

# JEŚLI POTRAFISZ, STOSUJ PLAKAT LUB AFISZ! SZTUKA PLAKATOWANIA

**Dariusz Anderwald**

## Abstrakt

W tekście omówiono niektóre akcydensowe formy komunikowania wizualnego stosowanego obecnie zwłaszcza w tzw. public relations firm, osób i instytucji. W kontekście możliwości wykorzystania syntetycznych form przekazywania komunikatu słowno-obrazkowego w edukacji przyrodniczo-leśnej szczególną rolę przypisuje się plakatowi i jego akademickiej odmianie – posterowi. Obie formy są nieodłącznym elementem każdej ekspozycji. Autor przypomina podstawową terminologię związaną z tego typu akcydensami oraz prezentuje niektóre praktyczne realizacje, które miały miejsce w CEPL w Rogowie.

**Słowa kluczowe:** polska szkoła plakatu, akcydens, plakat, poster, sesja posterowa, afisz, baner

## IF YOU CAN USE POSTER OR PLAYBILL. ART OF POSTERING

### Abstract

The author elaborates about the basic accessory forms of visual communication used nowadays especially in public relation of companies, institutions and people. In context of possibilities to use synthetic forms of transferring the audio-visual message in forest education, the special role is played by the poster and its academic version. Both forms are inevitable element of every exhibition. The author reminds the basic terminology connected with forms of this kind and presents some of the realizations that took place in Center for Nature and Forest Education in Rogow.

**Key words:** Polish School of Poster, accessory, poster, poster session, playbill, banner, message

### Wstęp

Podczas seminariów naukowych, konferencji czy przy realizacji konkursów i programów edukacyjnych można i należy posługiwać się najkrótszymi formami przekazywania informacji. Technika ta jest obecnie powszechnie stosowana zarówno przez małe firmy handlowe jak i duże korporacje w celach pragmatycznych, tj. pozyskania klienta i pieniędzy. Wszelkiego rodzaju wizualizacje przybierają co-

raz to bardziej wyrafinowane formy. Mimowolnie obserwujemy dążenie do zadziwienia odbiorcy poprzez zaskakujące usytuowanie banerów (np. na tramwajach czy autobusach), nadmierne zwiększanie ich wielkości do rozmiarów gigantycznych budynków (wieżowce), a także wprowadzanie wyrafinowanych systemów oświetlenia czy takiej grafiki, która sugeruje trójwymiarowość. Tak czy inaczej wspólnym mianownikiem powyższych form użytkowych jest krótka i bardzo syntetyczna informacja ładnie opakowana w kolorowy obrazek. Kultura obrazkowa czy chcemy, czy nie, jest symptomem naszych „zdygitalizowanych” czasów (Opoka 2008) i musimy to powszechnie zaakceptować po to, aby skuteczniej docierać do odbiorców komunikatu.

Od kilku lat formy przekazu oparte na akcydensach będących zwykłym afiszem, naukowym posterem bądź artystycznym plakatem są stosowane przez zespół szkoleniowo-konferencyjny przy Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej w Rogowie. Wydaje się, że technikę tę można by wykorzystywać częściej również w typowej edukacji przyrodniczo-leśnej, zwłaszcza w oznakowaniu izb, ośrodków, rezerwatów i ścieżek przyrodniczych, gdzie nazbyt często niestety obserwuje się klasyczny przypadek przerostu treści nad formą. Wykonane w dobrej wierze z użyciem dużych środków finansowych zbyt obfite i specjalistyczne opisy w wymienionych powyżej formach i miejscach prowadzenia edukacji leśnej społeczeństwa często nie spełniają swojego podstawowego zadania, ponieważ w większości nie są po prostu czytane.

## **Formy akcydensowe**

Wszelkie druki akcydensowe to wyroby poligraficzne nie będące ani książką, ani czasopismem, ani też zadrukowanym opakowaniem. Zwykle jest to wyrób jednoarkuszowy w postaci jednej kartki lub nierozciętej składki. Akcydensy to samoistne druki o charakterze użytkowym lub okolicznościowym. Zaliczyć do nich można praktycznie wszystkie druki o uproszczonym kształcie, począwszy od znaczków pocztowych czy wizytówki, na plakacie artystycznym kończąc.

