

The background features a stylized graphic of a mountain range with white peaks against a solid blue sky. Below the horizon, a large, light blue circular shape, resembling a sun or moon, is partially visible. The lower portion of the image is a solid dark blue field.

Rozwój  
**nowoczesnego**  
projektowania  
plakatów  
na Tajwanie


Profesor **Chun-Liang Leo Lin**

**Plakaty, poprzez swoją formę wizualną, mogą odzwierciedlać przebieg historii ludzkości, polityki, gospodarki, społeczeństwa, życia codziennego, środowiska, kultury oraz rozwój współczesnego projektowania.**


artykuł  
recenzowany

**P**lakaty można podzielić na cztery typy: polityczne, komercyjne, społeczne i kulturalne. Plakaty polityczne koncentrują się na takich tematach, jak propaganda rządowych dekretów, partii politycznych oraz kampanii wyborczych; plakaty komercyjne dotyczą działalności biznesowej i kampanii reklamowych; plakaty społeczne poruszają kwestie społeczne i służą celom dobra publicznego; natomiast plakaty kulturalne obejmują tematykę związaną ze sztuką, wystawami, przedstawieniami, teatrem, muzyką, literaturą, filmem, sportem i designem. Zgodnie z teorią socjologii sztuki, tworzenie dzieł artystycznych jest ściśle związane ze środowiskiem społecznym i historią kultury. W związku z tym niniejsze opracowanie bada rozwój projektowania plakatów na Tajwanie poprzez analizę kontekstu politycznego, ekonomicznego, społecznego i technologicznego oraz ich przemian w czasie.

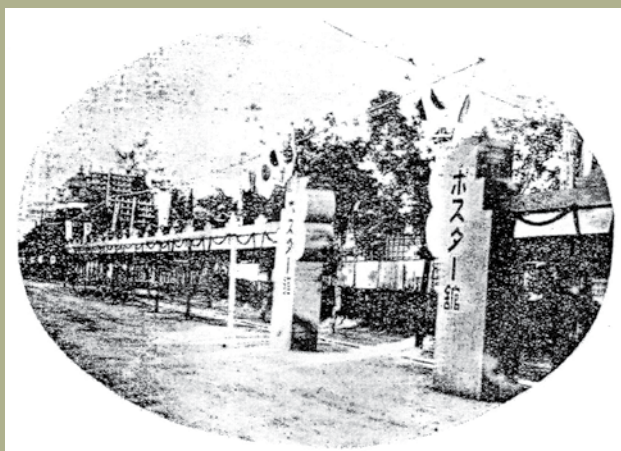
## Okres okupacji japońskiej: priorytet propagandy politycznej (1895–1945)

Rzeczony nowoczesny projektowanie plakatów na Tajwanie można prześledzić od okresu okupacji japońskiej. W 1895 roku, po zakończeniu pierwszej wojny chińsko-japońskiej, dynastia Qing poniosła porażkę i podpisała z Japonią traktat z Shimonoseki, na mocy którego Tajwan został przekazany Japonii i stał się jej terytorium. Restauracja Meiji w Japonii wiązała się z czerpaniem wzorców z cywilizacji i instytucji Zachodu, pod hasłem „Opuszczenie Azji, wejście do Europy”, co doprowadziło do szybkiej modernizacji Japonii, a w konsekwencji – także Tajwanu. W początkowym okresie rządów japońskich Biuro Gubernatora Generalnego Tajwanu rozpoczęło wdrażanie nowoczesnego systemu edukacji dla skolonizowanej ludności tajwańskiej, wprowadzając określoną politykę edukacyjną skoncentrowaną na „praktycznych naukach”. W 1902 roku „rysunek” został dodany do programu nauczania Wydziału Nauczycielskiego Szkoły Języka Japońskiego (dział B), co stanowiło formalny początek edukacji plastycznej w szkołach przeznaczonych głównie dla tajwańskich uczniów. Był to zarazem początek edukacji artystycznej na Tajwanie. W 1912 roku Biuro Gubernatora Generalnego włączyło „rysunek” i „rękodzieło”



↑ Ryc. 1-3 Plakaty propagujące rządowe zarządzenia na Tajwanie. Źródło: Opracowanie własne.

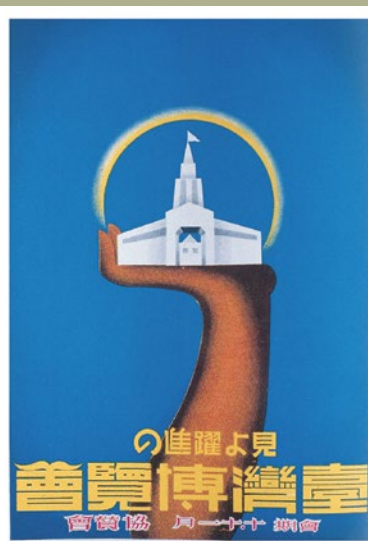
Ryc 4.  
Plakat Targów Przemysłowego Postępu Tajwanu w 1916 roku.  
Źródło: Archiwum własne autora.



Ryc 5.  
Hala Plakatów na Centralnych Targach Postępu Tajwanu, 1926.  
Źródło: Archiwum własne autora.



↓ Ryc 6. Fujisaki Shigeru z Kioto – projekt plakatu Wystawy Sztuki Komercyjnej, 1935.  
Źródło: Archiwum własne autora.





← Ryc 7.  
Plakaty propagandy politycznej rządu japońskiego, 1939. Źródło: Archiwum własne autora.



↑ Ryc 8.  
Plakaty propagandy politycznej rządu japońskiego, 1939. Źródło: Archiwum własne autora.

jako oficjalne przedmioty do programu nauczania szkół podstawowych [1]. Jednym z głównych celów edukacyjnych w początkach rządów japońskich – obok upowszechniania języka japońskiego w celach indoktrynacyjnych – było kształcenie praktycznych umiejętności życiowych. Miało to na celu wyposażenie ludności tajwańskiej w kompetencje niezbędne do pracy w przemyśle, co pozwalało maksymalizować zyski kolonii poprzez wdrażanie edukacji zawodowej [2]. Choć japońska administracja kierowała się własnymi interesami w zakresie polityki edukacyjnej na Tajwanie, to wprowadzenie zajęć z rękodziela i rysunku przyczyniło się pośrednio do rozbudzenia zainteresowania sztuką i projektowaniem wśród tajwańskich uczniów.

