

Elwira Bolek
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin
elwira.bolek@poczta.umcs.lublin.pl

GRA ZNAKAMI I ZNACZENIAMI W POLSKIM ARTYSTYCZNYM PLAKACIE TEATRALNYM

Słowa kluczowe: plakat teatralny, multimodalność, system semiotyczny, interpretacja, teoria amalgamatów kognitywnych

Keywords: theatre poster, multimodality, semiotic system, interpretation, conceptual blending theory

Punktem wyjścia niniejszego artykułu jest założenie, że plakat artystyczny to komunikat, w którym zastosowane systemy znakowe – werbalne i wizualne – wchodzą ze sobą w interakcję. Dostrzeżenie przenikania się znaków i znaczeń pozwala posługiwać się w odniesieniu do plakatu kategorią multimodalności, definiowaną jako orientacja badawcza mająca na celu zajęcie się tym, co dzieje się, gdy różne formy komunikacyjne łączą się, tworząc znaczenia¹. Znaczenie multimodalnego komunikatu (w moim tekście – plakatu) nie jest prostą sumą znaczeń poszczególnych znaków, ale tworzoną przez odbiorcę wypadkową integracji składników², wchodzących ze sobą w wieloetapowe interakcje. Dopelnianie się języka i obrazu oraz znaczeń, do których mogą odsyłać użyte systemy semiotyczne, daje wielość interpretacji z punktu widzenia odbiorcy przekazu.

1 „It is a research orientation in its own right that seeks to address what happens when diverse communicative forms combine in the service of »making meanings«” (Bateman, Wildfeuer, Hiippala 2017: 8).

2 „Meaning is made in many different ways, always, in the many different modes and media which are copresent in a communicational ensemble” (Kress, Van Leeuwen 2001: 111).

W prowadzonych do tej pory badaniach nad semiotyczno-kulturowymi interpretacjami plakatów artystycznych dostrzegałam każdorazowo współwystępowanie domen składających się na indywidualną strukturę pojęciową odbiorcy komunikatu³. Przestrzenie wyjściowe, które stapiają się w semiotyczno-kulturowych interpretacjach plakatu, to oddziałujące na siebie domeny: obiektowa, werbalna i wizualna.

W wypadku plakatu teatralnego domena obiektowa to wszystkie informacje na plakacie, które odsyłają odbiorcę do konkretnych, rzeczywistych „obiektów”. Składają się na nią takie elementy, jak: tytuł anonowanej sztuki, nazwisko jej autora, miejsce inscenizacji, rok premiery, nazwisko autora plakatu czy rok jego powstania. Zauważmy, że niektóre znaki werbalne mogą uniezależniać się od obiektu, do którego odsyłają w kontekście zapowiadanej sztuki teatralnej, i zaczynają grać sensami. Kiedy słowa nie tylko wskazują na desygnat, ale również wyzwalały skojarzenia, wchodzi jednocześnie do obszaru domeny werbalnej. I tak np. tytuł odnosi się do tekstu dramatu lub jego konkretnej scenicznej realizacji, ale w niektórych przypadkach (np. gdy odbiorca nie zna treści anonowanej sztuki) może jedynie uruchamiać konotacje użytych słów. Przyjmuję, że znaczenie słowa nie ogranicza się do cech definicyjnych, ale ma strukturę otwartą. Nawiązuję tu do koncepcji Ryszarda Tokarskiego i jego propozycji otwartej semantycznej definicji słowa, która

wykracza poza ograniczony, zamknięty zestaw cech koniecznych i wystarczających i uwzględnia również komponenty semantyczne określane zazwyczaj jako cechy konotacyjne czy asocjacyjne, cechy będące pochodnymi oddziaływania na język rozmaitych czynników kulturowych [...], a nawet indywidualnej, subiektywnej wrażliwości twórcy (Tokarski 2013: 311).

Domena wizualna to po prostu obszar znaków graficznych, razem z ich konotacjami⁴ i symboliką barw. Znaki graficzne w komunikacie multimodalnym często można przełożyć na język werbalny, który jest najbardziej rozbudowanym kodem porządkującym ludzkie myślenie. Znaki ikoniczne odbierane są za pomocą obrazów mentalnych – utrwalonych w umysłach wyobrażeń. Te natomiast mogą być jednocześnie reprezentacjami stojącymi za słowami⁵.

