

Beata Kułak
Université de Fribourg

Plakat antyreżimowy w Polsce 1982–1988

Dziękując wszystkim bezimiennym autorom plakatów zapewnia się, że w przypadku ich ujawnienia dane personalne zostaną zamieszczone w następnym wydaniu.

Fondation Archivum Helveto-Polonicum we Fryburgu dziękuję za udostępnienie zbiorów.

I. Uwagi wstępne

1. Co to jest plakat?

Plakat (niderl. *Plakkaat*, od prowans. *placa* ‘tablica’) ‘ogłoszenie drukowane dużego formatu, złożone z ilustracji i tekstu, umieszczone w miejscu publicznym’ (STM 2006: 147).

Słowniki języka polskiego uwzględniają wieloznaczność słowa, utożsamiając plakat, podobnie jak to funkcjonuje w obiegu potocznym, z jednej strony z afiszem, z drugiej z posterem, czyli w znaczeniach, które ISJP określa jako:

plakat (= afisz) to ‘1. duży arkusz papieru zawierający informację w formie graficznej, często reklamę czegoś. Plakaty drukuje się i rozlepia w miejscach publicznych; 2. inaczej poster’ (ISJP 2: 80);

poster (= plakat) to ‘zdjęcie dużego formatu przedstawiające znanych artystów, eleganckie przedmioty, ładne krajobrazy itp. Niektóre postery są drukowane w czasopiśmie, inne, większe służą do dekorowania wnętrz’ (ISJP 2: 205).

Przyjęło się włączać plakat do grupy przekazów zwanych *akcydensami* bądź też *drukami akcydensowymi*, czyli okolicznościowymi. *Słownik wyrazów obcych* podaje, że jest to np. „[...] formularz, ulotka, etykieta, dyplom, pudełko z napisem, w przeciwieństwie do książek i wydawnictw periodycz-

nych” (SWO 2002: 21). Według *Słownika języka polskiego* pod red. M. Szymczaka *druk akcydensowy* ‘to [...] wszelkie druki (oprócz książki i czasopisma), np. formularze, afisze, rachunki, asygnaty, druki biurowe, także nalepki, opakowania, nalepki z napisami itp.’ (SJP 1978: 1: 459). Życie takiego druku jest więc, a raczej może być, krótkie, a tworzenie go doraźne.

Dokładniejsze opisy plakatu znaleźć można w źródłach internetowych, które właśnie z powodu bardziej detalicznych definicji będą tu także cytowane:

„*plakat* – rodzaj wyrobu poligraficznego zaliczany do akcydensów. Druk jednostronny dużego formatu (co najmniej A2), o charakterze propagandowym lub reklamowym (nigdy wyłącznie informacyjnym), służący do umieszczenia w stałych, publicznych miejscach (rozklejany, umieszczany w witrynach). Plakat tym różni się od afisza, że nie jest wykonany ze składu, lecz w całości stanowi formę graficzną. Zadrutowywany jest z reguły na całej powierzchni papieru i najczęściej posiada bogatą kolorystykę. Elementy graficzne co najmniej dorównują informacji tekstowej, z reguły jednak dominują. Napisy są często przetworzone artystycznie. O ile typowy afisz, jako druk czysto informacyjny, jest zazwyczaj jedynie rodzajem rzemiosła, to forma plakatu jest również jedną z dziedzin sztuki. Do druku plakatów służy produkowany wyłącznie w tym celu papier plakatowy” (wikipedia).

W interesującym nas kontekście, kiedy typowymi i najczęstszymi wytworami drukarni podziemnych czy solidarnościowych były właśnie druki ulotne, plakat należy odróżnić od innych podobnych mu akcydensów, a są to:

a) *broszura* ‘cienka książka w miękkiej okładce’ (ISJP: 1: 127); *Broszura* (fr. *brochure*) ‘nieperiodyczny druk w postaci kodeksu o objętości wg norm UNESCO od 4 do 48 stron, wydawany w celach edukacyjnych, promocyjnych, propagandowych, reklamowych itp.’ (STM 2006: 21)

b) *ulotka* ‘kartka papieru z krótkim tekstem, zwykle o treści politycznej lub reklamowej’ (ISJP 2: 907); *ulotka* ‘niewielki, nieperiodyczny druk reklamy lub propagandowy’ (STM 2006: 226); ‘druk służący celom propagandowym i informacyjnym, przeznaczonym do szybkiego rozpowszechniania, o niewielkiej objętości, zazwyczaj w formie kartki, lub rozkładanej broszurki nie przekraczającej 4 stron. Najczęstszym sposobem kolportażu ulotek jest ich wykładanie w miejscach publicznych, (poczekalniach, sklepach, na klatkach schodowych), czy też rozdawanie na ulicach. Stanowią tańszą alternatywę dla plakatu i broszury. Ulotki były ważnym elementem walki z władzą w PRL. Służyły do rozpowszechniania informacji o zbliżających się demonstracjach, audycjach Radia Solidarność i innych ważnych wydarzeniach. Nazwa ulotki wzięła się prawdopodobnie od jej nietrwałości – „ulotności”, gdyż zazwyczaj

czas istnienia ulotki jest krótki. Ulotki gromadzone w bibliotekach i archiwach w celach poznawczych zwane są „drukami ulotnymi” (wikipedia).