## **Plakat**

Rodzaj wyrobu poligraficznego zaliczany do akcydensów. Druk jednostronny, zdecydowanie dużego formatu (co najmniej A2), o charakterze propagandowym (ryc. 1) lub reklamowym (ryc. 2) (nigdy wyłącznie informacyjnym), służący do umieszczania 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. Zadrukowywany jest z reguły na całej powierzchni papieru i najczęściej posiada bogatą kolorystykę. Elementy graficzne co najmniej dorównują informacji tekstowej (ryc. 3), z reguły jednak dominują. Często nawiązują do autorskiej intencji czy tzw. myśli przewodniej (ryc. 4). Napisy są często stworzone artystycznie (ryc. 5).

# Konferencja

**AKTYWNE METODY OCHRONY PRZYRODY  
W ZRÓWNOWAŻONYM  
LEŚNICTWIE**

## Siedliska i gatunki wskaźnikowe w lasach

KOMITET NAUKOWY  
Dariusz Gwizdadziej - AR w Poznaniu  
Matek Słowicki - WL SGGW  
Jerzy Szwarznyk - AR w Krakowie

PRZEWODNICZĄCY KONFERENCJI  
Krzysztof Chładowski - Zakł. WL SGGW

SEKRETARZ KONFERENCJI  
Dariusz Andrzejewski - Zakł. Wodny GEP

Leśny  
Zakład  
Doświadczalny  
SGGW

**PATRONAT HONOROWY**

Jan Szyszko - minister środowiska  
Tomasz Borecki - rektor SGGW  
Andrzej Matysiak - dyrektor LP  
Piotr Paschalis - przewodniczący SITLID  
Andrzej Grzywacz - przewodniczący PTL  
Adam Szempliński - dyrektor BULIGL  
Janusz Falkowski - dyrektor LZD Rogów

**PATRONAT MEDIALNY**

CILP  
Las Polski  
ORWLP w Bedoniu  
Środowisko

**SPONSORZY**

best  
INTERNATIONAL PAPER  
manaf

Rogów, 20-21 marca 2007

Ministerstwo Środowiska  
Zakład Leśnictwa SGGW  
SITLID  
Las Polski  
LZD Rogów  
Centrum Interakcyjne Lasów Panstwowych  
CIRAP  
Środowisko

**Ryc. 1.** Przykład artystycznego plakatu konferencyjnego dotyczącego ochrony przyrody w leśnictwie łączący w sobie funkcje estetyczne i informacyjne (projekt Pracownia Wzornicza „Former”)

*Fig. 1. Example of artistic conference poster relating to nature preservation in forestry, connecting aesthetic and informative functions (design FORMER Design Studio)*

# LEŚNY KOMPLEKS PROMOCYJNY LASY SPALSKO-ROGOWSKIE



NADLEŚNICTWO BRZEZINY  
NADLEŚNICTWO SPAŁA  
LEŚNY ZAKŁAD DOŚWIADCZALNY SGGW



LASY SPALSKIE  
- Fragment Puszczy Pillickiej



CENTRUM EDUKACJI PRZYRODNICZO-LEŚNEJ  
www.copl.sgggw.wrocl.pl



STACJA WYKONAWCZA OBEJA IBI PRZY DRAPIEŻNI    ŚWIATOWNIA I KAPLARNIA TRAWY I NADLEŚNICTWO BRZEZINY    ŚWIATOWNIA WYKONAWCZA I ZWIĄZANE DROGIEM ŻYCIEM    WARSZATA STROJARIAN POD CZAJOWYM DĘBEM POLSKICH WALKI PRZY ZAŁOŻY NIEM WIEJUNA, SMĘTU JESENI, CIEPŁO    MIEJSCOWA WIEJA OSZKADZAJĄCA NADLEŚNICTWO BRZEZINY    ŚWIATOWNIA WYKONAWCZA I KONKURS OZDOLNY JESENI    ŚWIATOWNIA NIEM I KONKURS CIEPŁO JESENI I CENNE DLA NIEM LASU



