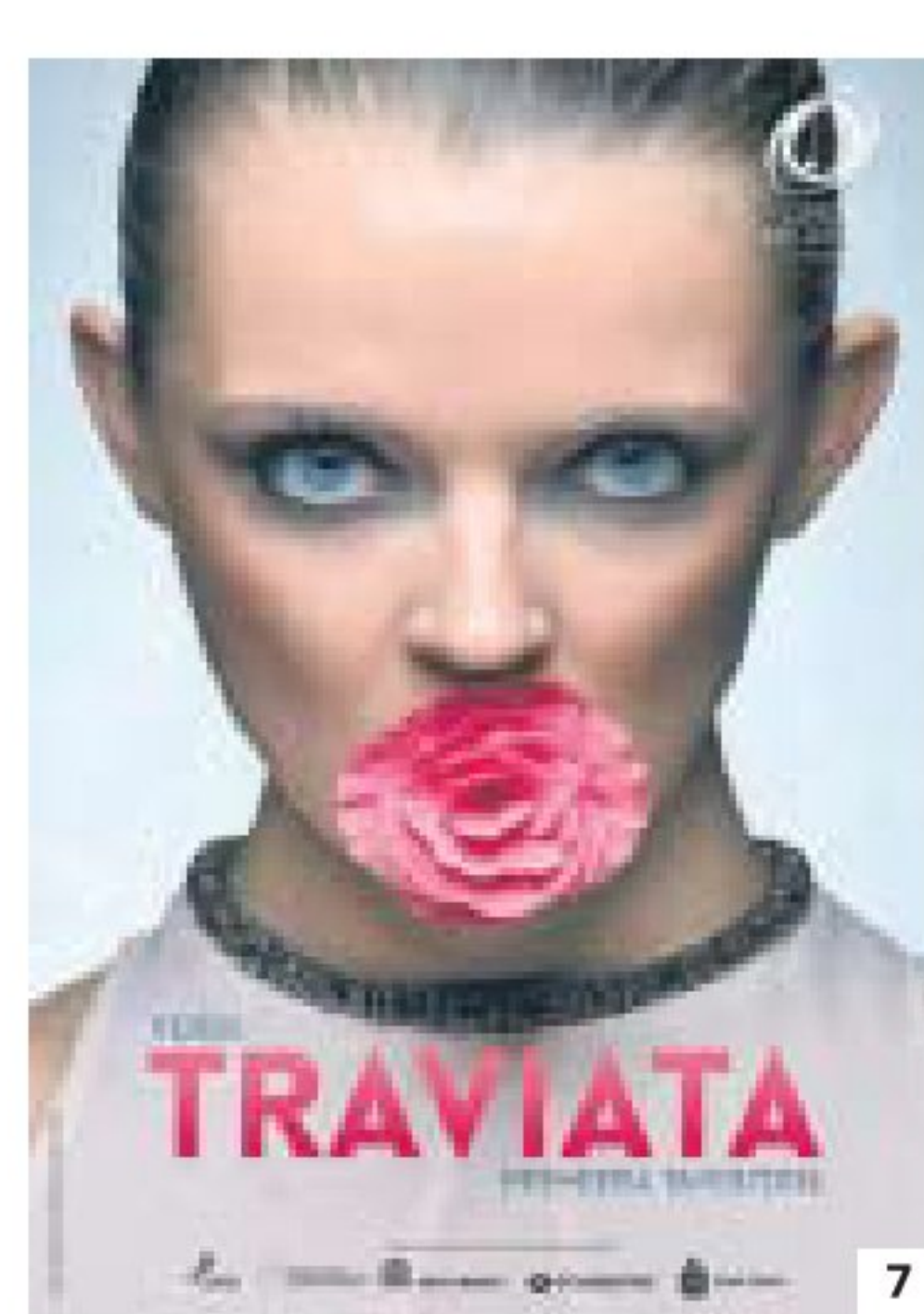
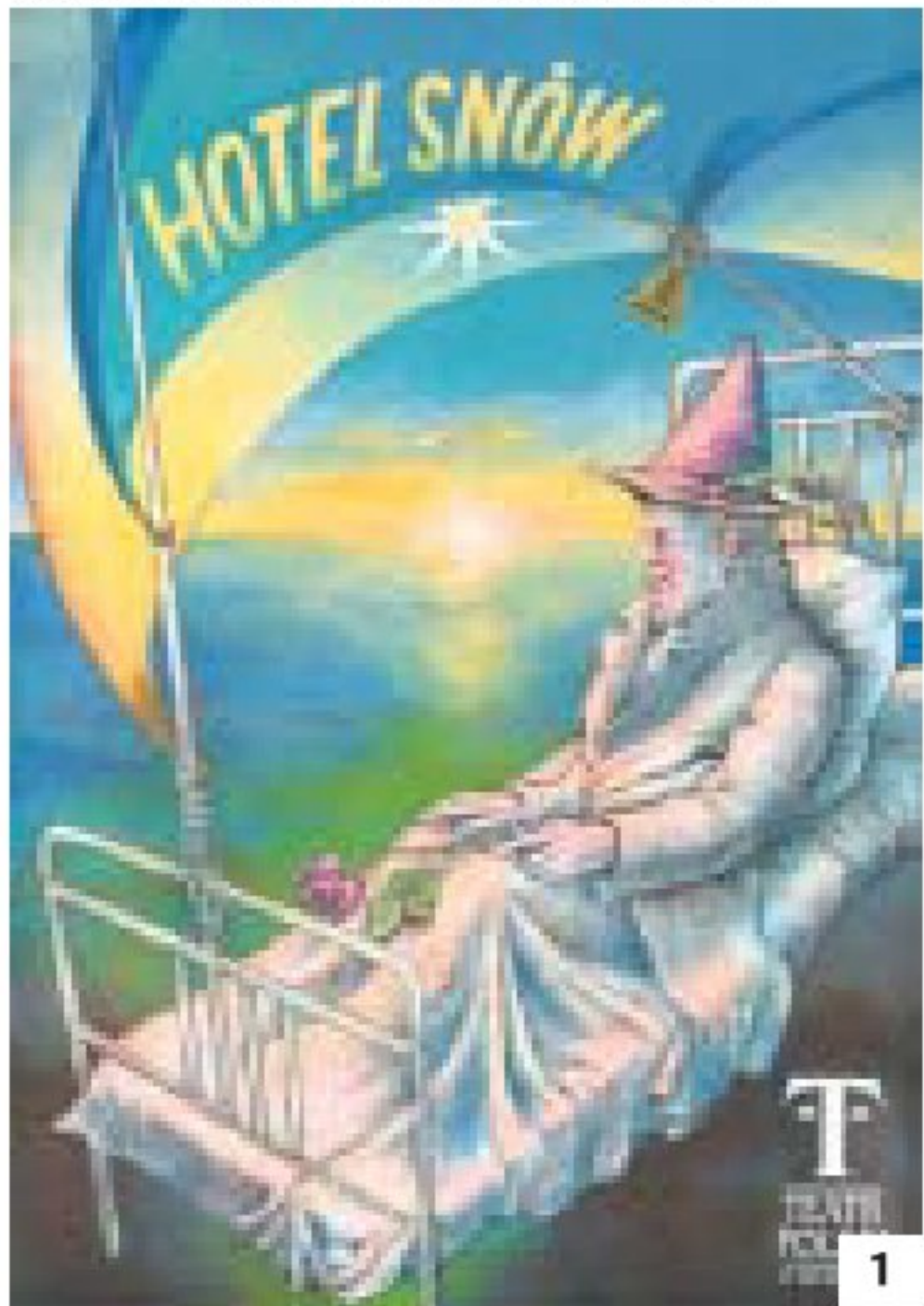