W ramach polityki Japonii „Rolniczy Tajwan, Przemysłowa Japonia” Tajwan stał się kluczowym dostawcą surowców oraz rynkiem zagranicznym dla japońskiego przemysłu. Produkty takie jak kamfora, cukier i herbata zyskały światową renomę jako towary rolne. W tym okresie plakaty zaczęły odgrywać rolę najskuteczniejszego narzędzia służącego zarówno promocji przemysłu, jak i propagowaniu rządowych zarządzeń na Tajwanie (ryc. 1–3). Zachodnia estetyka wizualna, którą Japonia przyswoiła poprzez studiowanie kultur europejskich i amerykańskich, znalazła odzwierciedlenie również w kulturze kolonialnej Tajwanu. Wpływy te zostały dodatkowo wzmocnione poprzez organizację wystaw i kampanii plakatowych, prezentujących osiągnięcia japońskiego zarządzania Tajwanem – między innymi: Targi Przemysłowego Postępu Tajwanu w 1916 roku (ryc. 4), Centralne Targi Postępu Tajwanu w 1926, Wystawę Portu w Kaohsiungu w 1931 roku oraz Wystawę Tajwańską: Na pamiątkę czterdziestu lat panowania kolonialnego, zorganizowaną w 1935 roku. Szczególnie warte odnotowania jest to, że podczas targu z 1926 roku otwarto specjalną Halę Plakatów, w której zaprezentowano ponad 1600 plakatów z całego świata. Wydarzenie to stanowiło pierwsze systematyczne wprowadzenie nowoczesnego zachodniego designu na Tajwan (ryc. 5). W 1932 roku, Biuro Produkcji Biura Gubernatora Generalnego we współpracy z tajpejskimi organizacjami handlowymi współorganizowało Wystawę Sztuki Komercyjnej, której celem było promowanie i nagradzanie skutecznych reklam handlowych. Inicjatywa ta stanowiła bodziec do rozwoju koncepcji projektowania reklamowego i podniosła poziom projektowania komercyjnego wśród przedsiębiorców i odbiorców w całym kraju. Wystawa Tajwańska z 1935 roku,



Ryc. 9-13  
Plakaty powstające  
na Tajwanie w okresie  
okupacji japońskiej.  
Źródło: Archiwum  
własne autora.



zorganizowana na czterdziestolecie panowania Japonii nad wyspą, była wydarzeniem o szczególnym znaczeniu w historii Tajwanu. Ogólna oprawa wizualna tej ekspozycji stanowiła ukoronowanie pięćdziesięcioletniego rozwoju japońskiej sztuki i designu na Tajwanie. Aby zademonstrować osiągnięcia czterdziestu lat rządów, Biuro Gubernatora Generalnego zaplanowało wydarzenie jako przedsięwzięcie międzynarodowe, wdrażając starannie zaprojektowaną, trójfazową kampanię promocyjną. Pierwsza faza opierała się na plakacie zaprojektowanym przez Tsukamoto Koji, który został specjalnie zatrudniony do tego celu. W drugiej fazie przeprowadzono konkurs z udziałem dziesięciu zaproszonych projektantów, w którym ponownie zwyciężył Tsukamoto Koji. W trzecim etapie zorganizowano otwarty konkurs, a nagrodę główną zdobył Fujisaki Shigeru z Kioto – jego projekt stał się oficjalnym plakatem promującym Wystawę Tajwańską (ryc. 6).

W 1937 roku wybuchła druga wojna chińsko-japońska. W odpowiedzi na zmieniającą się sytuację geopolityczną gubernator generalny Tajwanu, Seizō Kobayashi, 19 maja 1939 roku (14. rok ery Shōwa) ogłosił politykę „japonizacji, industrializacji i bazy dla ekspansji na południe”. W ramach tej strategii Tajwan został przekształcony w strategiczną bazę dla Południowej Strefy Wspólnego Dobrobytu Wielkiej Azji Wschodniej. W tym okresie plakaty stały się kluczowym narzędziem propagandy politycznej rządu japońskiego, łącząc w sobie elementy propagandy rządowej, marketingu produktów oraz promocji komercyjnej (ryc. 7 i 8).

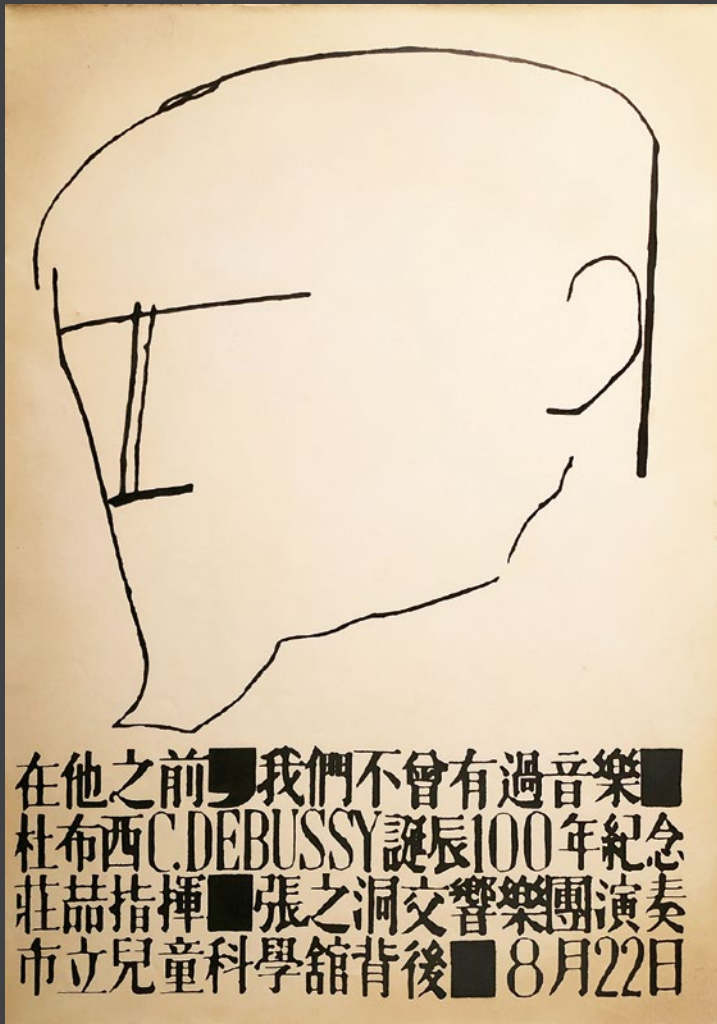
Ogólnie rzecz biorąc, styl wizualny plakatów powstających na Tajwanie w okresie okupacji japońskiej stanowił mieszankę różnorodnych wpływów. Choć wielu lokalnych artystów wprowadzało do projektów własne środki wyrazu, dominującymi nurtami były wpływy europejskiej secesji (Art Nouveau), stylu Art Deco oraz Plakat-stil. Dodatkowo widoczny był także wpływ stylu plakatów z kalendarzy reklamowych wydawanych w Szanghaju (ryc. 9–13). Treść tych plakatów często akcentowała lokalne cechy Tajwanu – takie jak wizerunki trzciny cukrowej, bananowców, palm kokosowych, liści herbaty, góry Niitaka (Yushan), architektury świątynnej, kultury ludowej, społeczności rdzennych oraz Biura Gubernatora Generalnego Tajwanu.

