

Polnische Filmplakate aus transnationaler Sicht. Die Wurzeln der „Polnischen Schule der Plakatkunst“ in den 1950er Jahren

Jeannine Harder

ABSTRACT

Polish Film Posters from a Transnational Perspective. The Roots of the „Polish School of Poster“ in the 1950s.

Through the example of post-war film posters, the article reveals how the reception of Polish poster art in non-socialist countries influenced, to some degree, the strategies of Polish foreign cultural policy and vice versa in the 1950s. Breaking with a nationally-oriented research tradition for poster art, the so called „Polish School of Poster Art“ shall be understood as a transnational phenomenon, generated in the realm of (foreign) cultural politics and international graphic design and advertising. Regarding the production and reception of film posters of the „Polish School...“ as an „histoire croisée“, the article analyses this visual material in the context of an international discourse on cinema advertising in the 1950s. At the same time, the Polish poster art is examined as a political instrument in shaping foreign relations with non-socialist countries.

Wenn für Plakatgestaltungen aus Polen, besonders für solche aus den 1950er und 1960er Jahren die Bezeichnung „Polnische Schule der Plakatkunst“ fällt, so sind unter den Beispielen, die diesen abstrakten Begriff illustrativ mit Leben füllen sollen, an erster Stelle Plakate für Film und Theater zu finden. Aber wie kam es dazu, dass gerade die relativ kleine Nische der Filmplakate eine ganze als solche bezeichnete nationale Schule der Plakatgestaltung am besten verkörpern soll?¹ Wozu entstanden Filmplakate in Polen in den späten 1940er und den 1950er Jahren überhaupt? Denn Kinos konnten sich zu dieser

1 Plakate von explizit politischer Thematik erscheinen unter der Bezeichnung „Polnische Schule“ entscheidend seltener, obwohl sie ebenfalls ein wichtiges Betätigungsfeld polnischer Grafiker waren und in ihrer Auflagenstärke Filmplakate um das Drei- bis Fünfzehnfache übertrafen.

Zeit, als noch in wenigen Haushalten ein Fernseher vorhanden war und ein Kinobesuch eine kostengünstige Abwechslung zum Alltag war, zahlreichen Publikums sicher sein. Bei alleiniger Betrachtung der Entwicklung der Plakatgrafik im sozialistischen Nachkriegspolen kommt man zu dem Schluss, dass die künstlerisch stilistisch vielfältige und freie Gestaltung der Filmplakate, die ihre herausragende Stellung begründen, nur als ein Phänomen zu fassen ist, welches sich mit Klischees zur uniformen sozialistisch realistischen Kunst des Ostblocks nicht vereinbaren lässt. Die Sonderrolle des (Film-)Plakats als gelebten „Freiraum“ im sozialistischen Kulturschaffen betonen alle Publikationen zur polnischen Plakatkunst, die sich von nationaler Warte aus der Thematik nähern.² International vergleichende oder transnationale Betrachtungen zu Plakatgrafik finden sich in der Forschung nur vereinzelt.³ Wie jedoch gerade eine erweiterte Betrachtungsebene zu einem neuen Verständnis polnischer Plakatkunst als eines bevorzugten Mediums für internationale kulturpolitische Kontakte im Ost-West-Konflikt beiträgt, führt dieser Artikel mit einem verflechtungshistorischen Ansatz am Beispiel international rezipierter Filmplakate vor Augen.

Schon wenige Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs fanden polnische Plakate in internationalen Fachkreisen große Beachtung. Initiales Moment war die Internationale Plakatausstellung im Sommer 1948, für die die Berufsvereinigung der Bildenden Künstler Österreichs über 1000 aktuelle Plakate aus neunzehn Ländern nach Wien holte.⁴ Polnische Plakate errangen hier 22 erste Preise, darunter insgesamt zwölf für die jungen Plakatgrafiker Eryk Lipiński und Henryk Tomaszewski. Über den Erfolg in Wien wurden auf polnischer Seite auch hohe offizielle Stellen benachrichtigt.⁵ Die prämierten Plakate warben größtenteils für internationale Filme aus England, Frankreich, der Sowjetunion und den USA und waren im Auftrag des staatlichen Filmverleihs *Film Polski* 1947/48 entstanden. An den polnischen Filmplakaten wurde in österreichischen Berichten ihre moderne Formensprache gelobt.⁶ Besonders Tomaszewskis Entwürfe knüpften in Perspektive und Bildausschnitt an Beispiele früher sowjetischer Filmplakate der 1920er Jahre an. Bald nach der Wiener Ausstellung waren polnische Plakate in bekannten Zeitschriften für Gebrauchsgrafik zu sehen wie in den Schweizer Publikationen *Graphis* und *International Poster Annual*, sowie in den englischen Magazinen *Art and Industry* und *Modern Publicity*. Polnische Plakatkunst, allen voran die Filmplakate, hatten so noch vor

2 Eine gute Übersicht über wichtige Monografien, Ausstellungskataloge und Artikel findet sich in M. Knorowski (Hrsg.), *Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie*, Warschau 1996, S. 238-240.