Plakat, arystokrata teatru.

MATERIAŁY PRASOWE, CEZARY ASZKIEŁOWICZ (2)



Przy al. Wyzwolenia łypie ze słupa na przechodniów jednym okiem klucz szwedzki.

Uwodzi uśmiechem ledwie zarysowanej śrubki, ale też szczerzy niezłe zębki. Dać się wkręcić?

EWA PODGAJNA

Szczecin można przejść komplementarnym szlakiem plakatu teatralnego.

Pouczająca historia

Pierwszy polski plakat artystyczny rozpoczyna wystawę „40/250. Plakaty i premiery”, która wisi w foyer Teatru Lalek „Pleciuga”. Zapowiadał odczyt Stanisława Przybyszewskiego, połączony z przedstawieniem dramatycznym Maurycego Maeterlincka pt. „Wnętrze”. 20 lutego w 1899 r. w Teatrze Miejskim w Krakowie, który 10 lat później otrzymał imię Juliusza Słowackiego.

Stanisław Wyspiański (bo któż inny miałby być autorem plakatu?) zdublował na nim portret dziewczynki za oknem (była to młodsza siostra poety Lucjana Rydla), co niewątpliwie nadało afiszowi tajemniczości.

Poprzednikiem plakatu był afisz, który poprzedzał na informacji

przekazywanej drukowanym tekstem. Plakat chce bardziej oddziaływać na przechodnia plastycznym obrazem.