## Odbudowa Tajwanu: Stabilizacja polityczna i gospodarcza (1945–1970)

W 1945 roku zakończyła się II wojna światowa klęską i kapitulacją Japonii, w wyniku czego Japonia zrzekła się roszczeń do Tajwanu. Alianci przekazali administrację nad Tajwanem nacjonalistycznemu rządowi Czang Kaj-szeka. Uprzemysłowane i zmodernizowane pod rządami Japonii projektowanie przemysłowe i komercyjne na Tajwanie uległo nagłemu zatrzymaniu w wyniku wycofania administracji japońskiej, repatriacji obywateli Japonii oraz wdrożenia odpowiednich polityk. W 1949 roku wojna domowa w Chinach zakończyła się klęską rządu nacjonalistycznego, który wycofał się na Tajwan i ustanowił go bastionem antykomunistycznych działań Republiki Chińskiej oraz bazą odbudowy narodowej.

W pierwszych latach rządów nacjonalistycznego rządu na Tajwanie kraj znajdował się w stanie chaosu, stojąc w obliczu licznych wyzwań. Okres ten dodatkowo skomplikowały takie wydarzenia jak Incydent 228, upadek Chin kontynentalnych pod naporem sił komunistycznych oraz ucieczka rządu na Tajwan. Wewnętrzne zamieszki i zewnętrzne zagrożenia sprawiły, że osiągnięcie stabilizacji politycznej i gospodarczej stało się kwestią priorytetową. Cele polityczne tego okresu streszczano w haśle „Przeciw komunizmowi, przeciw Rosji, odzyskać kontynent”. Po przeniesieniu się na Tajwan, rząd nacjonalistyczny korzystał z pomocy gospodarczej Stanów Zjednoczonych, wdrażał reformy rolne oraz wprowadził cykliczne, czteroletnie plany rozwoju gospodarczego, mające na celu wzmocnienie sektorów rolnictwa i przemysłu na wyspie.

W okresie stanu wojennego i początkowych etapów rozwoju gospodarczego Tajwanu, rząd nacjonalistyczny zainicjował Antykomunistyczny Ruch Kulturalny, którego celem było kontrolowanie myśli artystycznej i literackiej oraz twórczości społeczeństwa. Wszystkie formy ekspresji artystycznej – w tym sztuki wizualne, literatura, radiofonia i propaganda filmowa – miały służyć celom antykomunistycznym i antyradzieckim. W latach 60., kiedy sytuacja polityczna uległa stabilizacji, a sektor przemysłowy i handlowy zaczął się rozwijać dzięki wsparciu gospodarczemu ze strony Stanów Zjednoczonych, liczne prywatne przedsiębiorstwa zaczęły dynamicznie działać, co doprowadziło do rozwoju produkcji i dystrybucji plakatów komercyjnych. Pod wpływem trendów projektowych



↑ Ryc. 14 Wystawa Czarno-Biała  
w galerii Artland w Tajpej, 1962.  
Źródło: Archiwum własne autora.

↓ Ryc. 15 Plakat reklamowy 1962.  
Źródło: Archiwum własne autora.



Ryc. 16 Tzu-fu Chen, plakat  
do filmu A Touch of Zen z 1970.  
Źródło: Archiwum własne autora.



Zachodu i Japonii oraz dzięki inicjatywom edukacyjnym instytucji państwowych, takich jak Centrum Produktowności i Handlu Chin, rząd, szkoły i przedsiębiorstwa zaczęły kłaść większy nacisk na edukację w zakresie designu. W szkołach sukcesywnie powstawały wydziały związane z projektowaniem, a studenci formalnie kształceni w zakresie sztuki i nowoczesnego designu zaczęli wchodzić na rynek projektowania komercyjnego na Tajwanie. Był to przełomowy moment w rozwoju współczesnej sztuki i designu na wyspie.

W 1962 roku siedmioro absolwentów ówczesnej najważniejszej tajwańskiej instytucji kształcącej talenty artystyczne – Wydziału Sztuk Pięknych Tajwańskiego Kolegium Nauczycielskiego (obecnie Wydział Sztuk Pięknych Narodowego Uniwersytetu Pedagogicznego w Tajpej) Xi-Gui Jian, Shan-Lan Gao, Ying-Jin Ye, Hua-Cheng Huang, Guo-Xiong Zhang, Yi-Feng Lin i Kai Shen – zorganizowało pierwszą wystawę projektową zatytułowaną Black and White Exhibition (Wystawa Czarno-Biała w galerii Artland w Tajpej. Wystawa, której tematem była turystyka na Tajwanie, miała przełomowe znaczenie, ponieważ była pierwszą na Tajwanie ekspozycją projektową zrealizowaną w pełni niezależnie i przyciągnęła szeroką uwagę społeczną (ryc. 14). Dodatkowo, powstanie firm reklamowych w tym okresie zapoczątkowało nowoczesną erę działalności reklamowej i komunikacyjnej na Tajwanie, co jeszcze bardziej przyczyniło się do profesjonalizacji sztuki i projektowania komercyjnego (ryc. 15).