c) *obwieszczenie* ‘urzędowy komunikat wydrukowany zwykle w formie afisza i umieszczony w miejscach publicznych’ (ISJP 1: 1083); ‘jest to podanie do publicznej wiadomości przez organ państwowy faktu dokonania określonej czynności lub ogłoszenia aktu prawnego; informacja pełniąca rolę zawiadomienia, komunikatu, pouczenia, powiadomienia o czymś określonej liczby osób. Nie jest to informacja stanowiąca odpowiedź na konkretne pytanie, lecz o podjęciu decyzji w sprawach dotyczących danej grupy adresatów decyzji. Może ona określać zarówno prawa, jak i obowiązki (czy też jedno i drugie zarazem) tej grupy. Obwieszczenia z reguły dotyczą spraw lokalnych. Przykładowo, władze wojewódzkie mają obowiązek ogłaszać w obwieszczeniach wprowadzane przepisy porządkowe’ (<http://www.gazetaprawna.pl/encyklopedia/prawo/hasla/334631,obwieszczenie.html>).

d) *komunikat* ‘krótka oficjalna informacja podana do wiadomości publicznej. Także tekst zawierający taką informację’ (ISJP 1: 658);

e) *ogłoszenie/anons* ‘tekst, który zawiadamia o czymś, zachęca do czegoś lub odradza coś. Ogłoszenia zazwyczaj zamieszcza się w prasie lub wywiesza albo przykleja na specjalnych tablicach i słupach’ (ISJP 1: 1142); ‘krótka forma wypowiedzi, w której autor ogłasza coś odbiorcy. W ogłoszeniu treść powinna być maksymalnie streszczona, przy czym zawarte powinny być wszelkie niezbędne informacje’ (wikipedia).

O ile odróżnienie *plakatu* od *broszury* lub *obwieszczenia* nie następuje żadnych trudności, o tyle ten sam zabieg w przypadku *plakatu* i *ulotki* (też *komunikatu*, *anonsu*) wymaga doprecyzowania. Jeśli weźmiemy pod uwagę kryteria formalne i zawartość tematyczną porównywanych druków/wytworów, okaże się, że ostateczną podstawą rozróżnienia jest to, że ulotka może funkcjonować jako druk dwustronny, plakat natomiast wyłącznie jednostronny. Z tego względu za plakat można uznać wszelkie ogłoszenia czy zawiadomienia, pełniące funkcje zaproszeń i informacji, takie same jak afisz filmowy czy teatralny, mówimy wtedy o *plakacie-anonsie*, *plakacie-zaproszeniu* itd., o ile stanowi on pewną zamierzoną całość i zawiera elementy antyreżimowe.

2. Materiał

Analizie zostały poddane plakaty zgromadzone w Fondation Archivum Helveto-Polonicum we Fryburgu¹. Należą one do sporego zbioru materiałów

¹ Fondation Archivum Helveto-Polonicum, Fryburg, Szwajcaria: www.fondationahp.ch.

dotyczących działalności podziemnej w okresie PRL. Udostępnionych do badań zostało 198 wytworów określanych mianem *plakat* w formatach A3 (27), A4 (130) i A5 (41). Plakaty o formacie A2 lub większe stanowiły minimum w zbiorach, a w wyróżnionym poniżej (p. 3) przedziale czasowym nie występują². Już ich pobieżny przegląd pozwolił na postawienie pytania z zakresu genologii: czy zasadne byłoby wyodrębnienie wśród plakatów, które są w zasadzie przekazem artystycznym i graficznym, grupy specyficznej, wyróżniającej się ze względu na czas powstawania, funkcję społeczną, szczególny rodzaj przekazu graficzno-językowego itp.

3. Ramy czasowe wybranego materiału

Ową specyfikę wyznaczać mogą ramy czasowe prezentowanych plakatów, którymi są z jednej strony wprowadzenie stanu wojennego w grudniu 1981 roku, z drugiej rok 1988, ustalający cezurę sztuczną, ale uzasadnioną po wyłączeniu plakatów (przed)wyborczych, które stanowią odrębną grupę, zresztą już analizowaną³. Tak więc plakaty omawiane tutaj sięgają do roku 1989, kiedy to odbyły się w Polsce pierwsze wolne wybory.