Tekst (domena obiektowa/werbalna) i obraz (domena wizualna) przenikają się i dopełniają, stapiając w artystycznym plakacie teatralnym w makroznak, którego znaczenie można odczytać, jedynie dostrzegając jego amalgamatową strukturę.

3 Stwierdzeniem tym sygnalizuję odwoływanie się do teorii amalgamatów pojęciowych Gilles’a Fauconniera i Marka Turnera. Efektywność stosowania tejże w badaniach komunikatów obrazowo-słownych znalazła już potwierdzenie w artykułach (Kaźmierska 2007; Winiarska 2016; Bolek 2015, 2016a, 2016b).

4 Zob. podział na znaki denotatywne i konotatywne (Barthes 1985: 289–302).

5 Stwierdzeniem tym odwołuję się tytułu monografii Ryszarda Tokarskiego *Światy za słowami* i koncepcji językoznawcy, który (pisząc bardzo ogólnie) traktuje semantykę leksykalną jako naukę o związkach między językiem a ludzkim myśleniem o świecie (Tokarski 2013).

Zastosowanie analizy multimodalnej, w której znaczeń poszczególnych składników nie odczytuje się w izolacji, ale integruje się sensory użytych w komunikacji znaków, pozwala na aktualizowanie różnych treści jednocześnie. Przy stosowaniu analizy multimodalnej często w umyśle interpretatora-badacza uruchamia się amalgamatory sposób myślenia, tzn. taki, w którym dostrzega się wzajemne oddziaływanie znaków i ich znaczeń, a globalny sens nie jest prostym połączeniem składników przekazu, ale zupełnie nową jakością. Wykorzystanie analizy multimodalnej pozwala na zasygnalizowanie równoległych rozwiązań interpretacyjnych.

W artykule reprezentatywnym materiałem badawczym są plakaty Henryka Tomaszewskiego do takich sztuk teatralnych, jak *Historia* Witolda Gombrowicza w reżyserii Zbigniewa Micha i *Zemsta* Aleksandra Fredry w reżyserii Gustawa Holoubka. Materiałowe analizy i interpretacje pokazują, jak wiele sensów i kontekstów może zostać uruchomionych przez ten sam multimodalny przekaz. Znaki werbalne i wizualne w artystycznych plakatach teatralnych grają sensami i pozwalają odbiorcy na wielość odczytań, reinterpetację i aktualizację znaczeń.

Na plakacie H. Tomaszewskiego do Gombrowiczowskiej *Historii*⁶, podobnie jak w wielu innych graficznych dziełach mistrza, w związku z zastosowaniem typografii własnej słowa są traktowane jako znaczące elementy wizualne. Z komentarza Agnieszki Szewczyk do twórczości Tomaszewskiego możemy się dowiedzieć, że w warsztacie grafika:

[...] stosowanie coraz częściej odrębnego liternictwa doprowadziło do unifikacji litery i znaku – przeniesienia typografii w sferę obrazowania za pomocą dowolnie tworzonych form i barw. Odwrotny zabieg przeprowadził względem obrazów, które w wyniku coraz większej sublimacji i upraszczania formy zamieniane były w projektach Tomaszewskiego w znaki graficzne (Szewczyk 2014: 46).

Obrazowość tekstu i graficzność obrazu stapiają się w artystycznym plakacie w makroznak. Elementy werbalne – tytuł sztuki *Historia* (odsyłający do całego tekstu dramatycznego, ale też uruchamiający znaczenie i konotacje nazwy pospolitej *historia*), nazwisko autora dramatu (Witold Gombrowicz), miejsce inscenizacji (Teatr Nowy), nazwisko autora plakatu (Henryk Tomaszewski), rok premiery spektaklu i powstania plakatu (1983) – oraz wizualne (przedstawiona zielona stopa) przenikają się i oddziałują na siebie w procesie odbioru plakatu teatralnego. Wydaje się, że punktem wspólnym wszystkich składowych przekazu jest Gombrowiczowska kategoria „bosości”, kluczowa dla anonowanej sztuki teatralnej. Według Jana Błońskiego

