

Uniwersytet Warszawski  
Wydział Polonistyki

Barbara Paczkowska  
Nr albumu: 295265

## **Obraz – słowo – miasto**

Analiza relacji na wybranych przykładach polskiej sztuki  
współczesnej (Jadwiga Sawicka, Rafał Bujnowski, Peter Fuss,  
Wojciech Gilewicz, Ryszard Grzyb, Paweł Susid)

Praca magisterska  
na kierunku kulturoznawstwo – wiedza o kulturze

Praca wykonana pod kierunkiem  
Dr hab. Agnieszki Karpowicz  
Instytut Kultury Polskiej UW

Warszawa, marzec 2015

*Oświadczenie kierującego pracą*

Oświadczam, że niniejsza praca została przygotowana pod moim kierunkiem i stwierdzam, że spełnia ona warunki do przedstawienia jej w postępowaniu o nadanie tytułu zawodowego.

Data

Podpis kierującego pracą

*Oświadczenie autora pracy*

Świadoma odpowiedzialności prawnej oświadczam, że niniejsza praca dyplomowa została napisana przeze mnie samodzielnie i nie zawiera treści uzyskanych w sposób niezgodny z obowiązującymi przepisami.

Oświadczam również, że przedstawiona praca nie była wcześniej przedmiotem procedur związanych z uzyskaniem tytułu zawodowego na wyższej uczelni.

Oświadczam ponadto, że niniejsza wersja pracy jest identyczna z załączoną wersją elektroniczną.

Data

Podpis autora (autorów) pracy

## **Streszczenie**

Praca jest interpretacją relacji słowo-obraz-miasto na przykładzie polskiej sztuki współczesnej. Do analizy wybrano prace artystów (Jadwiga Sawicka, Rafał Bujnowski, Peter Fuss, Wojciech Gilewicz, Ryszard Grzyb, Paweł Susid), których praktyki artystyczne, wykorzystujące słowa pisane w obrazach, są skoncentrowane na różnego rodzaju relacji z przestrzenią miejską i jej ikonosferą. Działania te zostały uznane za logiczne następstwo zmieniającego się w historii sztuki sposobu ujmowania relacji słowo-obraz. Zinterpretowano je jako zjawiska związane z dwudziestowiecznymi, zwłaszcza awangardowymi, przemianami malarstwa, w których z kolei znaczącą rolę w odniesieniu do problemu logowizualności zaczynała odgrywać przestrzeń miejska i jej „szata informacyjna” (Mieczysław Wallis).

## **Słowa kluczowe**

słowo, obraz, miasto, polska sztuka współczesna, przestrzeń pozagaleryjna, plakat, logowizualność

## **Image – Word – City**

An analysis of relations on the basis of the selected examples of polish contemporary art (Jadwiga Sawicka, Rafał Bujnowski, Peter Fuss, Wojciech Gilewicz, Ryszard Grzyb, Paweł Susid)

## **Dziedzina pracy (kody wg programu Socrates-Erasmus)**

14.7 kulturoznawstwo

# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	6
Słowo – obraz – pismo.....	8
<b>Rozdział I</b>	
<b>Słowo – sztuka. Symbioza. Dwudziestowieczne praktyki plastyczne łączące słowo i obraz.</b>	14
1. Salon ulicy.....	14
2. Awangarda .....	20
3. Polska Szkoła Plakatu .....	30
4. Miasto. Muzeum. MSN.....	35
<b>Rozdział II</b>	
<b>Obraz w mieście – miasto w obrazie – obraz miasta</b> .....	42
1. Obraz słów w mieście .....	44
Monolog z miastem. Logowizualność w twórczości Jadwigi Sawickiej.....	44
Dialog z miastem. Logoaudialność w twórczości Ryszarda Grzyba.....	47
2. Słowa miasta w obrazie.....	50
Kłótnia z miastem. Peter Fuss zwraca uwagę społeczeństwu. ....	50
Dyskusja z miastem. Paweł Susid zwraca uwagę społeczeństwa.....	57
3. Miasto z obrazów słów .....	64
Rozmowa z miastem. Koegzystencja logowizualności i sztuki w twórczości Rafała Bujnowskiego .....	64
Cytat z miasta. Kamuflowanie sztuki w logowizualności przez Wojciecha Gilewicza .....	72
<b>Podsumowanie</b> .....	74
Spis ilustracji.....	79
Bibliografia .....	84



Ilustracja 1: Jadwiga Sawicka, *Zwycięstwo aktywnych sił intelektu nad stanem irracjonalizmu i chaosu*