3 J. Aulich / M. Sylvestrová, *Political Posters in Central and Eastern Europe 1945–1995. Signs of the Times*, Manchester 1999. D. Crowley, *Building the World Anew. Design in Stalinist and Post-Stalinist Poland*, in: *Journal of Design History*, 7 (1994) 3, 194. D. Crowley, Rezension von Henryk Tomaszewski. *Affiches tekeningen*. Stedelijk Museum, Amsterdam. 20.04. – 09.06.1991, in: *Journal of Design History*, 4 (1991) 4, S. 259-261.

4 Ausstellungskatalog Internationale Plakatausstellung, Wien 1948.

5 Schreiben vom Ministerstwo Spraw Zagranicznych an das Ministerstwo Kultury i Sztuki, Biuro Współpracy Kulturalnej z Zagranicą mit Nennung aller Preisträger und Anzahl der Auszeichnungen vom 14. Oktober 1948. AAN, Ministerstwo Kultury i Sztuki / Biuro Współpracy Kulturalnej z Zagranicą, 366/12, 54, unpaginiert.

6 O. P., Plakate sprechen zu uns, in: *Arbeiter-Zeitung*, Nr. 197, 24.08.1948, 5. Auch online verfügbar unter: http://www.arbeiter-zeitung.at/cgi-bin/archiv/flash.pl?seite=19480824_A05;html=1 (letzter Zugriff am 18.10.2014).

der Gleichschaltung des Parteiensystems in Polen im Dezember 1948 und damit noch zu Zeiten gemäßigter sowjetischer Einflussnahme auf das polnische Kulturleben den Sprung auf die internationale Bühne geschafft. Im Kulturleben hatten polnische Plakatgestalter eine bessere Position inne als ihre Kollegen in den nicht-sozialistischen Ländern. Da die sozialistische Kunsttheorie nicht wertend zwischen hoher Kunst und angewandter Kunst unterscheidet, war jedes Plakat ein Kunstwerk, gleichrangig zu einem Gemälde oder anderen Werken der bildenden Künste aus dem klassischen Kanon⁷. Als institutionelle Statusbestätigung entstand 1952 an der Warschauer *Akademia Sztuk Pięknych* eine reine Plakatklasse unter der Leitung von Henryk Tomaszewski.

Trotz der stark zunehmenden Behinderungen eines kulturellen Austausches zwischen den Blöcken und der Forcierung des Sozialistischen Realismus stalinistischer Prägung als Gestaltungskonvention verschwand polnische Plakatkunst vorrangig dank der Bemühungen von Gebrauchsgrafikern aus verschiedenen Ländern nie gänzlich aus der internationalen Wahrnehmung. Anhand der Anzahl von Zeitschriftenartikeln und Ausstellungen lässt sich sogar die Aussage vertreten, dass das Interesse an polnischen Plakaten nach 1948 zunächst stärker im Ausland als in Polen selbst war. Jahrelang war Plakatkunst in den sozialistischen Ländern zwar offiziell als Kunst anerkannt, es fand jedoch keine theoretische Auseinandersetzung zur genaueren Bestimmung ihrer Charakteristika statt. Erst 1952, fast drei Jahre später als die Theoriedebatten für viele andere Kunstgattungen, erreichte eine in der Sowjetunion ihren Ausgang nehmende Debatte⁸ zur Funktion und Form von Plakaten im Sozialismus die Volksrepublik Polen. Die Theorie behandelte aber praktisch ausschließlich politische Plakate, denen für die Propagierung des sozialistischen Systems die größere Bedeutung zugeschrieben wurde. Im Hinblick auf Filmplakate ist es wichtig zu betonen, dass diese weiterhin nicht in der Diskussion auftauchten, sie somit ein blinder Fleck der sozialistischen Kunstwissenschaft blieben. Höhepunkt der innerpolnischen Beschäftigung mit Plakatkunst war die 1953 durchgeführte Erste Gesamtpolnische Plakatausstellung in Warschau, zu der begleitend vom 26. bis 27. Mai eine Konferenz stattfand. An dieser nahmen neben polnischen Künstlern aus dem Künstlerverband *Związek Polskich Artystów Plastycznych* (ZPAP) auch ausländische Delegierte aus der DDR, der Tschechoslowakei und Ungarn teil, außerdem Vertreter von *Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne* (WAG) [Künstlerisch Grafischer Verlag], des Amtes für Propaganda, des Filmverleihs *Film Polski* und weiterer Institutionen.⁹ Dass stillschweigend ein relativ großer gestalterischer Freiraum im Bereich des Filmplakats

7 Vgl. zu den Grundlagen der sozialistischen Plakattheorie und der offiziellen Einordnung von Plakatkunst in den Künsten J. Kamps, *Plakat* (Grundlagen der Medienkommunikation, Bd. 5), Tübingen 1999, S. 51f.