II. Część analityczna

1. Co to jest *plakat antyreżimowy*?

W przeanalizowanym materiale można wskazać wszystkie typy plakatu, tzn. zarówno w rozumieniu wytworu artystycznego, jak i afiszy czy posterów. Przyjęto natomiast dla tego zjawiska, wyodrębnionego w wyżej określonej cezurze czasowej, nazwę *plakat antyreżimowy*. Jest to tylko propozycja, można by szukać jakiejś innej adekwatnej nominacji, np. *plakat polityczny*, choć ta nazwa nie wydaje się najbardziej pojemna, gdyż plakat nie

² W zbiorach Fondation AHP plakaty w formacie A2 lub większe pochodzą z lat 1980–1981 (zaledwie kilka druków), licznie natomiast z lat następujących po 1989 roku (w większości są to plakaty wyborcze).

³ K. Ożóg, 2004, *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Rzeszów, s. 14 i 15: „Dlatego też przedmiotem mojej analizy były teksty wyborcze w całej ich różnorodności treściowej, funkcyjnej i formalnym (gatunkowym) bogactwie. Niżej wymienię znajdujące się w moim korpusie poszczególne typy tekstów, krótko ukazując ich specyfikę [...] **Afisze wyborcze**, zwłaszcza zamieszczane na billboardach charakteryzuje niewiele tekstu przy wyeksponowaniu fotografii i odpowiedniego tła. Tekstem najczęściej pojawiającym się jest slogan wyborczy oraz nazwisko i imię kandydata czy nazwa partii”.

zawsze miał wymiar wyłącznie polityczny. Nazwa *plakat antyreżimowy* zdaje się uwzględniać wielość obszarów działalności opozycyjnej: podziemnej, solidarnościowej, niepodległościowej, politycznej. Nazwa ta ma w zamierzeniu autorki wskazywać na kategorię ogólną, uszczegóławianą na drodze analizy.

2. Prezentacja plakatów⁴

Podziału plakatów można dokonać ze względu na kryteria formalne, np. biorąc pod uwagę ich wygląd, format i formę oraz ze względu na temat/treść.

2.1. Podział ogólny:

- a) plakat – grafika (np. rysunek, symbol, logo, portret)



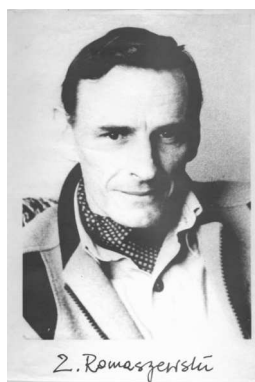
AHP SOLPL82-88A4_049



AHP SOLPL82-88A3_026



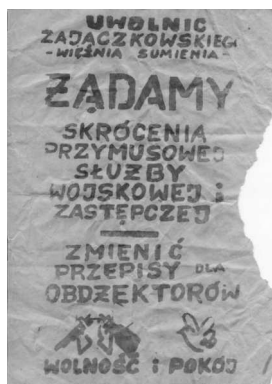
AHP SOLPL82-88A4_064



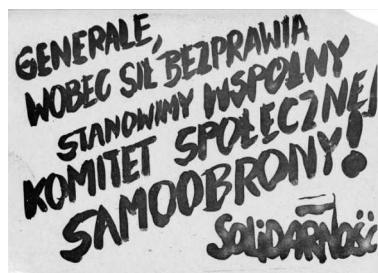
AHP SOLPL82-88A3_020

⁴ Numeracja plakatów za: Fondation AHP (kwalifikacja druku/wytworu, lata wydania, nr ewidencyjny). W niniejszej publikacji plakaty są prezentowane wyłącznie w wersji czarno-białej.

b) plakat – tekst



AHP SOLPL82-88A4.095



AHP SOLPL82-88A4.071

c) plakat – komiks



AHP SOLPL82-88A3.027

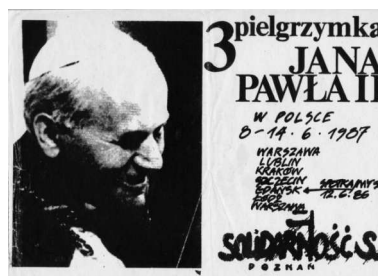


AHP SOLPL82-88A4.023

d) plakat hybrydowy



AHP SOLPL82-88A4.123



AHP SOLPL82-88A4.073

2.2. Podział szczegółowy:

2.2.1. *Plakaty opozycyjne wobec władzy* (polityczne, antykomunistyczne, antysowieckie). Mają charakter prześmiewczy i satyryczny. Niosą ze sobą dużą dawkę ekspresji, posiadają funkcję perswazyjną, podkreślają różnicę między „my” i „oni”. Ważnymi słowami-kluczami są tu: specyficzny rozkaznik „precz”, „wojna” (wojna z narodem) oraz „bojkot”. Przykłady:

precz z sowiecką okupacją (inna, łagodniejsza forma tej samej intencji: *Sowieci do domu*)