## Wstęp

Inspiracją do napisania pracy magisterskiej o ikonicznym wymiarze słów na obrazach była moja refleksja dotycząca zjawiska, które obserwuję w Polsce i za granicą. Odnoszę wrażenie, że potencjał wizualny napisów jest doceniany już nie tylko przez typografów i pasjonatów tej dyscypliny. Ikoniczność znaków językowych stała się istotna w wielu dziedzinach. Według mnie napis zawsze jest pewnym obrazem, zawsze jest formą wizualną. To intencja autora klasyfikuje go jako byt napisany lub namalowany<sup>1</sup>. To autor stwierdza czy kartka jest zamalowana, czy zarysowana. Uwagę zwraca natomiast moda – bo w tych kategoriach możemy dziś mówić o tym powszechnie obserwowanym zjawisku – na wykorzystywanie napisów w funkcji form plastycznych. Tendencja ta jest widoczna w wielu dziedzinach szeroko pojmowanej sztuki, między innymi w rzeźbie (płaskorzeźbione portale fasad Męki i Chwały Pańskiej w świątyni Sagrada Familia), scenografii (dekoracje do spektakli *Don Kichot*, *Hamlet*, *Moby Dick* w Teatrze Wielkim - Operze Narodowej bądź na festiwalu filmów w Gdyni w 2014 roku), architekturze (Manufaktura w Łodzi), w modzie i wzornictwie użytkowym. Potwierdza to, że pismo współcześnie jest po prostu atrakcyjną formą wizualną. Jednak moją uwagę najbardziej zwróciła wszechobecność napisów w sztukach plastycznych. Tadeusz Sławek dokonuje następującej interpretacji:

„[...] wobec nasilającego się procesu nakładania się rozmaitych gałęzi sztuki słowo napisane nie może pozostawać anonimowym uczestnikiem szeregu linii i wersów, lecz swym kształtem, organizacją przestrzenną [...] wkracza jako partner plamy malarskiej [...] na tereny plastyki [...]; słowo, które oddechem jednoczy się z muzyką, formą z malarstwem, wielkowymiarowością z rzeźbą, a prostotą i bryłowatością z architekturą, nie może zostać przypisane do monotonnego ciągu znaków, liter li tylko drukarskich podlegających cichemu czytaniu”<sup>2</sup>.

Uważam, że należy uświadomić sobie drogę refleksji na temat logowizualności w historii sztuki, aby opisać i zrozumieć fenomen, którego doświadczamy na co dzień jako użytkownicy miasta (już nie tylko jako odbiorcy sztuki w galeriach). Znamienne jest to, że

---

<sup>1</sup> Zob. Tim Ingold, *Rysowanie, pisanie i kaligrafia*, tłum. Marta Rakoczy (niepublikowany i skrócony przekład rozdziału *Drawing, writing and calligraphy* [w:] Tim Ingold, *Lines. A Brief History*, Routledge, Nowy Jork 2007).

<sup>2</sup> Tadeusz Sławek, *Między literami. Szkice o poezji konkretnej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 1989, s. 65-66.

malarze, czerpiąc z innej dziedziny twórczej, pozostają przy tradycyjnej formie. Słowa są malowane na obrazach. Historia sztuki pokazuje, że literackie ambicje plastyków nie były rzadkością, powstawały liczne formy piśmiennicze (manifesty, listy, dzienniki). Na tradycyjnych obrazach także pojawiały się napisy, ale w innej funkcji, nie występowały wówczas jako „portrety znaków językowych”<sup>3</sup>.

Za przełomowy czas dla sposobu podejścia w sztuce do relacji słowo-obraz uznałam wiek dwudziesty. Był on ekstremalny pod wieloma względami. Rewolucje przemysłowa i techniczna przyczyniły się do zmiany wyglądu i funkcjonowania miast. Rozwój handlu oraz idee ruchów secesyjnych zaowocowały ukonstytuowaniem się plakatu jako formy artystycznej. Dla tego rodzaju kompozycji słownoobrazowych miasto stanowi naturalną galerię. Takie miasto stało się zaś inspiracją dla artystów awangardowych.

Narastająca rola środowiska miejskiego w przemianach sztuki sprawia, że można przedstawić logiczny ciąg przyczynowy, którego skutki są widoczne także we współczesnych, polskich praktykach malarskich. Artyści, o których piszę w drugiej części pracy, współtworzą logowizualność miasta. Jednocześnie inspirowani nią lub problematyzują ją w swoich pracach. Ich twórczość jest również reminiscencją polskiej tradycji plakatowej i dwudziestowiecznych nurtów wrażliwych na przemiany tkanki miejskiej. W twórczości wybranych przeze mnie artystów słowo pisane staje się narzędziem problematyzowania relacji między malarzem a miastem. Artyści komunikują się ze środowiskiem miejskim za pośrednictwem swojej sztuki. Do prac wykorzystują elementy jego ikonosfery lub umieszczają swoją twórczość w przestrzeni publicznej.

---

<sup>3</sup> Małgorzata Dawidek-Gryglicka, *Pisanie jako rysowanie*, [w:] Tejże, *Historia tekstu wizualnego. Polska po 1967 roku*, Korporacja Ha!art, Kraków – Wrocław 2012, s. 44.

## Słowo – obraz – pismo

*[...]pamięć o drodze, którą przebyła sztuka. Od pierzastej, błyszcząco wymalowanej strzały, poprzez symbol, schemat i znak strzały do nachylonej kreski, stworzonej tragicznym kolorem. I z powrotem, od znaku do strzały. Aby, umieszczona w kompozycji, nigdy więcej nie należała do łuku<sup>4</sup>*

Andrzej Banach

Każda żywa istota pozostawia po sobie ślad, dzięki któremu można ją rozpoznać. Śladem człowieka są litery. Kiedy wyobrazimy sobie obszar bez liter, zobaczymy bezludną przestrzeń. Litery tworzące słowa, które budują zdania, są odciskami człowieka na drodze, dzięki którym wie, dokąd iść.