WYKONAWCZA W LASACH PAŃSTWOWYCH NADLEŚNICTWO SPAŁA    ŚWIATOWNIA NIEM I KONKURS CIEPŁO JESENI I CENNE DLA NIEM LASU    WYKONAWCZA W LASACH PAŃSTWOWYCH NADLEŚNICTWO SPAŁA    WYKONAWCZA W LASACH PAŃSTWOWYCH NADLEŚNICTWO SPAŁA    WYKONAWCZA W LASACH PAŃSTWOWYCH NADLEŚNICTWO SPAŁA    WYKONAWCZA W LASACH PAŃSTWOWYCH NADLEŚNICTWO SPAŁA

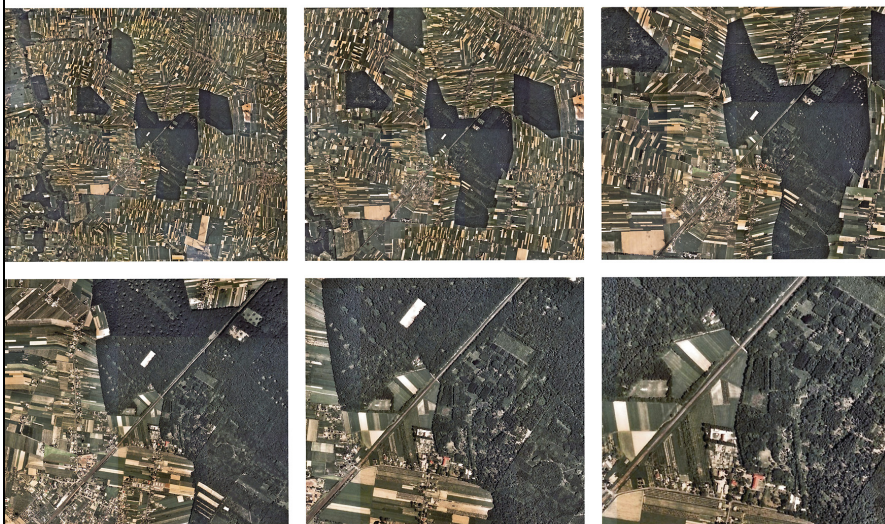
*Leśne Kompleksy Promocyjne  
- zrównoważone gospodarowanie zasobami leśnymi*



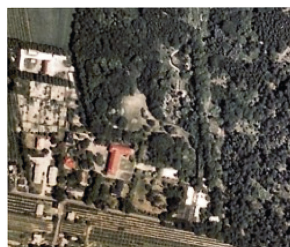
Wydano przy pomocy Wspólnego Biura Fundacji Ochrony Środowiska i Edukacji w Wodzisławiu Śląskim i Urzędu Miejskiego w Wodzisławiu Śląskim

Ryc. 2. Plakat o charakterze reklamowym i propagandowym promujący firmę i myśl przewodnią: ideę leśnych kompleksów promocyjnych (projekt CEPL)  
Fig. 2. Marketing and propaganda poster promoting the company and the keynote: idea of forest promotional complexes (design CNFE)

# 3. KONFERENCJA



## SYSTEM INFORMACJI PRZESTRZENNEJ w LASACH PAŃSTWOWYCH



Rogów, dn. 11-13 września 2006

**Ryc. 3.** Plakat konferencyjny o zrównoważonej grafice i treści (projekt CEPL)  
**Fig. 3.** Conference poster of balanced graphics and information (design CNFE)

# 11.

K O N F E R E N C J A

## Współczesne Zagadnienia Edukacji Leśnej Społeczeństwa

Rogów 5-6. 12. 2006

Uwolnić emocje edukacji leśnej  
- leśne konkursy i gry dydaktyczne



### Imprezy towarzyszące

Indie  
emoje i kontrasty społeczne

Byberland  
kwestionariusz emocjonalni?