8 1951 fand in der Sowjetunion eine gesonderte Tagung zur Plakatkunst statt. Das Hauptreferat von Viktor Kementov sowie Diskussionsbeiträge dieser vom Komitee für Kunstangelegenheiten beim Ministerrat, der Akademie der Künste und dem Organisationskomitee des Verbandes Bildender Künstler organisierten Tagung erschienen zuerst ab Mitte 1951 bis Anfang 1952 in der sowjetischen Kunstzeitschrift *Iskusstvo* und später dann in Übersetzung auch in anderen sozialistischen Ländern.

9 Die Diskussionen wurden mit weiteren Artikeln zum Plakat schließlich 1953 in einem Sammelband veröffentlicht. *O Plakacie. Zbiór materiałów z narad i dyskusji oraz artykułów poświęconych aktualnym problemom plakatu politycznego*, [Warszawa 1953].

auch noch zu dieser Zeit, die als entscheidende Phase der Stalinisierung Polens zu bewerten ist,¹⁰ gegeben war, belegt ein Zitat der Vertreterin des Filmverleihs *Film Polski* Anna Prawinowa auf der Tagung, in dem sie den wenig durch Zensur bestimmten Umgang mit Plakatentwürfen dreier bekannter Künstler beschrieb: „[...] Es scheint uns ferner, dass es für uns schwieriger wäre, Tomaszewski, Fangor oder Lenica bei der Gestaltung eines hervorragenden Plakats zu helfen und hingegen einfacher, andere Kollegen davon zu überzeugen, dass ihr Plakat ungenügend und nicht gut ist.“¹¹ Des Weiteren war die Rede davon, dass die Grafiker aus Mangel an Leitlinien seitens der Kunstwissenschaft dazu übergegangen seien, selbst die Kritikerrolle auszufüllen.¹² Die wenig durch offizielle Vorgaben bestimmte Konstellation zwischen Künstlern und Auftraggebern, unter der in Polen Anfang der 1950er Jahre Plakate entstanden, bezeichnete David Crowley in einem Artikel als „design technocracy“.¹³

Die Resultate dieser Arbeitspraxis, die durch eine Ambivalenz in der sprachlichen Argumentation und bildlichen Umsetzung gekennzeichnet war, zeigten sich in der ersten Monografie zu polnischen Plakaten aus dem Jahr 1953. Im Vorwort wird der „Fortschritt der polnischen Plakatkunst“ mit dem „weitgehenden Bruch mit dem Abstraktionismus“ gleichgesetzt.¹⁴ Jedoch bei Betrachtung mehrerer auf der Gesamtpolnischen Plakatausstellung mit einem ersten Preis honorierten Plakate fallen einem besonders im Bereich der Filmplakate Beispiele ins Auge, die in ihrer flächigen Gestaltung und nicht-naturalistischen Farbigkeit offensichtlich entgegen dieser Ankündigung starke Bezüge zur Moderne, besonders dem Expressionismus aufwiesen. Namentlich waren dies die Plakate zu den neorealistischen Filmen „*Pod niebem Sycylii*“ [Originaltitel: „*In nome delle leggende*“, Regie: Pietro Germi] von Henryk Tomaszewski und „*Mury Malapagi*“ [Originaltitel: „*Le mura di Malapaga*“, Regie: René Clément] von Wojciech Fangor. Diese beiden in Publikationen zur polnischen Plakatkunst bis heute häufig gezeigten Werke ließen vielmehr die Brüche in der dogmatischen Fassade des Sozialistischen Realismus nach außen sichtbar werden. Trotz aller Bemühungen, die internationale Sprache der Gebrauchsgrafik Anfang der 1950er Jahre endgültig aus der polnischen Plakatkunst zu eliminieren, wie es James Aulich und Marta Sylvestrová formulierten,¹⁵ blieb ein stilistischer Pluralismus bestehen, der seine stärkste Umsetzung in Filmplakaten fand. Dass diese gestalterische Freiheit jedoch sicherlich keine offiziell unbemerkte war und dass sie eine ganz eigene Aufgabe in den transnationalen kulturpolitischen Kontakten übernahmen, kann erst der im Weiteren zu erfolgende Blick ins Ausland belegen.

10 Katarzyna Stokłosa bewertet die Annahme der Verfassung am 22. Juli 1952 und die Umbenennung in „Volksrepublik Polen“ als Abschluss der entscheidenden Phase der Stalinisierung. K. Stokłosa, Polen und die deutsche Ostpolitik 1945–1990, Göttingen [u. a.] 2011, 42f.