Obraz poprzedzał słowo pisane. Zanim około 3500 roku p.n.e. w Mezopotamii, w kulturze Sumerów, pojawiło się pismo, przez wiele tysięcy lat ludzie rysowali. Pierwsze trwałe przekazy graficzne są odczytywane jako manifest własnej obecności: odciski stóp, odrisy dłoni, linie zaznaczone przez palce ciągnięte po miękkiej powierzchni lub przez ostre narzędzie drapiące skałę. W plątaninie tych kresek i kształtów zostały odkryte i utrwalone przez powtarzanie pierwsze rudymenty podobieństwa. Mieczysław Porębski zauważa, że kiedy to już nastąpiło, obraz zaczął być systematycznie ujarzmiany i oswajany<sup>5</sup>. Niektórzy badacze nadają najstarszym malowidłom na terenie Europy, takim jak te z jaskini w Lascaux, funkcję uprzednią wobec pisma<sup>6</sup>. Odnajdują w nich przedstawienia narracyjne, a nie jedynie ozdoby. W tych teoriach można się dopatrzeć tezy, że obraz od początku służył przekazywaniu informacji, choć nie ma co do tego pewności. W tym kontekście ważna może być prymarna funkcja pisma, którą jest umożliwienie komunikacji na odległość w czasie i przestrzeni<sup>7</sup>. David Driggera podkreśla,

---

<sup>4</sup> Andrzej Banach, *Słowo i obraz*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1966.

<sup>5</sup> Mieczysław Porębski, *Ikonofera*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1972.

<sup>6</sup> M.in. Mieczysław Porębski, Piotr Rypson.

<sup>7</sup> Barbara Bieńkowska, Halina Chamerska, *Zarys dziejów książki*, Wydawnictwo Spółdzielcze, Warszawa 1987.



że pierwotny sposób wyrażania w paleolicie można rozpatrywać zarówno w kategoriach historii pisma, jak i historii sztuki<sup>8</sup>.

Choć rodowód jest ten sam, to pismem nazywamy dopiero system kodowy oznaczeń wizualnych, przy pomocy którego pisarz może oznaczyć odpowiednie słowa, a czytelnik odebrać je z tekstu<sup>9</sup>. O pierwszym kroku w kierunku pisma można mówić w momencie, w którym ludzie zaczęli stosować znaki graficzne w funkcji intelektualnej, oddzielając przedmiot od jego obrazu. Początkowo jednak wizerunek ten nasuwał na myśl przedmiot, do którego się odnosił. W ten sposób narodził się zapis piktograficzny. Następnym etapem było spostrzeżenie, że dany zestaw linii może być symbolem konkretnego pojęcia, prowadzące do stworzenia zapisu nazwanego później pismem ideograficznym.

Pierwotnie do przekazywania informacji wykorzystywano gesty i dźwięki. Język pisany stał się naturalnym pośrednikiem między myślą a mową. Kolejnym krokiem było utożsamienie wartości symbolicznej z dźwiękową i przyjęcie arbitralnej zasady ich wymienności. Od tej pory obraz mógł być symbolem graficznie oznaczającym dźwięk. Jednocześnie obraz ten był nazwą konkretnego przedmiotu, którego symbol odnosił się do desygnatu. Znak, dostosowany do przedmiotu i brzmienia, które go oznaczało tworzył fonogram i zapoczątkował pismo fonetyczne. Nie było ono idealnie funkcjonalne, dlatego ewoluowało do zapisu sylabicznego, a następnie alfabetycznego<sup>10</sup>. Dzięki niemu możliwe było zapisywanie mowy niezależnie od zmian w niej zachodzących. Marshall Mc Luhan pisze, że „wskutek oddzielenia treści semantycznej i werbalnej od dźwięku i strony graficznej alfabet ten stał się najbardziej skuteczną techniką przekładania i ujednociania kultur. [...] Jedyne zapis fonetyczny pozwala przełożyć – choćby w sposób bardzo uproszczony – dźwięki wszystkich języków na jeden, wspólny kod wizualny”<sup>11</sup>.

Wizualność ta jest kluczowa w moich rozważaniach. Słowo i obraz z reguły traktuje się dychotomicznie, Jan Białostocki pisze wręcz o niepokoju, towarzyszącym temu zestawieniu<sup>12</sup>. Jednakże Aron K. Varga stwierdza, że „od czasu wynalezienia pisma, słowo

---

<sup>8</sup> Piotr Rypson, *Obraz słowa. Historia poezji wizualnej*, Akademia Ruchu, Warszawa 1989.

<sup>9</sup> Walter J. Ong, *Pismo przekształca świadomość*, tłum. Józef Japola, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011, s.139.

<sup>10</sup> Patrz: Joseph Vendryesa, *Język*, tłum. Kazimierz Libera, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1956.

<sup>11</sup> Marshall McLuhan, *Słowo pisane, czyli oko zamiast ucha*, [w:] Tegoż, *Wybór pism*, tłum. Karol Jakubowicz, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1975, s. 90. Zob. także W. J. T. Mitchell, *Word and Image* [w:] *Critical Terms for Art History*, red. Robert S. Nelson, Richard Shiff, The University of Chicago Press, Chicago – Londyn 1996.