Wyspiański podpatrywał nowości, z którymi zetknął się w Paryżu.

Współcześni tytuł ojca plakatu gotowi byli przyznać Julesowi Chere-towi. Biedak malował bez wykształcenia, ale niezgorzej i miał na koncie niezliczoną liczbę plakatów zapowiadających recitale, kabarety, balety, występujące w nich artystki. Zgrabnie przeszedł z secesji we współczesność (żył w latach 1836-1932). Uważał, że plakacista musi być wynalazcą czegoś, czym potrafi zaciekać, zatrzymać przeciętnego człowieka i że do tego nadaje się prosty, miły, frapujący obraz w harmonijnych kolorach.

- Mnie osobiście nie za bardzo się te plakaty podobają - mówił na wykładzie zorganizowanym dla kandydatów do Akademii Sztuki wybitny plakacista prof. Lex Drewiński, ikona plakatu społecznego, myślącego. - Pokazują radość życia, radość kupowania, ale brakuje tego, co najbardziej jest w plakacie, pomysłu.

Jednak za pierwszego artystę plakatu uważa się szlachetnie urodzonego Henri de Toulouse - Lautreca (1864-1901). Kaleka zamiast skryć swą powierzchowność w którymś z rodzinnych zamków, wybrał zawód malarza, zamieszkał w Paryżu, w gnieździe cyganerii i został malarzem nocy życia. Najpierw rozslawiły go plakaty. Gdy w 1891 r. plakat „Moulin Rouge. La Goulue”, na którym tytułowa La Goulue, która skończyła jako rozzyta posługaczka w burdelu, ale

na plakacie jest królową paryskich nocy, fikająca kankana w białych pantalonach i otoczona rojem zarysowanych czernią panów w cylindrach, pojawił się na paryskich murach, 27-letni Lautrec w jeden wieczór stanie się sławny.

- Miał duże zdolności karykaturalne. Tak widział świat. Miał do tego pełne prawo - stwierdza Lex Drewiński.

Zenon Butkiewicz, który przywoził wystawę pokazującą historię polskiego plakatu na Przegląd Teatrów Małych Form Kontrapunkt, otwierając wystawę w Pleciudze, plakat nazywa arystokratą teatru.

- Plakat jest samodzielnym dziełem, łaskawie udzielającym swych dobrodziejstw - mówi.

Oczy w słup

Na placu Grunwaldzkim słup Teatru Polskiego z elegancko wystylizowanymi aktorami mierzy się ze znajdującymi się po drugiej stronie torów zdjęciami aktorów Teatru Współczesnego, w spektaklach.

Słupy ogłoszeniowe stanęły w Europie najpierw w pobliskim Berlinie. Wymyślił je niemiecki drukarz i wydawca Ernst Litfass w 1854 r. Przeszkadzało mu, że ogłoszenia i plakaty były dziko przyklejane na ścianach. Wymyślił dla nich kolumnę reklamową. 10 lat temu niedaleko Alexanderplatz stanął dedykowany mu pomnik. To słup ogłoszeniowy z brązu, na którym znajduje się delikatnie odlana postać pana Litfassa. A w tym roku, z okazji 200. urodzin, trafił na znaczek, najpierw w 1979 r. Deutsche Post umieściła na znaczku jego wynalazek.

Przy al. Wyzwolenia łypie ze słupa Opery na przechodniów jednym okiem klucz szwedzki. Uwodzi uśmiechem ledwie zarysowanej śrubki, ale też szczerzy niezłe zębki. Dać się wkręcić?

To dzieło Lexa Drewińskiego, które zapowiada premierę „najbardziej niepokojącej opery” XX wieku, czyli „The Turn of the Screw (Dokręcanie śruby)” Benjamina Brittena.

Białe po remoncie gabinet dyrektora Opery na Zamku Jacek Jekiel ozdobił kilkoma plakatami do przedstawień zrealizowanych za jego kadencji.

- Skoro Opera jest medium wszystkich sztuk. To wszystkich - tłumaczy swoje twórcze poszukiwania w plakacie.

- Plakat pełni funkcję użytkową. Przecież ma zachęcić widzów, żeby przyjdź do teatru, kupić bilet. I w tym sensie powinien przyciągać. Ale nam zależy na czymś więcej. Na wysublimowaniu w sensie estetycznym - zaznacza Jacek Jekiel. - Plakat musi też posługiwać się językiem plastyki, która odnosi się do sedna przedstawienia.