11 A. Wojciechowski, Z dyskusji nad. in: *Przegląd Artystyczny*, 8 (1953) 3, 18.

12 Ebd., S. 13.

13 D. Crowley, *Building the World* (Anm. 3), S. 194.

14 *Plakat polski 1944–1953*, Warschau [1953], unpaginiert.

15 J. Aulich / M. Sylvestrová, *Political Posters* (Anm. 3), S. 24.

Für die nicht-sozialistischen Länder war die Stellung von Gebrauchsgrafik eine grundlegend andere, musste sie sich doch hier im Kulturleben der „freien“ bildenden Kunst unterordnen lassen. Plakate taugten unter ideologischen Gesichtspunkten aufgrund ihrer Eigenschaft als Auftragswerke nicht als Beispiel der selbsternannten freien, demokratischen westlichen Kultur. Im marktwirtschaftlichen System gab es gleichermaßen wenig Gestaltungsspielraum, war doch eine dezidiert künstlerische Plakatgestaltung nach reklamewissenschaftlichen, profitorientierten Untersuchungen überflüssig. Auftraggeber und Werbeagenturen beharrten zumeist auf schematischen Konzeptionen, denen gute Werbewirksamkeit und somit Gewinnmöglichkeiten bescheinigt worden waren. Als Gegenpol zur zunehmenden Übermacht der Agenturen bemühten sich Gebrauchsgrafiker in vielen nicht-sozialistischen Ländern um die Betonung künstlerischer Aspekte bei der Werbegestaltung, indem sie Ausstellungen und Wettbewerbe veranstalteten, Zeitschriften herausgaben und sich selbst in Gruppen wie der 1950 gegründeten *Alliance Graphique Internationale* organisierten. Auch die möglichen Vorteile einer staatlichen Patronage für Aufträge besonders aus der Kultur- und Filmbranche standen in der Diskussion.¹⁶ Das Interesse an der Entwicklung der Plakatkunst im Staatssozialismus war für westliche Gebrauchsgrafiker daher neben einem allgemeinen gestalterischen Interesse ebenso eng mit Ideen zur Verbesserung der eigenen berufspraktischen Perspektiven verbunden. Sozialistische Plakatkunst besaß also immer auch in gewissem Maße Modellcharakter für die westlichen Gebrauchsgrafiker. Während sich die praktischen Hauptaufgabenbereiche des Plakats von vorrangiger Propaganda in den sozialistischen Ländern und Profit in den kapitalistischen Ländern gegenüberstanden, so trafen sich doch westliche und östliche Theorien im Punkt der ästhetisch-bildenden Aufgabe, die schon seit Beginn der wissenschaftlichen Bearbeitung des Mediums Plakat eine zentrale Position einnahm.¹⁷ Kurz gesagt war es Anfang der 1950er Jahre also in keinem Land unter keinem Wirtschaftssystem möglich, eine in Stil und Gestaltung freie Plakatkunst zu schaffen. Jedoch betrafen die Beschränkungen unter den beiden Wirtschaftssystemen verschiedene Bereiche der Plakatkunst in besonderem Maße. Während in sozialistischen Ländern das Hauptaugenmerk auf politischen Plakaten lag, machten westliche Gebrauchsgrafiker in ihren Ländern speziell das Niveau von Filmplakatwerbung als äußerst defizitär aus. Eine internationale Fachdebatte zur Filmplakatgestaltung lässt sich anhand von Zeit-

16 C. Rosner, Posters for Art Exhibitions and Films. A Lesson from Poland, in: *Art and Industry*, 46 (1949) S. 278, S. 50-55.

17 Wie weit dieser kunstpädagogische Ansatz bereits zurückreichte, zeigte Bernhard Denscher in seiner Untersuchung zur wissenschaftlichen Bearbeitung mit Bezug auf die Plakatmonografie von Jean-Louis Sponsel, in der jener schon 1898 schrieb: „Das Plakat in seiner neuen Form ist vielleicht der mächtigste Agent in der Erziehung des Volkes zum Kunstempfinden und zum Kunstbedürfnis. Jedenfalls aber hat das moderne künstlerische Plakat in den breitesten Schichten die Erörterung künstlerischer Fragen, die vordem durch andere Interessen zurückgedrängt waren, zum Tagesgespräch gemacht.“ Zit. nach: B. Denscher, *Bilder und Worte. Wissenschaftliche Forschung und Literatur zur Geschichte der Plakatkunst*, in: *Kunst! Kommerz! Visionen! Deutsche Plakate 1888–1933*. Berlin 1992, S. 31.