<sup>12</sup> Jan Białostocki, *Słowo i obraz*, [w:] *Słowo i obraz*, red. Agnieszka Morawińska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1982.

należy jednocześnie albo naprzemiennie do dwóch różniących się od siebie domen: jest słyszane i jest widziane”<sup>13</sup>. Zatem chcąc analizować słowo i obraz, zestawiamy ze sobą najczęściej dwa zjawiska wizualne.

Wizualność słowa była szczególnie ważna w sztuce kaligrafii, akrostychach i emblematyce<sup>14</sup>, a później w poezji wizualnej, letryzmie<sup>15</sup>, malarstwie kaligraficznym i twórczości awangardowej. W sztuce współczesnej słowo często jest traktowane na równi z plamą barwną. Jednak tekst niemający funkcji plastycznej jest odbierany inaczej, gdyż z reguły nie postrzegamy pisma w sposób graficzny. Kompozycja jest ignorowana, traktowana transparentnie<sup>16</sup>. Jak zauważa Willard Bohn, problem ze słowami na stronie, podobnie jak z realistycznymi dziełami sztuki, polega na tym, że patrzy się przez nie ku czemuś innemu<sup>17</sup>.

Tendencja ta uwypukliła się wraz z wynalezieniem druku, kiedy tekst stał się „przezroczysty”. Pośrednictwo między słowem i myślą uległo zatarciu. Czytając, słyszymy słowa i widzimy ich desygnaty, a nie czytany tekst. McLuhan jednoznacznie stwierdza, że „wynałazek [druku – przyp. BP] przyczynił się do hegemonii okocentryczności i percepcji wzrokowej w XX wieku”<sup>18</sup>. Mieczysław Porębski upatruje w nim szereg daleko idących konsekwencji:

„1. Informacja obrazowa staje się informacją zindywidualizowaną, za którą stoi autorytet twórcy-artysty i która apeluje do osobistych zainteresowań, przeżyć i smaku odbiorcy. / 2. Podobnie jak książka, również i [...] malarstwo staje się, jak nigdy przedtem, przedmiotem indywidualnego wyboru i delektacji. Toczy się przy tym zacięta walka o gusta, [która] dynamizuje procesy artystycznego rozwoju, a to z kolei utwierdza przekonanie, że dzieło ma coś do powiedzenia od siebie. / 3. [...] Podstawą wychowania, narzędziem awansu jednostek i klas staje się wiedza książkowa, elementami tej wiedzy nasiąka również stosunek do sztuki. [...] / 4. Twórca, który w tym układzie pragnie zachować pozycję niezależną, autonomiczną, spychany jest często na pozycje artysty przeklętego – *mudit*, często demonizowanego, skłóconego ze

---

<sup>13</sup> Aron K. Varga, *Kryteria opisu relacji pomiędzy słowem a obrazem*, tłum. Jerzy Stachowicz [w:] *Communicare. Słowo/obraz*, red. Iwona Kurz, Agnieszka Karpowicz i in., Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010, s.12.

<sup>14</sup> Zob. Janusz Pelc, *Słowo i obraz. Na pograniczu literatury i sztuk plastycznych*, Universitas, Kraków 2002.

<sup>15</sup> Zob. Andrzej Banach, *Pismo nowego malarstwa i letryzm*, [w:] Tegoż, *Słowo i obraz...*, s.219.

<sup>16</sup> Por. Friedrich Forssman, Hans Peter Willberg, *Pierwsza pomoc w typografii*, tłum. Marek Szalsza, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2004.

<sup>17</sup> Willard Bohn, *Kryzys znaku*, tłum. Krzysztof Majer, „Literatura na świecie”, 11-12/2006, s. 6.

<sup>18</sup> Cyt. za: Agnieszka Karpowicz, *Wizualność logosfery. Relacja słowo – obraz w literaturze i sztuce awangardowej*, [w:] *Communicare...*, s.107.

społecznością i jej normami estetycznym, moralnymi, w imię rewindykowanego przezeń, na ogół skutecznie, prawa do twórczej wolności”<sup>19</sup>.

We współczesnej aglomeracji jesteśmy otoczeni napisami. Znaki graficzne kreślą topografię, porządkują przestrzeń. Informują o rzeczach ważnych i błahych, służą celom praktycznym i marketingowym, zachęcają, zakazują, zaczepiają. Potrafimy rozpoznać funkcje tych napisów nie poświęcając uwagi ich treści. Umiemy odnaleźć nazwę ulicy i nie pomylić jej z szyldem zawieszonym obok, ponieważ, dzięki socjalizacji w danej kulturze, wiemy, jak wygląda dany napis w całości, ze swoim tłem, czcionką i położeniem, więc najpierw szukamy go jako formy wizualnej, a dopiero później możemy doszukiwać się w nim treści. Klara Czerniawska w swoim artykule przywołuje myśl Roberta Venturiego i Denise Scott-Brown<sup>20</sup> dotyczącą nakładających się na siebie porządków:

„Z jednej strony mamy więc ogólnie zaprojektowaną infrastrukturę, która, o ile jest dobrze wykonana, staje się niewidzialna, intuicyjna w obsłudze – i wówczas stanowi w przestrzeni publicznej rodzaj szkieletu. W ten sposób rozpoznawalne i zrozumiałe na pierwszy rzut oka są systemy identyfikacji i informacji wizualnej [...] Z drugiej strony, ten szkielet wypełniają zmieniające się w sposób aleatoryczny formy i treści – palimpsest werbalno-wizualnych komunikatów. Na większość z nich nie zwracamy uwagi, traktujemy je powierzchownie – z przyzwyczajenia lub niewiedzy”<sup>21</sup>.