6 *Historia* to dramat składający się z zestawionych przez Konstantego A. Jeleńskiego fragmentów pierwszej wersji *Operetki*, w zamyśle podobny (por. „Gombrowicz starał się tu już przeciwstawić ludzką nagość maskom i strojom historii naszego wieku”; Jeleński 1994: 334), ale w zakresie kreacji postaci i akcji od *Operetki* różny.

take pojęcia jak „nagość” uruchamiają u Gombrowicza nigdy nie zamknięty ciąg skojarzeń, z których żadne nie wynika koniecznie z poprzedniego (za: Jeleński 1994: 352).

Kategoria „bosości” przenika się z kategorią „nagości” i w kontekście *Historii* odwołuje do ciągu asocjacji: ‘niedojrzałość’ – ‘młodość’ – ‘energia’ – ‘natura’ – ‘prawda’ – ‘dziecinność’ – ‘bezbronność’ – ‘uwolnienie od samego siebie’ – ‘odrzuć formę’. Ostatnia cecha – ‘odrzuć formę’ – jest jednocześnie jedynym wyznacznikiem stylu H. Tomaszewskiego, artysty, który

posługiwał się metodą eliminacji – usuwania z projektu wszystkich zbędnych elementów, odrzucał jednak rygor formalny na rzecz rygoru myślenia (Szewczyk 2014: 46).

W plakacie teatralnym tekstowe asocjacje „bosości” nakładają się na znaczenie znaku wizualnego. Istotne wydaje się użycie koloru zielonego, który w plakacie, podobnie jak bosa stopa w *Historii*, uruchamia jednocześnie konotacje ‘niedojrzałości’ i ‘dziecinności’ oraz ‘energii’ i ‘natury’. W przekazie wizualnym ważny wydaje się jeszcze jeden ze składowych elementów obrazu: znak „V” (= *Victoria* ‘zwycięstwo’). H. Tomaszewski wykorzystuje w 1983 r. symbol obecny jako wyraz oporu wobec systemu na wszystkich manifestacjach w czasie stanu wojennego⁷ i nakłada go na obraz bosej stopy. Motyw stopy jest związany z kreacją głównej postaci Gombrowiczowskiej *Historii* – Witolda Bosonoga. W dramacie bosa stopa to znak prawdy – obnażenia opresyjnych, XX-wiecznych systemów politycznych, odbierających jednostce wolną wolę. Nałożenie znaku „V” na obraz zielonej bosej stopy jest więc uzasadnione treścią sztuki, którą plakat zapowiada – *Victoria*, pokazywana palcami u stóp, staje się znakiem braku akceptacji wszystkich systemów ograniczających wolność. Wiedząc, że w pracach mistrza sztuki plakatu nie ma przypadku, warto zastanowić się też nad pozostałymi barwami użytymi w przekazie. Wydaje się, z dużym prawdopodobieństwem, że niebieski, biały i czerwony odsyłają do kolorów flagi francuskiej (w napisie *Historia* występują nawet w pożądanej kolejności) i mogą uruchamiać ciąg skojarzeń związanych z rewolucją, równością i wolnością. Te są jednocześnie wartościami, o których mowa w Gombrowiczowskim dramacie.

Przyjęcie w analizie multimodalnej perspektywy i punktu widzenia odbiorcy powoduje, że przy odkrywaniu znaczeń artystycznych plakatów teatralnych podział ról nadawcy i odbiorcy nie jest oczywisty. Odbiorcy plakatów teatralnych nadają odczytywanym komunikatom różne znaczenia, opierając się na właściwej sobie wiedzy, którą dysponują⁸. Oszczędność znaków graficznych w plakacie teatralnym

7 Premiera *Historii* w Teatrze Nowym miała miejsce w grudniu 1983 r., a więc kilka miesięcy po zniesieniu stanu wojennego.