[www.cepl.sggw.pl](http://www.cepl.sggw.pl)



POZNAJMY  
LAS

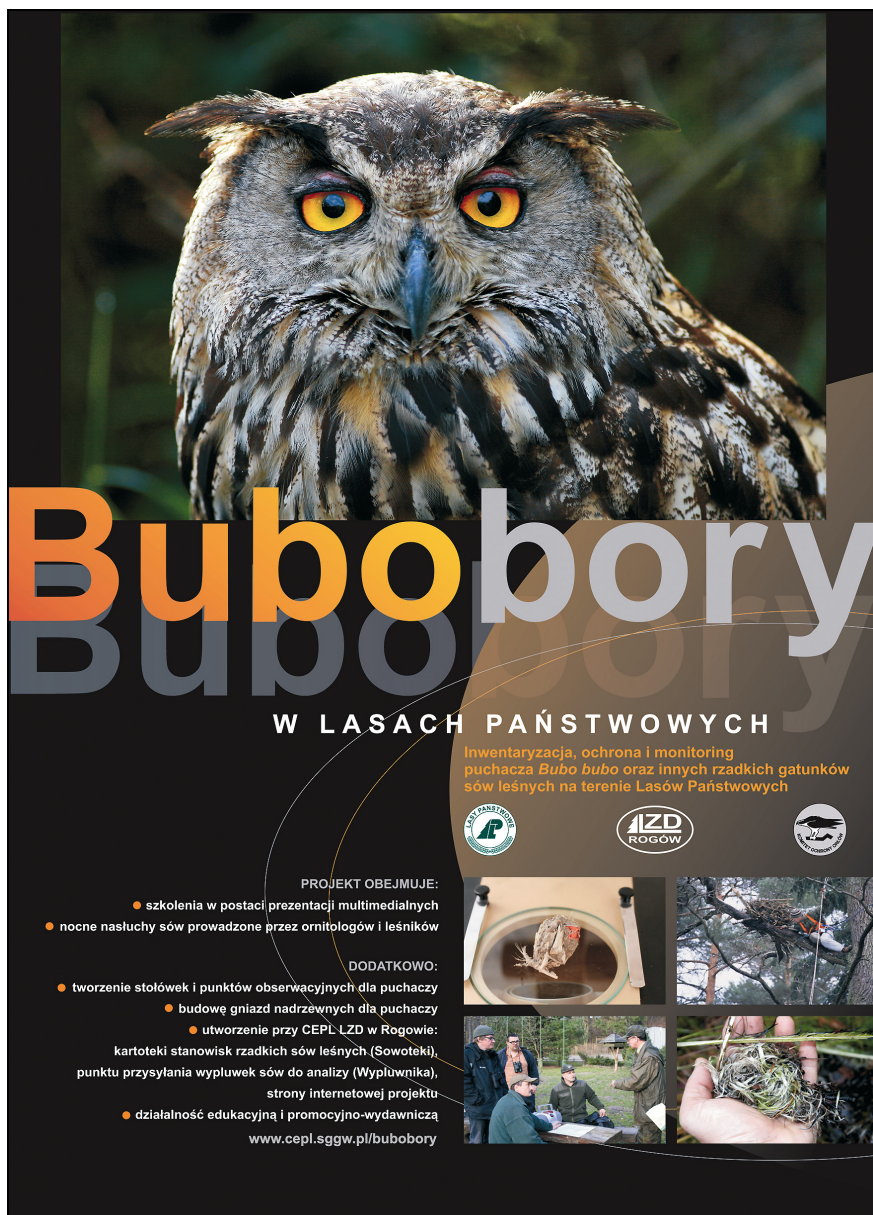


Centrum  
Informacyjne  
Lasów  
Państwowych



Ryc. 4. Realizacja graficzna nawiązująca wyraźnie do tzw. myśli przewodniej konferencji – uwalniania emocji w edukacji przyrodniczo-leśnej (projekt CEPL)

Fig. 4. Graphic realization relating clearly to the keynote of the conference – revealing emotions in nature-forest education (design CNFE)



**Ryc. 5.** Artystyczny plakat zaprojektowany do celów dużej kampanii promującej działania inwentaryzacyjno-ochronne dotyczące rzadkich sów (projekt Pracownia Wzornicza „Former”)  
*Fig. 5. Artistic poster designed for the big campaign promoting inventory – preservation activities concerning rare species of owls (design FORMER Design Studio)*

O ile typowy afisz, jako druk czysto informacyjny, jest zazwyczaj jedynie rodzajem rzemiosła, to forma plakatu jest również jedną z dziedzin sztuki. Druk kilku plakatów konferencyjnych można zlecić jednej z wielu na rynku drukarni wielkoformatowych. Koszt druku waha się od 40 do 80 zł za 1 egz. w formacie 100 × 70 cm. Oczywiście opłaca się wydruk większej ilości, co ma jedynie sens podczas większych kampanii promocyjnych. Wtedy koszt druku 1 plakatu w formacie 50 × 70 cm i nakładzie powyżej 1000 egz. wynosi około 1 zł.

