

MAŁGORZATA KOMZA

O czym mówią mistrzowie grafiki?

Odpowiedź na zawarte w tytule pytanie nie jest łatwa. Najprostsza brzmi — o wszystkim: o powołaniu artysty, o własnej drodze twórczej, o roli przypadku czy polityki w podjęciu określonych zadań, o funkcjach sztuki, a zwłaszcza grafiki we współczesnym społeczeństwie, o wpływie nowych technik na możliwości artystyczne, o swojej wizji zadań, które przed nimi stoją, o warsztacie. Wielu artystów uważa jednak, że ich sztuka powinna mówić sama za siebie i niechętnie komentują to, co tworzą, i wyjaśniają, dlaczego to robią. Skłonić ich do tego rodzaju wynurzeń mogą umiejętnie formułowane przez kompetentnego interlokutora pytania, świadczące o wrażliwości i rozumieniu specyfiki różnego rodzaju działań artystycznych.

Wydawnictwo Rosikon Press zaoferowało czytelnikom serię zatytułowaną „Artyści Mówią”¹, w której jak dotąd ukazały się trzy tomy wywiadów: Elżbiety Dzikowskiej z mistrzami malarstwa, Hanny Marii Gizy z mistrzami fotografii i znowu Elżbiety Dzikowskiej z mistrzami grafiki². I właśnie ten ostatni tom jest szczególnie interesujący dla badacza książki współczesnej. Badacz taki, oceniając książkę, zastanawiając się nad zastosowaną w niej koncepcją graficzną, analizując poszczególne elementy ukształtowania estetycznego, próbuje niejednokrotnie odpowiedzieć na pytanie, co sprawiło, że przedmiot, który ma przed sobą, przyjął taki, a nie inny kształt. Jaką rolę odegrał artysta-grafik, jaką zaś możliwości techniczne, finansowe, gust publiczności itd. Zważywszy na to, że praktycznie nie istnieje fachowa krytyka zajmująca się oceną współczesnej grafiki książkowej, szczególnie ciekawe wydają się wypowiedzi samych twórców, zwłaszcza kiedy można porównać przemyślenia artystów należących do różnych pokoleń. Oczywiście mało jest tych, którzy ograniczają się w swych działaniach do jednej tylko dziedziny działalności graficznej. Jednak większość z nich, przynajmniej w ja-

¹ Autorkami wywiadów są dziennikarki, motto serii stanowi reklamę produktu — który powinien dobrze się sprzedawać — ma cechy sensacyjnej powieści czy plotkarskiej prasy: „Artyści mówią. Zwierzenia, których na co dzień nie słychać. Dyskusje, których nie można powtórzyć. Dzieła, które stały się ikonami”.

² E. Dzikowska, *Wywiady z mistrzami grafiki*, „Artyści Mówią”, Rosikon Press, Izabelin-Warszawa 2011, 268 ss., il. kolor.

kimś okresie swego życia, pracowała na rzecz książki. Przeprowadzająca wywiady Elżbieta Dzikowska, krytyk i historyk sztuki, członek Międzynarodowego Stowarzyszenia Krytyków Sztuki (AICA), we wprowadzeniu do zasadniczej części zbioru wypowiedzi artystów uświadamia czytelnikom wszechobecność grafiki i rolę jej twórców, kształtujących otaczającą współczesnego człowieka rzeczywistość. Autorka, a może wydawcy, zastosowali najmniej kontrowersyjny układ wywiadów — alfabetyczny, według nazwisk twórców. Powstał więc swego rodzaju leksykon artystów, co jeszcze podkreśla nota biograficzna zamieszczona po każdym wywiadzie. Uwzględnieni zostali zarówno twórcy pracujący w Polsce, tych jest oczywiście większość, jak i ci, którzy z różnych względów i w różnym czasie podjęli pracę poza granicami kraju. Wywiady były przeprowadzane zapewne przez dłuższy czas, bo są też wypowiedzi grafików już nieżyjących. Nie ma informacji, czy były one wcześniej gdzieś publikowane. Książka zawiera dużo, dobrej jakości reprodukcji dzieł poszczególnych twórców, jednak edytorsko nie jest najlepiej ukształtowana. Można dyskutować nad koncepcją graficzną serii — papier kredowy, sprawdzający się przy ilustracjach, utrudnia nieco czytanie, trochę do życzenia pozostawia korekta. Jednak wypowiedzi samych grafików są bardzo interesujące, a i pouczające.

