

SPIS TREŚCI

PODZIĘKOWANIA.....	7
WPROWADZENIE	9
Tło badań, cele i założenia	9
Problematyka i zagadnienia	15
Sztuka i polityka	16
Plakaty	21
Koncepcja „polskiej szkoły plakatu” a geografia artystyczna	22
Obszar badań	24
Źródła	25
Plan pracy	26
KRYTYKA ARTYSTYCZNA PLAKATU	27
Czy krytyka artystyczna jest skuteczną formą legitymizacji?.....	27
Granice krytyki artystycznej w ustrojach demokratycznym i komunistycznym.....	27
Miejsce krytyki w strukturacji dóbr w ustrojach demokratycznym i komunistycznym.....	30
Wolność wypowiedzi krytyków w ustrojach demokratycznym i komunistycznym	32
Kim są krytycy sztuki?	35
Przegląd czasopism literackich, artystycznych i kulturalnych publikujących recenzje plakatów	37
Jan Lenica – krytyk plakatu	40
Dział „Grafika”	41
Pomieszczenie krytyki i teorii: kryteria ideologii w czasach socrealizmu.....	44
„Drobiny buntu” – artykuły Jana Lenicy w „Nowej Kulturze”	47
Krytyk kontestator a krytyk „dyżurny”	51
Dyskusje wewnętrzne i publiczne	59
Rada Artystyczno-Programowa: realna zdolność legitymizacji artystycznej....	61
Krytycy – robotnicy, chłopci i żołnierze	62
Krytyk laik	64

Magazyn „Polska / La Pologne / Poland / Polen / Polonia / Pol'sza...”	
Plakat jako narzędzie propagandowe w czasach zimnej wojny	66
Informacja i propaganda: Wydawnictwo	
w Językach Obcych „Polonia” i Agencja „Interpress”	69
„Amerykańskie marzenie” a „polskie marzenie”:	
„Life” i „Polska”	72
„Polska” i „Pol'sza”	78
Materializm fotografii reklamowej na łamach magazynu „Life”	
kontra idealizm plakatu w „Polsce”	82
Plakat: demokratyczne, antykomercyjne, autorskie i dostępne dla mas	
dzieło sztuki	86
Reprodukcje plakatów jako ilustracje i narzędzie propagandowe	90
„Polska sztuka plakatu”	91
Magazyn „Projekt”. Plakat jako dzieło sztuki par excellence „nowoczesnej”	94
Inna nowoczesność	97
Plakat „nowoczesny”, „propaganda estetyczna” i koncepcja „polskiej	
szkoły plakatu”	106
Nowa hierarchia artystyczna	111
Recenzje plakatów	114
Z ULICY DO MUZEUM. WYSTAWY PLAKATU	117
Od „wystawy propagandowej”	
do trwałej sztuki?	117
Kilka uwag historiograficznych i metodologicznych	118
Demokratyczne muzeum sztuki	121
Tak zwane sztuki niskie oraz instytucje kultury w ustrojach demokratycznym	
i komunistycznym	124
Plakat i tak zwane sztuki niskie na „wystawach propagandowych” w okresie	
socrealizmu	131
I Ogólnopolska Wystawa Plakatu (1953):	
od wystawy „propagandowej” do edukacji estetycznej	136
II Wystawa Ilustracji, Plakatu i Drobnych Form (1955): legitymizacja	
polityczna grupy „formalistów” i bronione przez nią kryteria oceny	142
„Wystawy jako reprezentacje władzy”:	
wystawy plakatu politycznego i kulturalnego	146
Plakat – „sztuka trwała”?	149
Propaganda polityczna – propaganda kulturalna. Wystawy plakatu	
za granicą	156
„Polski plakat” w NRD i RFN (1950–1951): plakat jako obiekt	
ytworzeniowy i propagandowy	161
„Výstava Polský plakát” w Pradze (1954) i „An Exhibition of Polish Posters”	
w Stanach Zjednoczonych (1955)	164
Wystawa polskich plakatów w Palais des Expositions w Genewie (1955):	
postulat godnej przestrzeni wystawienniczej dla plakatu	166

Muzeum Plakatu w Wilanowie – nowoczesne muzeum	
dla „nowoczesnej” sztuki	170
Utworzenie Muzeum Plakatu	170
Jaka powinna być architektura dla plakatu – obiektu muzealnego?	173
Inauguracja pierwszego na świecie muzeum plakatu	174
Jaki rodzaj scenografii wybrać dla wystaw w Muzeum Plakatu?	177
Jakie plakaty i jakie wystawy pokazywać w Muzeum Plakatu?	183
PLAKATY I PLAKACIŚCI W WARSZAWSKIEJ AKADEMII SZTUK PIĘKNYCH	189
Sztuki „wysokie” i „niskie” w warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych	189
Hierarchia artystyczna w warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych	
przed II wojną światową i po niej	190
Stworzenie nowych pracowni projektowania graficznego	
(w tym pracowni plakatu)	195
Starania Józefa Mrozczaka i Henryka Tomaszewskiego	
o zapewnienie autonomii Wydziałowi Grafiki	196
(Autonomiczny) Wydział Grafiki	200
Status plakatu w warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych	
w odniesieniu do innych sztuk	202
Zawód „plakacista”?	203
Kształcenie „plakacisty” w pracowni Henryka Tomaszewskiego –	
między malarstwem a projektowaniem graficznym	208
Uniezależnienie się plakatu od grafiki warsztatowej i reklamy	208
Organizacja i program pracowni Henryka Tomaszewskiego	209
Ćwiczenia	214
Korekty	216
Wymagania	220
Czytelność – ważne kryterium autonomii plakatu	221
„Nie tylko plakat”. Józef Mrozczak i jego pracownia grafiki	
zwanej „użytkową”	223
Plakat – gałąź reklamy	223
„Ładne jest to, co jest funkcjonalne”	224
Status artystyczny plakatu a status projektowania na potrzeby przemysłu	229
ZAKOŃCZENIE	233
Cztery etapy	235
Zakres i metody legitymizacji artystycznej	237
Centralna rola artystów plakatu	239
Strategie legitymizacji „nowoczesnego” plakatu	241
Dyskurs towarzyszący legitymizacji artystycznej plakatu	242
Rodzaj plakatu, jaki zyskał uznanie, i jego związki z obowiązującą ideologią	244

BIBLIOGRAFIA	247
Archiwa i dokumentacja	247
Wywiady	247
Opracowania, artykuły, katalogi wystaw	248
Katalogi wystaw polskiego plakatu w Polsce i za granicą (wybór)	275
ANEKSY (WYBÓR).....	281
SPIS ILUSTRACJI	293
INDEKS OSÓB, INSTYTUCJI, CZASOPISM I POJEĆ.....	305