### **Plakat naukowy (poster)**

Jest to forma prezentacji graficznej powstała w II połowie XX w. spopularyzowana podczas dużych konferencji naukowych. Początkowo plakaty naukowe wykonywane były ręcznie za pomocą pisma technicznego na brystolu oraz przyklejanych zdjęć. Obecnie w całości są przygotowywane na komputerze z wykorzystaniem programów biurowych lub graficznych, a następnie drukowane w zakładach poligraficznych z wykorzystaniem wydruku wielkoformatowego. Jest to najpopularniejsza forma prezentowania wyników badań w trakcie konferencji naukowych. Żargonowa nazwa – poster – wywodzi się z języka angielskiego. Zadaniem posterów nie jest szczegółowa prezentacja danego zagadnienia i związanych z nim badań, a raczej krótkie obwieszczenie uzyskanych rezultatów oraz ułatwienie dyskusji z najbardziej zainteresowanymi specjalistami (ryc. 6). Najczęściej, tak jak i inne wystąpienia wygłaszane na konferencjach, nie podlegają one także recenzji naukowej, jak ma to miejsce z publikacjami drukowanymi w czasopismach.

Postery są prezentowane podczas sesji posterowych, dla których zwykle przewidziany jest osobny czas w planie konferencji. W trakcie prowadzone są dyskusje z autorem lub autorami plakatów. Dodatkowo w czasie sesji posterowej do wielu plakatów dołączane są „miniaturki”, wydrukowane i powielone w formacie A4 lub kopie publikacji naukowych, które uczestnicy konferencji mogą zabrać ze sobą. Czasami sesje posterowe są poprzedzane możliwością krótkiej, ustnej autoprezentacji przez ich autorów, co jest szczególnie popularne na małych konferencjach naukowych oraz na tzw. warsztatach naukowych. Wówczas sesja zaczyna się od krótkich 2–3 minutowych wystąpień ustnych, które wygłasza się stojąc pod posterem i ilustrując to wystąpienie przez wskazywanie określonych fragmentów posteru. Uczestnicy sesji przechodzą od posteru do posteru wysłuchując kolejno ich autorów i dopiero po tym „obchodzie” jest czas na swobodną dyskusję. Niektóre małe konferencje i seminaria są organizowane w formie wyłącznie sesji posterowej z „obchodem”.

Tak jak w przypadku referatów i komunikatów, nieodłącznym elementem plakatu naukowego jest umieszczenie streszczenia w wydrukowanych materiałach konferencyjnych w formie streszczenia. W praktyce w wydawanych przez CEPL *Studiach i Materiałach* do druku są przyjmowane całe teksty analogicznie jak ma to miejsce przy wygłaszanych referatach. Zazwyczaj po konferencji plakaty są umieszczane w miejscu zatrudnienia autora na uczelni lub placówce naukowej i udostępniane szerszej grupie odbiorców.





**Ryc. 6.** Plakat naukowy (poster) prezentujący ogólnie, krótko i syntetycznie poruszone zagadnienia. Tekst jest zredukowany do niezbędnego minimum (projekt CEPL)

*Fig. 6. Scientific poster presenting the contents in short, general, and synthetic form. Text is reduced to the absolute minimum (design CNFE)*

# OCHRONA PRZYRODY A TURYSTYKA

Jaka turystyka w obszarach Natura 2000?



