

Barbara Krasińska

Afisz a plakat – problemy definicji. Wstęp do badań

Artykuł ma na celu zaprezentowanie różnych definicji dwóch pojęć: afisz i plakat, terminów opisujących bliskie sobie (lecz nie tożsame) pod względem edytorsko-wydawniczym dokumenty akcydensowe. Zaprezentowana zostanie pewna niekonsekwencja w ich definiowaniu przez polskie wydawnictwa słownikowe i encyklopedyczne¹ (w niektórych stosowano te pojęcia, jako zamienniki/synonimy). Przedstawiony zostanie także głos artystów plastyków w charakteryzowaniu obu druków.

Artykuł ma także na celu przedstawienie przez autorkę własnych definicji afisza i plakatu oraz uwrażliwienie przyszłych badaczy drobnych form drukarskich na subtelne różnice definicyjne i związane z tym problemy teoretyczne.

Jak słusznie zauważa Agnieszka Szablowska, scharakteryzowanie obu pojęć utrudnia fakt, iż zarówno wyraz „afisz”, jak i „plakat” nie posiadają w swej etymologii polskich korzeni. Oba trafiły do polskiej terminologii z zagranicy (głównie Francji i Niemiec):

W latach 20. w języku polskim używano tych określeń wymiennie. Według przyjętej w Polsce terminologii, afiszem <z fr. *l'affiche*> nazywano drukowane ogłoszenie umieszczane w miejscach widocznych, powiadamiające o mającej się odbyć imprezie publicznej, np. przedstawieniu teatralnym lub odczycie².

Afisz (Fot. 1.) oddziałuje za pomocą tekstu. Plakat (Fot. 2.) (z niem. *das Plakat*) to również ogłoszenie, lecz ujęte w artystyczną szatę drukarską, malarską bądź graficzną³ (Fot. 3).

Afisz jest formą wcześniejszą, która istniała odkąd wynaleziono druk, i jako rodzaj reklamy rozpowszechnił się w XVII i XVIII wieku. Do XIX wieku przetrwał w podobnym kształcie (napis drukowany, uzupełniony ornamentem roślinnym lub geometrycznym, często w formie bordiury). Rozwój tej formy artystycznej, czyli przekształcenie w plakat, związany był z doskonaleniem technik graficznych. Także odkrycie litografii w 1798 roku przez Niemca, Alojzego Senefeldera, pozwoliło na

¹ Wydawane na przełomie XIX i XX w. oraz w XXI w.

² Por. A. Szablowska, *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy*, Warszawa 2005.

³ Ibidem.



Fot. 1. Afisz teatralny 1839 [autor nieznan] (źródło: Sz. Bojko, *Polska sztuka plakatu*, Warszawa 1971, s. 14; fot. autor)

zwiększenie wymiarów afisza i w konsekwencji jego szans oddziaływania na odległość. Dalsze etapy rozwoju tej formy druku wiązały się z wynalezieniem litografii kolorowej, a pod koniec XIX wieku z wykorzystaniem metod fotograficznych do reprodukcji obrazu oraz powstaniem fotochromolitografii⁴. Plakat zatem „genetycznie był afiszem, kartką papieru, której dodano do tekstu obraz”⁵. Za pierwszy plakat zewnętrzny uznaje się ten powstały w 1835 roku w Nowym Jorku (o wymiarach powyżej 50 stóp kwadratowych), w pracowni Jareda Bella, gdzie drukowano akcydensy na potrzeby cyrku⁶.

We Francji, ojczyźnie narodzin plakatu, nie sformułowano odrębnego określenia dla artystycznie wykonanego ogłoszenia bądź reklamy. W pewnym momencie uznano jedynie za stosowne zmienić termin *l'affiche* na *l'affiche illustrée*⁷. Oficjalnie zaczęto mówić o francuskim plakacie w 1887 roku, w odniesieniu do pierwszych wykonanych w technice kolorowej litografii prac Julesa Chéreta (uważanego za ojca tamtejszego plakatu⁸). W praktyce jednak we francuskim piśmiennictwie przymiotnik *illustrée* nie był stosowany.