schriftenartikeln für die erste Hälfte der 1950er Jahre nachzeichnen.¹⁸ Ausdruck der vermehrten Beschäftigung mit dem Filmplakat waren in den Fachzeitschriften mehrere Artikel zum Thema und die Ausstellung *Das Internationale Filmplakat*, die beispielsweise 1952 in der Städtischen Galerie in München und 1953 im Hamburger *Museum für Kunst und Gewerbe* zu sehen war.¹⁹ Die in der Ausstellung gezeigten und in den Artikeln in *Graphis* und *Gebrauchsgraphik* als Illustrationen ausgewählten Beispiele polnischer Filmplakate von Henryk Tomaszewski, Jan Lenica und Wojciech Zamecznik wurden stets im gesamteuropäischen Kontext eines künstlerisch-motivierten Filmplakats als Gegenpart zum dominierenden, rein marktwirtschaftlich ausgerichteten amerikanischen Hollywood-Typus verortet. Eberhard Hölscher äußerte in seinem Artikel den Wunsch nach „einem Gesinnungswandel in den Kreisen der verantwortlichen Filmverleiher“ in der deutschen Filmindustrie, damit auch einheimische Filmplakate vermehrt das Niveau der in der Ausstellung präsentierten französischen, englischen und polnischen Beispiele erreichen könnten.²⁰ Auch der amerikanische Gebrauchsgrafiker und Filmemacher Saul Bass begrüßte Bemühungen, die ein „höheres künstlerisches Niveau“ im Filmplakat unterstützten.²¹ Die in ausländischen Periodika zur Abbildung gekommenen polnischen Beispiele aus den Jahren zwischen 1952 und 1954 zählten ungefähr fünfzehn Stück. Diese Größenordnung ist in Anbetracht der pro Jahr weit über hundert neu verlegten Plakate in Polen äußerst gering.²² Nach dem Bestreben mehrerer einflussreicher westlicher Gebrauchsgrafiker sollte hier eine kleine, im Ausland rezipierte Selektion polnischer Plakate mit anderen, sehr bewusst ausgewählten europäischen Filmplakaten zur Speerspitze auf dem Weg zu einem künstlerisch hochwertigen Filmplakat werden, unabhängig vom kulturpolitischen Umfeld, in dem sie entstanden waren. Anhand jener in westlichen Medien abgebildeten Plakate aus der Volksrepublik, darunter mehrfach das Filmplakat „*Pod niebem Sycylii*“ von Henryk Tomaszewski, trat deutlicher als bei innerpolnischen Veröffentlichungen die Ambivalenz der polnischen Plakatkunst zwischen vielseitiger Praxis und den einseitig am sowjetischen Vorbild orientierten kunstwissenschaftlichen Theoriediskussionen zum Plakat²³ zu Tage, da in den ausländischen Zeitschriften zum Großteil andere Abbildungen als in ungefähr zeitgleichen polnischen Publikationen zu finden waren.

Mit dem politischen Plakat in den sozialistischen Ländern und dem Filmplakat in westlichen europäischen Ländern standen so auf beiden Seiten der Blockgrenzen gleichzeitig zwei Bereiche im Zentrum der Kritik, die zwar inhaltlich gänzlich verschieden waren, formal aber ähnlichen Konventionen unterworfen waren. Genauso wie Piotr Piotrow-

18 C. Rosner, Posters for Art Exhibitions (Anm. 16). E. Hölscher, Europäische Filmplakate, in: *Gebrauchsgraphik*, 3 (1952) 12, S. 2-16. S. Bass, Filmwerbung, in: *Graphis*, 10 (1953) 48, S. 276-289.

19 E. Hölscher, Europäische Filmplakate (Anm. 18), S. 6.

20 Ebd., S. 15.

21 S. Bass, Filmwerbung (Anm. 18), S. 336.

22 J. Bogusz, Niektóre problemy polskiego plakatu politycznego, in: *Przegląd Artystyczny*, 8 (1953) 2, S. 24 nannte allein für den Grafikkunstverlag Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne (WAG) zwischen September 1952 und April 1953 die Herausgabe von 130 Plakaten zu verschiedenen Themen.

23 S. o. Anm. 8 und 9.

ski den Sozialistischen Realismus als aufbauend auf dem bildnerischen Grundprinzip der „Komposition“ beschrieb, die eine Kombination von Motiven aus einem nur leicht abwandelbarem Repertoire war,²⁴ kann auch das Prinzip des Hollywood-Plakats bis in die 1950er Jahre umrissen werden. Ebenso wie für den Sozialistischen Realismus unter Stalin trifft auch für die amerikanische Hollywood-Filmindustrie zu, dass für sie der internationale Modernismus nie relevant wurde. Diese Einstellung spiegelte sich auch in der Filmwerbung wider: Bis in die 1950er Jahre hatten amerikanische Filmplakate nahezu immer die gleiche Struktur mit dem Titel des Films über einer realistischen Porträt-darstellung der Hauptdarsteller oder einer Abbildung der entscheidenden Szene. Je nach Filmgenre waren Motivik und Typografie weitestgehend kanonisiert, Western mit Revolverhelden und einem Schriftzug, der bekannt für Kopfgeldanzeigen war, Liebesfilme mit einem Liebespaar und einer Schrift wie aus rosa Band gelegt usw. Bei der Vermarktung der Filme im Ausland wurde das amerikanische Format für die Plakate im Allgemeinen übernommen. Europäische Gebrauchsgrafiker beurteilten in den damaligen Artikeln zu Filmplakaten die damals vorherrschende Gestaltung ausschließlich abwertend, so nannte Eberhard Hölscher sie die „Diktatur des schlechten Geschmacks“.²⁵