## Realizacje w Polsce

**Przewodnicy do świata ptaków**  
Kontakt: Dariusz Anderwald, [koo.free.ngo.pl](mailto:koo.free.ngo.pl)

**Spotkania z ptakami**  
PTOP, [szalmanija.szalmanija.org.pl](mailto:szalmanija.szalmanija.org.pl)

**Spotkania z przyrodą**  
Opolskiemu Towarzystwu Ochrony Przyrody [otop.org.pl](http://otop.org.pl)  
Towarzystwo Przyrodnicze Białej Kosieli [bkoz.org.pl](http://bkoz.org.pl)  
Stowarzyszenie Olsza [www.olsza.pl](http://www.olsza.pl)  
Polskie w Niebu [www.polskie.wniebu.pl](http://www.polskie.wniebu.pl)  
Białe paroloty organizacje ekspedycji ornitologicznych  
Bogusław  
Białoząb Eco-Tour [bialozab.com](http://bialozab.com)

**Skajki ornitologiczne PTZOO**  
Krajowy Klub Ornitologiczny  
CEPL w Płogowie  
"Spatulki" - "Białobłoty"  
Inni:

- plaże strefy Interimex

- plaże loty dykizyjskiej (PTAZ)

- plaże loty wierzbowej (PTW)

## Ze świata

**Anglia** - 5276

**Anglia** - podom PKB

**Skocja** - okolicz rybów

**Francja**, **Australia** - okolicz otoseg brodacy

**USA** - rezerw grup ornitologicznych

**USA** - akcja konter wielki, droszad wielkotł.

**Parlament Europejski** (kilku europ. dep.)

## Turystyka ornitologiczna - co to takiego?

**Ornitologia** jest coraz powszechniejszą formą spędzania czasu - **bez względu na zawód**. Do stowarzyszeń ornitologicznych na całym świecie i również w Polsce należy coraz więcej osób. Na przykład ocenia się, że w USA ornitologia zajmuje się około 50-70 mln Amerykanów - **pojenie koilbrow** jest czymś w rodzaju polskiego dokarmiania sikorzek. Zazwyczaj **piersiwy kontakt** ogranicza się do altruistycznego dokarmiania ptaków w celu "cieśnienia oka" ich wyglądem z białej odległości. To **faza 1. - cichego opiekuna**. **Kolejnym krokiem** zaawansowania ornitologicznego jest zwykle chęć przywabiania ptaków w celu obserwacji przebiegu lęgów - budowa budek dla ptaków, specjalne formowanie odpowiednich gatunków krzewów itp. To **faza 2. - badacza podglądacza**.

**Następnym** już bardzo poważnym etapem jest organizowanie we własnym zakresie specjalnych wyjazdów w atrakcyjne ornitologicznie miejsca w celu zobaczenia i "zaliczenia" kolejnych gatunków ptaków. Zwykle największą popularnością cieszą się doliny rzeczne, duże zbiorniki wodne, niektóre górskie przełęcze czyli miejsca odwiecznych naturalnych koncentracji i wędrówek ptaków. To **faza 3. - ptakoluba**.

**Stadium 4. prawie końcowe** to tzw. **Birdwatcher** - międzynarodowy termin ornitologicznych turystów, którzy już praktycznie nie rozstają się z lornetką, aparatem i atlasem ornitologicznym, bowiem nikt nie zna dnia i godziny, kiedy zobaczą kolejny nowy gatunek.

**Stadium 5. absolutnie końcowe** (przypadek zupełnie nieuleczalny), to **człowiek "Ikar"** korzystający z lotni, by być bliżej ptaków w przestworzach bądź dodatkowo jeszcze uprawiający drewnizm.

Dla wszystkich w/w organizuje się już na świecie specjalnie przygotowane miejsca, gdzie mogą zaspokoić swoje pragnienia: ścieżki spacerowe z punktami do obserwacji i fotografowania i ukrycia przedmiotu swoich marzeń, wieże i pomosty widokowe, gadżety (koszulki, bibeloty, literatura, zachęcające foldery i reklamówki).

## Dlaczego Ptaki?

Są widoczne i stosunkowo łatwe do obserwacji przy pomocy zwykłej lornetki. Zasiadają praktycznie wszelkie możliwe siedliska.

Są aktywne w dzień i w nocy.

Mozna je obserwować o każdej porze roku.

Wiosną wpływają relaksująco swoimi śpiewami i poprawiają nastrój (marchanie poetów - Kochanowski, Miłosz i muzyków - Beethoven).

Są kolorową odrodą ekosystemów wodnych i lądowych (funkcja estetyczna).