Bez wątpienia to środowisko tworzy logosferę<sup>22</sup>, czyli społeczny ogół doświadczenia i praktykowania słowa, a ono, jak zauważa Grzegorz Godlewski:

„Przekształca się [...] a w swoich nowych wcieleniach przenika wszystkie inne systemy, całość kultury. Słowo jako takie, poprzedzające wszelkie konkretyzacje, można uznać za podstawowe medium kultury, jednak najważniejsze z tych tworzyw i technik, wcieleń i konkretyzacji zyskują na tyle znaczną autonomię i moc oddziaływania, że same stają się kulturowymi mediami słowa. [...] Tymczasem wszelkie praktyki artystyczne wyrastają, niechby i poprzez bunt właśnie, z gruntowniejszego porządku ich

---

<sup>19</sup> Mieczysław Porębski, *Ikonosfera...*, s. 109. Wyłuszczenia autora.

<sup>20</sup> Robert Venturi, Denise Scott-Brown, *Uczyć się od Las Vegas*, tłum. Anna Porębska, Karakter, Kraków 2013.

<sup>21</sup> Klara Czerniawska, *Litery dookoła głowy*, dwutygodnik.com. Pełne adresy bibliograficzne stron internetowych oraz datyostępów podaję w bibliografii na końcu tej pracy.

<sup>22</sup> Zob. Agnieszka Karpowicz, *Wizualność logosfery...* Tam też przedstawiony został kontekst audiosfery.

macierzystych mediów, sposobów ludzkiej obecności w słowie i poprzez słowo, tak jak, *mutatis mutandis*, w obrazie i poprzez obraz [...]”<sup>23</sup>.

Słowo zwizualizowane za sprawą nowych mediów stanowi jednocześnie element ikonosfery<sup>24</sup>. Typografia szyldów, plakatów, tabliczek jest zawsze zjawiskiem wizualnym, naszą ikonosferę tworzą wszelkie przedmioty „wypełnione zwizualizowanym pismem”<sup>25</sup>. Są to wizytówki, ulotki, opakowania, czasopisma, witryny sklepowe, tabliczki porządkujące przestrzeń, logo produktów codziennego użytku i inne elementy składowe środowiska miejskiego.

Choć zjawisko przepelnionych literami metropolii jest charakterystyczne dla XXI wieku, to już w pierwszych stuleciach naszej ery były one obecne w niektórych europejskich miastach<sup>26</sup>. Ich funkcja właściwie nie zmieniła się przez tysiące lat. Już wtedy służyły celom reklamowym i politycznym, świeckim i religijnym, miały charakter celebracyjny lub kontestacyjny. Dopiero piętnastowieczny wynalazek druku stopniowo prowadził do upowszechnienia umiejętności pisania i czytania związanej z demokratyzacją. Miasta powoli zaczęły wypełniać napisy. Andrzej Mencwel przytacza przykład, względnej alfabetyzacji mieszkańców miast: w połowie XVIII wieku szyldy nad warsztatami głosiły już nazwę profesji, a nie ikonę świadczącą o rzemiośle w nich wykonywanym: „Zwycięża logosfera”<sup>27</sup>.

Koniec XIX wieku zapowiada zmianę kategorii dominacji środków komunikacyjnych społeczeństw europejskich. Rypson zauważa, że przełom wieków „zwiastował nadejście kolejnego renesansu artystycznych prac nad językiem, w języku i wobec języka”<sup>28</sup>. Powoli zaczyna się era logowizualności. Autor kontynuuje: „Wobec dynamizmu przemian słowo, powleczone skorupą starego świata, będzie niezdolne, by dać świadectwo chwili. Toteż od pierwszego dziesięciolecia XX wieku obserwujemy tendencję do obrazowania języka słów i znaków [...]”<sup>29</sup>. Kierunek przemian udziału obu mediów w komunikacji międzyludzkiej można zobrazować w następujący sposób:

---

<sup>23</sup> Grzegorz Godlewski, *Wstęp: Słowo o antropologii słowa*, [w:] *Antropologia słowa...*, s.11-13.

<sup>24</sup> Zob. Mieczysław Porębski, *Ikonosfera...*

<sup>25</sup> Agnieszka Karpowicz, *Wizualność logosfery. Relacja słowo – obraz w literaturze i sztuce awangardowej...*, s.105.

<sup>26</sup> Zob. Armando Petrucci, *Pismo. Idea i przedstawienie*, tłum. Anna Osmólska-Mętrak, Wydawnictwa Uniwersyteu Warszawskiego, Warszawa 2010.

<sup>27</sup> Dyskusja *Słowo/obraz w historii kultury* [w:] *Słowo/obraz...*, s.187. Por. tamże, s. 196. Agnieszka Karpowicz zauważa, że ów szyld, być może nie jest już tylko napisem, lecz stanowi właśnie znak słownoobrazowy.

<sup>28</sup> Piotr Rypson, *Obraz słowa...*, s.256.

<sup>29</sup> Tamże, 257.



