



### Project Ö Cabin, Kimito, Finlandia.

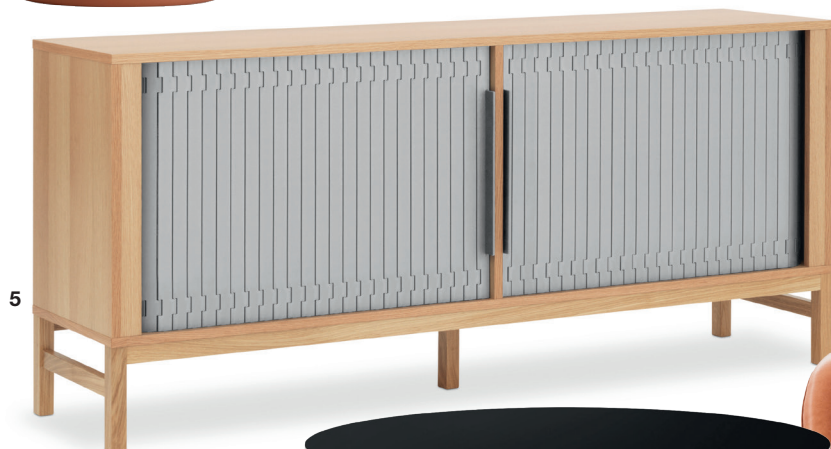
Letnisko na skalistej wysepce składa się z domu głównego – jest w nim też przeszklona sauna, i mniejszego, z warsztatem. Łącznie mają ok. 70 m<sup>2</sup>, ale pomieszczą wygodnie 10 osób. Są samowystarczalne: energia elektryczna pochodzi z paneli słonecznych, wodę pitną uzyskuje się, filtrując morską. Wodę ciepłą zapewnia piec w saunie. Autorem koncepcji jest Aleksii Hautamäki.



# DESIGN UŻYTECZNY

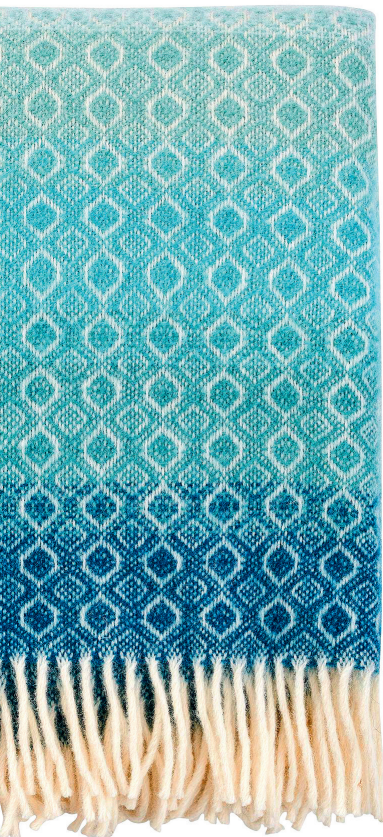
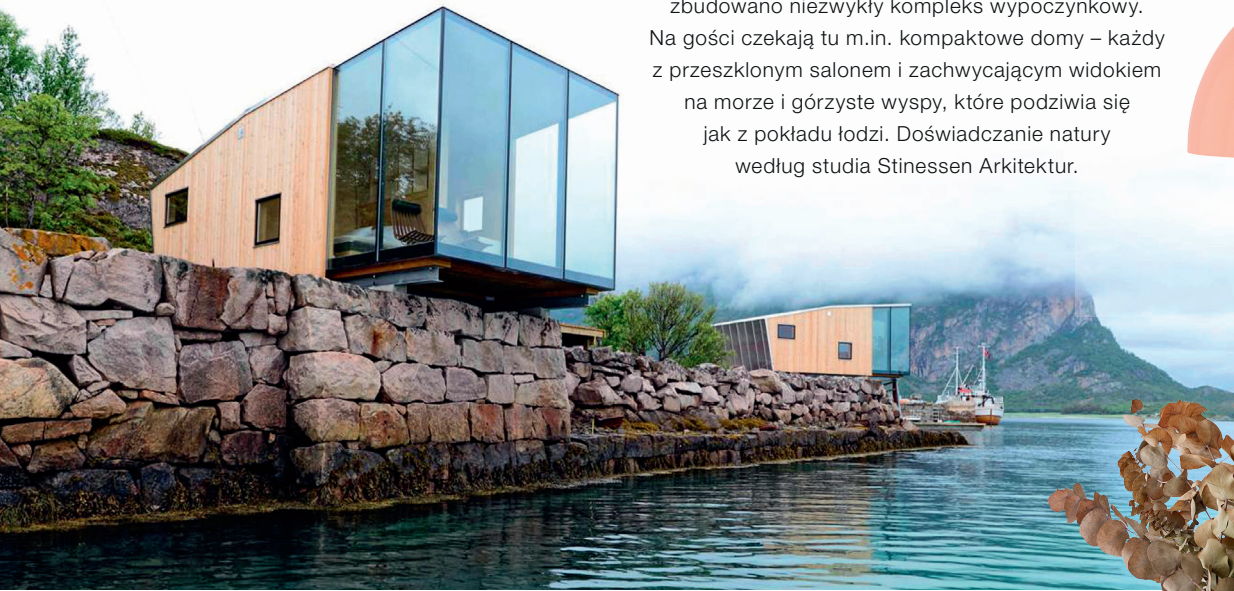
*Oszczędne korzystanie z materiałów, powściągliwość formy – to już nie moda, a powinność projektantów. Skandynawowie traktują ją poważnie, tworząc wiecznie młode wzory.*

