Zaklęte piękno Polski

Rozmowa z Ryszardem Kają – malarzem, scenografem, twórcą plakatów.

Ryszard Kaja, fot. Łukasz Cynalewski.

Joanna Sokołowska-Gwizdka:

W listopadzie 2018 r. będzie można zobaczyć wystawę Pana

plakatów w Austin w Teksasie pt. „W Polskę idziemy”. Będzie ona towarzyszyć corocznemu Festiwalowi Polskich Filmów oraz obchodom 100-lecia odzyskania przez Polskę niepodległości. Wydawałoby się, że Pana plakaty rozumiemy tylko my, Polacy. Np. plakat przedstawiający wieś o nazwie AMERYKA – to gruszki rosnące na wierzbie. Czy wystawa przygotowana dla amerykańskiego odbiorcy będzie potrzebowała specjalnego przewodnika?

Ryszard Kaja:

Oooo, mam nadzieję, że nie, ale trudno rzec, hm… niechaj chwilę się zastanowię. Na pewno część plakatów będzie zrozumiała tylko dla Polaków lub osób biegle władających językiem polskim. Bardzo lubię język polski z całym swym bogactwem niuansów, stąd nieraz bawię się językiem, odwołuję się do niego np. plakat BABIMOST, BABIA GÓRA czy PODHALE, gdzie pod halkami góralki skrywają parzenice, ale większość plakatów odnosi się jednak do konkretnych miejsc i zaklętego w tych miejscach piękna. Te plakaty będą zrozumiałe dla każdego. Czasami jednak odnoszę się do kultury, tradycji, sztuki, historii, wówczas warto by coś wiedzieć, by w pełni ów plakat zrozumieć. Jeśli ktoś nigdy nie słyszał o Kantorze, plakat WIELOPOLE będzie niezrozumiały, jeśli nie wie kim była SZYMBORSKA, zabawa w doszukiwaniu się w zakrętasach Wisły jej profilu będzie abstrakcyjna, ale czy trzeba przejmować się widzem, który nie wie kim był Kantor czy Szymborska?

Przyczynił się Pan do renesansu plakatu turystycznego.

Plakat turystyczny był bardzo popularny w latach 30., ale i po wojnie nie stracił na blasku. Wystarczy wspomnieć świetne plakaty LOT-u. Ale później obumarł. Dzisiaj jego rolę spełnia film reklamowy, spot telewizyjny, ot nowe czasy, nowe media. Okazało się jednak, że dawna forma plakatu, który można powiesić w domu, można dotknąć, może ze względu na sentyment spodobała się. Seria plakatów o Polsce stała się bardzo popularna, ba, są i naśladowcy! Są to młodzi graficy, którzy tworzą całe serie druków o naszym kraju. Plakatów pod tytułem BAŁTYK jest już chyba ze 30, większość jest straszna, ale są wśród nich i perełki, np. świetne prace Wojtka Domagalskiego! Niestety najczęściej nowe plakaty turystyczne albo ocierają się o banał, albo intelektualną grafomanię.

Pana ojciec, Zbigniew Kaja zajmował się także plakatem turystycznym. Czy Pana seria POLSKA to kontynuacja pracy ojca?

Na potrzeby KAW-u (Krajowa Agencja Wydawnicza) ojciec stworzył kilka plakatów „Poznaj Piękno Wielkopolski". On był wielkim miłośnikiem Wielkopolski i ta pojawia się i na jego plakatach, i na drzeworytach, linorytach, rysunkach, na obrazach. Plakaty z tej serii nie są jego najlepszymi pracami, wówczas eksperymentował z fotografią, szukał nowych form

ekspresji. Mimo to darzę je wielkim sentymentem, tak jak miejsca, które przedstawiają.

Dzięki rodzicom zaraziłem się podróżowaniem. Paszport był wówczas nieosiągalny, ale wraz z rodzicami zjechaliśmy Polskę wzdłuż i w wszerz naszą rozklekotaną, obrzydliwie beżową syrenką. Odkrywaliśmy miejsca nadspodziewanie piękne, nieznane, z dala od szlaków turystycznie wyświechtanych. I dzięki tym i późniejszym podróżom mogę dzisiaj opowiadać o Polsce.