⁴ Ibidem, s. 8.

⁵ A. Banach, *Pismo i obraz*, Kraków 1966, s. 152.

⁶ *Historia. Reklama zewnętrzna w Polsce*, [online] <https://archive.is/i0FoB#selection-441.0-441.186> [dostęp 27.01.2016].

⁷ A. Szablowska, *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy...*

⁸ Sz. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 8.



Fot. 2. Plakat *Moulin Rouge*, 1891, Henri de Toulouse-Lautrec

Źródło: N. Souter, S. Newman, *Plakat i reklama. Przewodnik*, Warszawa 2012, s. 139; fot. autor

Pod koniec XIX wieku w świecie zaczęło również funkcjonować niemieckie pojęcie *das Plakat*, które stopniowo stosowane było w wielu krajach Europy, w tym również w Polsce⁹.

Ponieważ język polski podatny był zarówno na wpływy francuskie, jak i niemieckie, stosowanie obu terminów było zrozumiałe, zwłaszcza w początkowym okresie rozwoju tej grafiki użytkowej. W latach 30. w polskiej prasie fachowej dotyczącej reklamy utrwalił się w rezultacie termin „plakat”, który to do dzisiaj jest określeniem najbardziej rozpowszechnionym¹⁰.

Problem terminologiczny istnieje, ponieważ plakat genetycznie wyrósł i ewoluował ze znanych wcześniej społeczeństwu form graficzno-informacyjnych. Były to, jak podaje znawca i teoretyk zagadnień plakatu Szymon Bojko: *ogłoszenia* (wykonywane za pomocą techniki drzeworytniczej lub metalowej), *ulotki małych formatów* oraz właśnie – afiże¹¹. Genealogia oraz bliskie pokrewieństwo znaczeniowe obydwu pojęć, a także brak wyraźnej cezur historycznej oddzielającej transformację jednej formy drukarskiej w drugą, mogło zatem stanowić przyczynę wielu niejasności znaczeniowych. Jak zauważa Bojko:

⁹ A. Szablowska, *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy...*, s. 8.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Ibidem.



Fot. 3. Plakat filmowy, *Casanova*, 1927, Jan Tschichold

Źródło: J. Tschichold, *Nowa Typografia*, Berlin 1928, s. 189; fot. autor

w polskim piśmiennictwie początkowo używa się wymiennie obydwu pojęć: afisz – plakat, jednakże z czasem do języka potocznego przechodzi afisz jako ogłoszenie zawierające tekst bez ozdób, podczas gdy określenie plakat zawiera w domyśle przymiotnik „artystyczny”¹².

Redaktorzy *Wielkiej ilustrowanej encyklopedii powszechnej* z 1929 roku źródeł narodzin plakatu dopatrują się już w starożytnej Grecji i Rzymie (brak informacji o afiszu). Podają:

plakat to ogłoszenie nalepiane na ściany (...). Już w starożytnej Grecji i Rzymie podawano w ten sposób do wiadomości prawa, postanowienia senatu (...). W średniowiecznym Rzymie używano torsu statui, zwanej Pasquino do nalepiania złośliwych i satyrycznych plakatów; odpowiedzi pojawiały się na posągu boga rzek Marforio. Od czasu wynalezienia sztuki drukarskiej są plakaty przeważnie drukowane. Od ok. 1890 roku wykształciła się specjalna sztuka plakatowa, głównie z inicjatywy Francuzów (Forain, Toulouse-Lautrec i in.) i stanowi dziś gałąź sztuki stosowanej¹³.

¹² Ibidem, s. 187.

¹³ *Wielka ilustrowana encyklopedia powszechna*, t. 12, Kraków: Wydawnictwo Gutenberg, [1929] – (Kraków: Drukarnia Ludowa), s. 277.

