Pasjonat

Rozmowa z Michałem Poniżem – właścielem zbieranej od lat na całym świecie kolekcji plakatów polskich i zagranicznych, historycznych i współczesnych.



Plakat do opery „Carmen” G. Bizeta wystawionej przez Operę Krakowską, projekt Leszek Żebrowski, autor plakatu zapowiadającego 10 Festiwal Polskich Filmów w Austin

> Kolekcja plakatów filmowych prezentowana była podczas 10 Festiwalu Polskich Filmów w Austin w Teksasie, w październiku 2015 r.

Joanna Sokołowska-Gwizdka: Panie Michale, mieszka Pan teraz w Warszawie. Proszę powiedzieć, jakie są Pana związki z Austin w Teksasie?

Michał Poniż: Austin jest trochę moim drugim domem. Studiowałem na University of Texas at Austin w końcu lat 70-tych na wydziale filmowym (RTF). Później, przez wiele lat przyjeżdzałem w zimie, aby uciec od zimna i szarości mojej ojczyzny.

JSG: Podczas Festiwalu Polskich Filmów zaprezentował Pan polski plakat. Były to głównie plakaty filmowe, od lat 40-tych do współczesności, zapowiadające filmy amerykańskie, choć nie tylko. Przywiezione przez Pana plakaty pokazywały historię rozwoju tej dziedziny sztuki polskiej, od powojennych afiszy Tomaszewskiego i Trepkowskiego, do współczesnych prac autorskich. Wystawa cieszyła się wielkim zainteresowaniem.

MP: Chciałem pokazać zjawisko Polskiej Szkoły Plakatu,

czyli bardzo indywidualnej interpretacji tematu (filmu, sztuki) na podstawie kilku autorów m.in. takich jak Franciszek Starowieyski, Roman Cieślewicz, Jan Lenica czy Jan Młodożeniec. Każdy z tych artystów miał unikalny, rozpoznawalny styl, charakterystyczną formę, własne liternictwo. Jeśli się te plakaty zestawi, powstają estetyczne plamy, co z mojego doświadczenia, jest ciekawe w odbiorze. Miałem nadzieję, że próby znalezienia esencji tematu, metafora, skrót myślowy, indywidualizm autorski oraz różnorodność formy zainteresują każdego, nie tylko polskiego odbiorcę.

JSG: Od wielu lat kolekcjonuje Pan plakaty. Skąd u Pana takie zainteresowanie?

MP: Plakaty zacząłem zbierać jeszcze w szkole podstawowej. Dla zwykłego przechodnia plakat jest tylko ulicznym drukiem. Zawieszony w pejzażu miasta, po jakimś czasie znika, stając się makulaturą. Mnie jednak plakat urzekł, mimo, że analiza treści i stylu, historyczno-filozoficzne uwarunkowania, zrozumienie symboliki i metafory nie miały wiele wspólnego z decyzją, jaki plakat powieszę nad łóżkiem. Pamiętam na jednym z nich zarys roznegliżowanej Jane Fondy. Była kolorowa, radosna i miała w sobie coś liryczno-poetycznego. Obok, na drugim plakacie, mroczna Jeanne Moreau powiewała chustą z trupią czaszką. Oba plakaty miały w sobie „coś”, co sprawiało, że chciałem na nie patrzeć. Ten pierwszy to „Barbarella” Jana Młodożeńca, a drugi

to „Panna młoda w żałobie” Franciszka Starowieyskiego.

JSG: Jaka była Pana droga do ogromnej kolekcji 20 tysięcy palaktów, którą Pan teraz posiada?

MP: Plakaty zdobywałem od „rozlepiaczy” na mieście lub od bileterek w teatrach i kinach. Mniej przyjemną formą kolekcjonowania było kupowanie. W sklepie przy Galerii Współczesnej na tyłach Teatru Wielkiego w Warszawie kupowałem plakaty teatralne. Później w latach 80-tych w Galerii Grafiki i Plakatu na ulicy Hożej oraz w sklepie z książkami i plakatami na rynku Starego Miasta, można było nabyć plakaty najnowsze, te które pojawiały się na płotach i słupach ogłoszeniowych. Jednak najciekawsze okazy można było znaleźć w Krakowie, gdzie Krzysztof Dydo otworzył jedyną galerię w Polsce, zajmującą się właśnie plakatem. Na początku lat 90-tych wraz ze zmianą ustroju likwidowano deficytowe kina. Plakaty służyły jako opał lub wywożono je na makulaturę. W Zielonej Górze spóźniłem się o miesiąc, w Świnoujsciu o kilka dni, ale w Toruniu uratowałem sterty zakurzonych plakatów przed wywozem na przemiał. Zdarzały się też wyjątki. Np. w Ustce pani Wyszyńska, kierowniczka kina, odkładała po 2 egzemplarze z każdego plakatu do filmów, wyświetlanych przez ostatnie 40 lat. Szacunek do tych „pięknych kolorowych obrazków” nie pozwolił jej traktować plakatów jak makulatury.

JSG: Kolekcjonowanie plakatów stało się więc Pana wielką pasją.

