

Warszawa, 28 lutego 2019 roku

Dr hab. Marcin Napiórkowski  
Zakład Kultury Współczesnej  
Instytut Kultury Polskiej  
Wydział Polonistyki UW

## Opinia promotora o rozprawie doktorskiej

mgr Zofii Leszczyńskiej pt.

*Obrazy demokracji. Polskie plakaty wyborcze z lat 1989–2015*

*w perspektywie semiotycznej*

Plakaty wyborcze to we współczesnym pejzażu semiotycznym zjawisko niełatwe do poznawczego uchwycenia. Ich irytująca wszechobecność zmienia się szybko w przezroczystość opartą na zubożeniu. Na wpół zerwane, pomazane, zniszczone przez pogodę i polityczną konkurencję podobizny polityków mijamy przez wiele tygodni, ucząc się ich nie dostrzegać. Mgr Zofia Leszczyńska stawia sobie za zadanie wyrwanie plakatów wyborczych z tej semiotycznej przezroczystości i poddanie analizie ich ukrytych kodów.

Przedmiot jej badania stanowi imponujący korpus ponad 1000 plakatów pieczołowicie zebranych w archiwach i bibliotekach. Warto jednak od razu wspomnieć, że prowadzona analiza nie ma charakteru gabinetowego. Choć materiał był w znacznej mierze pozyskany z archiwów, Autorka wiele uwagi poświęca „społecznemu życiu” plakatów, starannie odtwarzając reguły ich funkcjonowania w przestrzeni publicznej.

Rozprawa opiera się na szczegółowej interpretacji plakatów obejmującej zarówno ich wymiar słowny (retoryka haseł, dobór określeń, wykorzystane metafory), jak i wizualny (dobór zdjęć i ilustracji, kompozycja plakatu, wykorzystanie symboli narodowych itp.). Autorka wykonuje swą pracę posługując się przede wszystkim narzędziami semiotyki, które uzupełnia także o koncepcje zaczerpnięte z antropologii, psychologii czy *gender studies*. Dzięki skupieniu na znakowych relacjach, w których

uczestniczą plakaty, w obrębie całej pracy zachowana zostaje spójność metodologiczna.

Punktem wyjścia dla Autorki jest rozpoznanie paradoksalnej natury plakatu, który – jak przekonująco pokazuje mgr Leszczyńska – opisać można szeregiem dialektycznych par: użytkowość i dzieło sztuki, nietrwałość i pretensja do uniwersalności itp. Następnie odwołując się między innymi do koncepcji *antropologii codzienności* Autorka kreśli ramy społecznego funkcjonowania plakatów wyborczych jako znaków w przestrzeni publicznej, uwzględniając przy tym także aktywny udział odbiorców, którzy plakaty zrywają, wyszydzą czy pomysłowo przerabiają.

Kolejne rozdziały poświęcone są powracającym na plakatach toposom. Wybór klucza problemowego, a nie ściśle chronologicznego, sprawia, że praca nie jest po prostu historią przemian kampanijnej estetyki. Zamiast tego mgr Leszczyńska śledzi trwałość i zmianę w obrębie poszczególnych toposów, takich jak znaki polskości, wizje czasu czy obrazy płci.

W toku analizy Autorka wprowadza wiele wartościowych rozpoznań i klasyfikacji, które nadają rozprawie strukturę teoretyczną i pozwalają uporządkować obszerny analizowany materiał. W ten sposób na przykład rozpoznany w pierwszym rozdziale paradoks tymczasowości aspirującej do trwałości powraca potem jako para „plakat rewolucyjny” – „plakat kampanijny”, służy także do opisanía wyjątkowości wyborów kontraktowych z roku 1989 jako politycznego mitu założycielskiego kluczowego nie tylko dla tożsamości współczesnej polskiej klasy politycznej, lecz także dla semiotycznego kodu, którym posługują się plakaty.

Pod piórem mgr Zofii Leszczyńskiej plakaty wyborcze przestają być prostymi znakami odsyłającymi bezpośrednio do kandydatek i kandydatów zabiegających o naszą życzliwość przy urnach. W prezentowanej rozprawie doktorskiej plakaty ujawniają swe uwikłanie w skomplikowaną sieć znaczeń obejmującą stereotypy dotyczące płci i narodową mitologię, szampową estetykę profesjonalizujących się kampanii i zaskakujące pokłady partyzanckiej kreatywności, obietnicę rewolucyjnego politycznego przełomu i rutynę powracających co cztery lata wyborów między kandydatami, których nie odróżnia nic poza kolorystyką partyjnych barw.

*Marcin Szapitkowski*