kompozycja JOANNA ZATORSKA  
tekst ANNA ŚPIEWAK



1. Lampa PH 5 Mini, proj. Poul Henningsen, Louis Poulsen, lampy.pl. 2. Zegar Watch:Out, dąb, proj. Anne Boysen, Applicata, applicata.dk.  
3. Lampa Tip, Muuto, scandinavianliving.pl. 4. Dzbanek i kubek Legio Nova, porcelana, proj. Ole Palsby, Eva Solo, fabrykaform.pl.  
5. Komoda Jalousi, dąb, Normann Copenhagen, magiaform.pl. 6. Fotel Egg, proj. Arne Jacobsen, Fritz Hansen, nap.com.pl. 7. Krzesło Elephant, buk, proj. Marc Venot, EO, abouthome.pl. 8. Stół Aalto 90A, fińska brzoza, proj. Alvar Aalto, Artek (Vitra), finnishdesignshop.com.

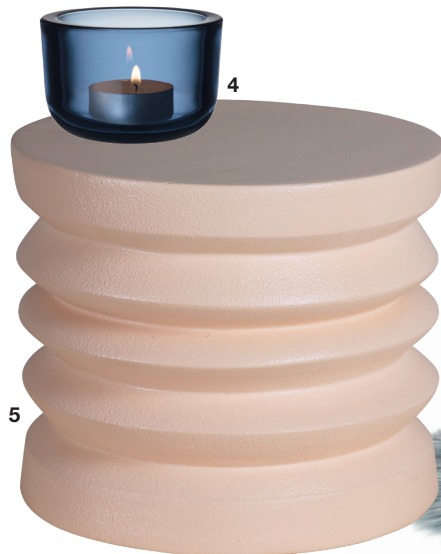
**Manshausen Island Resort, Norwegia.** Na maleńkiej, położonej już za kołem podbiegunowym wyspie, zbudowano niezwykły kompleks wypoczynkowy. Na gości czekają tu m.in. kompaktowe domy – każdy z przeszklonym salonem i zachwycającym widokiem na morze i góryste wyspy, które podziwia się jak z pokładu łodzi. Doświadczanie natury według studia Stinessen Arkitektur.



# HYGGE

*Tym słowem Duńczycy określają sztukę odnajdywania szczęścia w codzienności. Kochają design, wnętrza urządzają skromnie, lecz z czułością. Życie towarzyskie koncentruje się tam wokół domu.*

kompozycja **JOANNA ZATORSKA**  
tekst **MIROŚŁAWA KOPOCZEK**



1. Lampa Flowerpot VP7, &tradition, andlight.pl. 2. Wazon Cyclades, ceramika, Menu, fabrykaform.pl.  
3. Pled Havanna, wełna jagnięca, Klippan Yllefabrik AB, klippanyllefabrik.com. 4. Świecznik Valkea, proj. Harri Koskinen, littala, designforhome.pl. 5. Stolik, kamionka, HKliving, 9design.pl. 6. Krzesło EPA RAR (Eames Plastic Armchair), proj. Charles & Ray Eames, Vitra, atakdesign.pl. 7. Skóra owcza, Zangra, scandinavianliving.pl.

