

PIOTR PIOTROWSKI

**RETORYKA BANKNOTU.  
PRZYCZYNEK DO BADAŃ KULTURY WIZUALNEJ  
DWUDZIESTOLECIA MIĘDZYWOJENNEGO**

Dopiero niedawno w środowiskach historyków sztuki nowoczesnej zaczęto na szerszą skalę podejmować badania nie tylko nad obiektami funkcjonującymi w obiegu wysokoartystycznym, lecz również nad tymi, które nie będąc przedmiotami „kultury” czy szczególnie wyrafinowanych doznań estetycznych, organizują pejzaż współczesnej cywilizacji. Analizy takich przekazów jak plakaty polityczne czy reklamowe, komiksy, ilustracje prasowe, film i telewizja, ujawniają — jeśli użyć określenia M. Porębskiego — swoistą ikonosferę nowoczesnego społeczeństwa, organizującą jego wyobraźnię i wrażliwość estetyczną. Prace te prowadzone są na różne sposoby i formułują rozmaite problemy. Jednym z nich jest obserwowanie rosnącej ideologizacji tekstów kultury XX wieku. Współczesny przekaz jakby stracił możliwość neutralności. Funkcjonując w świecie szczelnie wypełnionym ideologią został wprzęgnięty w jej służbę; elementy dekoracyjne obrazu, coraz silniej nasycone ideologicznie, zaczęły tracić stopniowo dawną autonomię.

Jednym z typów kultury wizualnej, być może najliczniejszym, jest banknot. Charakteryzuje się między innymi tym, że jako wykładnik oficjalnej ideologii przekazywanej za pomocą skonwencjonalizowanych symboli, trafia do rąk każdego obywatela danego państwa. Jednocześnie jego perswazyjne działanie przebiega niejako mimo woli. Mało kto bowiem kontempluje banknot, który wszak służy zgoła innym celom. Dzięki temu ideologia przenika do podświadomości społeczeństwa. Obrazy tego typu nie będąc przedmiotem analizy ze strony ich użytkowników, stają się cennym narzędziem propagandy i manipulacji. Jaką rolę przywiązuje władza do „wyglądu” i znaczenia banknotów można się przekonać śledząc ich zmiany w kontekście rewolucji, przewrotów, czy innego typu przemian politycznych.

g\*