Często padały pytania zasadnicze o to, czym jest sztuka, jak poszczególni twórcy rozumieją jej funkcje, jaką rolę pełni sztuka użytkowa, jak przygotowywać do tej pracy przyszłych grafików. Artyści będący nauczycielami mają wiele ciekawych na ten temat przemyśleń, a są one o tyle ważne, że wpływają niejednokrotnie na postawy wchodzącej w życie młodzieży.

I tak, Lech Majewski, profesor prowadzący Pracownię Projektowania Grafiki Wydawniczej w Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, na pytanie, czy plakat i książka są równoprawne w sztuce z malarstwem, rzeźbą, grafiką warsztatową, odpowiada żartobliwie i nieco przewrotnie: „jeśli wymienione przez panią dziedziny są reprezentowane dobrze, to mogą dorównać dobrej sztuce książki czy plakatu” (s. 140). A Marcin Mroszczak, twórca plakatów, znaczących kampanii reklamowych, na podobne pytanie w odniesieniu do innej dziedziny tak zwanej grafiki użytkowej, odpowiada: „czy coś jest reklamą czy sztuką, to czasami jedynie sprawa kontekstu” (s. 152), na pytanie zaś o przyszłość grafiki Jan Bokiewicz, projektant książek, współpracownik Czytelnika, PWN-u, Iskier, mówi:

Przepowiadano kiedyś, że telewizja spowoduje śmierć kina. Cywilizacji druku zagrażać miał wynalazek komputera i Internetu (teraz iPad!). Nic takiego nie nastąpiło. Książki i gazety papierowe mają się dobrze (dla niektórych, należą do nich, ważny jest zapach farby drukarskiej i szelest odwracanych stron). Grafika jest wciąż częścią publicznej przestrzeni (s. 14).

Co prawda, artyści tworzący sztukę użytkową muszą się liczyć ze zdaniem zleceńodawców, a nie zawsze jest łatwo znaleźć wspólny język, ale mimo wszystko ta dziedzina działalności przynosi twórcom wiele satysfakcji. Stawiane są też zasadnicze pytania, na przykład: czy książka może być dziełem sztuki? Michał

Piekarski, absolwent warszawskiej ASP, uczeń Macieja Urbańca, odpowiada na to twierdząco, dodając, że jest ona dziełem sztuki funkcjonalnym, „służy bowiem i do czytania, i do oglądania. [...] Musi mieć właściwą kompozycję, być ciekawa od początku do końca, musi zaskakiwać, odkrywać stale coś nowego, musi sprawiać przyjemność, cieszyć wizualnie, kiedy bierze się ją do ręki. [...] Zasługuje na to miano tylko taka książka, która ma długie trwanie”. A zapytany, na czym powinien się znać grafik, który tworzy książkę, Piekarski mówi: „Przed wszystkim musi je lubić. I musi też lubić typografię, czyli czuć litery. Musi cieszyć go nie tylko tekst, który przedstawia myśl autora, ale także szarość liter, biel kartki papieru, ciemniejsze akcenty tytułów i śródtytułów. Musi tym grać, rozumiejąc, że książka służy do czytania i do oglądania” (s. 190).

Lech Majewski bywa określany mianem reżysera książki. Do swej pracy podchodzi niezwykle emocjonalnie, a książka stanowi jego wielką fascynację. „To niezwykle przedmiot. Musi posiadać pewną tajemnicę, emanować nieokreślonymi cechami, które wciągną odbiorcę do tego świata. Ja poddaję się tej magii, bo to przygoda fascynująca i daleka od schematów. Każda książka jest nowym wyzwaniem” (s. 134). Słowa te można potraktować jak dewizę świadomych swych zadań twórców dobrze zaprojektowanej książki. Ten sam artysta zapytany o to, od czego zaczyna pracę nad nowym zadaniem, odpowiada, że

od dogłębnego poznania tematu, zapoznania się z materiałem. Potem staram się go podać jak najlepiej. Jak najsumienniej przekazać treść i zainteresować odbiorcę. Żyjemy w czasach kultury obrazkowej, ludzie niechętnie czytają. Moje książki mają ich zachęcić i do czytania, i do oglądania. Wzbudzić ich ciekawość. [...] Podchodzę do projektowania emocjonalnie i buduję też świadomie podświadome emocje u odbiorcy. Psychologia odbioru jest niezwykle ważna. Służą temu układ, sąsiedztwo, stopniowanie napięcia (s. 134).