Inna charakterystyka obu pojęć została zamieszczona w *Encyklopedii Orgelbranda* z 1859 roku, gdzie znaleźć można bogatą definicję, niespotykaną później w literaturze fachowej¹⁴. Afisze opisany jest tam następująco:

wyraz przyjęty z francuskiego. Ogłaszanie codziennych widowisk różnego rodzaju, czy to w teatrach, czy w innych miejscach, odbywa się przez afisze zwykle rozlepiane po rogach ulic, lub roznoszone po domach i zakładach publicznych. Afisz zawiera w sobie wszelkie szczegóły, miejsce, dzień, rodzaj widowiska, osoby mające w niem udział, cenę miejsc, porządek i początek przedstawienia. Teatra zagraniczne mieszczą nadto na afiszach nazwiska artystów chorych, aby usprawiedliwić przed publicznością niemożność dania niektórych dzieł lub zmianę widowisk, zapowiedzianych przez pisma publiczne. Afisze w innych krajach, a szczególnie w Anglii, bywają różnokolorowe, olbrzymiego rozmiaru i drukowane czcionkami stosownej wielkości. U nas tylko niezwykłe przedstawienia używają tego sposobu. Teatra zachowują zawsze jeden format przyjęty, zmieniając tylko druk czarny na czerwony przy widowiskach bezpłatnych w dniu galowe, i przy pierwszych przedstawieniach, lub wznowieniach dzieł. Afisze teatrów prowincjonalnych, tak za granicą jak w kraju, dla zaciekawienia widzów napełnione bywają częstokroć licznymi podziałami dzieła na tytuły, pochwałami Onego i t. p., a jeżeli jeszcze widowisko przeznaczone jest na dochód którego z artystów, wówczas odwołanie się do łask i względów publiczności, staje się nieodzowną potrzebą afiszu. – Oprócz teatralnych nazywano afiszami, także obwieszczenia urzędowe, rozlepiane dawniej, a w niektórych miejscach dziś jeszcze, po rogach ulic (ob. Plakatu) oraz ogłoszenia księgarskie o nowo wyszłych dziełach, wywieszane w wystawach sklepowych i miejscach publicznych. Petites affiches, nazywają się we Francji niektóre pisma peryjodyczne, zawierające prawie wyłącznie ogłoszenia handlowe i różnych osób prywatnych¹⁵.

O wiele mniejszym zainteresowaniem objęto w encyklopedii termin „plakat”, który opisany jest tam tylko jako: (po francuzku *placard*) afisz albo drukowane obwieszczenie przylepiane na rogach ulic lub na gmachach publicznych¹⁶.

Różnic znaczeniowych między obydwoma pojęciami nie można odnaleźć w *Ilustrowanej Encyklopedii Trzaski, Everta i Michalskiego* (T. I i T. IV) z 1928 roku, gdzie czytamy:

plakat – ogłoszenie firmowe, afisz teatralny, widowiskowy, wykonany artystycznie w celach reklamowych, techniką litograficzną lub drukarską z oryginałów (...) afisz; ogłoszenie o widowiskach itp. rozlepiane w miejscach publicznych i zawierające różne szczegóły¹⁷.

W *Encyklopedii wiedzy o książce* z 1971 roku, zdefiniowano termin „plakat” jako:

¹⁴ Ze względu na brak w literaturze przedmiotu definicji afisza w tak bogatym ujęciu, autorka niniejszego artykułu pozwala sobie na zacytowanie jej w całości.

¹⁵ *Encyklopedyja powszechna*, T. 1, Warszawa: nakład, druk i własność S. Orgelbranda, 1859, s. 164.

¹⁶ *Encyklopedyja powszechna*, T. 20, Warszawa: nakład, druk i własność S. Orgelbranda, 1865, s. 793.

¹⁷ *Encyklopedia Trzaska, Evert, Michalski*, Warszawa 1928, s. 31, s. 254.

druk o charakterze i przeznaczeniu identycznym jak afisz [...], plakat zawiera zazwyczaj mało tekstu a przemawia do widza stroną graficzną, kompozycją i kolorem¹⁸,

w encyklopedii podano także pierwsze różnice znaczeniowe w opisie obu druków:

[plakat] podaje mniej informacji konkretnych niż afisz; jego zadaniem jest reklama i propaganda zjawisk związanych z życiem gospodarczym, politycznym, kulturalnym lub artystycznym¹⁹.