Dzięki politycznej stabilizacji zapewnionej przez Kuomintang, rząd rozpoczął odbudowę narodową, która obejmowała również rewitalizację przemysłu filmowego. W 1950 roku w Taichungu ponownie uruchomiono studio Wytwórni Filmów Rolniczych, specjalizujące się w produkcji filmów antykomunistycznych i antyradzieckich, wspierających propagandę państwową. Pierwszym takim filmem propagandowym był Wake Up from Nightmare. W 1954 roku Wytwórnia Filmów Rolniczych została połączona z Taiwan Film Corporation, tworząc Centralną Korporację Kinematograficzną (Central Motion Picture Corporation), która w kolejnych latach odegrała kluczową rolę w rozwoju tajwańskiego przemysłu filmowego. W tym okresie przemysł filmowy na Tajwanie rozwijał się systematycznie, a produkcja plakatów filmowych stała się jego istotnym elementem. Szczególnie intensywny rozwój plakatów filmowych i billboardów przypadł na lata 1956–1965,

czyli czas rozkwitu kina w języku tajwańskim. W tym czasie zaistniał Tzu-fu Chen, który wyłonił się jako wybitny projektant plakatów. W ciągu swojej kariery zaprojektował aż 5 000 plakatów, a jego praca do filmu *A Touch of Zen* z 1970 roku uważana jest za jedno z dzieł reprezentatywnych (ryc. 16). W latach 60. kino mandaryńskojęzyczne propagowało oficjalnie postulowaną estetykę „zdrowego realizmu”, która akcentowała „zdrowe treści i realistyczne techniki”, czego przykładem są wysoko oceniane filmy takie jak *Oyster Girl* oraz *Beautiful Duckling* (ryc. 17).

## Gospodarczy skok i rozwój kultury (1970–1987)

W latach 70. Tajwan napotkał poważne trudności dyplomatyczne, w tym wycofanie się z Organizacji Narodów Zjednoczonych oraz zerwanie stosunków dyplomatycznych ze Stanami Zjednoczonymi. Wobec tych międzynarodowych wyzwań Tajwan przyjął postawę określaną jako „zachowanie godności i siły, spokój wobec zmian”, by móc odnaleźć się w szybko zmieniającej się rzeczywisto-



Ryc. 17 Plakat do filmu „Beautiful duckling”. Źródło: Archiwum własne autora.

**Ryc. 18** Rong-Ling Huo, projekt plakatu dla pierwszego Międzynarodowego Festiwalu Kultury i Sztuki. Źródło: Archiwum własne autora.



ści globalnej. W tym okresie rząd skupił się na rozwoju narodowym, uruchamiając wielkie projekty infrastrukturalne w ramach Planu Dziesięciu Wielkich Projektów Budowlanych, a następnie Planu Dwunastu Wielkich Projektów Budowlanych. Inicjatywy te umożliwiły transformację Tajwanu z gospodarki rolniczej w uprzemysłowione i handlowe społeczeństwo. Wzrost zamożności społeczeństwa sprzyjał również rozwojowi infrastruktury kulturalnej na wyspie.

W listopadzie 1977 roku debata na temat literatury narodowej zapoczątkowała ruch nawołujący do powrotu do lokalnych korzeni oraz skupienia się na kulturze rodzimej. Ruch ten wpłynął nie tylko na twórczość literacką, lecz także na film, sztuki wizualne, muzykę i inne formy ekspresji artystycznej. W 1980 roku Rong-Ling Huo zaprojektował plakat dla pierwszego Międzynarodowego Festiwalu Kultury i Sztuki – wydarzenia zorganizowanego przez sektor prywatny. Na plakacie widniał szczyt tradycyjnej architektury Min-

nan, z kwadratowym oknem kadrującym niebo pełne białych chmur. Projekt ten, symbolizujący otwarcie „okna kultury” i spojrzenie skierowane ku światu, silnie korespondował z tematyką „powrotu do lokalnych korzeni i troski o kulturę rodzimą” (ryc. 18).

W 1981 roku powołano Radę do Spraw Kultury (Ministerstwo Kultury) w ramach Wykonawczej Rady Yuan. Wcześniej Narodowy Festiwal Kultury i Sztuki był organizowany przez Biuro Spraw Kulturalnych Ministerstwa Edukacji. Jednak w 1984 r. odpowiedzialność za wydarzenie została przekazana Radzie do Spraw Kultury. Każdego roku, od lutego do lipca, w ośrodkach edukacji społecznej i centrach kultury w całym Tajwanie odbywały się różnorodne wydarzenia kulturalne – m.in. wystawy sztuk wizualnych, koncerty, spektakle teatralne, pokazy tańca i przedstawienia opery lokalnej. W 1993 roku Rada zintegrowała Narodowy Festiwal Kultury i Sztuki, wprowadzając tematyczne wydarzenia i po-



**Ryc. 19** Plakat „art Festival,  
1987 Republic of China.

Źródło: Archiwum własne autora.

budząc lokalną aktywność kulturalną (ryc. 19), stając się jedną z sił napędowych procesu lokalizacji kultury w latach 90.

W 1971 roku założone zostało Stowarzyszenie Projektowe Amoeba (Amoeba Design Association), które kładło nacisk na conceptualne wystawy i aktywnie organizowało wymianę projektową oraz ekspozycje we współpracy z sąsiednimi krajami, takimi jak Korea Południowa i Japonia. Inicjatywy te poszerzyły horyzonty wyrazu projektowego na Tajwanie i wywarły głęboki wpływ na rozwój przyszłego designu w regionie.

Kolejną grupą projektową powołaną w 1981 roku przez niewielką grupę elitarnych projektantów był Klub Projektantów Wizualnych Tajpei (Taipei Visual Designers Club). W 1982 roku klub ten otrzymał zlecenie od Rady do Spraw Kultury na przygotowanie Raportu Planistycznego o Plakatach Kulturalnych (Cultural Poster Planning Report), a w roku następnym zorganizował Wystawę Plakatów Kulturalnych oraz roczną ekspozycję Klubu Projektantów Wizualnych Tajpei. Była to pierwsza oficjalna inicjatywa mająca na celu zwiększenie świadomości w zakresie projektowania i planowania plakatów kulturalnych, która w istotny sposób wpłynęła na późniejsze

podejście instytucji rządowych do projektowania plakatów o charakterze kulturalnym.

