

Andrzej Potocki OP, Warszawa

Proszę pozwolić, że dotknę dwóch wątków. Pierwszym z nich będzie glosa do niezmiernie atrakcyjnego poznańsko wystąpienia pana prof. Karola Klauzy. Właśnie glosa, nie pytanie. Otóż pan profesor dotknął ciekawego fenomenu, jakim są dziś graffiti. Fenomen to ciekawy swą nowością. Mało zbadany, mało badany. Bywa, że graffiti rażą nas swą estetyką, niekiedy obscenicznością. W gronie, w którym jesteśmy, trudno ukryć zatroskanie o zdrowego ducha tych malowideł; zwłaszcza, gdy są w pobliżu świątyń. W takim to kontekście przywołam niedawną obserwację z terenu klasztoru dominikanów na warszawskim Służewie. Otóż teren klasztorny, dość duży jak na warunki Warszawy, jest okolony z dwóch stron kilkusetmetrowym murem z betonowych elementów. W sam raz na graffiti. Aż się tu proszą! Co jednak zrobić, by ów mur służył prawdziwie dobrej sprawie; nie tylko ochronie dominikańskiej posiadłości? Pewnie to, co zrobił miejscowy proboszcz. Wszedł w kontakt z młodymi malarzami. Do fundowania im farb włącznie. Tak dotowani malowali – owszem – po swojemu, ale i po parafialnemu zarazem. Klasyczna estetyka, częściowo religijne treści. Z czasem zmienił się dominikański proboszcz, ale kontakty z malarzami zostały. Ostatnio wymalowali informacje o terminie obchodów 80-lecia koronacji czczonego w miejscowym sanktuarium wizerunku MB Żółkiewskiej – Niepokalanej Królowej Różańca Świętego. Oto graffiti dla chwały Maryi.

Drugi wątek niech będzie ukłonem w stronę o. prof. Zachariasza Jabłońskiego, który autentycznie chwycił nas na kuszący tytuł referatu. Tak, prawdziwie nas zainteresował. Wypada jednak poczynić uwagę, że zabrakło w tym wystąpieniu istotnego rozróżnienia między plakatem i afiszem. Nasz referent chciał mówić o plakatach, ale referat ilustrował – przynajmniej częściowo – pokazem chyba afiszów. Zresztą tu właśnie jest sprawa domagająca się podjęcia i doprecyzowania. Otóż plakat jest dziełem sztuki, gatunkiem grafiki użytkowej. Inteligentna metaforyka, skrót wizualny, swobodny układ literniczy, sięganie do poetyki malarstwa z wykorzystaniem zwykle intensywnych układów kolorystycznych – oto wyróżniki plakatu. Znamy tzw. polską szkołę plakatu. Tomaszewski, Młodożeniec, Swierzy, Zamecznik, Lenica, Starowieyski, Pągowski, Sawka to ważne jej nazwiska. To klasyka polskiego plakatu. W Warszawie mamy Muzeum Plakatu (oddział Muzeum Narodowe-

go) powstałe jako pierwsza tego typu placówka w Europie. Afisz to już co innego. Ma charakter informacyjny. To w istocie rodzaj druku akcydensowego zawierającego nie tylko udostępniane w miejscach publicznych obwieszczenia i odezwy, ale także zapowiedzi różnych wydarzeń, choćby kulturalnych czy religijnych. Plakat powstaje, gdy się go maluje. Afisz powstaje, gdy się go drukuje. Owszem, jako produkt finalny plakaty są też drukowane. Owszem, projektant afisza zazwyczaj nie stroni od możliwie atrakcyjnych elementów plastycznych. I koloruje swój produkt. Nie zmienia to jednak jego informacyjnego, użytkowego charakteru. Zmierzając do kwestii centralnej: czym jest to, co tak atrakcyjnie pokazał nam o. Zachariasz? Plakatami? Afiszami? Za pomocą czego komunikują się z odbiorcami organizatorzy pielgrzymek? Czy na naszych oczach nie zaciera się granica między plakatem i afiszem? Czy tę granicę w ogóle dostrzegają i rozumieją autorzy prezentowanych nam dzisiaj prac – osoby zapewne w większości nie mające przygotowania profesjonalnego? Rzecz jeszcze do rozpoznania przez naszego referenta. Niezależnie od odpowiedzi referat o. prof. Jabłońskiego okazał się bardzo interesujący. Również – jak widać – inspirujący do dalszych poszukiwań.