# Rozdział I

## Słowo – sztuka. Symbioza

### Dwudziestowieczne praktyki plastyczne łączące słowo pisane i obraz

#### 1. Salon ulicy

Włodzimierz Bolecki zauważa, że od czasów secesji „programowy związek literatury i sztuk [...] należy do centralnych zagadnień nowoczesności w sztuce XX w. [...] nie tylko w samych dziełach sztuki (i tekstach literackich), ale także w tzw. sztuce użytkowej i w przestrzeni miejskiej. Proces ten trwa do dzisiaj”<sup>30</sup>.

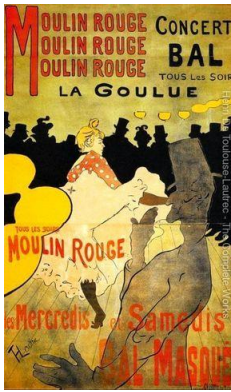
Artyści niechętni oficjalnym instytucjom stworzyli tak zwany Salon ulicy. Stał on w opozycji zarówno do oficjalnej wystawy – Salonu paryskiego, jak i Salonu odrzuconych<sup>31</sup>. Był on wynikiem dążenia twórców do egalitaryzacji sztuki. Nośnikami wartości plastycznych stały się plakaty, a galerią było miasto. Ulice i bulwary Paryża stanowiły idealną przestrzeń wystawienniczą. Dzięki metodom przemysłowym niewielkim kosztem, szeroka publiczność miała bezpośredni kontakt ze sztuką. Korzystając z jej osiągnięć, plakaty pośredniczyły między salonami a mieszkańcami miasta, reklamując różne przedsięwzięcia.

Technika litograficzna, druk oraz ugruntowanie znaczenia linii i koloru w estetyce, były istotne w poszukiwaniu nowych form przez twórców. Oswojenie treści logowizualnych prezentowanych na ulicy miało znaczny wpływ dla widocznych obecnie tendencji w polskiej sztuce prezentowanej poza przestrzenią galeryjną. Współczesne formy są echem tradycji plakatowej – rodzimej i światowej.

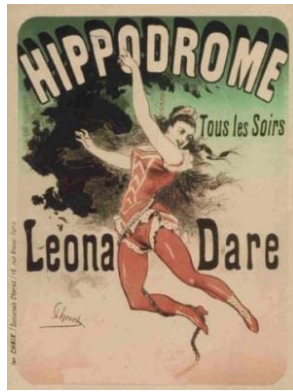
---

<sup>30</sup> Włodzimierz Bolecki, *Modernizm w literaturze polskiej XX wieku*, „Teksty Drugie” 4/2002, s. 23.

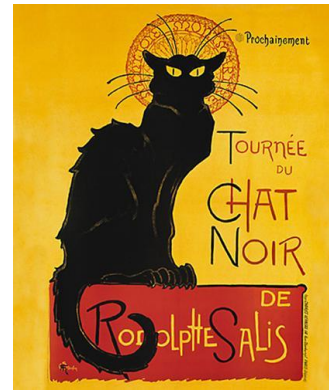
<sup>31</sup> Zob. Zdzisław Kępiński, *Impresjoniści*, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1986.



Ilustracja 2: Henri de Toulouse-Lautrec, *Moulin Rouge La Goulue*, 1891



Ilustracja 3: Jules Chéret, *Hippodrome, Leona Dare*, 1883



Ilustracja 4: Theophile-Alexandre Steinlen, *Tournee du Chat Noir*, 1896

Źródeł polskiego plakatu reklamowego należy szukać tam, gdzie rodzi się historia tego gatunku, czyli we wspomnianym Salonie ulicy. Inspiracje trendami obowiązującymi w zagranicznej sztuce plakatowej są wyraźne, ale interpretowane przez pryzmat rodzimego folkloru. W 1898 roku w krakowskim Muzeum Techniczno-Przemysłowym miała miejsce Pierwsza Międzynarodowa Wystawa Plakatu. Zaprezentowano na niej 250 prac, w tym 15 polskich, które analizował Jan Wdowiszewski w katalogu towarzyszącym ekspozycji. Określił w nim także pozycję plakatu jako nowego gatunku sztuki i tym samym zainteresował nim większe grono artystów. Zaczęli oni sygnować swoje kompozycje reklamowe – to znamieny akt namaszczenia przedmiotu popularnego przez Sztukę.



Ilustracja 5: Alfons Mucha, *Nestle*, 1897



Ilustracja 6: Teodor Axentowicz, *II. Wystawa Towarzystwa Artystycznego Polska Sztuka*, 1898