Andrzej Czeczot, który ma na swoim koncie ponad 200 książek i około 400 okładek, twierdzi, że artysta w swych ilustracjach „zawsze pokazuje siebie, swoje widzenie świata, ale wydobywa też to, co jest napisane, ważne dla książki i jej autora” (s. 38). Ciekawe są ponadto różne opinie na temat stosunku artystów do tekstu, który mają graficznie opracować, zilustrować, skomentować.

W wywiadach sporo też mówią twórcy o okładkach. Wszyscy doceniają ich rolę, częste są porównania tej formy graficznej do plakatów. Niektórzy z grafików swoją przygodę z książką zaczynali właśnie od projektowania okładki, tak jak Maciej Buszewicz, profesor warszawskiej ASP, prowadzący dziś pracownię zajmującą się właśnie tą dziedziną sztuki.

Pierwszą zamówił u mnie Andrzej Heidrich w roku 1976. Dla Czytelnika. Okładkę było łatwiej wykonać niż na przykład plakat, jest bardziej kameralna i łatwiej można znaleźć odpowiednie dla niej środki. Po paru latach projektowania okładek i ilustracji zająłem się książką dla dzieci, z własnymi ilustracjami i typografią. Drukowano je wówczas nie najlepiej, za to w dużych nakładach — *Pana Dropsa i jego trupę* wydano w nakładzie ponad miliona egzemplarzy! (s. 18).

I do tej pory książka pozostała dla tego grafika najważniejsza. W prowadzonej przez siebie pracowni projektowania na warszawskiej ASP uczy studentów

„porządkowania cudzych szuflad”, co, jak twierdzi, sam też stale robi. „A tak naprawdę — myślenia, bo to nie jest pracownia ilustracji, ale projektowania. Uczę, że nie trzeba mówić o tym samym dwoma językami, słowem i obrazem. One mogą być równoległe, mogą się mijać, nawet przecinać. Można to porównać do tekstu dramatu i jego przeniesienia na scenę, do przedstawienia” (s. 26). Michał Piekarski na pytanie, jaką rolę w książce odgrywa okładka, stwierdził, że rzecz wydaje się oczywista:

Jest jej bezpłatną reklamą, często jedyną. To pierwszy kontakt z czytelnikiem. Musi informować, zachęcać do czytania i do kupowania. W czasach wielkości Czytelnika i PiW-u każda książka dobrego autora bez względu na okładkę sprzedawała się w nakładzie 100–200 tysięcy egzemplarzy. Dzisiaj 5 tysięcy to jest duży nakład, więc wydawnictwa walczą o klienta, także za pomocą okładek (s. 194).

O okładkach mówi też Lech Majewski, wskazując, że stanowią one bardzo istotną informację, zachęcającą do kupienia książki. Okładka według niego „musi więc zaskakiwać, różnić się od swoich sąsiadek. Ale powinna być także wynikiem myślenia o całości książki, adekwatna do jej wewnętrznej zawartości”. Ponadto zwraca w tym miejscu uwagę na rolę typografii, która „winna być spójna z tematem, nośna, czytelna. To jeden z elementów kreujących całą książkę. Ale ważny jest również cały proces przygotowania książki do druku i oczywiście sam druk” (s. 134).