Na plakacie do „Balu maskowego” musiał być więc Zamek Książąt Pomorskich. Wybór tego tytułu na inaugurację Opery po remoncie, związany był ze szczecińskim akcentem wpisanym w jego historię. Nie wiele brakowało, by morderstwo króla na maskaradzie Giuseppe Verdi - ze względów cenzuralnych - umieszcili w Szczecinie, czyli gdzieś u barbarzyńców, daleko od Włoch.

Plakat zrobił Maciej Wojtala. Pierwszy raz w życiu taka instytucja

jak Opera się do niego zwróciła, ale to jest jeden z głównych ilustratorów gier komputerowych, m.in. do „Wiedźmina 3”. - Dzisiaj staramy się tworzyć byty równoległe i w tym się odnajdujemy. Ja jako historyk zaczynam myśleć, że w nas jest potrzeba mówienia alternatywnymi historiami, stąd popularność Tolkiena czy „Gry o tron” - tłumaczy wybór dyrektora Jekiel.

Na mieście intrygowały plakaty Opery do „Traviaty” Giuseppe Verdiego. Modelka z różowym kwiatem w ustach. Grafik Maciej Mizgalski poszedł tropem mody, bo błądząca bohaterka to szefowa mody. - Tę ideę powtórzyliśmy w programie, który miał formę magazynu modowego z typową dla nich okładką - dodaje zadowolony Jekiel.

Plonące włosy do „Polowania na czarownicę” Cathy Marston wymyśliła Karolina Michalowska ze studia graficznego 360 stopni.

- Myślałam o połączeniu ognia z postacią kobiety. Włosy modelki, którą fotografowałam, wyglądały jak płomień - wspomina inspirację. - Odslonięty kark sugeruje bezbronność.

