

Plakat

L. Mądzika

Plakaty Leszka Mądzika, jakie w ostatnim czasie mogliśmy widzieć, w przeważającej części pełnią rolę wprowadzającą w atmosferę określonych wydarzeń kulturalnych. W intencji autora mają przybliżyć np. film, a jednocześnie sugerują jego subiektywny punkt patrzenia na ilustrowany temat. Ta podwójna rola zbliża plakaty L. Mądzika do grafiki nieużytkowej, do której przecież plakat nie należy.

Wymowa plakatu w teorii informacji ma przekazywać treść optymalnie skondensowaną i jednoznaczną. Mamy tu do czynienia z osobliwym typem plakatu, właściwym dla L. Mądzika. Interesującą stroną jest nagromadzenie elementów malarskich (szeroka skala barw od tonacji białych aż do czerni). Daje się zauważyć dbałość o fakturę i pierwsze nieśmiałe próby łączenia jej z fotografią (Ecce Homo). W dysharmonii ciekawą formą pozostają czcionki liter, zbyt monotonne i mało zróżnicowane (wyjątkiem jest tu plakat do filmu SKLEP PRZY UL. GŁÓWNEJ).

W niektórych pracach można się dopatrywać zapożyczeń z fotografii artystycznej, jak w przypadku plakatu do filmu POWIĘKSZENIE. Pretekstem okazała się tu dość znana i wykorzystana już przez innych fotografia kobiecej twarzy. Za nowość nie można uznać także plakatów, gdzie czarne tło służy do eksponowania form ściśle związanych z tematem (plakaty do pastorałek Schillera i wystawy scenografii autora).

Najmocniejszą chyba stroną plakatów Leszka Mądzika jest ekspresyjna forma, wydobytą przez ciekawe zestawienia kolorystyczne. Szczęśliwym trafem prace te nie były jeszcze drukowane. Jak mogłaby zaginać cała koncepcja i walory barwne tych prac, mogliśmy się przekonać na przykładzie drukowanego plakatu anonsującego pierwszy Środowiskowy Przegląd Zespołów Artystycznych.

Na marginesie wystawy należy dodać, że była ona ekspozycja staraniem Rady Uczelnianej ZSP w studenckich piwnicach KUL. Warunki do tego typu przedsięwzięć są tu idealne.

R. Szmydki