AHP SOLPL82-88A4_098



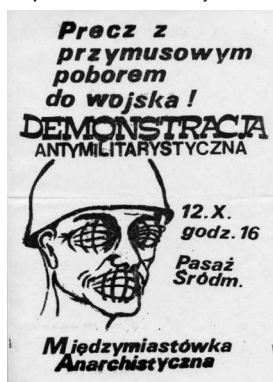
AHP SOLPL82-88A4_099

precz z komuną



AHP SOLPL82-88A4_100

ale też: *precz z przymusowym poborem do wojska*



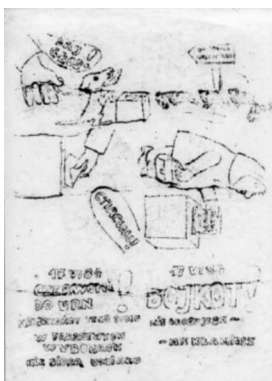
AHP SOLPL82-88A4.091

wojna (wojna z narodem)



AHP SOLPL82-88A4.126

bojkot (np. bojkot wyborów 17.06.1984)⁵



AHP SOLPL82-88A4.014

⁵ Wybory do rad narodowych w PRL przeprowadzone 17 czerwca 1984 r. na podstawie uchwały Rady Państwa z 16 lutego 1984 r. Wybierano radnych do wojewódzkich rad narodowych i rad narodowych stopnia podstawowego (wikipedia).

plakaty skierowane przeciw reżimowi, a także przeciw oprawcom i osobom związanym/kojarzonym z tym reżimem:

– gen. W. Jaruzelski:

list gończy



AHP SOLPL82-88A4.104

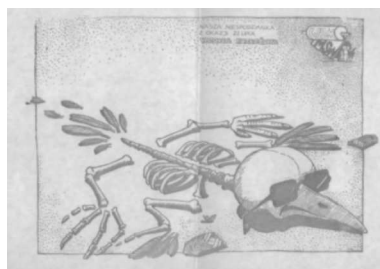


AHP SOLPL82-88A3.007

sztyderstwo z WRON (w tym przeciwstawienie wrona – orzeł):



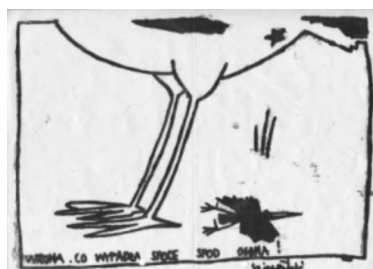
AHP SOLPL82-88A4.032



AHP SOLPL82-88A3.015



AHP SOLPL82-88A4.068



AHP SOLPL82-88A4.079

inne



AHP SOLPL82-88A4.110



AHP SOLPL82-88A4.026

– J. Urban



AHP SOLPL82-88A5.016



AHP SOLPL82-88A4.005

Hasła *à rebour* – plakat ujawnia podtekst odsyłający do ówczesnej rzeczywistości, posiłkując się przewrotnym zastosowaniem frazy. Przykłady:
Festiwal piosenki żołnierskiej Kołobrzeg 88



AHP SOLPL82-88A4.004

Dbaj o porządek w miejscu pracy

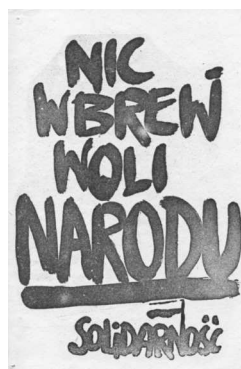
AHP SOLPL82-88A4_076

2.2.2. *Plakaty solidarnościowe*⁶, które mają również charakter opozycyjny, ale dotyczą samego ruchu, są sygnowane przez Solidarność, związane z osobami działaczy, a także z internowanymi, prześladowanymi i więzionymi. Można tu wyróżnić plakaty:

wzywające do odpowiedzialności i jedności pod znakiem Solidarności

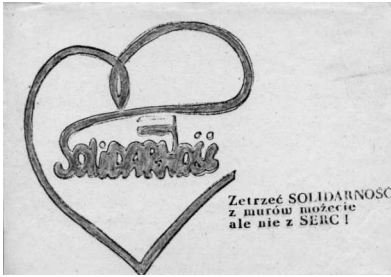


AHP SOLPL82-88A5_008

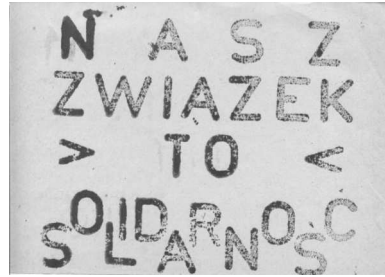


AHP SOLPL82-88A5_036

⁶ Uwagi o języku i aksjologii dotyczące kampanii wyborczych od 1989 roku, w której aktywny udział brała Solidarność, są analogiczne do wniosków wyciągniętych z analizy plakatów w całym okresie od stanu wojennego do pierwszych wolnych wyborów. Można by rzec, że materiały przedwyborcze są niejako przedłużeniem wcześniejszej działalności, nie tylko zresztą zarejestrowanej oficjalnie Solidarność, ale różnych grup i organizacji podziemnych. Por.: Ożóg 2004: 68–69: „Dla badacza kampanii wyborczych sytuacja przed wyborami z 4 czerwca 1989 roku jest jedyna, niepowtarzalna. [...] Na pierwszym miejscu należy wymienić **walor nowości** [...]. **Walor patriotyzmu** – Solidarność reprezentowała w tej kampanii rzeczywiste umiłowanie Polski, jej tradycji. Dwa najczęściej pojawiające się wyrazy to właśnie Polska i Solidarność. **Walor nowego języka** – Solidarność używała zupełnie innego języka aniżeli skostniała nowomowa, był to język wolności, autentycznych wartości i troski o Polskę”.

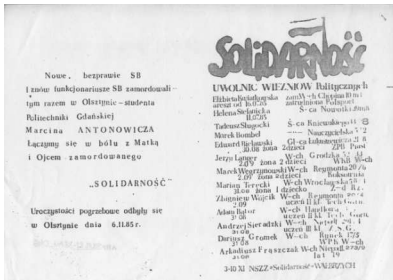


AHP SOLPL82-88A5_039



AHP SOLPL82-88A5_040

wzywające do uwolnienia więźniów politycznych



AHP SOLPL82-88A4_046

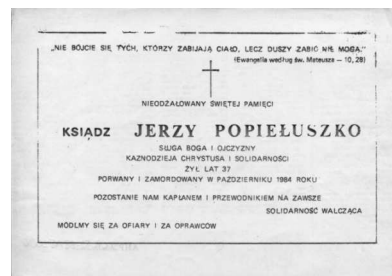


AHP SOLPL82-88A5_029

klepsydry

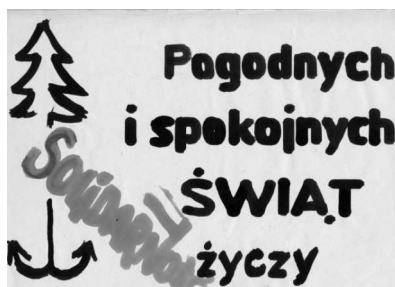


AHP SOLPL82-88A4_084



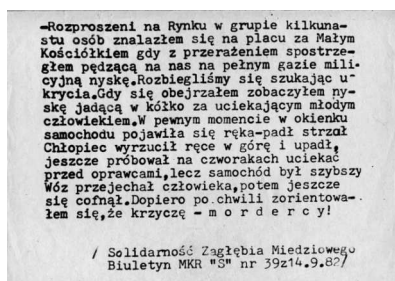
AHP SOLPL82-88A5_007

życzenia świąteczne



AHP SOLPL82-88A4_069

cytaty (wyminki z innych pism, przedrukowywane w formie plakatowej, np. świadectwo – wyciąg z biuletynu solidarnościowego)

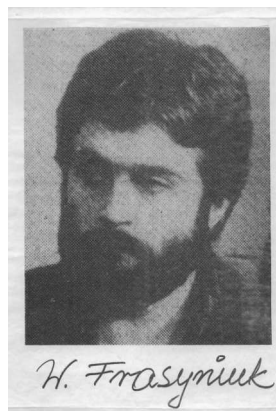


AHP SOLPL82-88A4_061

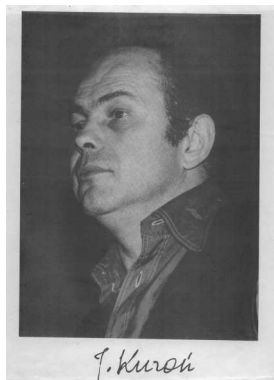
postery



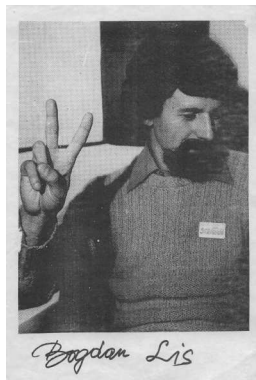
AHP SOLPL82-88A3_021



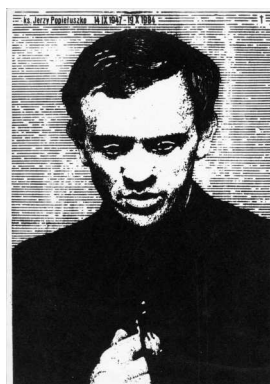
AHP SOLPL82-88A3_023



AHP SOLPL82-88A3_019



AHP SOLPL82-88A3_022



AHP SOLPL82-88A4_052

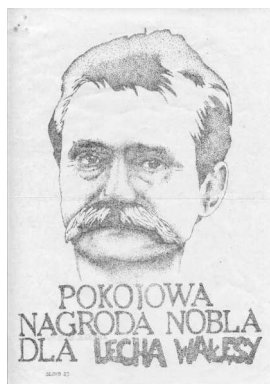


AHP SOLPL82-88A4_065

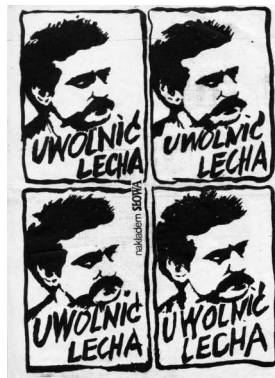
– Lech Wałęsa:



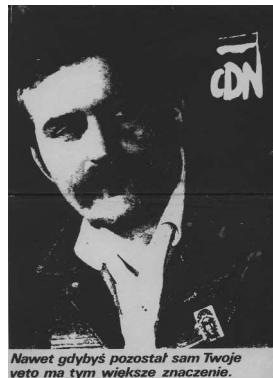
AHP SOLPL82-88A4_059



AHP SOLPL82-88A4_058



AHP SOLPL82-88A4.060



AHP SOLPL82-88A3.014

plakaty zwiastujące zwycięstwo Solidarności



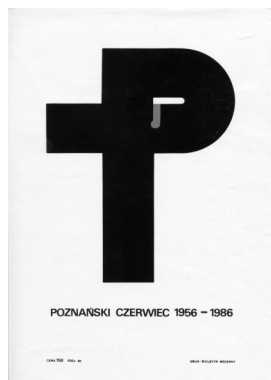
AHP SOLPL82-88A4.107



AHP SOLPL82-88A5.030

plakaty rocznicowe:

– przelanie krwi



AHP SOLPL82-88A4.040



AHP SOLPL82-88A5.023

- polegli z rąk władzy ludowej



AHP SOLPL82-88A3_018



AHP SOLPL82-88A4_077

- powstanie Solidarności i upamiętniające porozumienie sierpniowe



AHP SOLPL82-88A3_012



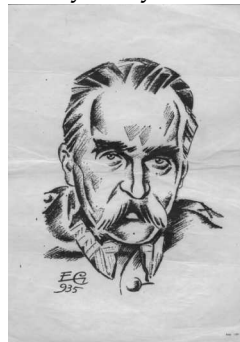
AHP SOLPL82-88A4_072

2.2.3. *Plakaty niepodległościowe.* Upamiętniają święta narodowe, odwołują się do świadomości historycznej Polaków, wzywają do udziału w manifestacjach z okazji świąt narodowych. Te plakaty stanowią najmniej liczną grupę.

Wyznacznikiem tekstowym jest data, graficznym – symbole narodowe, często też portret, np. marszałka J. Piłsudskiego. Przykłady:



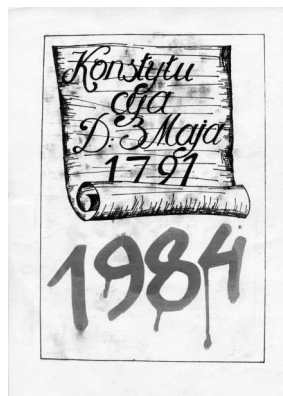
AHP SOLPL82-88A3_003



AHP SOLPL82-88A4_053



AHP SOLPL82-88A4.120



AHP SOLPL82-88A4.027

2.2.4. *Plakaty społeczne.* Jest to najbardziej zróżnicowana grupa, można zakwalifikować do niej afisze, komunikaty, ogłoszenia, zawiadomienia, obwieszczenia, odezwy, zaproszenia i informacje. Cechą wspólną tych plakatów jest opozycyjna treść i fakt, że były one rozlepiane w miejscach publicznych. Były to na przykład informacje o obchodach rocznicowych, zawiadomienia o wydarzeniach, protestach, happeningach, demonstracjach, wystawach lub mszach. Przykłady:

głos w sprawie referendum (1987)



AHP SOLPL82-88A4.089

⁷ Referendum zostało przeprowadzone 29 listopada 1987 na mocy Ustawy o konsultacjach społecznych i referendach przyjętej pół roku wcześniej. Było jednym z elementów ogólnonarodowej dyskusji na temat drugiego etapu reformy. Pierwotnie referendum miało dotyczyć konkretnych zmian ustrojowych, w tym zwłaszcza powołania urzędu prezydenta (chodziło o umocnienie pozycji gen. W. Jaruzelskiego). Zamiast tego zadano społeczeństwu następujące pytania:

bojkot religii (sygnowane przez Ruch WiP⁸)

AHP SOLPL82-88A4.094

1. Czy jesteś za pełną realizacją przedstawionego Sejmowi programu radykalnego uzdrowienia gospodarki, zmierzającego do wyraźnego poprawienia warunków życia, wiedząc, że wymaga to przejścia przez trudny dwu-trzyletni okres szybkich zmian?
2. Czy opowiadasz się za polskim modelem głębokiej demokratyzacji życia politycznego, której celem jest umocnienie samorządności, rozszerzenie praw obywateli i zwiększenie ich uczestnictwa w rządzeniu krajem?