W serii plakatów POLSKA widzimy nie tylko duże polskie miasta, ale i takie, o których się niewiele słyszało. Co spowodowało, że w pana kolekcji znalazły się takie miasta jak Solina, Lubiewo, Wolsztyn, Brda czy Warnowo, które nie znajdują się na szlakach turystycznych Polski?

Bo ja szukam miejsc nie tylko ważnych, ale nade wszystko zwyczajnie pięknych i niekoniecznie nobilitowanych. Myślę, że Polska jest piękniejsza za opłotkami, w miejscach spokojnych, cichych, nie zadeptanych turystycznie. Całe szczęście moi wydawcy – Joanna i Krzysztof Marcinkiewiczowie, z wrocławskiej galerii plakatu polskiego, mają ambitne podejście do plakatu i bez szemrania zgadzają się by w serii pojawiały się plakaty dotyczące miejsc skromnych, co więcej, dzięki nim powstały plakaty takie jak ŻAREK, miejsce ważne dla nich, a już nie

istniejące. Dla mnie ważne jest by te plakaty pachniały wspomnieniami, a wiadomo, wspomnienia jak niesforne myśli osadzają się w miejscach niespodziewanych, często skromnych. Właściwie każdy plakat można uzupełnić opowieścią z mojego życia. Gdy wydam książkę z plakatami, obok każdego pojawi się tekst. Bez wspomnień, jak bez korzeni, wszystko traci sens. Z niektórymi miejscami wiążą mnie więzi szczególne.

Wolsztyn – to ukochane miasteczko, z którego pochodzi moja Matka, gdzie spędzałem wakacje jako dzieciak, gdzie odwiedzałem wspaniałą lokomotywownię, gdzie ukochana ciocia Marcia robiła przepyszne kompoty z niepozornych brzoskwinek, jakimi obsiane było wielkie drzewo przy samym wejściu do ogrodu… Kto mógł przypuszczać, że te plakaty miejsc niepozornych staną się popularne? Kto mógł przypuszczać, że z założenia niechodliwy, że tak się wyrażę, plakat WARNOWO, wieś na wyspie Wolin, gdzie spędzam często lato, stanie się popularna wśród brytyjskich miłośników ogrodów?

Przekrojowa, indywidualna wystawa prac Ryszarda Kaji p.t. „Co oswaja Ryszard Kaja” w Galerii Miejskiej Arsenał w Poznaniu w 2016 r.

Przekrojowa, indywidualna wystawa prac Ryszarda Kaji p.t. „Co oswaja Ryszard Kaja” w Galerii Miejskiej Arsenał w Poznaniu w 2016 r.

Pana plakaty są pełne symboliki i odnośników kulturowych. Nikt by nie słyszał o Szczebrzeszynie, gdyby nie „chrząszcz, który brzmi w trzcinie”. Pacanów to Koziołek Matołek, Koniaków to słynne koronki, Chałupy to plaża nudystów z piosenki Zbigniewa Wodeckiego, a Bolesławiec to słynna porcelana z charakterystycznym wzorem. Czy projektując plakat, od razu ma Pan na niego pomysł, czy też jest to proces, który się tworzy wokół jakiegoś tematu?

Czasami rzeczywiście „rach ciach” i plakat gotowy, ale czasami

meczę się i męczę… i niestety niekiedy to widać, a to bardzo źle – bo nawet jeśli są owe wspomnienia, o których mówiłem, to nie zawsze jest pomysł, żeby uniknąć banału, a nawet jeśli jest pomysł to trzeba znaleźć formę adekwatną do treści. Inaczej malowany jest plakat o stoczni gdańskiej, a inaczej młodopolskie BRONOWICE. Lubię by plakat, jak dobry bigos, był nasycony smakami, intensywny, więc doprawiam go kulturą, sztuką, opierając się przy tym na swym Panteonie wybrańców. Jest więc Kantor i Nowosielski, jest muzyka współczesna Pendereckiego i Nikifor którego bardzo cenię.

Pana plakaty z serii POLSKA nie są ani monumentalne, ani sztampowe. To polski las, to dzień zaduszny, z iskrzącymi lampkami wspomnień, ale też PRL-owska przeszłość. Mógłby Pan to skomentować?