Fot. Sigger Stinessen, serwisy prasowe firm



Again to ręcznie gięte drewno w nowoczesnym wydaniu, doskonale komponuje się z monumentalnym, minimalistycznym kształtem stołu Stelvio z litego drewna dębowego lub bukowego.

**Again krzesło**  
**Stelvio stół**  
design / Alexander Gufler <sup>A/IT</sup>

  
**archiproducts**  
DESIGN AWARDS  
—  
WINNER 2020

[www.ton.eu](http://www.ton.eu)

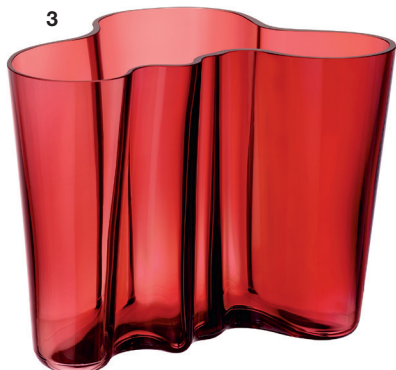
SHOWROOM TON 02-797 Warszawa | al. Komisji Edukacji Narodowej 47/U10  
INFORMACJA O NAJBLIŻSZYM SALONIE W POLSCE tel. 22 406 20 00 | [warszawa@ton.eu](mailto:warszawa@ton.eu)

 **TON**



Fot. „Anatomia czasu” Franciszka Starowiejskiego – udostępnione przez galeriaplaku.com.pl, serwis prasowy firm

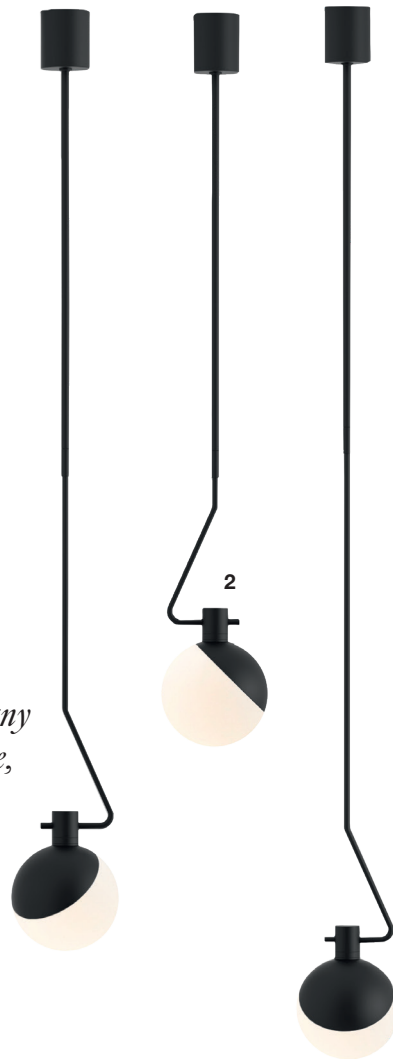
„Anatomia czasu” to biały kruk (kogut!) Franciszka Starowieyskiego z roku 1979. Artysta w barokowy sposób rozważa przemijanie: ptaka ze wspaniałym łbem i krwistoczerwonym grzebieniem wypełnia bezduszny mechanizm. Fascynacja nim jest uzasadniona – plakat reklamował wystawę zegarów z muzeum Przypkowskich w Jędrzejowie. Ale zamiast marketingu i reklamy, mamy tu prawdziwe memento mori. Punktem wyjścia do pracy była odbitka graficzna z kamienia litograficznego.



# PLAKAT

*Zamiast portretu przodka – nasz portret wewnętrzny  
oraz wizytówka czasów. Wnieście do wnętrza życie,  
historię i kolor. Nie pozostawiaj obojętnym.*

kompozycja ULA BRZOZOWSKA-MAJDECKA  
tekst KATARZYNA BALICKA



1. Budzik City Hall, proj. Arne Jacobsen, Rosendahl, nordicstudio.pl. 2. Lampa BA-C, kolekcja Baluna, Grupa, grupa.com.

3. Wazon Aalto, proj. Alvar Aalto (z 1936 r.), littala, scandinavianliving.pl. 4. Sekretarzyk, Tamo, yestersen.com.

5. Dywan Broadway, Handloom, carpetvista.pl. 6. Fotel Baba, proj. Serena Confalonieri, My Home Collection, myhomecollection.it.