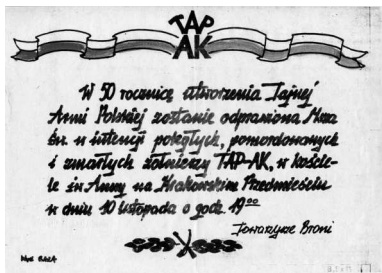
Według oficjalnych danych w referendum wzięło udział 67,3% uprawnionych i była to najniższa frekwencja w historii PRL. Na pierwsze pytanie „tak” odpowiedziało 66,04% głosujących, a na drugie – 69,03%. Ustawa o referendum wprowadzała wymóg uzyskania ponad 50%, ale nie spośród głosujących, tylko ze wszystkich osób uprawnionych do głosowania. Powyższe wyniki należy zatem odnieść do ogółu uprawnionych i po takim przeliczeniu okazało się, że na pierwsze pytanie „tak” odpowiedziało 44,28% uprawnionych, a na drugie – 46,29%. Oznacza to, że referendum nie było wiążące (wikipedia).

⁸ Przykład sprzeciwu wobec innych form reżimowych, jak na przykład indoktrynacja. Wśród analizowanych plakatów właśnie te podpisane przez Ruch WiP reprezentują opcję opozycji nie wobec władzy, ale wobec pewnych zjawisk społecznych.

„Ruch «Wolność i Pokój» (WiP) – polskie pacyfistyczne, opozycyjne wobec władz komunistycznych ugrupowanie społeczno-polityczne działające w latach 1985–1992. Ruch przeprowadził liczne akcje propagandowe i protestacyjne i liczył w szczytowym okresie rozwoju kilkuset członków” (wikipedia).

„Ruch «Wolność i Pokój» powstał jako wyraz przekonania, że cele stawiane sobie dotąd przez istniejące instytucje i organizacje niezależne nie obejmują wielu zjawisk, wobec których nie powinni zostać obojętni ludzie dobrej woli. Słuszna jest walka o prawa obywatelskie, wolność słowa, druku, zgromadzeń, swobodę zrzeszeń. Słuszne są, prowadzone przez związki zawodowe działania, które mają na celu obronę pracowników przed wyzyskiem i niesprawiedliwością. Godna szacunku jest postawa Kościoła katolickiego, który jest rzecznikiem aspiracji narodowych i uniwersalnych wartości moralnych pełniąc tę rolę z godnością instytucji o najwyższym autorytecie społecznym. Niezbýwalną częścią walki o prawa ludzkie jest domaganie się wolności religijnej, inicjatyw społecznych i kulturalnych związanych z kościołem. Ruch «Wolność i Pokój» uważa wszelkie dążenia do niezależności narodowej za uprawnione. Ucisk narodowy jest złem, którego wyeliminowanie prowadzi do zdobycia wolności przez narody i pokoju między nimi [...]” (<http://www.ruchwip.org/>).

inne:



AHP SOLPL82-88A4.025



AHP SOLPL82-88A3.025



AHP SOLPL82-88A3.005



AHP SOLPL82-88A4.006



AHP SOLPL82-88A4.021



AHP SOLPL82-88A5.011

3. Uwagi językowe

Plakaty – stanowiące w dużej mierze przekaz graficzny – na poziomie językowym dają możliwość analizy „oszczędnej”, chyba że będzie się mówiło o konkretnych gatunkach tekstowych realizowanych na plakacie lub utożsamionych z plakatem (jak wspomniane wcześniej np. *plakaty-ogłoszenia*, *plakaty-ulotki* czy wiele z form lokujących się w grupie *plakaty społeczne*). Pomijając kwestie genologiczne, które wymagałyby osobnego potraktowania, skoncentrować się można na tych językowych przejawach tekstowych, które konstytuują *plakat antyreżimowy* jako odrębny byt i dookreślają jego „anty-reżimowość”.