Tak to już jest – zamiast być dumnymi z tego co mamy, wciąż chwalimy się namiastkami, podróbkami, wciąż chcemy być inni niż jesteśmy, wciąż staramy się ukryć to, co nasze. Staramy się pretensjonalnie być, nie wiedzieć po co, a to niemieccy, a to amerykańscy, albo bardzo, za bardzo europejscy, ba, nawet światowi. Tak jakbyśmy się wstydzili tego, co nasze, bo nasze często trywialne, banalne, zwyczajne dla nas, a przez to zdaje się nam mało efektowne. Za wszelką cenę chcemy być światowi zapominając, że jeśli mamy być światowi to musimy być dumni z tego co mamy. Norwegowie do dzisiaj kultywują drewniane

budownictwo na wsi, u nas domy drewniane zmurszały i rozpadły się, zastąpione zostały betonowymi klockami, które mają przypominać bogatą Europę. Sztuka ludowa, tradycja, strój, umarły na moich oczach. A przecież jeszcze nie tak dawno kręcąc film „Chłopi" (nota bene fantastyczny, może zrobię plakat w serii Lipce Reymontowskie?) korzystano tylko z oryginalnych strojów ludowych. Chcemy być lepsi niż jesteśmy, swego nie doceniając. Koniaki, bourbony są pyszne, ale czy nasza wódeczka gorsza? Góry potężniejsze w Himalajach, ale nasze Tatry są fantastyczne. Wiadomo, że lasy bujniejsze są nad Amazonką, ale niech mi ktoś powie, że brzozowy zagajnik nie ma uroku, a jaki jest egzotyczny dla innych! Nie ma co udawać, wiadomo, że piękniejszy jest renesans we Włoszech niż u nas, więc nie będę epatował na swych plakatach jego namiastką, ale to my mamy Biały Bór, z chyba najpiękniejszą na świecie nowoczesną cerkwią stworzoną przez Jerzego Nowosielskiego, artystę, którego, jestem tego absolutnie pewien, Europa czy świat już za chwilę odkryje, jako jednego z największych i najwspanialszych artystów XX wieku. Co ja na to poradzę, ja bardzo lubię tę naszą przaśność. *Ni nizina, ni dolina, taka gmina*, im więcej jeżdżę po świecie, a jeżdżę sporo, tym bardziej zakochany jestem w tym naszym ukochanym „Zadupiu" i taką Polskę staram się pokazać, taką Polską zachwycić, dostrzec urok w miejscu, gdzie wiele osób go dostrzec nie potrafi.

Przekrojowa, indywidualna wystawa prac Ryszarda Kaji p.t. „Co oswaja Ryszard Kaja" w Galerii Miejskiej Arsenał w Poznaniu w 2016 r.

Mnie szczególnie bliska jest Łódź, tu się wychowałam, potem pracowałam na Uniwersytecie Łódzkim i zajmowałam się teatrem staropolskim. Pana plakat ŁÓDŹ nawiązuje do sztuki Władysława Strzemińskiego, którego imienia jest Łódzka Szkoła Sztuk Pięknych. Pan był scenografem w Teatrze Wielkim w Łodzi. Jak zapamiętał Pan to miasto?

Mam ogromną słabość do Łodzi, cały czas myślę czy nie powinien się jeszcze jakiś plakat z tego miasta pojawić. W Łodzi debiutowałem i tam zaraziłem się teatrem. Łódź ma swoją specyfikę, a to już wyróżnienie, bo niestety w pogoni za globalizacją większość polskich miast traci swój indywidualny

charakter. Mieszkałem na Bałutach, niedaleko magicznego kirkutu, pracowałem w Teatrze Wielkim jako scenograf, a okazjonalnie i w Muzycznym, Jaracza, Nowym, Logos, Studyjnym. Miałem tam wiele wystaw, mniejszych i wielkich... ach... Łódź... ze swymi pysznymi kamienicami, wymieszana, potargana z imponującą architekturą post-fabryczną, z przyjaciółmi, z którymi do dzisiaj utrzymuję kontakt... chyba jednak zrobię jeszcze jeden plakat, a że nie chcę by nazwy się powtarzały może go nazwę ŁÓDŹ FABRYCZNA, nie tylko odnosząc się do stacji na której wysiadałem setki razy, ale raczej oddając charakterystyczny styl miasta?

Podczas wystawy w Austin będzie można zobaczyć również Pana plakaty teatralne. Czym dla Pana jest teatr i plakat teatralny?