Dla artysty duże znaczenie ma zawsze sprawa warsztatu, techniki, którą się posługuje. W tym kontekście w wypowiedziach grafików ciekawy jest wątek nowej technologii, wprowadzenia do powszechnego użytku komputerów jako podstawowego narzędzia pracy. Zwłaszcza starsi twórcy, którzy doświadczyli trudów tradycyjnych metod projektowania i realizacji grafiki użytkowej, doceniają zaistniałą rewolucję. Wspomniany wcześniej Jan Bokiewicz na pytanie, czy komputer zmienił warsztat, odpowiada: „Znacznie go ułatwił. To naprawdę wielka rewolucja. Mielśmy na przykład w drukarniach ubogi zasób czcionek (i na co dzień utrudniony do nich dostęp). Katalogi zagranicznych pism drukarskich trzeba było fotografować, wycinać litera po literze i mozolnie lepić teksty, albo używać retrasetu i dodawać polskie znaki diakrytyczne” (s. 7–8). W wywiadzie z Maciejem Buszewiczem jako hasło wprowadzające pada stwierdzenie: „Komputer daje mi wolność” (s. 16). Artysta wspomina, że praca w grafice użytkowej w latach 70. była dosyć uciążliwa, a rozwój techniki stopniowo ją ułatwiał. Kiedy kupił sobie Macintosha, stwierdził, że

nagle wszystko stało się dostępne! Wyobrażenie nabrało ciała, sam mogłem decydować o najmniejszym elemencie książki. Oba języki — i słowo, i obraz — znalazły się pod moją całkowitą kontrolą. Teraz naprawdę mogłem projektować książki od deski do deski. Komputer daje mi wolność. [...] Jest to warsztat bez porównania doskonalszy. Grafik może współtworzyć wszystko, od projektu po przygotowanie do druku. Akt twórczy to zaledwie 10 procent pracy, reszta jest sprawą techniki, mozołem [...] mimo, że posługuję się najnowszymi narzędziami elektronicznymi, które pozwalają mi realizować moje pomysły, jestem w równym stopniu artystą i rzemieślnikiem. Jak w średniowieczu. Sztuka zatoczyła krąg. [...] Komputer to jedynie wykonawca poleceń, skompli-

kowane liczydło, doskonale narzędzie. On mi pozwala nawet na stworzenie własnego pisma, które wygląda jak odręczne (s. 24).

Lech Majewski, pytany o rolę komputera, wyraża opinię, którą potwierdziłoby zapewne wielu twórców, że nowa technologia jest wspaniała, „Ale trzeba tak robić, żeby jej nie było widać. [...] To genialne narzędzie, które niewątpliwie pomaga artyście, ale nie zastąpi jego głowy i wrażliwości” (s. 140). Pytany o typografię podkreślał, że „Teraz możliwości poligrafii są olbrzymie, mamy dobre papiery, bardzo dobre farby i świetne technologie przygotowania. To w znacznej mierze zasługa komputerów, które wyeliminowały partaczy i pośredników, dzięki czemu sam mogę odpowiadać za kształt książki i jej jakość” (s. 134).

Skoro artyści mówili o różnych polach swej działalności, nie mogło zabraknąć pytań o projektowanie gazet czy czasopism, o stosunek grafików-projektantów do tej pracy. Na pytanie, czy to też sztuka i jak powinna wyglądać dobra gazeta, Jan Bokiewicz odpowiada twierdząco i konstatuje, że nie powinna być

jak śmietnik, z którego nie sposób wyłowić tego, co najważniejsze, bo źle włamane zdjęcie niweczy, wyklucza drugie, a sąsiadujące tytuły i kroje pism wzajemnie się kłócą [...]. I tak jak wszystkim w sztuce, również gazetą powinna rządzić harmonia [...]. Dobrze wymyślona gazeta to także taka, którą rozpoznamy nawet w postaci podartego strzępu, bez tytułu (s. 14).

Specjalizujący się w grafice prasowej i typografii Marek Knap określa, co trzeba zrobić, by gazeta była dobra: „Po 15 latach pracy w tej branży wiem, że najważniejszy jest pomysł, idea. Koncepcja. Także temat, który inspiruje niezależnie od tego, jak jest trudny. I w tym zakresie jestem służebny wobec redaktora” (s. 102). Artysta ten dostał nagrodę, prasowego Oscara, za stworzenie nowej szaty graficznej „Rzeczypospolitej”. Uważa on, że zadecydował o tym pewien konserwatyzm.

