

> W poszukiwaniu indywidualności. Polska grafika użytkowa w architekturze i designie

Polski design od zawsze rozwijał się na pograniczu sztuki, ekonomii, technologii. Raz stawał na przekór pięknu, innym razem zaprzeczał funkcjonalności. Wyrósł umiejętnie czerpiąc z rozwoju innych dziedzin sztuki i bacznej obserwacji otaczającej rzeczywistości – niezależnie od tego w jakim systemie politycznym czy gospodarczym przyszło mu funkcjonować.

Po 1989 roku, po pierwszej fali „zachłyśnięcia się” zachodnimi wzorami, czego przykładem były rozliczne projekty powstałe w latach 90-tych, obecnie wiatru nabiera szeroko rozumiany polski design. W obliczu globalizacji i problemów z nią związanych: zmian treści i natury codziennego życia, masowej produkcji przemysłowej, zunifikowanych obrazów zalewających miasta na całym świecie i potrzeby oryginalności spod znaku „no logo”, coraz liczniejsze stają się głosy młodych polskich grafików użytkowych zwracające uwagę na tożsamość miejsc i indywidualność przedmiotów. Prace te są na tyle unikatowe, że bacznie obserwują je także zachodni designerzy i teoretycy sztuki.

Niemiecki magazyn Design Report, poświęcając jeden z numerów (5/08) polskiemu wzornictwu, dochodzi do ciekawych spostrzeżeń. Podkreśla bowiem znaczący wkład, jaki w światową sztukę, kulturę i design wniosła właśnie polska grafika użytkowa. Autorzy zwracają uwagę, że to właśnie polski plakat w ostatnim półwieczu, dzięki specyficznym uwarunkowaniom społeczno-politycznym wypracował sobie unikatowy w światowej skali charakter.

Czym różniła się polska grafika użytkowa od projektów twórców państwa zza „żelaznej kurtyny”? Podejściem do problemu funkcjonalności przekazu. W naszym systemie gospodarczym przez długi czas nie musiała spełniać bowiem funkcji komercyjnych. Reklamę produktów codziennego użytku zastępowała promocja wydarzeń kulturalnych. Prętnie rozwijał się nurt plakatów filmowych i teatralnych, które traktowane były jak sztuka, nie zaś reklama. Grafika polska rozwijała się więc w kierunku stricte artystycznym. Nie podlegając prawom rynku, dążyła do tego, aby edukować publiczność bądź prowadzić z nią wyrafinowany dialog. Polscy twórcy, w przeciwieństwie do swoich kolegów w krajach zachodnich, mimo państwowej cenzury, mieli więc sposobności do przedstawiania rzeczy oryginalnych i prowokujących do myślenia.

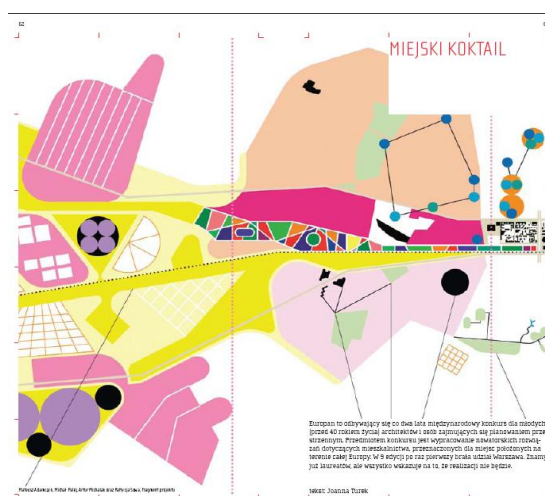
Wielu polskich twórców z tego okresu odniosło znaczące sukcesy na wystawach międzynarodowych, a kilka nazwisk trafiło do ścisłej światowej czołówki. Henryk Tomaszewski, Eryk Lipiński, Tadeusz Trepcowski, Józef Mroszczak to nazwiska ojców polskiej szkoły plakatu. Wychowawcy następnych pokoleń uformowali drogę dla kolejnych utalentowanych twórców, wśród których znaleźli się: Jan Młodożeniec, Jan Lenica, Waldemar Świerzy i wielu innych.

Warto jednak nieustannie podkreślać, że obecnie polska grafika znowu zbiera nagrody w wielu międzynarodowych konkursach i jest przedmiotem obserwacji i analiz. Nie trzeba szukać daleko – wydawany przez Fundację Bęc Zmiana magazyn o polskiej kulturze i sztuce najnowszej w prestiżowym międzynarodowym konkursie projektowania graficznego European Design Awards 2008. Nagrodę za projekt graficzny notes.na.6.tygodni, został wyróżniony w prestiżowym międzynarodowym konkursie projektowania graficznego European Design Awards 2008. Nagrodę za projekt graficzny notes.na.6.tygodni, została zawdzięcza dwojgu znakomitym grafikom najmłodszego pokolenia: Małgorzacie Gurowskiej – autorce okładek oraz Grzegorzowi Laszukowi – autorowi layoutu.