O błędnym i zamiennym nadużywaniu obu pojęć dowiadujemy się z *Encyklopedii współczesnego bibliotekarstwa polskiego* z 1976 roku, w której czytamy:

[afisz] druk ulotny jednostronny, zazwyczaj dużego formatu, o charakterze urzędowym, informacyjnym, reklamowo-propagandowym do wywieszenia w miejscach publicznych; potocznie (niesłusznie) używa się zamiennie terminy: afisz i plakat²⁰.

W *Encyklopedii współczesnego bibliotekarstwa polskiego* różnice między pojęciami dostrzeżono na płaszczyźnie kompozycyjnej, mianowicie w stosunku obrazu do tekstu. Czytamy, iż w plakacie; „(...) przekaz wizualny, często o znacznych walorach artystycznych, przeważa nad tekstowymi”²¹.

Różnice znaczeniowe między obydwoma pojęciami często dostrzegano w budowie kompozycyjnej, w stosunku tekstu do grafiki. Są to bowiem elementarne składniki, które budują przestrzeń obu dokumentów. Różnice te zauważono, np. w *Poradniku redaktora* Filipa Trzaski z 1976 roku:

[plakat, jest to] akcydens informacyjny, który przemawia do odbiorcy barwną plamą oraz ilustracją. Tekst w plakacie odgrywa rolę drugorzędną, stanowi jedynie informacje uzupełniające w stosunku do elementów czysto graficznych²². [afisz, natomiast to] ogłoszenie, w którym dominuje tekst słowny nad ilustracją. [Występują] afisze tekstowo-graficzne (afisz-plakaty), graficzno-tekstowe (plakato-afisze)²³.

Definicję wyrosłą z socjologicznego pryzmatu, klasyfikującą obie formy druku do tej samej kategorii materiałów dokumentujących życie społeczne, odczytać można z *Podręcznego słownika bibliotekarza* z 2011 roku (jednocześnie uwzględniono przy tym niewielką różnicę znaczeniową):

¹⁸ *Encyklopedia wiedzy o książce*, Wrocław-Warszawa-Kraków 1971, s. 7, 1900; Encyklopedia wyszczególnia nowy typ plakatu: plakat biblioteczny, plakat reklamujący działalność biblioteczną, zawiadamiający o organizowanych przez nią imprezach lub propagujący określone grupy zbiorów.

¹⁹ *Ibidem*, s. 1900.

²⁰ *Encyklopedia współczesnego bibliotekarstwa polskiego*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1976, s. 15.

²¹ *Ibidem*, s. 256.

²² F. Trzaska, *Poradnik redaktora*, Warszawa 1976, s. 47.

²³ *Ibidem*, s. 47.

[afisz] druk ulotny jednostronny, najczęściej dużego formatu, wykonany ze składu drukarskiego; przeznaczony dla doraźnych celów informacyjnych (obwieszczenia, ogłoszenia, odezwy, manifesty) rozlepiany w miejscach publicznych itp. W bibliotekach zbiory a. gromadzone są przeważnie w dziale dokumentów życia społecznego²⁴.

[plakat] gatunek grafiki użytkowej, którego zadaniem jest dostarczanie doraźnej informacji politycznej, społecznej, reklamowej itp. W sposób krótki w atrakcyjnym ujęciu graficznym²⁵.

Jasnych różnic znaczeniowych nie odnajdziemy, niestety, i w nowszej literaturze fachowej. W *Słowniku terminologii medialnej* z 2006 roku za plakat uznaje się:

ogłoszenie drukowane, dużego formatu, złożone z ilustracji i tekstu, umieszczone w miejscu publicznym. [afisz natomiast, to]; ogłoszenie drukowane dużego formatu z informacjami o mającej się odbyć imprezie publicznej, umieszczone w miejscu publicznym²⁶.

Analizując definicyjne zawłości obu pojęć, nasuwa się pytanie – kiedy (w znaczeniu cezury historycznej) mówić można (jeszcze) o afiszu, a kiedy dany druk to już plakat?