# OBFITOŚĆ IDEI

*Projektowanie wymaga wygodnego fotela i biurka, ale to umieszczona nad nimi grafika może okazać się źródłem inspiracji.*

kompozycja i tekst ANNA ŚPIEWAK



„Siedem razy kobieta”. Autorem plakatu jest Andrzej Krajewski, wybitny grafik (uczeń Henryka Tomaszewskiego) i malarz, zafascynowany sztuką secesji i stylistyką pop-artu. Choć od 1985 r. mieszkał w USA, nie przestał tworzyć plakatów reklamujących polskie produkcje filmowe i teatralne. Z równą pasją tworzył ilustracje, okładki książek.

Fot. „Siedem razy kobieta” Andrzej Krajewskiego – udostępnione przez galeriaplaku.com.pl, serwisy prasowe firm



1. Nóż do papieru Birdie, proj. Yuhei Oki, H Concept/Plus D, archiproducts.com.

2. Lampa stołowa DEVI, Dutchbone, 9design.pl.

3. Regał Flutter, Montana Furniture, anotherdesign.pl.

4. Pudełko i taca Nomad, Skagerak, atakdesign.pl.

5. Biurko Leonardo, proj. Achille Castiglioni, Zanotta, zanotta.it.

6. Pufy Celoo, VANK, vank.pl.

# FABRYKA **W** WNĘTRZ

STUDIO MEBLI PROJEKTOWANYCH



**UWAGA! NOWA LOKALIZACJA**  
Warszawa Mokotów  
ul. Goszczyńskiego 14A  
kom. 510 081 500  
[www.fabrykawnetrz.com.pl](http://www.fabrykawnetrz.com.pl)

KUCHNIE &  
WNĘTRZA



TEATR WIELKI



Lenica 64

# ALBAN BERG WOZZECK

Art: Jan Lenica  
Płaski 70-2  
Poznań, Poland  
Copyright © Foreign Trade Enterprise  
Warsaw, Poland

FDJ Bely, s.m. 322 74, coll. 0101 199, C 88

Wozzeck - Jan Lenica, udostępniona przez galeriaplakatu.com.pl



Fot. Zbyszko Siemaszko, NAC

# OBRAZ DLA WSZYSTKICH

*Podziękujmy PRL-owi za polską szkołę plakatu. W INNEJ RZECZYWISTOŚCI TA FORMA WYPOWIEDZI ARTYSTYCZNEJ NIGDY BY SIĘ TAK NIE ROZWINĘŁA.*

*W Polsce Ludowej, pod możliwym patronatem Filmu Polskiego, Teatru Wielkiego czy Dramatycznego, jak w szklarni rosły genialne kreacje Tomaszewskiego, Lenicy, Fangora, Młodożeńca.*

tekst KATARZYNA BALICKA

**Zamiast billboardów.** Rok 1963, ściana dworca Warszawa-Śródmieście – uliczna wystawa plakatu turystycznego. **Klasyk z lat 60.** Psychodeliczna praca Jana Lenicy z 1964 r. reklamowała awangardową operę „Wozzeck” Albana Berga. Krzyk jednostki w świecie bez wartości, ale też portret psychologiczny obywatela PRL-u, bez wolności słowa i paszportu. Dziś jeden z poloników w kolekcji MoMA.

DZIŚ NIE PAMIĘTAMY WIĘKSZOŚCI TYCH FILMÓW I PRZEDSTAWIEŃ. ALE ICH PLAKATY PRZEŻYŁY JE O DZIESIĄTKI LAT. PRZEKAZ GRAFICZNY WYGRAŁ Z PRZEKAZEM FILMOWYM.



Koniec nocy – Jan Młodożeńca, źródło: Muzeum Plakatu w Wilanowie, udostępnione dzięki uprzejmości spadkobierców praw autorskich (Piotr Młodożeńca)

**Koniec nocy (i stalinizmu).** Symboliczny manifest Jana Młodożeńca z 1956 r. Absolutny unikat. Nietypowy format: dwa arkusze A1 łączone w poziomie. **Po prawej:** plakaty filmowe Juliana Pałki z 1954 r. do „Komediantów: seria II Romans Pajaca” i Eryka Lipińskiego z 1964 r. do „Polowania na but”. Pracy Jana Młodożeńca z 1976 r. – zapowiadającej film Saury z błędem: „Nakarmisz kruki” – nie przyjęto do dystrybucji. Dzieło Józefa Mroszczaka z 1958 r. reklamuje sztukę „Henryk VI na łowach” w Teatrze Narodowym.