8 Por. „Każdy użytkownik języka i mediów dysponuje właściwymi dla siebie sposobami konceptualizacji świata (indywidualnymi kontekstami epistemologicznymi, doświadczeniami, wiedzą, kompetencjami językowymi), stąd też te same przestrzenie »na wejściu« mogą w rezultacie prowadzić do powstania u różnych osób odmiennych i z reguły niepowtarzalnych w swym kształcie

może prowadzić do interpretacji skrajnie subiektywnych oraz negocjacji znaczeń przekazu między nadawcą a odbiorcą. O celowej inicjacji tego procesu H. Tomaszewski mówił:

Pracując nad obrazem plakatu, pragnę go wyartykułować prawie niczym i zmusić odbiorcę, by resztę sam sobie dośpiewał. Liczę na jego współautorstwo (Tomaszewski: 7).

Wydaje się, że interpretowany plakat, widziany w 1983 r. w jego naturalnym kontekście życiowym – na ulicy – wyzwalał jeszcze jeden ciąg skojarzeń. Dla odbiorców, którzy nie znali Gombrowiczowskiego dramatu, już samo słowo *historia*, odczytywane w aktualnej sytuacji politycznej, mogło oznaczać nie ‘zdarzenia z przeszłości’, ale ‘ciąg zdarzeń z życia’ – historię stanu wojennego, która działa się na ich oczach na ulicy⁹.

W analizowanym reprezentatywnym przykładzie – plakacie H. Tomaszewskiego do Gombrowiczowskiej *Historii* – mamy do czynienia z wykorzystaniem symbolu – znaku „V” *Victoria* – rozbiciem jego struktury (znak wizualizowany nie gestem palców dłoni, ale stopy) i nadaniem nowych sensów, motywowanych treścią interpretowanego dramatu oraz osadzonych w ówczesnej sytuacji politycznej (plakat w jego naturalnym środowisku ulicy pojawił się kilka miesięcy po zniesieniu stanu wojennego). Artystyczny język sztuki plakatu przejawia się więc nie tylko w sięganiu po takie środki, jak symbol, aluzja, cytat czy metafora, ale też w twórczym przekształcaniu znaków i znaczeń, mocno osadzonych w kontekstach innych tekstów kultury oraz wiedzy historycznej i kulturowej.

Plakacista Jakub Erol, wspominając swojego nauczyciela, mówił, że H. Tomaszewski uczył, iż plakat ma być czytelny jak znak drogowy¹⁰. Sam mistrz tak konsekwentnie stosował „filozofię znaku drogowego”¹¹, że ten uczynił centralnym i jedynym obiektem wizualnym w plakacie do *Zemsty*. Komunikat zachęcający do przyjścia na teatralną realizację jednej z najbardziej znanych polskich komedii jest bardzo oszczędny. Domena obiektowa odsyła jedynie do nazwiska autora dramatu (Aleksander Fredro), tytułu anonsovanej sztuki (*Zemsta*) oraz miejsca inscenizacji (Teatr Dramatyczny). Domena wizualna to tylko jeden znak – zakaz wjazdu, namalowany niedbale, jakby wycięty nierówno z kolorowego papieru. Słowa użyte na plakacie, choć odsyłają do rozpoznawalnego dzieła dramatycznego, mogą uniezależniać się

amalgamatów, czyli do zjawiska nadawania odmiennych znaczeń temu samemu komunikatowi, zjawisku czy tekstowi” (Skowronek 2013: 134).

9 Takie odczytanie plakatu teatralnego pozwala zaliczyć analizowany komunikat jednocześnie do gatunku plakatu politycznego. Zauważmy, że w naukowej refleksji historyków sztuki dzieło Henryka Tomaszewskiego jest analizowane właśnie w kontekście politycznym, a nie teatralnym (zob. Knorowski 2009: 224).

10 Wypowiedź plakacisty Jakuba Erola w filmie *Druga strona plakatu*.

11 Określenie za plakacistą Mieczysławem Wasilewskim.

i grać sensami. Ponadto warstwa wizualna oddziałuje na słowa i może zmieniać czy dookreślać ich znaczenie.