Redakcja *Najnowszej Encyklopedii PWN*, podaje taki moment historyczny – mianowicie XIX wiek:

[afisz] dzieło sztuki drukarskiej i graficznej. Wykształcił się w XVII w., rozpowszechnił jako środek reklamy w XVIII wieku (również w Polsce); w XIX w. zastąpiony przez plakat²⁷.

Poza cezurą czasową (XIX wiek) w *Encyklopedii* nie podano dokładnych informacji (twórców, czy tytułów dokumentów), które można by uznać za dowód na przeobrażenie się jednej formy drukarskiej w drugą. Pozostaje to zatem do dzisiaj kwestią otwartą.

Różnice między pojęciami zaprezentowane są natomiast wyraźnie w popularnych dzisiaj encyklopediach internetowych. Dowiadujemy się z nich, iż:

Plakat tym różni się od afiszu, 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, 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 sztuki²⁸.

²⁴ *Podręczny słownik bibliotekarza*, Warszawa 2011, s. 15.

²⁵ *Ibidem*, s. 256.

²⁶ W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006, s. 2. s. 147.

²⁷ *Najnowsza encyklopedia powszechna* 2013, [online] <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/afisz;3866111.html> [dostęp 27.01.2016].

²⁸ *Plakat*, [online] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Plakat> [dostęp 27.01.2016].

Natomiast 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 itp. Cechą charakterystyczną afisza jest użycie liter w zazwyczaj dużym stopniu pisma oraz druk do marginesów (czyli bez spadów)²⁹.

Definicja plakatu w ujęciu artystów grafików

Definicję plakatu opracowali także i sami artyści plastycy. Jan Słomczyński, w swojej teoretycznej rozprawie: *Plakat: idea, budowa, przykłady* z 1947 roku, różnice znaczeniowe między plakatem a afiszem ujmuje następująco:

weszło już w zwyczaju nazywać plakatem ten środek propagandy, który przemawia do widza rysunkiem i kolorem. Tekst w formie hasła lub krótkiej informacji, ujętej zwarem i zdecydowanie współdziała z rysunkiem, będąc częścią kompozycji całości. Afisz zaś przeciwnie, przemawia do widza tekstem. Jeśli na afiszu znajduje się rysunek, to jedynie jako uzupełnienie lub motyw dekoracyjny. Cały wysiłek kompozycyjny jest skierowany na estetyczny i ciekawy układ składu tekstowego³⁰.

Inny artysta grafik, Mieczysław Górowski, definiując pojęcie plakatu, podobnie jak autor *Poradnika redaktora* z 1976 roku, rozpatruje tę kwestię, opierając się na kompozycji całości. Przyznając rolę decydującą w budowie plakatu – grafice. Dla Górowskiego grafika i tekst nie „współbrzmieją” równocześnie (wpływając tym samym na intensyfikację komunikatu wizualnego). Dla Górowskiego to warstwa graficzna dzieła trafia, jako pierwsza, do odbiorcy, tekst jej tylko towarzyszy. Jak sam zauważa „to raczej obraz ma zainteresować swoją wymową. Obraz jest czymś, co ma zafascynować. A treść to gdyby drugie odczytanie. Trzeba się zbliżyć, przeczytać³¹.

Plakat rozpatrywany jako całość kompozycyjną rozumie inny polski artysta grafik – Maciej Urbaniec, uważa, iż plakat jest dzieckiem romansu obrazu ze słowem. Jest to przekaz, w którym obydwie systemy współdziałają na równych prawach i im harmonijnie działają, tym lepszy plakat³². Urbaniec rozpatruje plakat holistycznie, dla niego „słowo jest obrazem, obraz jest słowem³³, natomiast fragmentaryczne interpretowanie plakatów niesie za sobą niebezpieczeństwo zubożenia idei pełnego przekazu.

²⁹ Afisz, [online] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Afisz> [dostęp 27.01.2016].