W tym okresie rząd tajwański aktywnie inwestował w budowę ośrodków kultury oraz infrastruktury wystawienniczej i scenicznej w całym kraju, wspierając rozwój lokalnych sztuk i działalności kulturalnej. W rezultacie gwałtownie wzrosło zapotrzebowanie na usługi projektowe, a standardy w zakresie designu systematycznie się podnosiły. Raport Planowania Plakatów Kulturalnych oraz kolejne wystawy plakatów i wydarzenia artystyczne organizowane przez Radę do Spraw Kultury przyczyniły się do wzrostu liczby wydarzeń kulturalnych sponsorowanych przez instytucje rządowe, organizacje prywatne i środowiska artystyczne, które coraz częściej korzystały z usług profesjonalnych projektantów. Przykładowo, zespół taneczny Cloud Gate Dance Theatre zaprosił Huo Rong-Linga oraz Liu Kai'a do zaprojektowania całościowej identyfikacji wizualnej dla swoich spektakli. Liu Kai wniósł szczególny wkład w dziedzinę filmu, muzyki i teatru, wprowadzając do projektów elementy lokalnej kultury tajwańskiej i materiały o znaczeniu symbolicznym, takie jak karty do gry, wzorzyste tkaniny, materiał z plastrów ziołowych, tuszowe rozmycia oraz pa-

**Ryc. 20** Liu Kai, plakat do filmu „Taipei Story”, 1985.  
Źródło: Archiwum własne autora.



pier talizmaniczny. Takie podejście pozwoliło mu wykreować wyrafinowaną, klarowną, elegancką i głęboko osadzoną w kulturze estetykę wizualną, będącą wyrazem tajwańskiej tożsamości. Jego prace, w tym plakaty do filmów *A City of Sadness*, *Dust in the Wind*, *Taipei Story*, *Green, Green Grass of Home*, *A Borrowed Life* oraz spektakle grupy Performance Workshop, wniosły nową energię do tajwańskich plakatów kulturalnych lat 80. i 90. XX wieku (ryc. 20 i 21).

## Zniesienie stanu wojennego i rozkwit różnorodności medialnej na Tajwanie (1987–2000)

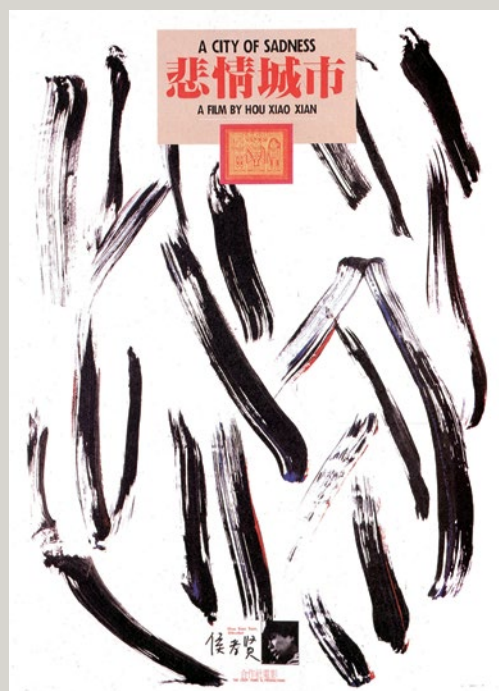
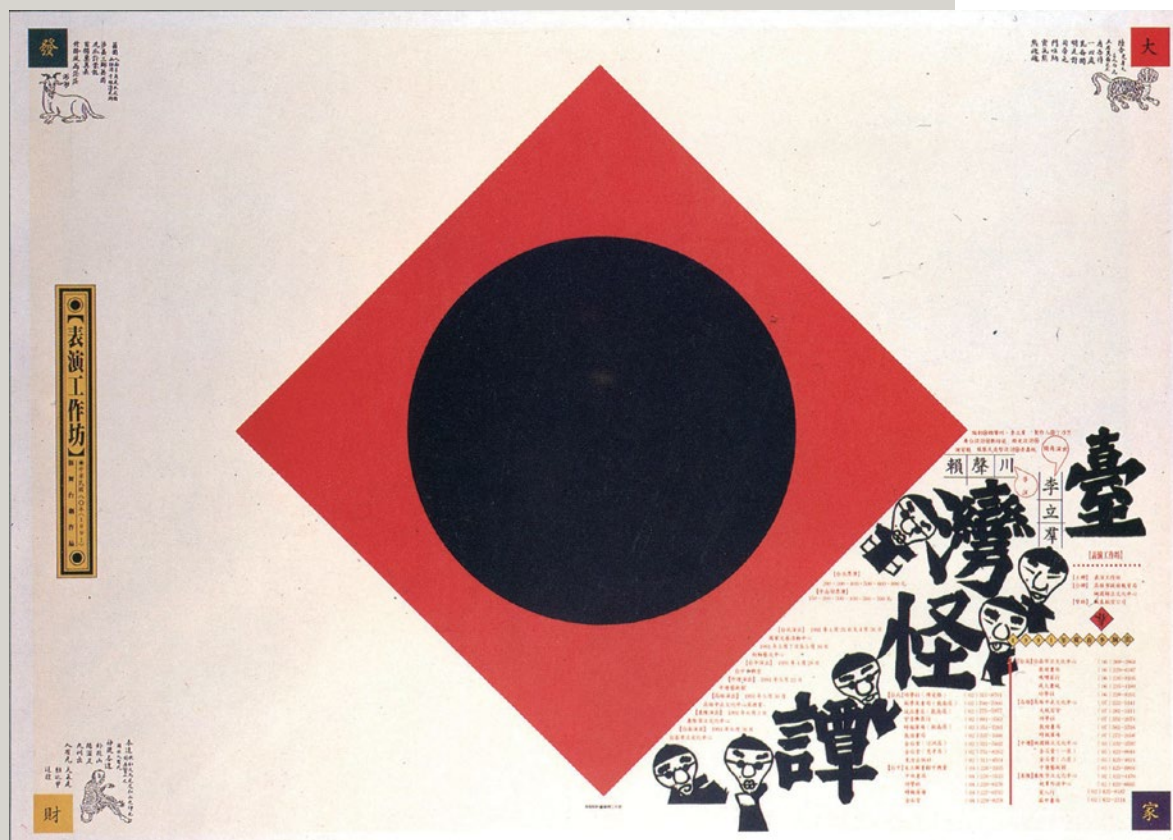
W lipcu 1987 roku zniesiono na Tajwanie stan wojenny, co oznaczało koniec zakazu działalności partii politycznych i cenzury prasy oraz umożliwiło obywatelom odwiedzanie krewnych w Chinach kontynentalnych. Wydarzeniom tym towarzyszyły: studencki Ruch Dzikiej Lili w 1990 roku, rozwiązanie Zgromadzenia Narodowego oraz uchylenie Tymczasowych Przepisów Obowiązujących w Okresie Mobilizacji Narodowej na rzecz Tłumienia Rebelii Komunistycznej. Wydarzenia te wyznaczyły nowy etap procesu demokratyzacji Tajwanu, zapoczątkowując erę demokratyzacji, liberalizacji i różnorodności. W tym okresie Tajwan doświadczył dynamicznego wzrostu gospodarczego, stając się liderem w gronie Czterech Azjatyckich Tygrysów. Złagodzenie kontroli politycznej, zwiększenie swobody wypowiedzi oraz rosnąca zamożność społeczna przyczyniły się do wyzwolenia energii społecznej, co doprowadziło do rozkwitu ruchów społecznych i śmiałych postępów w dziedzinie twórczości artystycznej i kulturalnej. Coraz częściej poruszano tematy tabu i przekraczano granice dotychczasowej ekspresji. W 1989 r. film *A City of Sadness* w reżyserii Hou Hsiao-Hsien, poruszający wrażliwe kwestie związane z incydentem 28 lutego oraz terrorem białego, wywołał silną reakcję rządu. Film ten zdobył Złotego Lwa na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Wenecji, stając się pierwszym