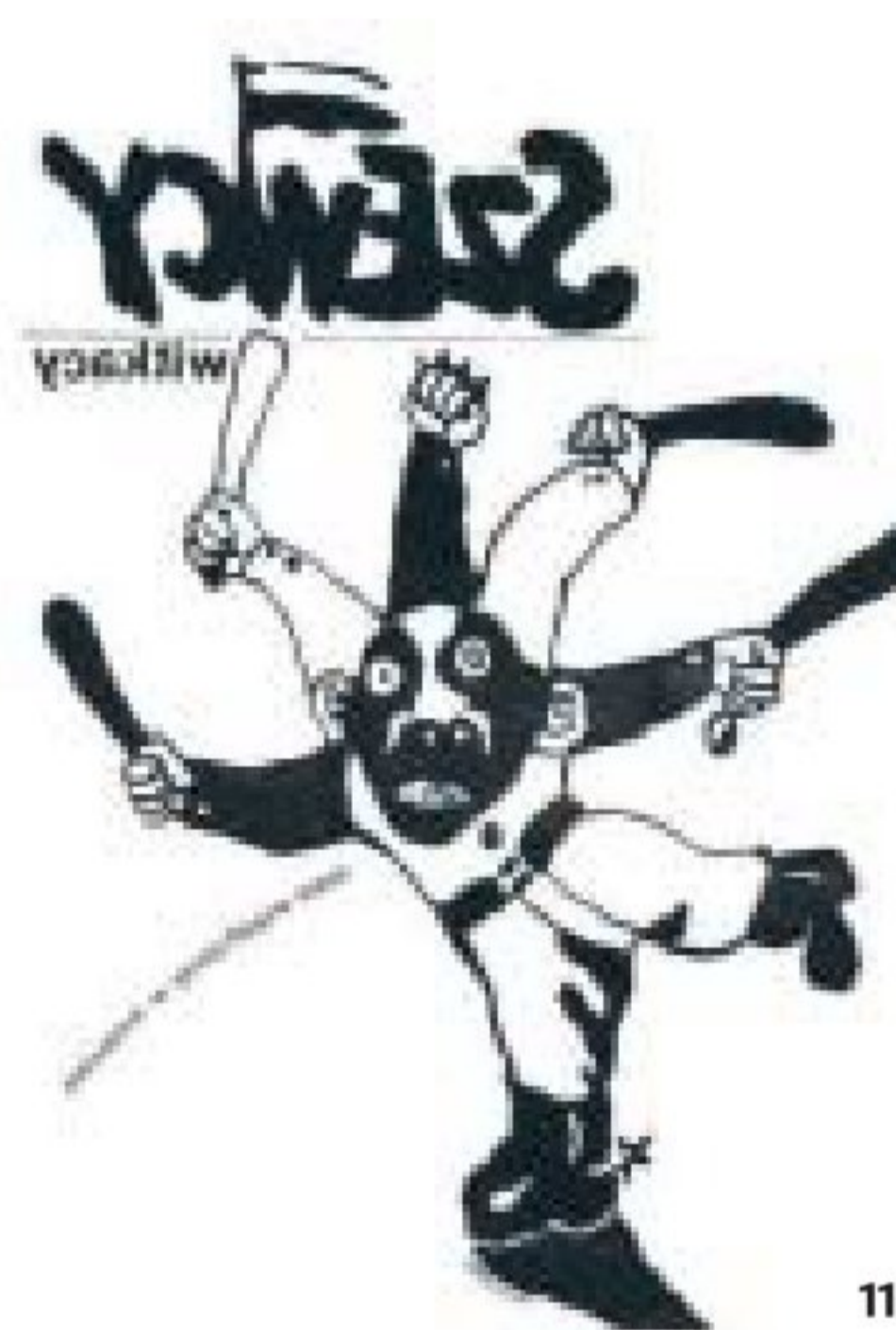
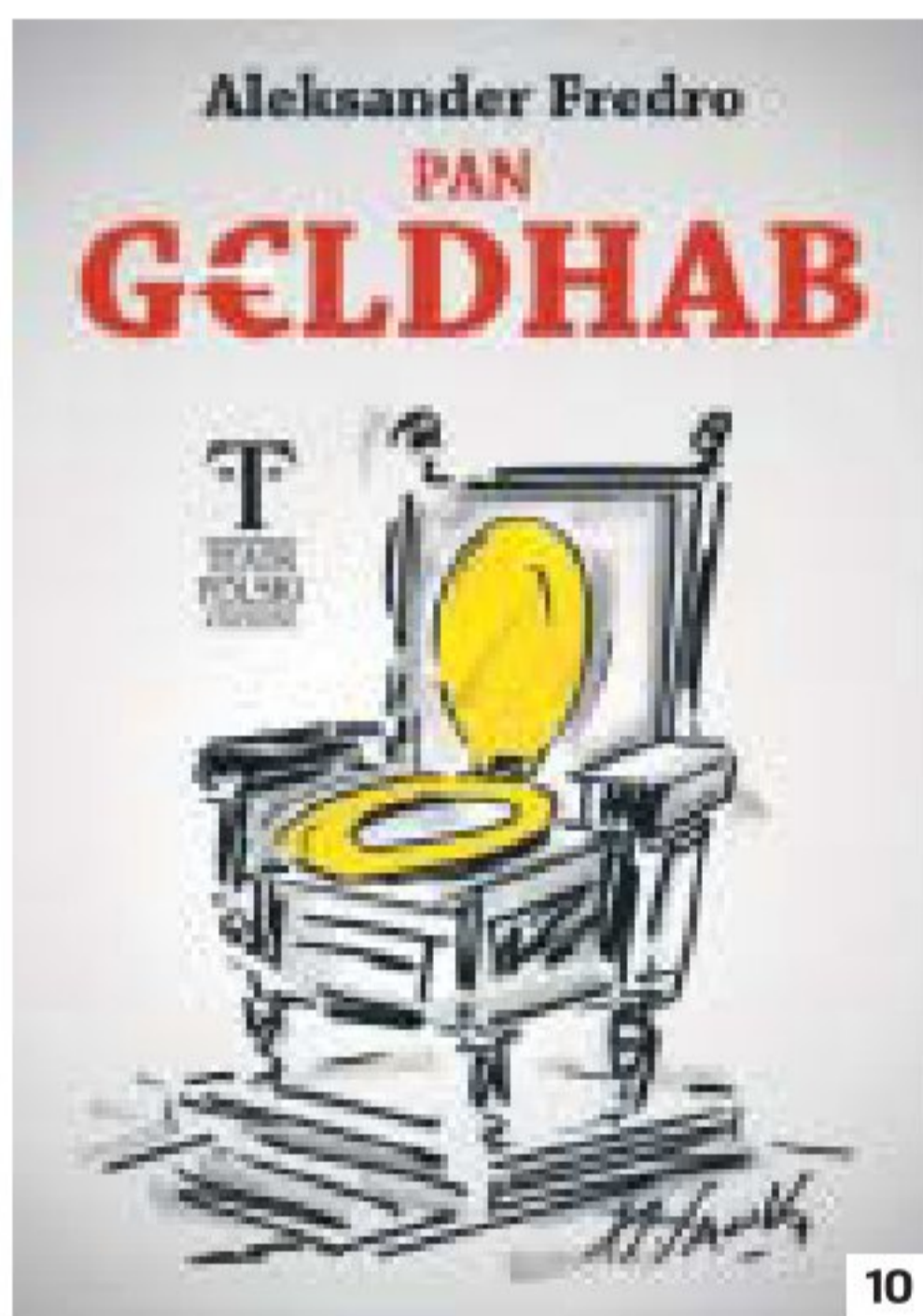
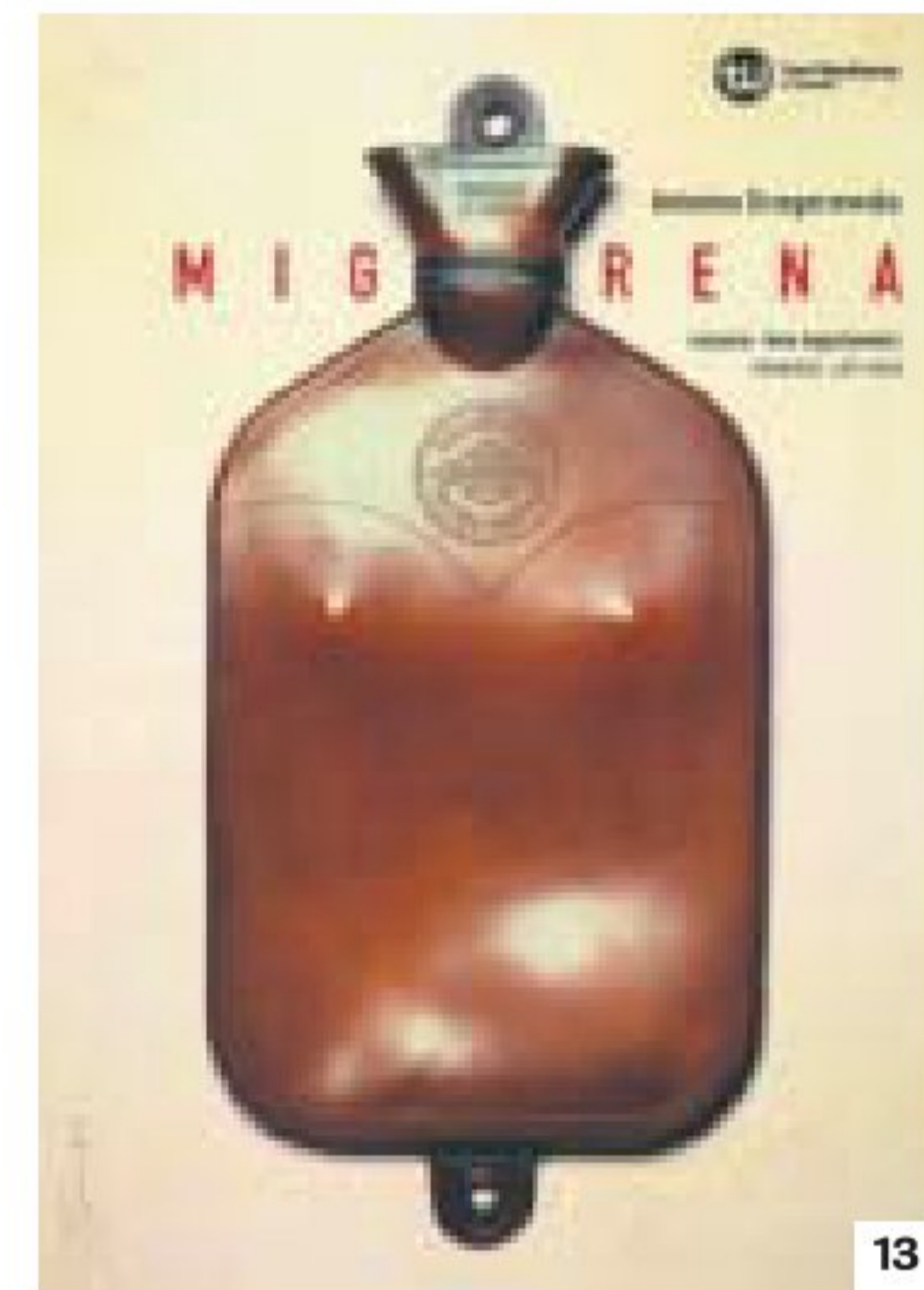
Oglądała zdjęcia z londyńskiej inscenizacji tytułu. - Biel skóry kobiety na plakacie nawiązuje do białych kostiumów w przedstawieniu - dodaje.