Zemsta to ‘odwet za doznane krzywdy; odpłacenie złem za zło’. *Fredro* to nazwisko jednego z najbardziej znanych polskich komediopisarzy. Nazwy własne nie posiadają definicji, a jedynie desygnację, ale mogą mieć również swoje wartości konotacyjne¹². I tak nazwa *Fredro* kojarzy się z wartościami: ‘komediopisarz’, ‘humor sytuacyjny i językowy’, ale też ‘szlachta’, ‘dwór’, ‘ziemianin’, ‘kontusz’, ‘nostalgia’ ‘temperament’, ‘rubaszość’, a nawet ‘brak moralności’ – asocjacjami wywołanymi przez treść dzieł pisarza.

Sama znajomość znaczeń słów nie rozwiązuje jeszcze zagadki postawionej odbiorcy plakatu. Zgodnie z założeniami analizy multimodalnej wieloznakowy komunikat można odczytać jedynie dostrzegając wzajemne oddziaływanie użytych w przekazie znaków. Wydaje się, że na wartość domeny werbalnej wpływa wizualna, a na obrazy – słowa. Znak zakazu modyfikuje znaczenie tytułu *Zemsta*.

Jednym z wielu możliwych odczytań korelacji słowa i obrazu jest znaczenie: ‘zakaz „prawdziwej” zemsty’. Jest to więc zemsta tylko w zamyśle, jakby jedynie zaplanowana, lecz przez jakieś czynniki zewnętrzne zatrzymana. Zauważmy, że taką interpretację może potwierdzić zastosowanie typografii własnej artysty. Słowo *zemsta* jest zapisane miękko, jakby zostało niedbale wycięte z papieru. Nie mamy tu ostrych krawędzi, zamasztych pociągnięć pędzla czy pióra. Zabieg ten sprawia, że można odnieść wrażenie, iż na plakacie jest mowa o jakiejś zemście nieszkodliwej, jakby nieprawdziwej.

Jeśli przywołany zostanie kontekst – znajomość treści dramatu – to można postawić jeszcze jedną hipotezę interpretacyjną: znak zakazu wjazdu streszcza fabułę komedii i jej teatralnej realizacji. Komplikacja intrygi osadza się bowiem na konflikcie o mur graniczny oddzielający części zamku. Tematem inicjującym faktyczną opowieść o ludzkich temperamentach, chciwości i miłości jest chęć wydzielenia terytorium, niedostępnego dla „obcych” – sąsiadów-wrogów¹³.

Całości gry znaczeniami dopełnia użycie żółtego koloru tła, który po pierwsze, nadaje kontrast, po drugie, ma wieloznaczną (zazwyczaj negatywną), nieokreśloną, zależną od kontekstu symbolikę. Na sensy dwóch dominujących elementów plakatu: słowa tytułu *Zemsta* oraz znaku drogowego ‘zakaz wjazdu’ wpływ mają negatywne wartości żółtego koloru tła, a werbalno-wizualny kontekst oddziałuje na znaczenie

12 Przez konotacje nazwy własnej rozumiem za Czesławem Kosylem „utrwalony w świadomości społecznej (a więc powszechny, nie indywidualny) zbiór sądów i wyobrażeń o denotacie danej nazwy. Stanowią one rodzaj etykiety dla danego denotatu” (Kosyl 1978: 136).

13 Por. odczytanie plakatu przez Mariusza Knorowskiego, który pisze: „Tomaszewski zrobił z tej »definicji« plakatu [plakat to znak drogowy – E.B.] praktyczny użytek, adaptując znak »zakaz wjazdu« do komedii Fredry *Zemsta*. Cała komplikacja intrygi, wszystkie jej wątki zostały zagęszczone w pojedynczym i wyrazistym znaku, który pointuje nieposkromioną wolę zachowania odrębności swego terytorium, niedostępnego dla obcych” (Knorowski 2009: 233).