filmem tajwańskim nagrodzonym na jednym z trzech najważniejszych festiwali filmowych świata. Plakat do filmu, zaprojektowany przez Liu Kai'a, przedstawiał rozproszone pociągnięcia pędzla na wzór kaligrafii, przywołując wrażenie cichego protestu wobec Białego Terroru i niewyjaśnionych strat ludzkich. Minimalistyczna, a zarazem pełna głębi kompozycja uczyniła ten plakat jednym z najbardziej ikonicznych współczesnych plakatów tajwańskich (ryc. 22).

Korzystając z aktywnej polityki promowania kultury w latach 80., okres ten – dzięki dobrobytowi gospodarczemu – sprzyjał rozwojowi przedsiębiorstw kulturalnych. Wydarzenia artystyczne i kulturalne stały się różnorodne i dynamiczne, a gwałtowny rozwój kultury muzyki popularnej sprawił, że Tajwan stał się centrum mandaryńskiej sceny popowej. Aktywności związane z muzyką, sztuką, tańcem, teatrem, filmem, literaturą i wydarzeniami kulturalno-artystycznymi stanowiły główny obszar usług projektowych w tym czasie. Oprócz organizacji prywatnych, także instytucje państwowe – takie jak Rada do Spraw Kultury, Biuro Turystyki oraz Rada Rozwoju Handlu Zagranicznego Tajwanu – zlecały profesjonalnym projektantom planowanie i tworzenie plakatów (ryc. 23). Ponadto lokalna działalność artystyczna i kulturalna kwitła, a liczne organizacje kulturalne w całym kraju zaczęły zatrudniać projektantów do tworzenia lokalnych plakatów promujących kulturę, co przyczyniło się do wysokiej jakości promocji dziedzictwa regionalnego (ryc. 24).

Po zniesieniu stanu wojennego wzrosła na Tajwanie świadomość lokalna, wpisując się w nurt literatury narodowej lat 70. Projektowanie plakatów w tym okresie odzwierciedlało silną potrzebę kulturowej introspekcji i poszukiwania podstawo-

- ↓ **Ryc. 21** Liu Kai, plakat dla Performance Workshop „Strange Tales from Taiwan”.  
Źródło: Archiwum własne autora.



- ↑ **Ryc. 22** Liu Kai, plakat do filmu „A City of Sadness”.  
Źródło: Archiwum własne autora.



- ↑ **Ryc. 23** Plakat „Exhibition of Posters on Culture and Art”. Źródło: Archiwum własne autora.

**Ryc. 24** Plakat kulturalny, lata 80.  
Źródło: Archiwum własne autora.

wych pojęć, ze szczególnym naciskiem na odnalezienie tożsamości lokalnej.

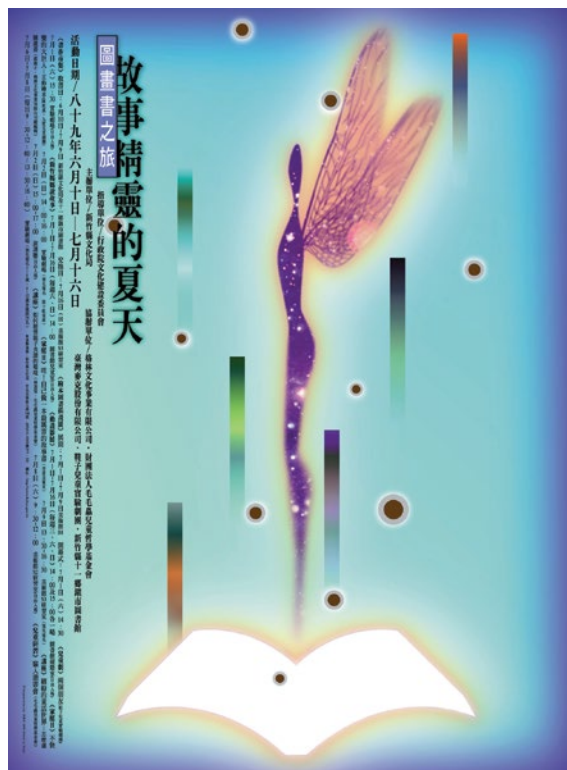
Założone w 1991 roku Bractwo Projektowania Plakatu Tajwańskiego Wizerunku (obecnie Tajwańskie Stowarzyszenie Projektowania Plakatów – Taiwan Poster Design Association) przyjęło misję: „kochać Tajwan, cenić tradycję, troszczyć się o design”. Zachęcało członków do niezależnych strategii twórczych oraz aktywnie promowało tajwańską tożsamość projektową, wnosząc istotny wkład w rozwój plakatu kulturalnego na wyspie (ryc. 25 i 26).

Tajwańskie Stowarzyszenie Projektowania Plakatów pozostaje jedyną organizacją na Tajwanie poświęconą wyłącznie tworzeniu plakatów. Od momentu założenia w 1991 roku organizuje ono coroczne wystawy tematyczne, wspierając twórczą atmosferę w środowisku projektowym poprzez wzajemną obserwację i wymianę doświadczeń. Członkowie stowarzyszenia regularnie odnoszą sukcesy w międzynarodowych konkursach projektowych oraz organizują międzynarodowe wystawy zaproszeniowe, promujące wymianę i uczenie się w skali globalnej. Dzięki temu stowarzyszenie stało się najbardziej rozpoznawalną międzynarodowo grupą projektową na Tajwanie.