Am Beispiel des Filmplakats lässt sich erkennen, dass die formalen Gestaltungsmodi in der Gebrauchsgrafik aus West und Ost wesentlich weniger auseinandergedriftet waren als in der „freien“ Kunst; eine informelle Gestaltung im Plakat, die als ein Pendant zum besonders durch die USA gestützten abstrakten Expressionismus hätte gewertet werden können, gab es zu dieser Zeit für das Plakat in keinem Land.²⁶ Aber wohl gerade weil sich die Bandbreite der formalen Mittel und Motive für das Plakat international, über Systemgrenzen hinweg ähnelten, hielt seitens westlicher Grafikerkollegen ein Interesse an der Plakatkunst auch aus sozialistischen Ländern an. Dieses Interesse machte sich die polnische Politik zunutze. Auslandsausstellungen von polnischen Plakaten hatten 1950/51 bereits in vielen europäischen Ländern stattgefunden.²⁷ Interessant ist im Vergleich der Ausstellungskataloge zu beobachten, wie die Auswahl der ausgestellten Arbeiten von Land zu Land variierte. So sind im ungarischen und rumänischen Katalog fast keine der international gelobten Filmplakate von Eryk Lipiński und Henryk Tomaszewski zu finden, insbesondere keine zu französischen, englischen oder amerikanischen Filmen. Während diese beiden Grafiker in den Ausstellungen in Brüssel, Oslo und Stockholm mit dreizehn und vierzehn Arbeiten vertreten sind, steuern sie für die Ausstellungen in Budapest und Bukarest nur ein bis zwei Exponate bei.²⁸ Doch welche Gründe gab es für

24 P. Piotrowski, *Znaczenia modernizmu. W stronę historii sztuki polskiej po 1945 roku*, Poznań 1999, S. 33.

25 E. Hölscher, *Europäische Filmplakate* (Anm. 18), S. 6.

26 Obwohl es wie Otl Aicher einige Plakatgrafiker gab, die informelle Lösungen in ihren Plakaten umsetzten, blieben für die internationale Plakatgrafik fortwährend figürliche Darstellungen bestimmend.

27 Besonders eine durch das *Biuro Współpracy Kulturalnej z Zagranicą*, eine Unterabteilung des Kultusministeriums, koordinierte Ausstellungsreihe brachte 1950 und 1951 polnische Plakate in viele Städte in Belgien, der Schweiz, beiden deutschen Staaten, Ungarn, Rumänien, Norwegen, Schweden und Österreich.

28 Ausstellungskatalog *Lengyel Plakátművészet*, Budapest 1950; Ausstellungskatalog *Expoziției Afîșului Polonez*, Bukarest 1950; Ausstellungskatalog *Polska Affischer*, Stockholm 1950; Ausstellungskatalog *Polsk Plakatutstilling*, Oslo 1950; Ausstellungskatalog *Affiches Polonaises*, Brüssel 1950.

diese offensichtliche Lenkung der ausländischen Rezeption von polnischer Plakatkunst durch offizielle Stellen auf volksrepublikanischer Seite? Warum wurden hierfür gerade Filmplakate instrumentalisiert?

Ein Eintrag in den Akten des Ministeriums für Kultur und Kunst gibt dazu Hinweise. Dort ist zu entnehmen, dass die Differenzierung des kulturellen Veranstaltungsprogramms für sozialistische und nicht-sozialistische Staaten gängige Praxis war. Damit Polen auch in nicht-sozialistischen Staaten um Akzeptanz werben konnte, wurden in der Auslandskulturpolitik deutliche ideologische Abstriche hingenommen. So wurde im Rechenschaftsbericht des *Centralny Zarząd Sztuk Plastycznych i Wystaw* [Zentralverwaltung der Bildenden Künste und Ausstellungen] unter Lucjan Motyka zu Ausstellungsaktivitäten im Ausland 1951/52 sehr pragmatisch erklärt:

*Das wichtigste Element unserer Propaganda im Ausland, besonders in den kapitalistischen Ländern, sind gelungene Auftritte mit wirtschaftlichem Charakter [...] sowie künstlerisch-kulturelle Veranstaltungen, die sich leichter im Westen ausstellen lassen als politische Ausstellungen.*²⁹