Potrąfią latać, czego od wieków żarządzi im człowiek (motyw lotu w historii, literaturze i sztuce - Leonardo da Vinci).

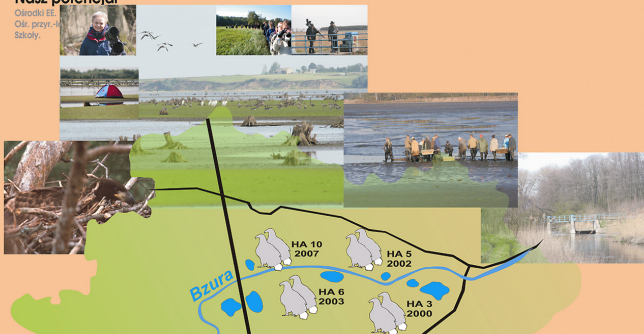
Są wskaźnikami jakości siedlisk, przez co umożliwiają ocenę realizacji dyrektyw unijnych (raporty do KE) - GIOS - Monitoring Ptaków Polski.

## Nasz potencjał

Opisali to:

Oli, przyr.

Skajki.



**Nie twórzmy z obszarów Natura 2000 kolejnych przyrodniczych świątyń!**

Przykład: kolonizacja przez bielika pradoliny warszawsko-berlińskiej



Ryc. 7. Poster o charakterze artystycznym (projekt CEPL)

Fig. 7. Poster of an artistic character (design CNEF)

# Narada Dyrektora Generalnego Lasów Państwowych z Nadleśniczymi

Rogów

3-8.03.2005



**Ryc. 8.** Typowy afisz bez tła, bez efektów graficznych i z jasną kolorystyką (projekt CEPL)  
*Fig. 8. Typical bill without the background and graphic effects, in light colors (design CNFE)*

Poster naukowy jest zwykle wykonany w formacie zbliżonym do A1. Składa się z abstraktu i krótkiego opisu uzyskanych danych lub wyników, zwykle ilustrowanego lub wyposażonego w schematy. Metodyka badań jest przedstawiona zazwyczaj w sposób skrótowy, podobnie jak odniesienia literaturowe. Wnioski są także prezentowane schematycznie, na przykład wypunktowane (ryc. 6). Postery często są bogato ilustrowane (ryc. 7), posiadają nawiązujące tematycznie tło, a układ treści jest bardzo zmienny. Kompozycja posteru jest zupełnie inna niż kompozycja tekstu pisanego czy wygłaszanego. Celem jest zwrócenie uwagi i zachęcenie do dyskusji z autorem. Poza tekstem ważną funkcję komunikacyjną pełni obraz i estetyka wykonanego plakatu.

## **Afisz**

Afisz to rodzaj wyrobu poligraficznego zaliczany do akcydensów informacyjnych. Druk jednostronny, raczej dużego formatu, o charakterze informacyjnym, propagandowym lub reklamowym, służący do umieszczania w stałych, publicznych miejscach (rozklejany, umieszczany w witrynach). Afisze mogą informować o zbliżających się wydarzeniach kulturalnych, sportowych, edukacyjnych itp., propagować idee, ale także mogą mieć charakter informacji urzędowych, np. o wyborach parlamentarnych lub samorządowych, zagrożeniach klęskami żywiołowymi lub obowiązkowych szczepieniach.

Afisz tym różni się od plakatu, że jego głównym celem jest przekaz treści, a nie wywołanie skojarzeń myślowych lub odczuć artystycznych, skutkiem czego wykonany jest głównie lub nawet w całości ze składu tekstu i nie zawiera ani skomplikowanych kompozycji literniczych, ani też rozbudowanych form graficznych. Jeśli tekstowi towarzyszy jakaś grafika, to spełnia ona rolę drugorzędną, i najczęściej jest ograniczona do takich prostych form, jak loga, linie, ornamenty (ryc. 8). Cechą charakterystyczną afisza jest użycie liter w zazwyczaj dużym stopniu pisma oraz druk do marginesów (czyli bez spadów). Często nie jest na nim nawet nadrukowane tło, zamiast tego afisz może być jednak wydrukowany na papierze zabarwionym. Z reguły afisze są bardzo jasne, podczas gdy kolorystyka plakatów może być dowolna, w tym także bardzo ciemna (ryc. 5).