żółci. W zależności od tego, którą ścieżkę interpretacyjną wybierzemy, żółty może oznaczać albo ‘wrogość i złe zamiary’ (Rzepińska 1966: 172) (takie znaczenie byłoby uzasadnione obecnością słowa *zemsta*), ‘agresję, złość, gniew i irytację’ (por. *żółć się komuś ulą* ‘ktoś wyładował agresję, złość, gniew’, *żółć w kimś wzbiera* ‘ktoś się złości, irytuje’)¹⁴, albo ‘ostrzeżenie’ (ten sens aktualizuje się pod wpływem skojarzeń z konwencjonalnymi oznaczeniami barw komunikacji na drodze). Znaki i ich znaczenia dopełniają się, wchodzą w dwustronne i wieloetapowe interakcje. Wskutek tego odbiorca ma możliwość dokonywania wielu odczytań artystycznych plakatów, reinterpretacji i aktualizacji znaczeń.

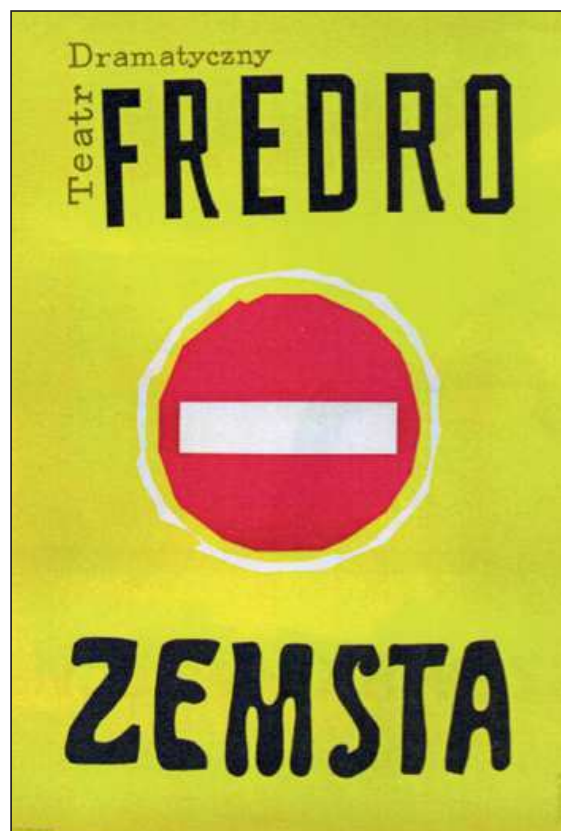
Podsumowując: artystyczny plakat teatralny składa się z wchodzących ze sobą w interakcję systemów semiotycznych – języka (tytułu sztuki, nazwiska autora dramatu, miejsca inscenizacji, nazwiska/podpisu autora plakatu, roku powstania) oraz obrazu (znaków graficznych, znaczącej typografii, rozmieszczenia graficznego, zastosowanej kolorystyki). Systemy te wzajemnie się przenikają – w komunikatach multimodalnych niejednokrotnie znaki językowe pełnią funkcję obrazu i odwrotnie. Posłużenie się kategorią multimodalności pozwala w odczytaniu plakatowych treści na nakładanie na siebie znaczeń znaków ikonicznych, obrazów mentalnych i reprezentacji stojących za słowami. Znaki werbalne i wizualne w artystycznych plakatach teatralnych grają sensami i pozwalają odbiorcy na aktualizację różnych kontekstów, dając wielość odczytań. W wypadku wnikliwej interpretacji plakatu teatralnego jednym z możliwych do uruchomienia kontekstów jest przesłanie sztuki teatralnej, anonsovanej przez analizowany przekaz wieloznakowy.

Odbiorcy nie są zobowiązani do odbierania multimodalnego kreatywnego przekazu w jeden określony sposób. Mają możliwość podążania różnymi ścieżkami interpretacyjnymi biegnącymi równolegle. Znaki plakatu grają ze sobą i grają z odbiorcą, a wybór jednego z wielu znaczeń słowa, obrazu czy koloru powoduje zmianę całego znaczenia multimodalnego komunikatu.