**M**asowy plakat artystyczny umarł, ale sława i ceny jego klasyków z lat 50. i 60. rosną w zawrotnym tempie. Polska szkoła plakatu zachwyca metaforą, lapidarnością i estetyczną klasą, a socrealistyczny plakat Wojciecha Fangora z 1955 r., sprzedany w lutym na aukcji za 121 tys. zł, daje większe przebicie niż inwestycja w bitcoina.

Wszystko zaczęło się w roku 1948, kiedy Henryk Tomaszewski dostał pięć nagród na Międzynarodowej Wystawie Plakatu Filmowego w Wiedniu. Nagrodzone zostały: „Ludzie bez skrzydeł”, „Baryłeczka”, „Obywatel Kane”, „Niepotrzebni mogą odejść” i „Symfonia pastorałna”. Koledzy Tomaszewskiego nie mogli uwierzyć – międzynarodowe nagrody za plakat? Przecież to medium czysto reklamowe, do zachwalania papierosów, kawy i proszku do prania, albo do politycznej propagandy. Raczej ilustrujące, dosłowne, nie metaforyczne.

Tomaszewski pokazał, że można inaczej, traktując plakat jak obraz, przestrzeń artystycznej wypowiedzi. W jednym szeregu z nim stanęli Eryk Lipiński, Jan Lenica, Tadeusz Trepkowski, później Józef Mroszczak, poeci obrazu, którzy niczego nie chcieli ilustrować. Pragnęli

mówić o filmie, przedstawieniu teatralnym czy koncercie po swojemu – formą, kolorem, literą. W polskich plakatach, inaczej niż na Zachodzie, nie pojawiały się fotosy gwiazd, bo po prostu były niedostępne. Czym więc mogli zatrzymać uwagę widza? Przekazując istotę wydarzenia w jak najbardziej lapidarnej i zaskakującej formie plastycznej.

W czasach PRL-u polskie miasta były szare, puste, bez szyldów i reklam. Ikonosfera ulicy była bardzo uboga. Ludzie nie spędzali całych dni z nosem w Instagramie, nie byli zmęczeni natłokiem obrazów, jak teraz. Plakat robił wrażenie. Zatrzymywał, zachwycał. Okrągłe słupy reklamowe stawały się minigaleriami na wolnym powietrzu, dawały szansę tłumom na demokratyczny kontakt ze sztuką najwyższej próby.

„Salonem plakatu jest ulica” – mówił Henryk Tomaszewski, który nie lubił elitarności wystaw, uważając, że miejsce jego sztuki jest wśród zwykłych przechodniów. No i plakaty nie musiały reklamować produktów, bo w gospodarce niedoboru i tak wszystko sprzedawało się na pniu. Mogły sobie pozwolić na luksus zapraszania widzów na film, koncert, do teatru czy, tych mniej wybrednych, do cyrku.