³⁰ J. Słomczyński, *Plakat. Idea, budowa, przykłady*, Warszawa 1947, s. 9. Jan Słomczyński definiując plakat obiera stanowisko, iż bez względu na rodzaj plakatu (plakat typu: informacyjnego, aktywnego [klasyfikacja autora]) każdy z nich składa się z pięciu elementów: kompozycji ogólnej, rysunku, koloru, przestrzeni wolnej oraz tekstu.

³¹ M. Górowski, *Drzwi do plakatu*, Kraków 2009, s. 38. Mieczysław Górowski zwraca uwagę na zastosowanie koloru w plakacie, po którym [zdaniem artysty] można z dużym prawdopodobieństwem zidentyfikować jednostkowy styl każdego autora.

³² K. Lenk, *Nie hałasuj niepotrzebnie... mówi Maciej Urbaniec*, „2+3 D”, III-2004, nr 12, s. 35.

³³ Ibidem, s. 33.

Nowa definicja afiża i plakatu

Autorka tego tekstu pozwoliła sobie na stworzenie własnych definicji³⁴ afiża i plakatu, mając nadzieję, że charakterystyki te wprowadzą uporządkowanie w dzisiejszej terminologii fachowej oraz otworzą dyskusję związaną z tym problemem pojęciowym. Za plakat autorka uznaje:

(z fr. *l'affiche, l'affiche illustrée*; z niem. *das Plakat*) druk akcydensowy, jednostronny (najczęściej dużych formatów) należący do kategorii grafiki użytkowej, genetycznie wyrosły z wcześniejszych, drobnych form drukarskich, takich jak: ulotki oraz afiże. Wcześniej wykonywany techniką drzeworytniczą, litograficzną, obecnie projektowany za pomocą składu komputerowego. Ze względu na kompozycję graficzną plakaty dzielimy na: p. liternicze oraz typograficzne (typu typo-foto³⁵, typu typo-rysunek³⁶), ze względu na przeznaczenie (m.in. p. polityczny, społeczny, teatralny, muzyczny, filmowy, wystawowy i handlowy, sportowy, cyrkowy³⁷), ze względu na walor estetyczny/stopień estetyzacji³⁸ (p. artystyczny, p. komercyjny/reklamowy), ze względu na formę dystrybucji (p. tradycyjny, internetowy³⁹). W p. w warstwie kompozycyjnej występuje przewaga grafiki nad tekstem, jednocześnie plakat bez koegzystencji tych dwóch elementów nie funkcjonuje (może wystąpić znaczna przewaga grafiki nad tekstem w p. artystycznym). W ostatnim czasie wykształciła się nowa forma pokrewna p., mianowicie plakat naukowy (poster) bliższy kompozycyjnie formie afiża, ze znaczną przewagą tekstu w warstwie kompozycyjnej; Plakat – nie mylić z afiszem.

Afiż bowiem, zdaniem autorki, to:

(z fr. *l'affiche*) druk akcydensowy, jednostronny (początkowo tworzony głównie przez rzemieślników) do ogłaszania drobnych informacji społecznych (reklamy nowości księgarskich, wojskowej rekrutacji, wojennej propagandy). Rozpowszechniony w XVII i XVIII wieku. Z czasem, kiedy tą formą druku zainteresowali się także artyści graficy, przekształcony w plakat (źródła podają XIX wiek). W formie kompozycyjnej w afiżu występuje przewaga tekstu nad ilustracją. Grafika zaś ograniczona jest do ozdobnych ramek, w wiekach wcześniejszych często z ornamentami roślinnymi lub geometrycznym (bordiury). Ramki oddzielają afiże od siebie, w przypadku prezentacji wielu, różnych afiżów sąsiadujących ze sobą. Układ kompozycyjny pierwszych afiżów oparty był na układzie graficznym zaczerpniętym z pierwszych stron książek (układ osiowy, zróżnicowanie w stopniu pisma, wyróżnienia tekstowe). Warstwa liternicza w afiżu zazwyczaj pozostaje drukowana. Grafika w afiżu typu: rysunek, fotografia, praktycznie nie występuje. Afiż – nie mylić z plakatem typograficznym lub plakatem literniczym.