Do świata teatru wpadłem jak śliwka w kompot i bardzo nim nasiąkłem. Pracowałem jako scenograf przez ponad 20 lat, najczęściej na deskach scen muzycznych. Bardzo cenny to czas. Ach te emocje towarzyszące premierom, jak ja to do dzisiaj lubię! Jestem bardzo teatralny i w tym co robiłem na scenie, i w mych rysunkach, i chyba nawet w tym jak o tym opowiadam. A moje scenografie były zawsze bardzo malarskie. Ale muszę się przyznać, pomimo wielu sukcesów, nagród, była całkiem spora grupa scenografów, która mnie nie lubiła, nie ceniła. Majewski (wybitna przecież postać sceny polskiej scenografii) czy

Sadowski mieli uczulenie na sam dźwięk mojego nazwiska, chodzili do Dejmka z prośbą, bym nie dostawał kolejnych zleceń, bo nie jestem wystarczająco współczesny. No, nie jestem, fakt, nie umiem być modny. Podobnie zresztą jest z plakatem. Jest pewna (całe szczęście nie aż tak spora grupa plakacistów), którzy nie cenią tego co robię. Na moje plakaty, szczególnie z serii POLSKA kręcą nosem, że zbyt konwencjonalne, zbyt osobiste, za popularne, co już samo w sobie jest podejrzane, że takie czy siakie. Może mają i racje… cały czas muszę walczyć o miejsce dla siebie, dla tego co robię, bo ja rzeczywiście nie jestem ani modny, ani „trendy”, ani nowoczesny, ani na czasie, bo ja wbrew wszystkim i wszystkiemu jestem po prostu „kajowaty” i na scenie, i w plakacie. Plakat teatralny w fantastyczny sposób łączy moją miłość do teatru z uwielbieniem dla plakatu.

Przekrojowa, indywidualna wystawa prac Ryszarda Kaji p.t. „Co oswaja Ryszard Kaja" w Galerii Miejskiej Arsenał w Poznaniu w 2016 r.

Pan wybierał plakaty na wystawę w Teksasie. Czym się Pan kierował? Jaką Polskę i aspekty polskiej kultury chce Pan pokazać amerykańskiemu odbiorcy?

Trudno rzec, wybierałem intuicyjnie, miałem już kilka wystaw w Stanach, głównie w St. Louis, gdzie bywam regularnie i mniej więcej wiem jaki jest odbiór moich prac, ale tym razem wystawa ma być skierowana w szczególności do Polonii i do tych, co Polską są zainteresowani, chociażby na tyle, że odwiedzają wasz festiwal. Szukałem więc prac bardzo nasiąkniętych duchem polskim. Nie ma nic ważniejszego niż korzenie, z których się

wyrosło, które nas uformowały, nawet jeśli są bardzo powyginane. Włosi potrafią być dumni ze swej włoskości, przyznajmy niekiedy nieco irytującej, szczególnie, gdy machają rękami, więc i ja chciałbym trochę ośmielić Polonię, przełamać barierę wstydu i pochwalić się naszą polską wódeczką ze śledzikiem na ceracie, pochwalić się naszym świętem zmarłych, pełnym nostalgii targanej chłodnym wiatrem, o ileż godniejszym, mądrzejszym niż zabawna, acz pusta hucpa Halloween… A co, jak nie polski plakat szanowany, ba nawet uwielbiany na świecie?

Niestety nie pojawię się na tegorocznej wystawie w Austin, pomimo zaproszenia ze względu na chorobę, ale najprawdopodobniej pojawię się za rok. Pokażę wówczas, jeśli organizatorzy nie będą mnie mieli dosyć, skończoną już serię PLAKAT-POLSKA, czyli 170 plakatów. A przyjadę, bo zaproponowano mi do zamieszkania na czas wystawy uroczy domek, do którego przychodzi w odwiedziny bardzo uprzejmy jelonek, widziałem go na filmiku i bardzo Pana Jelonka chcę poznać osobiście.

„Wystawa" plakatów Ryszarda Kaji z serii POLSKA ukaże się w magazynie „Culture Avenue" w środę, 7 listopada 2018 r. Wystawę w Austin będzie można oglądać od

czwartku, 8 listopada 2018 r.

Więcej informacji:

www.austinpolishfilm.com