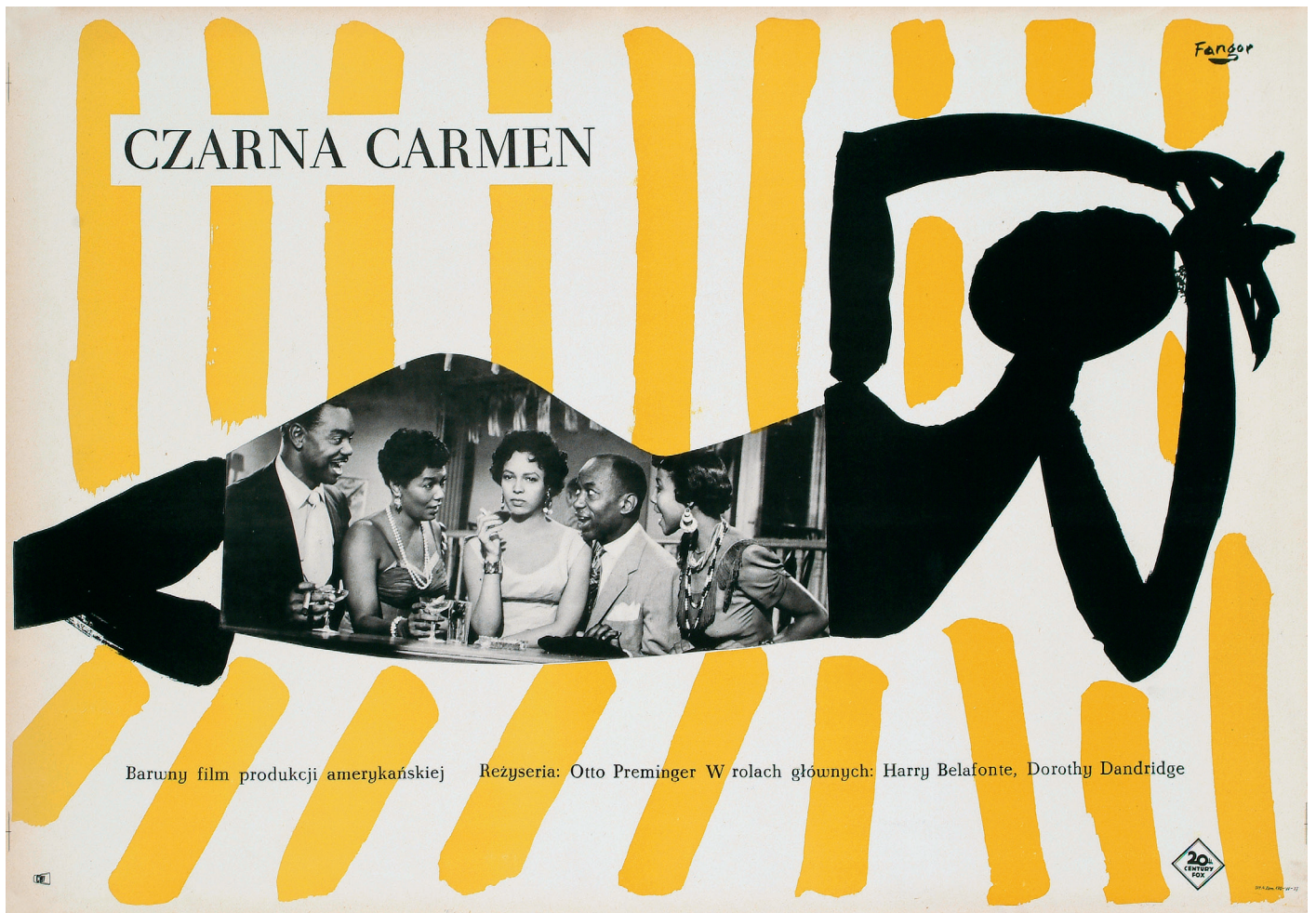
## MECENAT Z CENZURĄ

Państwo chętnie popierało twórców. W latach 1950–1970 zorganizowano np. aż 40 wystaw polskiego plakatu zagranicą. Propagandowo prace te robiły PRL-owi doskonałą robotę, mówiły: proszę, jaką mamy wolność twórczą, jak swobodnie w ludowej ojczyźnie rozwijają się talenty. Tyle że przed zleceniem druku każdy projekt musiał przejść przez cenzurę, oceniano, czy jest poprawny politycznie i obyczajowo. Również cenzor, w co trudno dziś uwierzyć, podejmował decyzję o formacie i nakładzie. Znane instytucje, np. Teatr Wielki, i wydarzenia większej rangi mogły liczyć na duży format B1 i tysięczne nakłady. Mniejsze sceny i niszowy repertuar dostawały kilkaset sztuk arkusza A1. Paradoksalnie więc to cenzorom zawdzięczamy unikatowość plakatów, bo najczęściej wydawali zgodę na wydrukowanie od 300 egzemplarzy do 1000 i ta ograniczona liczba stała się z czasem gwarantem ich wartości rynkowej.

W okresie największej popularności polskiej szkoły plakatu, w roku 1966, w gmachu Zachęty po raz pierwszy odbyło się Międzynarodowe Biennale Plakatu, a dwa lata później otwarto Muzeum Plakatu w Wilanowie. Polska stawała się plakatową potęgą. →

Komedjanci, seria II Romans Pajaca – Julian Palka, źródło: Muzeum Plakatu w Włocławku, udostępnione przez spadkobierców, córkę artysty Zabele Wierzbickiej; Polowanie na but – Eryk Lipiński, udostępnione przez galeriaplaku.com.pl; Nakarmić kruki – Jan Młodzeniec, udostępnione przez galeriaplaku.com.pl; Henryk VI na łowach – Józef Mroszczyk, udostępnione przez galeriaplaku.com.pl