Afisze, mimo że są drukami ulotnymi, mają często charakter seryjny, a wtedy ich forma graficzna winna być ujednoliczona, aby były łatwo rozpoznawalne w miejscach publicznych lub w otoczeniu innych afiszy i plakatów. W czasach tradycyjnego zecerstwa do druku afiszy stosowane były specjalne czcionki – tzw. czcionki afiszowe, które z racji swojej wielkości były często wykonywane z materiałów tańszych niż stop drukarski, najczęściej z drewna drzew owocowych lub z tworzyw sztucznych. Również kroje tych czcionek były zoptymalizowane pod kątem czytelności ich z większej odległości.

## **Wnioski**

Plakat jako forma malowidła ściennego istnieje od zarania ludzkości. Człowiek pierwotny posługujący się prawdopodobnie tylko dźwiękami onomatopeicz-

nymi tworzył symboliczne obrazy w celu przekazania podstawowego komunikatu oraz wyrażenia swoich emocji. Komunikat zwykle dotyczył spraw przyziemnych, typu rodzaj i lokalizacja pokarmu; emocje koncentrowały się wokół pierwotnej metafizyki: sfery duchów i archetypów. Te dwie cechy wydają się być immanentne i wciąż stanowią dość powszechny imperatyw zwłaszcza młodych ludzi. Analogicznie bowiem za współczesną masową formę plakatu można uznać graffiti.

W klasycznym ujęciu plakat także nie tylko zwyczajnie informuje, ale przekazuje w sposób wyszukanej grafiki emocje lub intencje twórcy. Akt tworzenia jest procesem zbliżającym do sztuki przez duże bądź małe „s” i dającym satysfakcję. W przypadku prostych realizacji (np. oznaczenie konferencji) można próbować swoich sił w różnych akcydensach, jak afisz, poster i plakat. W przypadku większych kampanii i programów edukacyjnych, należy korzystać z wiedzy i doświadczenia zawodowych artystów, zwłaszcza że w naszym kraju istnieje bogata tradycja „sztuki plakatowania”. W latach 60. XX w. międzynarodowy rozgłos zdobyli wybitni polscy artyści-plakaciści tworzący polską szkołę plakatu. Zajmowali się oni wykonywaniem plakatów o tematyce kulturalnej (film, przedstawienia teatralne, wystawy, przedstawienia cyrkowe). Dzięki rozwojowi sztuki plakatu powstało w Polsce pierwsze na świecie Muzeum Plakatu w Wilanowie, w którym od 1984 r. organizowane jest prestiżowe Międzynarodowe Biennale Plakatu. Znaczącymi przedstawicielami polskiej szkoły plakatu byli m.in. Jan Lenica, Henryk Tomaszewski, Walerian Borowczyk, Jan Młodożeniec, Marek Mosiński, Franciszek Starowieyski, Waldemar Świerzy, Wojciech Zamecznik. Za kontynuatorów uważa się dziś takich twórców, jak: Sebastian Kubica, Monika Starowicz, Stefan Lechwar i inni ze „stajni” Romana Kalarusa.

## Literatura

- Opoka J. 2008. *Multimedia w edukacji*. W: Anderwald D. (red.) Jak urządzać izby edukacyjne i ekspozycje przyrodniczo-leśne? Stud. i Mat. CEPL, Rogów, 1 (17): 195.
- Weiner J. 2003. *Technika pisania i prezentowania przyrodniczych prac naukowych – przewodnik praktyczny*. Wydanie III poprawione i uzupełnione, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.
- Wikipedia. Wolna encyklopedia  
[http://pl.wikipedia.org/wiki/Polska\\_szko%C5%82a\\_plakatu](http://pl.wikipedia.org/wiki/Polska_szko%C5%82a_plakatu), stan z dnia: 03.03.2008
- Wikipedia. Wolna encyklopedia  
<http://pl.wikipedia.org/wiki/Plakat>, stan z dnia: 03.03.2008

**Dariusz Anderwald**

Leśny Zakład Doświadczalny SGGW w Rogowie  
[anderwald.lzd@interia.pl](mailto:anderwald.lzd@interia.pl)