów. Dodam w tym miejscu, że celowo zastosowałem technikę opracowanej w programie komputerowym wycinanki i kolażu ponieważ pozwala ona na uzyskanie czytelnego („na pierwszy rzut oka”) komunikatu wizualnego i ogólnego, wyrazistego i skondensowanego charakteru przedstawienia przy agresywnej, niemal blokowej formie. W połączeniu z kontrastującymi zestawieniami kolorystycznymi i z czarnym nadrukiem tła na złotej folii, zastosowane rozwiązanie wyraźnie wzmacnia ekspresję plakatu, podnosząc jednocześnie jakość emocjonalną jego odbioru; 7) wszystkie projekty plakatów wykonane zostały w podobnej stylistyce. Inaczej przecież nie mogło być, skoro to stylistyka jest, jak charakter pisma, indywidualną wartością wypracowaną przez artystę; 8) typografia we wszystkich projektach plakatów oparta została na własnym kroju pisma uzyskanym w wyniku opracowania w programie komputerowym liter wycinanych i skanowanych; 9) hasło (tu: wyrażenie przyimkowe) we wszystkich projektach plakatów zaczyna się od przyimka W , który jest elementem wspólnym i identyfikuje cykl; 10) wszystkie wyrażenia przyimkowe pełniące rolę komunikatu treściowego zostały pomyślane w taki sposób, żeby oznaczały: „W... czymś” („coś” W „czymś”, W „coś” itp.).

Celem pracy jest wskazanie na podstawową rolę emocji w procesie percepcji przekazu wizualno-treściowego funkcjonującego w przestrzeni publicznej. Przedstawiając problematykę, która jest przedmiotem części teoretycznej, skupiłem się przede wszystkim na sztuce plakatu, posiłkując się także innymi bliskimi mi środkami wyrazu – rysunkiem prasowym oraz ilustracją i kadrami filmu animowanego.

Praca powstała na podstawie własnej praktyki artystycznej autora oraz obserwacji poczynionych podczas prowadzonych warsztatów z zakresu rysunku, ilustracji i projektowania plakatu, tj.: 1) obserwacji w trakcie własnych prac projektowych; 2) analiz i wniosków, których dostarcza poezja wizualna (zwłaszcza współczesna) integrująca słowo i obraz; 3) eksperymentów i testów wykonanych w trakcie organizowanych i prowadzonych przeze mnie warsztatów artystycznych i związanych z nimi wykładów z zakresu projektowania plakatu oraz ilustracji i rysunku (m.in.: Galeria „Sztukarnia”, Warszawa, 09.2011 – 09.2013 r.; - Siła Plakatu. Wakacyjne warsztaty projektowe

i wykłady nt. percepcji dzieła sztuki w przestrzeni publicznej, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, sierpień 2014; – warsztaty powiązane z wykładami teoretycznymi z zakresu historii i projektowania plakatu oraz komunikacji wizualnej w przestrzeni publicznej dla słuchaczy Państwowego Ogniska Artystycznego „Nowolipki” w Warszawie, Marus/Olsztynek, 12.07.2015 – 25.07.2015; – opracowane i prowadzone pod opieką merytoryczną prof. dra hab. Lecha Majewskiego warsztaty projektowe plakatu podczas sesji wyjazdowej Pracowni Plakatu i Grafiki Wydawniczej Lecha Majewskiego Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, Uniwersytet Ústí nad Labem/ Czechy, grudzień 2014; - udział i współprowadzenie części zajęć w międzynarodowym 38th Yahşibey Tasarım Çalışmaları / Yahşibey Design Workshops zorganizowanym przez Emre Senan Design Foundation w porozumieniu z Istanbul Bilgi Universitesi, Yahşibey, Dikili/İzmir, Turcja, 16.08.2015 – 29.08.2015; - opracowanie i prowadzenie w r. 2015 warsztatów z zakresu projektowania plakatu w Ladislav Sutnar University of West Bohemia w Pilźnie/Czechy: pt. Směr Hrabal / Kierunek Hrabal). Ważne znaczenie miały również obserwacje związane z funkcjonowaniem i percepcją dzieła sztuki, w tym sztuki performatywnej, w przestrzeni publicznej, które miałem okazję poczynić uczestnicząc w zorganizowanych przez prof. dra hab. Henryka Gostyńskiego plenerowych wyjazdach Eksperymentalnego Laboratorium Naukowo-Badawczego Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, Dłużewo, 2012, 2014 r. Z kolei, działalność w Polskim Oddziale Międzynarodowego Stowarzyszenia Satyryków FECO Poland i m.in. udział (od 2011 r.) w corocznych Międzynarodowych Konkursach SATYRYKON w Legnicy (oraz innych konkursach o podobnym profilu, w tym zwłaszcza w konkursach zagranicznych), jak również współpraca z Muzeum Karykatury im. Eryka Lipińskiego – umożliwiły mi zapoznanie się z szeroką problematyką satyry i karykatury w ilustracji, a zwłaszcza w ilustracji prasowej, co również ma swoje konsekwencje w projektowanych przeze mnie plakatach, w tym także w prezentowanym cyklu plakatów będącym przedmiotem mojej pracy doktorskiej.

S. Majewski