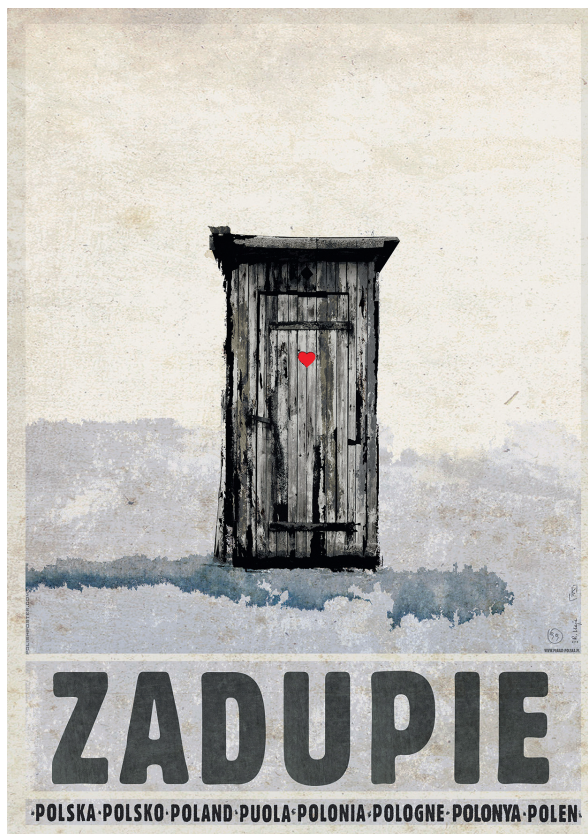




**Unikat.** Kreacja Wojciecha Fangora z 1959 r., reklamująca amerykańską produkcję „Czarna Carmen”, to przypadek wykorzystania w autorskiej grafice zagranicznego fotosu.

**Artystyczna publicystyka.** Mało jest współczesnych plakatów tak dobrych i popularnych jak te Ryszarda Kaja. W błyskotliwym cyklu „Plakat-Polska” znalazło się m.in. „Zadupie” z 2015 r.

**Na stronie obok:** Roman Opalka zastąpił „malowaniem cyframi”, ale zanim w 1965 r. postawił na obrazie pierwszą jedynekę, tworzył też plakaty, jak ten do rumuńskiego filmu z 1960 r. „Telegraficzny pojedynek”.



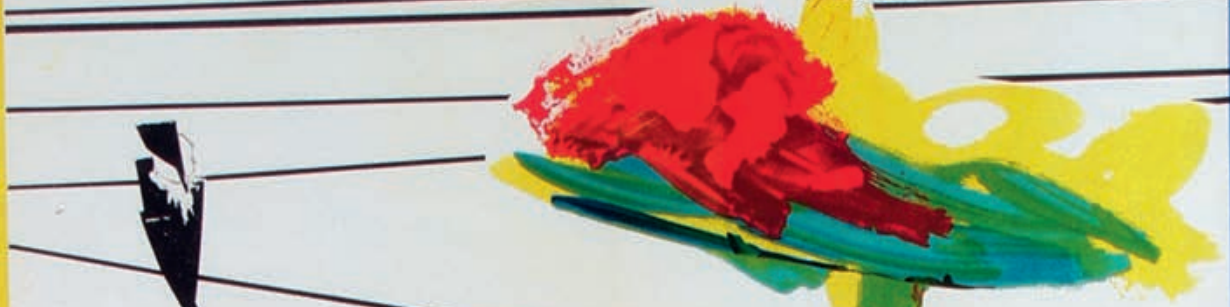
## PRL EKSPORTUJE, OBYWATEL SIĘ ZACHWYCA

Socjalistyczne państwo popierało plakaty ze względów propagandowych, ale też na nich zarabiało, i to krocie. Ars Polona, magnat PRL-owskiego handlu zagranicznego, eksportowała polskie plakaty zarówno do krajów demokracji ludowej, jak i do Niemiec, Holandii, Francji czy USA. Sprzedawano je za równowartość kilku-, kilkudziesięciu centów, co przy ówczesnych przelicznikach oraz dynamicznym obrocie i tak dawało ogromne zyski. Dla potrzeb eksportu robiono niekontrolowane dodruki, o czym autorzy zwykle nawet nie wiedzieli.