Brylanty ze Szczecina

W Teatrze Polskim na plakat zwykle można zerknąć, oddając płaszczyznę szatni. Plakat pełni honory domu?

- Dla mnie plakat jest czymś w rodzaju biżuterii. Co podkreśla, cha-

Przeгляд subiektywny



1. „Hotel snów”, Kazimierz Wiśniak
2. „Dokręcanie śruby”, Lex Drewiński
3. Jacek Jekiel, dyrektor Opery na Zamku, na tle plakatów spektakli Opery
4. „Wyzwolenie”, Marek Lewandowski
5. „Alicja w Krainie Czarów”, Leszek Żebrowski
6. „Variatka”, Jerzy Arsoba
7. „Traviata”, Maciej Mizgalski
8. „Bal maskowy”, Maciej Wojtala
9. Leszek Żebrowski, plakacista „na przekór”
10. „Pan Geldhab”, Henryk Sawka
11. „Szewcy”, Andrzej Czeczot
12. „Polowanie na czarownice”, Karolina Michałowska
13. „Migrena”, Tomasz Bogusławski
14. „Sedinum, prochy i rock&roll”, Lex Drewiński



rakteryzuje, metaforyzuje, symbolizuje osobę, która używa biżuterii. Dopowiada do całości - mówi dyrektor Adam Opatowicz.

„Hotel snów” w reżyserii Adama Opatowicza to spektakl, który przypomina i składa hołd Piotrowi Skrzypeckiemu, twórcy Piwnicy pod Baranami, który gościł w niej szczecińskich artystów, zapowiadając ich na scenie: „Moje brylanty ze Szczecina”. Jego postać rozpoznać można na plakacie pięknie malowanym przez legendarnego scenografa Kazimierza Wiśniaka. Słońce zachodzi, a pan Piotr z różą w ręku, leci na łóżku nad morzem.

Premierę musicalu „Opera za trzy grosze”, którego głównym bohaterem jest nierozstający się z nożem Mackie Majcher, zapowiada plakat Tomasza Bogusławskiego, charakterystycznie dla niego zbudowany z rekwizytów. Głównym jest scyzoryk.

Marek Raczkowski do „Koguta w rosole” narysował na plakacie gołasa skrywającego się za plakatem z panem w slipkach z wytatuowanym na torsie napisem „Zapraszamy do teatru”. Sztuka mówi o panach walczących o swoje miejsce w życiu. Bezrobotni, nikomu nie potrzebni, postanawiają przygotować męski striptease i zarobić na życie.

Frywolny jest też plakat do „Pana Geldhaba” hrabiego Fredry autorstwa Henryka Sawki. Tytułowy bohater dorobił się, a teraz chce się dostać do lepszego towarzystwa. Na plakacie tron zamienia się w złoty sedes.

- Dokonuję wyboru autora, bo mi się wydaje, że ktoś może ciekawie

spojrzeć na ten temat. Ale nigdy nie powiedziałem mu, że ma coś tam narysować - mówi Adam Opatowicz. - Dobry plakacista od razu wyczuje drugie, trzecie, czwarte dno, które drzemie w przedstawieniu.

Litery tworzą chmurę

Andrzej Czeczot tytuł „Szewców” wystawionych 1981 r. w Teatrze Współczesnym na plakacie napisał solidarycą. Premiera odbyła się tuż przed wybuchem stanu wojennego. Teatr zamknięto na miesiąc. Plakat zapowiada teraz wystawę w foyer Teatru Współczesnego, gdzie oglądać można instalację z plakatów, która jest też kroniką tego, co przez 40 lat działo się na scenie przy Walach Chrobrego.

W latach 90. plakaty zostały tam zastąpione afiszami, na białym tle do spektakli granych na dużej scenie, na czarnym w Malarni.

- W latach 2000-2003 powstawały czarno-białe afisze-plakaty przygotowywane przez Jerzego Arsobę, których istotnym elementem była fotografia sceny przedstawienia - przypomina Ewa Madruj z TW.

Najbardziej się pamięta ten do „Variatki” wg tekstów Agnieszki Osieckiej, czyli nogi w butach na platformach - żelazkach, symbol szczecińskiego obciachu lat 90.

- Obecnie plakaty traktujemy jako część twórczej wypowiedzi realizatorów spektakli, dlatego często przygotowują je scenografowie lub współpracujący z reżyserem graficy - tłumaczy Ewa Madruj.

Spektaklom Anny Augustynowicz, która lubi na scenie z dekoracji

jak najwięcej odejmować, często towarzyszą tylko afisze.

- Tradycja minimalistycznych afiszów czarno-białych lub białoczarnych została zapoczątkowana za dyrekcji Bogusława Kierca. Afisz jest dokumentem - tłumaczy Anna Augustynowicz, dyrektor artystyczna TW. - Jeśli pojawia się plakat, jest w moim odczuciu odrębnym dziełem sztuki. Artysta przygotowujący plakat jest samodzielnym twórcą.