Dynamiczny wzrost gospodarczy, rozwój przemysłu i handlu, rosnące dochody oraz zwiększona siła nabywcza w tym okresie przyczyniły się również do rozwoju reklamy i marketingu. Liberalizacja polityczna, pogłębiająca się świadomość demokratyczna, wolne i otwarte podejście twórcze oraz rosnąca lokalna tożsamość znalazły swoje odzwierciedlenie również w kreatywności plakatów reklamowych (ryc. 27 i 28).

## Kreatywność: otwarcie nowego rozdziału (od 2000 roku do dziś)

W 2000 roku Tajwan po raz pierwszy doświadczył zmiany władzy poprzez pokojowe przekazanie rządów jednej partii politycznej innej, co zakończyło



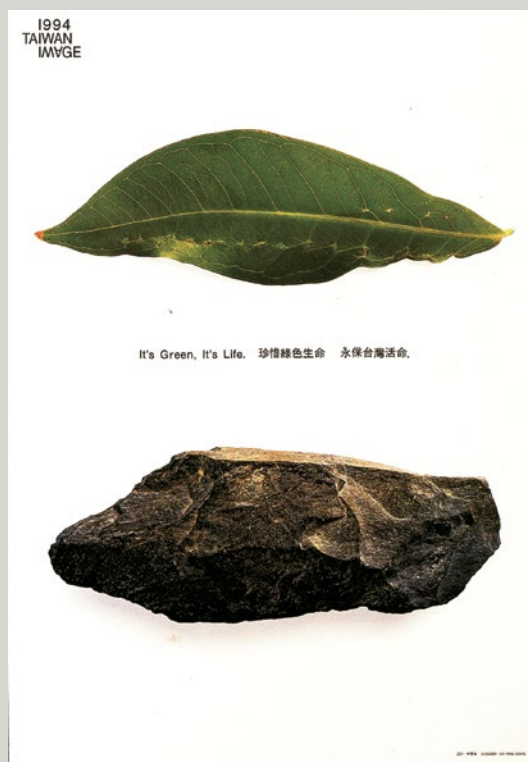
długotrwały okres monopolu jednej formacji. To, co wcześniej wydawało się niemożliwe, nagle stało się możliwe, przynosząc zarówno niepewność, jak i poczucie nieograniczonych możliwości. Takie nastawienie sprzyjało myśleniu perspektywicznemu i dalszemu postępowi.

W 2003 roku odbyła się pierwsza Tajwańska Wystawa Kreatywnego Designu (Taiwan Creative Design Expo) pod hasłem „Design to siła narodowa” (Design is National Power), mającym na celu podkreślenie roli designu jako kluczowego narzędzia transformacji gospodarczej Tajwanu. Wiodące czasopisma i media opublikowały specjalne raporty poświęcone znaczeniu projektowania, ogłaszając, że „tajwański design dojrzał – od dziedziny specjalistycznej do dziedziny uznawanej społecznie na szeroką skalę”. Kreatywność kulturowa stała się priorytetem polityki rozwoju narodowego, koncentrującym się na zakorzenieniu twórczości w rodzimej kulturze oraz eksplorowaniu nieskończonych możliwości. Taki kierunek stał się wyznacznikiem działań dla nowego pokolenia projektantów.

Bazując na fundamentach wypracowanych przez swoich poprzedników, tajwańscy projektanci łączyli elementy kulturowe z kreatywną wyobraźnią w projektowaniu plakatów, osiągając zarówno efekt artystyczny, jak i innowacyjność w warstwie wizualnej. Podejście to przyniosło im liczne wy-



↑ Ryc. 25 Plakat kulturalny, 1991.  
Źródło: Archiwum własne autora.



↑ Ryc. 26 Plakat kulturalny, 1991.  
Źródło: Archiwum własne autora.

różnienia w międzynarodowych konkursach. Na przykład plakat *Korean Image* autorstwa Leo Lina zdobył w 2002 roku nagrodę Communication Arts Award of Excellence w Stanach Zjednoczonych (ryc. 29). W 2005 roku plakaty *Sky Lantern* autorstwa Ming-Lunga Yu oraz *Chinese Characters* Leo Lina zdobyły – odpowiednio – złoty i brązowy medal na Tajwańskim Międzynarodowym Konkursie Projektowania Plakatów. W 2006 roku *Black and White* Sophii Ling-Hung Shih zdobył brązowy medal na Międzynarodowym Triennale Plakatu w Toyamie w Japonii. W 2010 roku plakat *Global Warming* Leo Lina otrzymał srebrną nagrodę The Art Directors Club of New York oraz brązową nagrodę na Międzynarodowym Biennale Plakatu w Meksyku (ryc. 30).

W 2011 roku plakat *Cross-Strait Chinese Character Culture & Art Festival* autorstwa Ken-Tsaia Lee zdobył złoty medal w Poster Annual magazynu Graphis. W 2020 roku plakat Leo Lina Tolerance otrzymał nagrodę honorową na Biennale Plakatu w Ekwadorze oraz platynowy medal Graphis. W 2021 roku *Regeneration* autorstwa Hung Chang Lina zdobył Grand Prix w konkursie Poster-Stellars w Stanach Zjednoczonych. W 2022 roku plakat Leo Lina *Jan 100* znalazł się wśród trzech

najlepszych na Międzynarodowej Wystawie Plakatu w Kolorado.