Oprócz państwa plakatem interesowali się również zwykli obywatele. Pierwsi polscy kolekcjonerzy wycinali żyłkami barwne płachty ze słupów reklamowych już w latach 50. Robił tak również dzisiejszy guru środowiska Krzysztof Dydo, założyciel krakowskiej Galerii Plakatu. Jako nastolatek Dydo biegał za rozklejaczami, błagając o odstąpienie kilku plakatów. Potem, jak wielu Polaków, handlował nimi „z tuby w walizce” w Berlinie i wszędzie tam, dokąd mógł wyjechać, bo władze na to zezwoliły i wydały mu paszport. →

BARWNY FILM RUMUŃSKI W/G UTWORU IONA LUCA CARAGIALE

PRODUKCJA W.E.E W BUKARESZCIE



REZYSERIA

G. NAGY A. MIHELES

W ROLACH GŁÓWNYCH

GRIGORE VASILIU - BIRLIC CARMEN STĂNESCU

# TELEGRAFICZNY POJEDYNEK



4-01/74 63

MIĘDZY NIEŚMIAŁOŚCIĄ ODWILŻY A PSEUDODOBROBYTEM  
ERY GIERKOWSKIEJ. STYL PLAKATÓW Z LAT 70. JEST  
ZUPEŁNIE INNY NIŻ TYCH O DWIE DEKADY MŁODSZYCH.



**Chemia muzyczna.** Plakat Henryka Tomaszewskiego – trąbka jako symbol jazzu, a równocześnie naczynie laboratoryjne z dymkiem mieszczącym nazwę kultowego warszawskiego Jazz Jamboree. **Żywiotowo.** Jan Sawka sportretował czar jednego z najsympatyczniejszych festiwali muzycznych, Jazz nad Odrą, na którego fenomen składały się muzyka, zmysłowość i natura.

W latach 80. założył własną galerię, do której wycieczki zagraniczne ustawały się w kolejce. Według niego Niemcy, Francuzi, Amerykanie lepiej niż my znali i znają polski plakat. Kiedyś – dzięki zagranicznej promocji, wystawom, entuzjastycznym recenzjom w magazynach „Graphis” i „Gebrauchsgraphik”, dziś – dzięki jego silnej marce i internetowi. Kupują go za urodę, metaforę i poczucie humoru, które rozumieją bez tłumacza. Polacy szukają nazwisk, cudzoziemcy wybierają to, co się im podoba.

Udaną kreacją plakatową ostatnich lat, która się podoba i sprzedaje masowo, jest cykl „Plakat-Polska” poznańskiego grafika Ryszarda Kai. To 162 obrazy polskich miast, miasteczek

i krain geograficznych od Bałtyku po Podhale, przez Koniaków, Babimost i inne. Plakaty Kai są błyskotliwe, zabawne, trafiają w sedno. Co ważne, w dobie powszechności grafiki komputerowej powstały w szlachetnych i rzadkich dzisiaj technikach, co stawia jej w rzędzie dzieł grafiki warsztatowej.

#### GENIUSZ KONTRA ZYSK

Współczesnym problemem na rynku plakatów ikon jest łatwość tworzenia pirackich reprintów: wystarczy pracę zeskanować i wrzucić odbitkę na internetową aukcję. Bez zgody autora to kradzież. Na odsiecz legalnemu rynkowi przyszła strona [polskaszkolaplakatu.pl](http://polskaszkolaplakatu.pl), która sprzedaje

kopie, ale respektując wszelkie prawa autorskie należące do grafików lub ich spadkobierców.

Z kolei sytuację współczesnej walki plakatu o indywidualność i suwerenność dobrze ilustruje opowieść Piotra Dąbrowskiego, kolekcjonera i znawcy polskiej szkoły plakatu: – Kilka lat temu Jerzy Skolimowski uparł się, by do jego filmu „11 minut” plakat zaprojektował Wilhelm Sasnal, czołowy malarz młodego pokolenia. Miało być jak dawniej – film wybitnego reżysera i plakat wybitnego artysty. Kiedy dystrybutor zobaczył czarno-białą grafikę, powiedział tylko trzy słowa: „Nie ma mowy”. I doskonały plakat Sasnala towarzyszył tylko profesjonalnym pokazom filmowym. ◀◀

Jazz Jamboree 71 – Henryk Tomaszewski, udostępnione dzięki uprzejmości Filipa Pagowskiego; Jazz nad Odrą – Jan Sawka, udostępnione przez galeriaplakatu.com.pl