Jej ulubiony plakat do „Migreny” Antoniny Grzegorzewskiej zaprojektował Tomasz Bogusławski. Rekwizytem symbolizującym historię dramatu kobiet, wychowującej syna i biologicznej matki, jest termofor, z pierśmiami.

- Afisz do ostatniego przedstawienia Anny Augustynowicz - „Burzy” Wiliama Szekspira, w rzeczywistości można uznać za plakat ze względu na liternictwo i rozplanowanie tekstu - uważa Ewa Madruj. - Jego część tworzy zarys chmury [projekt Oliwii Ziębińskiej, graficzki współpracującej z teatrem - ep].

Coś osobistego

Powiesiłam w domu dwa plakaty.

Pierwszy zapowiadał premierę „Wyzwolenia” Stanisława Wyspiańskiego w reż. Macieja Englerta w Teatrze Współczesnym. Był rok 1978. Reżyser pytał w nim, czy można być wolnym w teatrze, oczywiście przez teatr pytał o cały świat. Na czarno-białym plakacie scenograf Marek Lewandowski umieścił zabandażowanego orła w koronie. Jedno małe piórko wyrwało się spod tego bandaża. Do czegoś budziło.

Kontrastuje z wiszącym obok czernobiałym plakatem, na którym dym z papierosa unosi się, formując logo szczecińskiego magistratu, który „na miarę naszych czasów” nawiązuje do gryfa. Plakat do sztuki „Sedinum, prochy i rock&roll” szczecińskiego dramaturga Krzysztofa Bizio zaprojektował też urodzony w Szczecinie Lex Drewiński. Zabrali głos w sprawie tożsamości Szczecina. W tytule sztuki jej autor nawiązuje do innego teatralnego tytułu „Seks, prochy i rock&roll”, który wyszydzał tych, którzy gonią za fetyszami, gubili autentyczne wartości.

Wirus Toulouse-Lautreca

Do najnowszej premiery w Teatrze Lalek Pleciuga „Balbaryk i złota piosenka” Artura Daniela Liskowackiego plakat zaprojektowała Kaja Klesta, studentka Akademii Sztuki.

- Plakaty dla najmłodszych są bardziej ilustracjami niż plakatami - mówi. - Na plakacie jest czterech chłopców bez twarzy. To mali piraci, lobuzy. I mam nadzieję, że takich chłopców przyciągnie ten plakat do teatru.

Szczecińską ikonę plakatu, czyli prof. AS Leszka Żebrowskiego, spotykam na wernisażu w Piwnicy Kany. To miejsce, gdzie regularnie wystawiają swoje prace szczecińscy plakacisci.

Pytam o te bladolice malowane pastelami, które opanowały jego plakaty, jak Alicja w Krainie Czarów zapowiadająca balet Opery na Zamku. Twarz jej okala masa drobnych przedmiotów. - Kobiety noszą tyle rzeczy w torebkach... - objaśnia.

- Robiłem czarno-białe plakaty do Bluesady w Słowianinie i do Teatru Kana, jak żył jego twórca Zygmunt Duczynski. Dzięki nim na światło wyszedłem. Posypały się nagrody - wspomina Żebrowski. - Powstawały w czasach kryzysu, w jednym kolorze. Teatr alternatywny nie miał pieniędzy. Plakat teatralny to kwintesencja plakatu. Najwięcej można w nim powiedzieć, zawrzeć w nim i psychologię, i nastrój, i sztukę. Tak jakbym sam robił teatr.

Plakat teatralny powstaje równoległe ze spektaklem. Czy czyta sztuki? Jest ironistą, odpowiada, że „żona czyta”. - Czasami jestem na próbach. To jest piękne, jak z galimatiasu powstaje sztuka - uśmiecha się.

Czasami bywa tak. Pracował nad „Galina” dla Teatru Wielkiego w Poznaniu. Galina była diwą operową, której Stalin wymordował całą rodzinę z zemsty, że uciekła do Paryża. Reżyser wymyślił sobie socrealistycznego Stalina, a spod niego będą wylewały się strumienie krwi.

- To mi się strasznie spodobało, bo ja też o tym tak myślałem. A tu reżyser mówi: „Lechu, nie możemy takiego wydrukować, bo Galina przyjeżdża. Jak zobaczy tego Stalina, to zemdleje” - wspomina.

Ma w dorobku 450 plakatów [jednak Waldemar Świerzy zrobił ponad 1600...]. - Teraz pozostało mi jeszcze szlifować ludzi, którzy też się zaraziли wirusem Toulouse-Lautreca - mówi Leszek Żebrowski. - A ja? Robię plakaty niemodne. Malarskie. Plakaty romantyczne. Na przekór. ●