3.1. Autoprezentacja nadawcy. Ważnym elementem plakatu jest nadawca. Może on być bezpośredni lub sugerowany/ukryty/domyślny. Nadawca bezpośredni jest podpisany, nadawcę domyślnego rozpoznaje się na podstawie odwołań antyreżimowych (treści plakatu). Przykłady:

Nazwa ruchu, np. *Solidarność*, *Solidarność Walcząca*, *CDN*, *Ruch WiP*. Warto zwrócić tu uwagę na grę z samą nazwą *Solidarność*, która – ulegając przemianowaniu – podkreśla opozycyjność i sprzeciw wobec reżimowej władzy: *Solidarność – Totalitarność*:



AHP SOLPL82-88A4.037

3.2. Struktury językowo-graficzne. Odwoływały się one do konkretnych sytuacji, obchodzonej rocznicy, komentowały na bieżąco wydarzenia, nie tylko nie skrywając osądów, ale wręcz potęgując emocjonalny ładunek wartościujący. Przykłady:

a) struktury powtarzalne, jak: *precz z...*, *bojkot*, *wojna*.

b) teksty ujawniające absurd kontekstowo-sytuacyjny, np. *Proszę się rozejść* nawiązujące do demonstrantów, ale skierowane do pary młodej:



AHP SOLPL82-88A4.031

c) słownictwo, czy też – szerzej – teksty wartościujące lub odwołujące się do wspólnych wartości. Sygnalizują one bardzo wyraźny podział na „my” i „oni”, co sugeruje zrozumienie się grupy co do tych samych wyznawanych poglądów i wartości, a jednocześnie co do tych samych negowanych antywartości. Przykłady:

- „pro” – *Solidarność zwycięży, nasz związek to Solidarność, niepodległość, Reduta wiary, prawdy i Solidarności – Kościół św. Stanisława Kostki w Warszawie;*
- „anty” – *„totalitarność”, precz z..., wojna z narodem, uwolnić więźniów politycznych, pałką od nowa, pokochaj władzę, bo jak nie to...*

III. Podsumowanie

Cechą wspólną plakatów w warstwie kontekstowej (czas powstania, sytuacja polityczno-społeczna) i tematycznej jest ich wymiar antyreżimowy, przy jednoczesnym odwołaniu do wartości prezentowanych przez podziemie, Solidarność, „my opozycyjne”. Biorąc pod uwagę to kryterium, za plakat/afisz antyreżimowy można by uznać: *wyrób/przekaz pisemny jednostronny (druk lub tekst odręczny) o różnych formatach (najczęściej mniejszych niż A2), służący do rozklejania w miejscach publicznych, o treści lub/i grafice antyreżimowej (opozycyjnej, niepodległościowej). W odróżnieniu od plakatu artystycznego może mieć wartość wyłącznie informacyjną. Małe formaty tych plakatów mają związek z możliwościami podziemnych drukarni. Dodatkowym kryterium uznawania danego przekazu za plakat antyreżimowy powinno być też przewidywanie represyjnych konsekwencji jego tworzenia i rozpowszechniania.*

Obecnie mają niewątpliwie wartość poznawczą, informacyjną, kulturową i historyczną, dokumentującą czasy reżimu w Polsce.

Krzysztof Dydo napisał o plakatach filmowych (Plakaty 2001: 1): „Nigdy nie wyzwoliłem się spod działania tej magii. Tworzenie plakatów jest bowiem magią, jest zaklinaniem odbiorcy, przyciąganiem jego uwagi, zahipnotyzowaniem, skłonieniem do działania, bez nachalnej perswazji racjonalnych wywodów, jest pobudzeniem wewnętrznego, nieświadomianego impulsu. Kto tego potrafi dokonać, tworzy sztukę, sztukę przez duże «S». Można się chyba czuć uprawnionym do tego, żeby – nieco przewrotnie – potraktować to duże „S” także jako Solidarność.



AHP SOLPL82-88A4_125

Literatura

- Inny słownik języka polskiego*, 2000, red. M. Bańko, t. 1–2, Warszawa [skrót: ISJP].
 Ożóg K., 2004, *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Rzeszów.
Polska genologia lingwistyczna, 2008, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa.
Plakaty / Posters. Współczesne plakaty polskie / Contemporery Polish Posters, BOSZ, Olsztyn 2001.
Słownik języka polskiego, 1978, red. M. Szymczak, t. 1–3, Warszawa [skrót: SJP].
Słownik terminologii medialnej, 2006, red. W. Pisarek, Kraków [skrót: STM].
Słownik wyrazów obcych, 2002, red. E. Sobol, Warszawa [skrót: SWO].

Anti-regime posters in Poland 1982–1988

Summary

My aim in this article is to present and analyze the posters created in Poland in the years 1982–1988, i.e. in the period starting with the imposition of martial law and up to 1989, which marked the end of the communist regime. Unlike other kinds of scattered and occasional printed materials, the posters were one of the manifestations of opposition to the extant regime. In my analysis I will concentrate

on genological and linguistic issues the results of which are the description of posters as linguistic-graphic communication and a proposal to define the term 'anti-regime poster' as well as to determine the limits of its usage. In the article I underscore the specific particularity of the phenomenon with regard to the period in which it arose, its social function, and the role it played in building public opinion.

Key words: poster, linguistic genology, anti-regime attitudes, Solidarity, underground activity

Słowa-klucze: plakat, genologia lingwistyczna, antyreżimowość, Solidarność, działalność podziemna