MP: Tak. Dzięki podróżom po Polsce, kontaktom i wymianie z innymi kolekcjonerami, w ciągu kilku lat uzbierałem ok. 8 tysięcy plakatów. Powojenny plakat polski był mi więc już dobrze znany, do przejrzenia tysiąca różnych afiszy z lat 50-tych, 60-tych i 70-tych potrzebowałem nie więcej niż kwadrans. Zacząłem poszukiwać czegoś zupełnie nowego. Tym nowym stała się historia. Przeczytałem książkę Alaina Weile'a „The Poster – World Survey & History". Lektura zachęciła mnie do przeczytania kolejnych książek. I tak zacząłem kolekcjonować plakaty historyczne takie jak np. autorstwa Henri'ego de Toulouse-Lautrec'a, co zaowocowało wystawą „Nieślubne dzieci Toulouse-Lautrec'a".

JSG: Pana poszukiwania przeniosły się wtedy poza granice Polski.

MP: W Nowym Jorku, Paryżu, Londynie zacząłem szukać skarbów – na pchlich targach, w antykwariatach, czasami w renomowanych galeriach. Nawiązałem kontakty z kolekcjonerami z całego świata. Plakat polski okazał się być atrakcyjnym towarem wymiennym. Dzięki niemu zacząłem poznawać plakat francuski, niemiecki, kubański, japoński. Gdziekolwiek teraz jadę, wiem, że nie będę się nudził. W każdym

kraju istnieje stare kino, zagubiony sklep ze starociami, zbzikowany kolekcjoner.

JSG: Kiedy 40 lat temu emigrował Pan do USA, myślał Pan o tym, żeby zaprezentować polskie plakaty za granicą?

MP: Wyjeżdżając byłem przekonany, że plakaty polskie są znane i cenione na świecie. A kiedy powiem „plakat polski", spotkam się ze zrozumieniem tematu i zrozumieniem dla artystycznych osiągnięć rodaków. Plakaty to była ta część polskości, z której byłem dumny, którą chętnie pokazywałem znajomym, chwaląc się swoją kolekcją, jakbym to ja sam był twórcą. Zabrałem ze sobą takie plakaty, z którymi trudno mi było się rozstać. Były to afisze Franciszka Starowieyskiego, Jana Młodożeńca, Wiktora Górki i Henryka Tomaszewskiego współtwórców Polskiej Szkoły Plakatu. Niestety, kiedy już mówiłem słowo „plakat", dostrzegałem ogólny brak zrozumienia, a kiedy dodawałem słowo „polski" – wyraz twarzy rozmówców przypominał ten z plakatu „Potomstwo Alkoholików". Studia w USA, potem praca, a do tego utrudnienia wizowe PRL-u nie pozwalały wtedy na częste wizyty w kraju i powiększanie zbioru plakatu polskiego, który można by zaprezentować w Ameryce.

JSG: Czym obecnie kieruje się Pan przy wyborze plakatów do swojej kolekcji?

MP: Podstawowe kryterium, oprócz chęci skompletowania jakiegoś autora, to estetyka obrazu, żeby było ładnie i ciekawie. Czasami planując wystawę, poszukuję plakatów pod kątem przydatności na tę okazję. Np. kiedy przygotowywałem wystawę „I druk stworzył kobietę" poszukiwałem plakatów z kobietą w ciąży, kobietą w pracy, kobietą w kuchni i tak dalej. Analogicznie kiedy miałem wystawę „Pijanych nie obsługujemy" poszukiwałem wszelkiego rodzaju plakatów anty-alkoholowych .

JSG: Ta wielka pasja, od lat wypełnia Pana życie.

MP: Kolekcjonowanie plakatów jest dla mnie czymś spontanicznym, emocjonalnym. To szukanie i odkrywanie skarbów, czasem przypadkowe, czasem planowane. Jest podróżą w świecie indywidualnych wizji, tematów, kultur. Świat plakatów potrafi być pełen niuansów, wielu znaczeń, humoru, grozy, sztuki i kiczu. Dziś, gdy pejzaże ulic zalane są plakatami wygładzonymi przez komputer, anonimowymi i bezdusznymi zdjęciami, reklamującymi to samo i tak samo w Warszawie, Paryżu czy w Nowym Jorku, myślę, że warto ten świat przypominać.


EXIT
kaczątko
SELMA MA SWO BODE

Michał Poniż, fot. Jacek Gwizdka.


MARLON BRANDO
i JANE FONDA
pierwszy polski „western"
Rancho Texas
AUDIA CARDINALE
JOHN WAYNE
i
ROBERT MITCHUM
EL DORADO

Michał Poniż, fot. Jacek Gwizdka.



W wywiadzie wykorzystano fragmenty wstępu Michała Poniża do katalogu wystawy „Nieślubne dzieci Henri'ego de Toulouse-Lautrec'a".

***

Wywiad ukazał się w „Przeglądzie Polskim", dodatku kulturalnym do „Nowego Dziennika" z Nowego Jorku, w styczniu

2016 r.