³⁴ Są to definicje weryfikowane przez autorkę.

³⁵ Por. J. Tschichold, *Nowa typografia. Podręcznik dla twórców w duchu współczesności*, Łódź 2011.

³⁶ Kategoria stworzona przez autorkę niniejszego tekstu.

³⁷ Por. J. Wiśniewski, *Plakat Polski*, Warszawa 1968.

³⁸ Kategoria stworzona przez autorkę niniejszego tekstu.

³⁹ Plakat internetowy: kategoria stworzona przez autorkę niniejszego tekstu; nowa forma, pełni funkcję pomocniczą w stosunku do aktualnych, współczesnych form promocji i marketingu. Plakat z ulic trafił do Internetu, tym samym nie spełniając prognoz o zaniku swojej formy.

rozwinęła się w II połowie XX wieku, i coraz częściej wykorzystywana jest na konferencjach naukowych, jako forma eksponowania wyników badań w trakcie konferencji naukowych (w czasie tzw. sesji posterowych)⁴⁰. Jest to forma bliższa kompozycyjnie afiszom, prawdopodobnie w przyszłości także główny element wizualizacji informacji w przestrzeni akademickiej.

Bibliografia

- Afisz*, [online] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Afisz> [dostęp 27.01.2016].
- Banach A., *Pismo i obraz*, Kraków 1966.
- Bojko Sz., *Polska sztuka plakatu*, Warszawa 1971.
- Czachorowski S., *Plakat naukowy (poster)*, [online] <http://www.uwm.edu.pl/czachor/dyda/poster.htm>.
- Encyklopedia Trzaska, Evert, Michalski*, Warszawa 1928.
- Encyklopedia wiedzy o książce*, Wrocław-Warszawa-Kraków 1971.
- Encyklopedia współczesnego bibliotekarstwa polskiego*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1976.
- Encyklopedyja powszechna*, t. 1, Warszawa: nakład, druk i własność S. Orgelbranda, 1859.
- Encyklopedyja powszechna*, t. 20, Warszawa: nakład, druk i własność S. Orgelbranda, 1865.
- Górowski M., *Drzwi do plakatu*, Kraków 2009.
- Lenk K., *Nie hałasuj niepotrzebnie...mówi Maciej Urbaniec*, „2+3 D” III-2004, nr 12. s. 33–38.
- Pisarek W., *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.
- Plakat, [online] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Plakat> [dostęp 27.01.2016].
- Podręczny słownik bibliotekarza*, Warszawa 2011.
- Słomczyński J., *Plakat. Idea, budowa, przykłady*, Warszawa 1947.
- Souter N., Newman S., *Plakat i reklama. Przewodnik*, Warszawa 2012.
- Szablowska A., *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy*, Warszawa 2005.
- Trzaska F., *Poradnik redaktora*, Warszawa 1976.
- Tschichold J., *Nowa typografia. Podręcznik dla twórców w duchu współczesności*, Łódź 2011.
- Wielka ilustrowana encyklopedia powszechna*, t. XII, Kraków: Wydawnictwo Gutenberga, [1929] – (Kraków: Drukarnia Ludowa).

Placard versus poster – problem of definition. Introduction to research

Abstract

The article presents examples of descriptions and differences in terminology (using examples of Polish scientific and popular literature) between the concepts of placard and poster. Those concepts are described as close to each other (but not identical) in terms of editorial-publishing printing documents. A degree of inconsistency in the definition will be presented for both terms being used over the years in publishing and in Polish dictionary (some used these concepts as replacements or synonyms). Artists' opinions will also be presented in characterizing

⁴⁰ S. Czachorowski, *Plakat naukowy (poster)*, [online] <http://www.uwm.edu.pl/czachor/dyda/poster.htm> [dostęp 27.01.2016].

the two concepts – mainly the concept of the poster. The article also aims at presenting the new definitions of placard and poster.

Key words: placard, poster, commercial printing, definition

Barbara Krasieńska

Pedagogical University of Cracow

Main Library, Department of Digitization and Reprographics