Das bereits vorhandene Interesse westlicher gebrauchsgrafischer Kreise an den Filmplakaten wurde also von polnischer Seite bewusst unterstützt durch die Entsendung von formal frei gestalteten Arbeiten, um auf kulturpolitischer Ebene konstant ein Kontaktmedium für die Verbindung der Volksrepublik zum westlichen Ausland zur Verfügung zu haben, mit dem man den Staat visuell repräsentieren konnte. Obwohl also Anfang der 1950er Jahre innerpolnisch das Dogma des sowjetisch bestimmten Sozialistischen Realismus in der offiziellen Kulturproduktion dominierend war und Abstraktion im Allgemeinen unter dem Vorwurf des „Formalismus“ stand, wurde dem nicht-sozialistischen Ausland trotzdem durch bewusste Selektion auf polnischer Seite eine pluralistische Formenvielfalt präsentiert.

Mit der Tauwetter-Periode ab Mitte der 1950er Jahre kam schließlich auch in Polen selbst die Beschäftigung mit dem eigenen Filmplakatschaffen als neue Strömung in der kunstwissenschaftlichen Bearbeitung der Plakatkunst hinzu. Für das sozialistische Polen, dessen neue Maßgaben für die Kunst eine weitestgehend formale Freiheit erlaubten, jedoch inhaltlich immer noch eine politisch aktive „kämpfende Kunst“³⁰ forderten, bot sich die Filmwerbung, die bisher im Rahmen staatlicher Propaganda nicht auffallend in Erscheinung getreten war, auf den ersten Blick nicht unbedingt als idealer Repräsentant des neuen politischen Klimas an. Doch speziell der Bereich des Filmplakats ermöglichte eine Anknüpfung an die internationale Gebrauchsgrafik, waren doch in den internationalen Diskussionen in verschiedenen Periodika stets auch polnische Filmplakate als vorbildhafte Beispiele genannt worden. Ideologisch ließ sich der Bereich der Filmwerbung

29 AAN, Ministerstwo Kultury i Sztuki, Centralny Zarząd Sztuk Plastycznych i Wystaw (Materiały na posiedzenia), 366/9, S. 16.

30 M. Porębski, Młodość sztuki naszego czasu, in: Przegląd Artystyczny 10 (1955) 1-2, S. 33.

sogar gut verwerten, da der international angeprangerte Anti-Typus das Hollywood-Plakat und damit ein Produkt des „Klassenfeindes“ war.

Bereits in der ersten Ausgabe der neugegründeten, in Warschau ansässigen Fachzeitschrift *Projekt* aus dem Kunstverlag *Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne* erschien Anfang 1956 ein längerer Artikel des Künstlers und Kunstkritikers Jan Lenica zu diesem Thema.³¹ Darin zog Lenica den Bogen von den frühen Arbeiten aus den 1940er Jahren von Henryk Tomaszewski, Eryk Lipiński und Tadeusz Trepcowski, die bereits internationale Anerkennung bekommen hatten, zu aktuelleren Filmplakaten ab 1954. Im Text nannte Lenica einzig die Zeitspanne von 1949 bis 1950, in der seiner Meinung nach praktisch kein qualitätsvolles Filmplakat entstanden war.³² Damit schloss er explizit nicht die frühen 1950er Jahre aus, in denen die Formalismus-Debatte speziell für die politischen Plakate am schärfsten geführt worden war. Das Filmplakat wurde als Gegenpart zum reglementierten politischen Plakat zu einem Refugium für freie künstlerische Gestaltung stilisiert. Lenica koppelte diese Idee der künstlerischen Freiheit an einen vermeintlich nationalen künstlerischen Ausdruck. So deutete er das Wirken der immer zahlreicher werdenden polnischen Grafiker, die sich mit der Gestaltung von Filmplakaten beschäftigten, als „Fortführung dessen, was man als ‚Polnische Schule der Plakatkunst‘ bezeichnen könnte“³³. Darunter verstand Lenica „eine gewisse Gruppe an besonderen Eigenschaften der polnischen Plakatkunst“, die er jedoch im Weiteren nicht an eindeutigen stilistischen oder konzeptuellen Gemeinsamkeiten festmachte. Nur sehr allgemein sprach er von der allen Künstlern gemeinsamen „Suche nach einer Kurzfassung und Synthese des Films“,³⁴ deren Umsetzung jedoch von jedem verschieden gelöst werde.