Ilustracja 7: Stanisław Wyspiański, *Wnętrze*, 1899



Ilustracja 8: Bartosz Kosowski, *Poisoned Loaf*, 2013

Polski warsztat od początku wyróżniał się na tle importowanych druków. Choć silne były odwołania do tradycji sztalugowych, podkreślano też cechy charakterystyczne dla tego gatunku: konwencjonalne traktowanie płaszczyzny, linearyzm, sumaryczność

przedstawienia, co stanowiło o czytelności plastycznej. Szczególnym przykładem jest kompozycja Stanisława Wyspiańskiego *Wnętrze*, w która jest najczęściej wskazywana jako pierwszy polski plakat<sup>32</sup>. Łączy informacje o przedstawieniu spektaklu Maurycego Maeterlincka i odczucie Stanisława Przybyszewskiego z ilustracją, będącą świadomym komentarzem autora<sup>33</sup>. Kompozycja ta jest treścią logowizualną – napis ma postać graficzną stworzoną przez artystę, a ilustracja jest jego plastyczną interpretacją. Choć plakat wprowadza polską reklamę w nową erę, pomysł na relację między mediami słowa i obrazu nie jest jeszcze dopracowany. Zmienia się to dość szybko, bo już 1904 roku pojawia się afisz *Teka Melpomeny* Karola Frycza, który zrywa z malarskim warsztatem<sup>34</sup>, autor jako pierwszy dostrzega różnicę funkcjonalną między plakatem a ilustracją. Nie od razu stało się to regułą, ale pokazało inny wymiar graficzny, który został uzupełniony wraz z nadejściem nowej ery w sztuce. Słowo wraz z obrazem tworzy całość, media wzajemnie się uzupełniają, współistnieją w symbiozie, podczas gdy w propozycji Wyspiańskiego była to jeszcze protokooperacja. Duży wpływ na polskich twórców miał także Cassandre<sup>35</sup>, który proponował całkowite odrzucenie osobowości grafika na rzecz reklamowanej marki. Z tego powodu falująca kreska zostaje zastąpiona prostą i surową estetyką oraz mocnym kolorem, dynamiczną kompozycją i wykrzyknieniami, odpowiadającymi także rytmowi otoczenia<sup>36</sup>.

---

<sup>32</sup> Źródła podają różne daty powstania dzieła, 1898 oraz 1899. Druga data jest oficjalną, podaną przez Muzeum Narodowe w Krakowie. Uważa się, że jest to pierwszy polski plakat, choć wcześniej plakaty tworzyli m.in. Teodor Axantowicz i Juliusz Kossak. Jednak dopiero dzieło Wyspiańskiego zrywa z dotychczasowym układem i prezentuje świadomą kompozycją słownoobrazową. Szymon Bojko, *Polska sztuka plakatu - początki i rozwój do 1939 roku*, Wydawnictwo Artystyczno – Graficzne, Warszawa 1971.

<sup>33</sup> Mariusz Knorowski w tekście *Kolekcja plakatu polskiego* (postermuseum.pl) interpretuje go następująco: „Odosobnionym dziełem jest plakat Stanisława Wyspiańskiego (...). Wykorzystuje on znany wcześniej rysunek, ale świadomie go dubluje. W rezultacie, w większym stopniu, eksponuje pierwiastek intelektualny, niż formalny, skupiając się na psychologicznym studium postaci. Stwarza jednocześnie klimat niedostępnej oczom tajemnicy, która rozgrywa się gdzieś w przestrzeni widza, przed płaszczyzną plakatu”.

<sup>34</sup> *Plakat polski w okresie dwudziestolecia międzywojennego*, Zespół Culture.pl, culture.pl..

<sup>35</sup> Pseudonim Adolfa Maurona, ukraińsko-francuskiego malarza, plakacisty i typogafa.

<sup>36</sup> *Plakat polski w okresie dwudziestolecia międzywojennego...*





Ilustracja 9: Karol Frycz, *Teka Mepomeny*, 1904



Ilustracja 10: Tadeusz Gronowski, *Radion*, 1926



Ilustracja 11: Henryk Berlewi, *Wystawa Prac Mechano-Fakturowych w Salonie Automobilowym Austro-Daimler (...)*, 1924

Zmiana perspektywy postrzegania tej formy komunikacji doprowadziła do wyodrębnienia się plakatu, jako osobnego gatunku sztuki. Odzyskanie przez Polskę niepodległości, umożliwiło w pełni rozkwitnąć tej formie. Wtedy to życie publiczne skupiło się w stolicy i obfitowało w szereg wydarzeń upamiętnionych na różnorodnych plakatach. Ich treść była związana z kulturą i polityką, ale nie przyćmiła najważniejszej funkcji ulicznych druków – reklamy. Dotychczas warszawscy kupcy nie musieli się o nią troszczyć<sup>37</sup>, dopiero zaostrenie rynku zrodziło potrzebę zabiegania o klientelę. Mariusz Knorowski zauważa, że: „technika promocji wymagała umiejętnie skonstruowanej parafrazy plastycznej wywołującej pożądaną reakcję psychologiczną. Coraz częściej uwzględniano także okoliczność, że pojawiające się druki muszą ze sobą rywalizować. Wydatnie więc akcentowano chromatyczne walory plakatu”<sup>38</sup>. Zatem nie jest to już tylko estetyczna informacja, ale bodziec behawioralny.

Polacy od początku wyróżniali się swoim narodowym stylem, mimo czerpania wzorców z zagranicy. Liczne ekspozycje i konkursy konfrontowały artystów, a świadomość konkurencji mobilizowała ich twórczo. Dzięki międzynarodowym wystawom krytycy porównywali interpretacje tego samego tematu, a twórcy podglądali techniki i rozwiązania formalne. Światowy sukces odnieśli Tadeusz Gronowski i Zofia Stryjeńska, kiedy otrzymali Grand Prix w dziale Art Publicitaire na Międzynarodowej Wystawie Sztuki Dekoracyjnej w Paryżu w 1925 r.<sup>39</sup> Wkrótce plakat stał się także przedmiotem akademickim.