Pojawia się jednak wątpliwość czy młoda polska grafika użytkowa nie tylko poradzi sobie z niepowtarzalną historyczną spuścizną swoich starszych mistrzów oraz czy młody polski design będzie potrafił (i chciał) z niej korzystać i do niej nawiązywać? Wydaje się, że pierwsze udane próby zaczynają się pojawiać – zarówno w skali przedmiotów użytkowych, mebli jak i architektury. Warto przyrzeć się kilku zjawiskom.

Echa naszej plastyki widziane tym razem przez filtr rodzimego folkloru pobrzmiewają w produktach polskiej marki tekstylnej Moho Design. Radosne, kontrastowe grafiki i kompozycje, będące wspomnieniem tradycyjnych wycinanek ludowych, zdobyły już uznanie na całym świecie. W 2005 roku dywan mohohęj!DIA wygrał w kategorii Produkt w konkursie „Śląska Rzecz” organizowanym przez Zamek Cieszyn. Rok później został nagrodzony przez prestiżowy międzynarodowy magazyn Wallpaper tytułem „The Best Textile” oraz uznany przez polski magazyn „2+3D” za jeden z dwudziestu najlepszych polskich projektów w przeciągu ostatnich 5 lat, aby w czerwcu 2008 odebrać nagrodę „Red Dot Design Awards” w jednym z największych konkursów wzornictwa przemysłowego na świecie.

po prawej (od góry)
- Notes.From.Warsaw, Notes.na.6.tygodni nr 43, okładki, projekt: Małgorzata Gurowska
- Notes.na.6.tygodni, nr 43, Fundacja Bęc Zmiana
- dywan Dia, MohoDesign
- dywan Full, MohoDesign





Intrygujący jest również przykład „zainfekowania” polską grafiką użytkową limitowanej kolekcji foteli biurowych firmy abc Formy Siedzenia – SITAG Polska. W SITAG PREMIUM poprzez zastosowanie druku cyfrowego na tkaninie, fotele znane z najwyższej jakości materiałów i wykorzystujące najnowocześniejsze rozwiązania techniczne akcentują swój unikatowy charakter. We współpracy z artystami - grafikami (Chigo design) powstały rozwiązania niepowtarzalne. Propozycje zarówno dla wnętrz biurowych, jak i mieszkalnych, które ascetycznym przestrzeniom nadadzą kolor i wyrazistość, a bogatym gabinetowy charakter. Zastosowanie druku cyfrowego otworzyło również drogę dla indywidualnych projektów - ekspozycji na fotelu grafiki podkreślającej wizerunek miejsca lub obrazu sięgającego po miano sztuki.

Na uwagę zasługuje również projekt elewacji nowego obiektu usługowo- - handlowego w Poznaniu. Zlokalizowana w nieprzeciętnym dla miasta miejscu Galeria Malta

autorstwa poznańskiej pracowni architektonicznej Ewy i Stanisława Sipińskich przyozdżona została w plastyczną elewację. Grafika powstała przy współdziałaniu studia Diagram doskonale podkreśliła zarówno funkcję obiektu, jak i rekreacyjno-sportowy charakter miejsca. Szkło strukturalne zastosowane na elewacji pozwoliło na osiągnięcie efektu trójwymiarowego rastra. Autorzy obiektu mają dodatkowo nadzieję, że tak plastyczne potraktowanie elewacji ochroni jej duże powierzchnie przed reklamą zewnętrzną. Powyższe przykłady można mnożyć. Przytoczone zjawiska w nowym polskim wzornictwie powoli stają się dowodem na to, że zarówno design, jak i grafika użytkowa uciekają od zadania etykietowania, jakie stanęło przed nimi po przełomie, a zaczynają różnicować. Co więcej – dzięki projektom opisanym powyżej – stary spór estetyka kontra funkcjonalność schodzi na dalszy plan.

Prace polskich architektów, designerów, projektantów i grafików – nie uciekając od globalnych tendencji i nowych technologii, coraz odważniej podkreślają rodzime korzenie, dzięki czemu zaczynają być zauważane i nagradzane na całym świecie. Są piękne, funkcjonalne, a co najważniejsze, zawsze poszukujące indywidualności.

dr Anna Vonhausen

links:

<http://www.bec.art.pl/>
<http://www.mohodesign.pl/>
<http://www.sitag.pl/>
<http://www.sitag.pl/premium>
<http://www.sipinski.pl/>

u góry i z prawej
 - fotele z kolekcji SITAG PREMIUM
 grafika: Chigo design, producent abc Formy Siedzenia - SITAG Polska

u dołu i z prawej
 - Galeria Malta, detal i elewacja północna, projekt: Pracownia Architektoniczna Ewy i Stanisława Sipińskich