Somit hatte Lenica für die polnischen Filmplakate drei Anknüpfungspunkte in den nationalen und internationalen gebrauchsgrafischen Diskursen gefunden: Erstens bewertete er die Plakate als eine ursprüngliche und freie Äußerung der polnisch-nationalen Kultur in Fortführung der im unabhängigen Polen der Zwischenkriegszeit entstandenen Plakatkunst und als Gegenentwurf zu der nun als repressiv bewerteten, sowjetisch dominierten Kunst unter der stalinistischen Doktrin des Sozialistischen Realismus der vorangegangenen Jahre. Zweitens war der Bereich der Filmwerbung ideologisch abgesichert durch die Gegenüberstellung zum durch kapitalistische Profitgier bestimmten Gestaltungstypus des Hollywood-Plakats und drittens erlaubte der vorwiegend in Europa geführte Diskursstrang zum Filmplakat eine Anbindung an die internationale Gebrauchsgrafik. Mit Lenicas Bezeichnung als „Polnische Schule der Plakatkunst“ wurde die polnische Filmplakatgestaltung eine Art Aushängeschild für polnische Gebrauchsgrafik überhaupt und konnte dadurch sowohl im eigenen Land als auch im Ausland ein geeigneter Repräsentant der mit der politischen Tauwetter-Periode belebten polnischen Kulturlandschaft werden.

31 J. Lenica, Plakat filmowy, in: *Projekt* 1 (1956) 1, S. 62–69.

32 Ebd., S. 63.

33 Ebd., S. 69.

34 Ebd.

1955 und 1956 entsandte das polnische Ministerium für Kultur und Kunst etliche Plakatausstellungen ins Ausland. Die ausgestellten Arbeiten entstammten hauptsächlich der Kultur- und Filmwerbung; Plakate mit explizit politischer Thematik waren gering vertreten. In ihrer formalen Diversität und modernen Stilistik vermittelten Filmplakate am besten ein „Bild“ Polens, das für eine offene Kultur und ein gebildetes Land stand. Übersetzt auf die politische Ebene präsentierte sich Polen damit als ein eigenständiger, unabhängiger Staat mit Entwicklungsmöglichkeiten in alle Richtungen. Diese über die Bildebene propagierte Charakteristik Polens geht Hand in Hand mit den außenpolitischen Zielen der Volksrepublik. Bemerkenswerterweise fanden in Ländern, mit denen Sondierungsgespräche über die Möglichkeiten zwischenstaatlicher Zusammenarbeit in verschiedenen Bereichen wie Kultur und Wirtschaft geführt wurden, kurze Zeit später Ausstellungen polnischer Plakatkunst statt, z. B. in den USA, der Bundesrepublik Deutschland, Frankreich, Schweden und Österreich.³⁵

Schließlich wurde durch die polnische Kulturpolitik auf diese Weise das vornehmlich künstlerische Interesse des ausländischen Publikums an polnischen Filmplakaten und die Initiative von Gebrauchsgrafikern aus nicht-sozialistischen Ländern, solche Plakate in ihren Ländern bekannter zu machen, trotz ihres ausdrücklich nicht-politischen Inhalts geschickt nutzbar gemacht für die polnische politische Annäherung an den Westen.

Im betrachteten Zeitraum der 1950er Jahre funktionierten Filmplakate als Untergruppe polnischer Plakatkunst über Ausstellungen und Publikationen als ein kulturelles Kontaktmedium für die Verbindung der Volksrepublik Polen zum westlichen Ausland. In diesem transnationalen Kommunikationsvorgang mit den Mitteln der Kunst übernahmen die im Ausland gezeigten Plakate die Aufgabe einer visuellen Repräsentation des polnischen Staates.

Für die westliche Seite wurden polnische Filmplakate durch das gebrauchsgrafische Metier über den Diskursstrang zur Filmwerbung unter diesem Aspekt in Opposition zum hier dominierenden Typus des Hollywood-Plakats gestellt und wurden damit in vielen nicht-sozialistischen Ländern zum Vorbild für künstlerisch ambitionierte Plakatgrafik. Aus dieser Entwicklung ergab sich, dass mit der Etablierung des Terminus *Polnische Schule der Plakatkunst* international ab 1956 vor allem polnische Film- und Theaterplakate als illustrierende Beispiele herangezogen wurden. Der periphere Platz, den Filmplakate auf dem Feld der Kunst einnehmen, erlaubte den polnischen Gestaltern in diesem speziellen Bereich viele stilistische Freiheiten. Aber wie erörtert waren sogar diese vermeintlichen Freiheiten an den Randbereichen des Kunstgeschehens stets durch die Politik einkalkuliert und nur mit politischen Zielen im Hintergrund zugelassen.

35 1956 hatten Gespräche mit einem österreichischen und einem schwedischen Abgeordneten stattgefunden. In Paris stattete der polnische Premierminister Cyrankiewicz einen Besuch ab. In allen drei Ländern fanden 1956 Plakatausstellungen statt, vgl. W. Jarząbek, Der Einfluss der Ereignisse von 1956 auf die Außenpolitik der VR Polen, in: J. Szymoniczek/E. C. Król (Hrsg.), Das Jahr 1956 in Polen und seine Resonanz in Europa, Warschau 2010, S. 227.