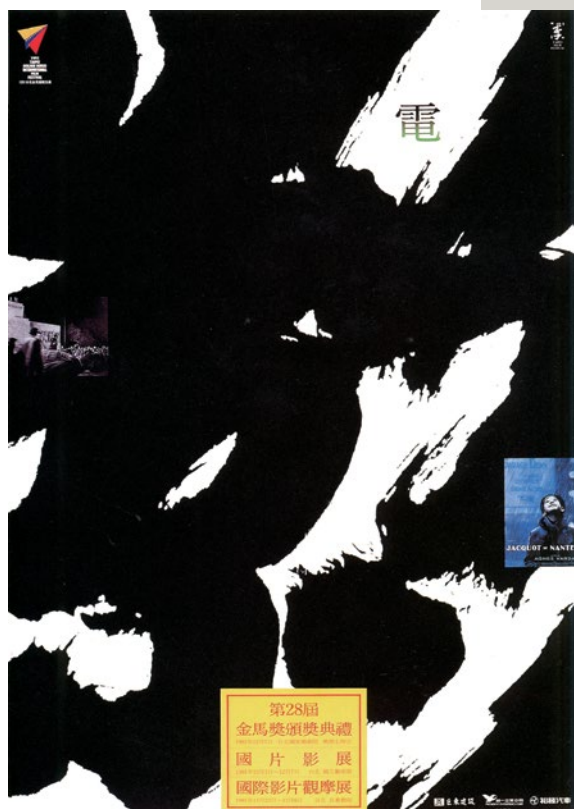
W maju 2002 roku rząd Tajwanu oficjalnie uznał „kreatywność kulturową” za kategorię przemysłową i uwzględnił ją w polityce rozwoju narodowego. W 2010 roku uchwalono Ustawę o Rozwoju Przemysłów Kulturowych i Kreatywnych (Development of the Cultural and Creative Industries Act), nadając sektorowi status prawny i umożliwiając Tajwanowi wzmocnienie swojego „miękkiego potencjału” poprzez ukierunkowane wsparcie polityczne i alokację zasobów. Pojęcie talentu stało się wartością rdzeniową tajwańskich przemysłów kreatywnych, co pociągnęło za sobą konieczność rozwoju edukacji w tym zakresie. Dlatego od 2005 roku Ministerstwo Edukacji konsekwentnie promuje kulturę, kreatywność i planowanie rozwoju talentów w ramach programu Międzynarodowego Konkursu Projektowego. Celem programu jest zachęcanie studentów do udziału w międzynarodowych konkursach z zakresu sztuki i designu. Od 2008 roku organizowany jest Taiwan International Student Design Competition (TISDC), który wdraża strategię dwutorową: „wychodzenia na zewnątrz” (promocji tajwańskiego designu za granicą) oraz „ściąga-



↓ **Ryc. 29** Leo Lin „Korean Image”.  
Źródło: Archiwum własne autora.



↓ **Ryc. 30** Leo Lin „Global warming”.  
Źródło: Archiwum własne autora.



↑ **Ryc. 27 i 28** Plakaty reklamowe, lata 90.  
Źródło: Archiwum własne autora.



nia do środka” (pozyskiwania międzynarodowych perspektyw projektowych), mającą na celu włączenie tajwańskiego designu do światowej społeczności projektowej. TISDC pozycjonuje Tajwan jako ośrodek międzynarodowych organizacji designu dzięki organizacji konkursów dla studentów, co przyciąga utalentowanych uczestników z całego świata, którzy rywalizują ze sobą i uczą się wzajemnie, poznają kulturę projektowania poszczególnych krajów oraz globalne trendy w designie, zwiększając tym samym międzynarodową widoczność Tajwanu. Dzięki wspierającym politykom tajwańscy studenci nieustannie osiągają znakomite wyniki w międzynarodowych konkursach projektowych.

Ponadto środowisko projektowe na Tajwanie rozkwitło w warunkach demokracji i wolności.

W XXI wieku szybka wymiana informacji, powszechny dostęp do Internetu oraz łatwość komunikacji umożliwiły projektantom z całego świata częste kontakty i wymianę myśli. Dzięki międzynarodowym interakcjom w zakresie kreatywności wokół globalnych problemów, projektanci dzielili się różnymi perspektywami – od lokalnych spojrzeń po globalne wizje – i poszerzali swoje horyzonty. Wystawy, wydarzenia artystyczne i wymiany międzynarodowe stały się coraz częstsze, a w tym otwartym środowisku nowe pokolenie projektantów rozkwitło. Kolejne fale młodych talentów rozwijały się z ogromną dynamiką, osiągając wyjątkowe rezultaty. ■

Prof. Chun-Liang Leo Lin

### Przypisy

1. Szkoła publiczna: W początkowym okresie rządów japońskich Japonia wdrożyła na Tajwanie segregacyjny system edukacyjny, w ramach którego uczniowie japońscy i tajwańscy uczęszczali do odrębnych szkół. W tym systemie „szkoły publiczne” przeznaczone były dla uczniów tajwańskich.
2. Yao Cun-Syong, „Przegląd rozwoju tajwańskiego projektowania artystycznego w okresie okupacji japońskiej”, Taiwan Design, Rada do Spraw Kultury, Rada Wykonawcza Yuan, 2007, s. 22–24.

### Bibliografia

- Książki specjalistyczne.
- The Look of the Century: The Exhibition on the Centennial Taiwanese Art Design Development and Documents, red. Cultural Bureau of Taiwan Soka Association. Tajpej: SOKA Cultural & Educational Foundation, kwiecień 2023.
- A Century of Design in Taiwan 1912–2018, red. Da Ji Cultural Enterprises Co., Ltd. Nowe Miasto Tajpej: Da Ji Culture, styczeń 2020.
- Selected Works of Modern Posters in Taiwan. Tajpej: Yi Fong Tang Publisher, 1992.
- Creative Commercial Design. Tajpej: Searchome Culture Publishing, 1991.
- Albert (wydawca), Chia-Chung Cheng (redaktor naczelny), 22nd Times Advertising Awards Annual. Komitet Wykonawczy TAA, 2000.
- Yue-Hua He i Pan-Song Lin (redaktorzy naczelni), The Collection of Taiwan Image Poster Design. Harbin: Heilongjiang Science and Technology Press, 1999.
- Chun-Liang Leo Lin, „The Development of Taiwanese Art and Cultural Posters and International Design Trends”, Newsletter of the National Museum of Taiwan Literature, nr 39, Narodowe Muzeum Literatury Tajwańskiej, 2013.
- Cun-Syong Yao, „An Overview of the Development of Taiwanese Art Design During the Japanese Colonial Period”, Taiwan Design, Rada do Spraw Kultury, Rada Wykonawcza Yuan, 2007.
- <https://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/台灣日治時期> (dostęp 6 lipca 2024).
- <https://www.harpersbazaar.com/tw/culture/lifestyle/a23575765/old-times-chia-yi/> (dostęp 6 lipca 2024)
- <https://www.moa.gov.tw/ws.php?id=4162> (dostęp 6 lipca 2024).
- [https://m.163.com/dy/article/GPIPB72AO5438Q4K.html?spss=adap\\_pc](https://m.163.com/dy/article/GPIPB72AO5438Q4K.html?spss=adap_pc) (dostęp 6 lipca 2024)
- <https://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/明治維新> (dostęp 6 lipca 2024).
- <https://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/脫亞論> (dostęp 6 lipca 2024).
- <https://storystudio.tw/article/gushi/yamada-toyo> (dostęp 13 lipca 2024).
- Poster Hall Exterior | Open Museum. Participation, <https://openmuseum.tw/muse> (dostęp 20 lipca 2024).