Po latach pracy w pismach kolorowych zapragnąłem zrobić gazetę dla poważnego odbiorcy, takiego, który rozumie drukowane w niej teksty. [...] Zaprojektowałem pierwszą w tej części Europy, specjalnie dla tej gazety, rodzinę krojów pisma; dotychczas tylko wielkie dzienniki typu „Guardian” czy „New York Times” mogły sobie na to pozwolić.

I dodaje: „W gazecie najważniejsza jest konsumpcja informacji. Grafika nie powinna być bohaterem, ale jakby ramą dla treści, tak jak blejtram dla obrazu. Nie może być w niej nic zbędnego” (s. 102). Jacek Utko, od 1996 roku dyrektor artystyczny „Pulsu Biznesu” i dyrektor kreatywny całej grupy wydawnictw Bonnier w Europie Środkowej, Skandynawii i Rosji, na prowokacyjnie sformułowane pytanie o to, czy gazety są jeszcze potrzebne, odpowiada, że stanowią ciągle jeden z filarów demokracji.

Poza tym — obcowanie z papierem jest przyjemne. W coraz bardziej wirtualnym świecie takie realne doświadczenie będzie w cenie. Papieru nie ogranicza technologia, może mieć więcej wartości wizualnych niż np. typografia, która dopiero raczkuje w Internecie [...]. Design jest w tej chwili znacznie lepszy w prasie niż w Internecie. Trzeba drukować to, co jest unikalne dla tego medium, a nie kopiować Internet (s. 252).

Artysta potwierdza, że grafika gazetowa jest sztuką, i zastrzega:

nie chodzi tu o piękno okładki. Sztukę projektowania mediów rozumiem jako prezentację informacji w sposób zgodny z percepcją odbiorcy. Jako służbę wobec czytelnika, coś, co ułatwia zrozumienie i jednocześnie jest piękne [...]. Potrzebna jest inżynieria, tak samo jak w przypadku samochodu, który ma być nie tylko ładny, ale musi jeździć, zużywać mało paliwa, być bezpieczny. To wszystko razem jest sztuką designu (s. 252).

Michał Piekarski, dyrektor kreatywny konsorcjum wydawniczego zajmującego się czasopismami, mówi o różnicach w artystycznym traktowaniu książki i magazynu.

Książkę wydaje się na lata, a magazyn — na miesiąc. Też jest w tym przyjemność, bo co miesiąc można realizować nowy pomysł. Ale jest również prawda w tym, że [...] magazyny robi się po to, żeby sprzedawać strony reklamowe [...]. Mogą być lepsze i gorsze, ładniejsze i brzydsze, ale kryterium jest jedno: sprzedaż (s. 194).

Praca dla gazet, czasopism może mieć jednak różny charakter. Ciekawe są uwagi Andrzeja Dudzińskiego, który w Stanach Zjednoczonych między innymi ilustrował recenzje książkowe w tygodniowym dodatku do „New York Timesa” — „The Book Review”. Te rysunki otworzyły mu drogę do współpracy z tak zwaną *Op-Ed Page*, „przedostatnią stroną opinii, od której wytrawny czytelnik zaczyna lekturę gazety” (s. 46). Rysunki te stanowiły rodzaj komentarza politycznego do współczesnych wydarzeń i cieszyły się dużą popularnością.

Omówione tu wypowiedzi artystów odnoszące się do książki są istotnym punktem wyjścia rozważań o kondycji współczesnych polskich edycji. Uwrażliwiają na to, co często jest jakby niezauważane, co w omówieniach, recenzjach książek właściwie nie występuje. Ciekawa jest obecna w wielu wypowiedziach funkcjonalna koncepcja książki, zrozumienie jej społecznej roli, docenienie odbiorcy. Zgromadzone w omawianym zbiorze wywiady sformułowania samych artystów, twórców różnych typów edycji, dają bibliologom narzędzia do rzeczowego opisu, do właściwego stawiania pytań o jakość obecnej na rynku współczesnym oferty wydawniczej. Pozwalają też lepiej zrozumieć zmieniający się świat współczesnej grafiki książkowej.