14 Za zwrócenie uwagi na te językowo-wizualne korelacje znaczeń koloru żółtego bardzo dziękuję Recenzentowi artykułu.



Plakat H. Tomaszewskiego
do spektaklu *Historia*, 1983¹⁵



Plakat H. Tomaszewskiego
do spektaklu *Zemsta*, 1970

Literatura

- BARTHES R., 1985, *Retoryka obrazu*, tłum. Z. Kruszyński, „Pamiętnik Literacki” LXXVI, s. 289–302.
- BATEMAN J., WILDFEUER J., HIIPALA T., 2017, *Multimodality. Foundations, Research and Analysis – A Problem-Oriented Introduction*, Berlin – Boston.
- BOLEK E., 2015, *Interpretacja plakatu artystycznego jako działanie na tekstach*, [w:] S. Niebrzegowska-Bartmińska, M. Nowosad-Bakalarczyk, T. Piekot (red.), *Działania na tekście. Przekład, redagowanie, ilustrowanie*, Lublin, s. 257–267.
- BOLEK E., 2016a, *Metodologia amalgamatów kognitywnych w interpretacji plakatów artystycznych*, [w:] B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch (red.), *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, Kraków, s. 223–234.
- BOLEK E., 2016b, *Transformacje znaków z przestrzeni publicznej w plakacie społecznym*, [w:] M. Karwatowska, R. Litwiński, A. Siwiec (red.), *Konwencja i kreacja w tekstach kultury*, Lublin, s. 83–90.
- JELEŃSKI K.A., 1994, *Od bosości do nagości*, [w:] W. Gombrowicz, *Iwona, księżniczka Burgunda, Ślub, Operetka, Historia*, Kraków, s. 333–369.

¹⁵ Źródło plakatów: Szewczyk 2014: 192, 223.

- KAŹMIERSKA E., 2007, „Golgota Jasnogórska” Jerzego Dudy-Gracza. *Stapianie pojęć w siatkach wielozakresowych*, [w:] A. Libura (red.), *Amalgamaty kognitywne w sztuce*, Kraków, s. 113–126.
- KNOROWSKI M., 2009, *Efekt zwierciadlany*, [w:] P. Rudziński (red.), *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900–1950. Studia*, Lublin, s. 203–249.
- KOSYL C., 1978, *Metaforyczne użycie nazw własnych*, [w:] M. Szymczak (red.), *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego*, Wrocław, s. 133–143.
- KRESS G., VAN LEEUWEN T., 2001, *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*, London.
- RZEPIŃSKA M., 1966, *Studia z teorii i historii koloru*, Kraków.
- SKOWRONEK B., 2013, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków.
- SZEWCHYK A., 2014, *Lekcja widzenia*, [w:] eadem (red.), *Henryk Tomaszewski – Byłem, czego i wam życzę*, Warszawa, s. 45–47.
- TOKARSKI R., 2013, *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Lublin.
- TOMASZEWSKI: *Wciąż chcę nie umieć. Z Henrykiem Tomaszewskim rozmawia Joanna Paszkiewicz-Jägers*, „Polityka” 1988, nr 25, s. 7.
- WINIARSKA J., 2016, *Plakat jako przykład multimodalnego amalgamatu*, „LingVaria” nr 2 (22), s. 43–55, [on-line:] <http://dx.doi.org/10.12797/LV.11.2016.22.03>.

Play on signs and meanings in Polish artistic theatre posters

Summary

The paper begins with the assumption that an artistic theatre poster is composed of two interacting semiotic systems: the language (the title of the play, the name of the author, the place of stage production, the name or signature of the author of the poster, the year of its creation), and the image (graphic signs, meaningful typography, graphical arrangement, colour scheme). These two codes are interwoven; linguistic signs often fulfill the function of the image in multimodal messages, and vice versa. The application of the category of multimodality allows us to superimpose the meanings of iconic images, mental images, and images hidden behind words, when reading the content of a poster. In artistic theatre posters, verbal and visual signs play with senses and allow the reader to activate different contexts, which leads to a multitude of interpretations. Recipients are not obliged to read the creative, multimodal message in a single, prescribed way. They are free to follow various parallel interpretative routes. Signs of the poster play with each other and with the reader, and the entire meaning of the multimodal message can change as one of the multiple senses of a word, an image, or a colour is singled out.