<sup>37</sup> Zob. tamże.

<sup>38</sup> Mariusz Knorowski, *Historia plakatu polskiego...*

<sup>39</sup> Dyplomy i medale przyznano wówczas także innym polskim twórcom: Teodorowi Axentowiczowi, Janowi Bukowskiemu, Ludwikowi Gardowskiemu, Karolowi Fryczowi, Zygmuntowi Kamińskiemu, Antoninie Procajłowicz, Felicjanowi Szczęsnemu-Kowarskiemu, Edwardowi Trojanowskiemu, Henrykowi Uziębkle.

Dążenie do praktycznej estetyzacji życia, a więc tworzenie pięknej i użytkowej sztuki ogarnęło niemalże całą Europę i Amerykę Północną. Był to swoisty bunt przeciwko akademizmowi. Młodzi artyści uważali, że przez schematyzm i dążenie do zaspokojenia potrzeb towarzystwa salonowego, zatracił się dobry smak, a masowa produkcja przedmiotów użytkowych odebrała im funkcję estetyczną. Twórcy chcieli, aby sztuka była powszechna, a więc dostępna dla wszystkich i w każdej dziedzinie życia. Miała nie tylko cieszyć oczy zamożnych, lecz także służyć całemu społeczeństwu<sup>40</sup>. Artyści zanegowali uniwersyteckie zwyczaje, a ich płótna zaczęły się wypełniać liniami, tworzącymi ornamentalne i typograficzne kształty, wspominające gotyk i barok. Styl ten, choć różnie nazywany (np. secesja, *art nouveau*, *jugendstil*), był ostatnim spójnym kierunkiem w historii sztuki. Poprzedzał wielki przełom i przewartościowanie idei egzystencjalnych i estetycznych.

Wzrost samoświadomości i ugruntowana pozycja wizualna napisów doprowadziła do rewolucji w graficznym przedstawianiu treści. Kryzys klasycystycznych norm drukarskich zbiegł się w czasie z postulatami artystów secesyjnych. Do szeroko idących zmian przyczyniła się ta sama osoba, którą uważa się za inspiratora ewolucji w sztuce plastycznej. William Morris<sup>41</sup>, bo o nim mowa, publicznie skrytykował obowiązujące wzory i zapoczątkował poszukiwanie nowej równowagi graficznej. W tym samym czasie uważniej przyjrano się kaligrafii orientalnej. Jej linie wykorzystywano do celów estetycznych i ekspresyjnych, a więc samą treść potęgowała forma<sup>42</sup>. Dzięki temu, jak pisze Petrucci, projektanci reklam (czyli napisów nie tylko informujących, ale i perswadujących) doszli do „całkowitej swobody linii rysowanej, władnej za każdym razem wymyślać na nowo znaki alfabetyczne, ich związki formalne, całą strukturę – już niekoniecznie linearną – białej przestrzeni, która ma zostać tą linią wypełniona albo zakłócona”<sup>43</sup>. Tym samym pismo mogło być postrzegane jako system malarski, a reklamy stały się fuzją sztuki plastycznej i typografii.

Za rudymet polskiej sztuki reklamy należy uważać projekt Tadeusza Gronowskiego dla koncernu Schichta – *Radion*. Była to praca, która wykorzystując światowe doświadczenie w tej dziedzinie (narracyjne ujęcie, slogan, lapidarność), wyznaczyła jej kierunek rozwoju. Nie bez znaczenia było profesjonalne podejście artysty

---

<sup>40</sup> Pierwotnie było to założenia brytyjskiego ruchu Arts and Crafts, a następnie secesyjnego. Niestety przedmioty artystyczne ze względu na wysoką wartość materialną i tak pozostały w sferze luksusu.

<sup>41</sup> Zob. Johanna Drucker, *The visible word*, The University of Chicago, Chicago – Londyn 1994, s.92-93.

<sup>42</sup> Armando Petrucci, *Zerwanie z normą*, [w:] Tegoż, *Pismo...*

<sup>43</sup> Tamże, s.148.

świadomego idei tej formy graficznej: „Plakat to jest reklama, i taki jest jedyny sens plakatu, czyli przede wszystkim czytelność i dekoracyjność. Plakat to krzyk na ulicy. Ja do tego dążyłem. Żeby żył musi spełniać zadanie reklamowe, a potem pojawia się sprawa formy artystycznej”<sup>44</sup>. Mimo pragmatycznych założeń Gronowski otworzył polskiej reklamie drzwi do artystycznego świata.

Reklama na stałe wpisała się w krajobraz miejski, będąc źródłem nowych wzorców do naśladowania dla artystów<sup>45</sup>. Szyldy i plakaty walczyły o uwagę klientów. W związku z tym drukarze wprowadzili szereg nowych form typograficznych, przejętych później w całości przez awangardę<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Anna Szablowska, *Tadeusz Gronowski (1894 - 1990) pionier polskiego plakatu*, [w:] „2+3D” 1/2001, s. 36.

<sup>45</sup> Tamże.

<sup>46</sup> Zob. Willard Bohn, *Kryzys znaku...*, s. 12-13.

## 2. Awangarda

*Czytasz prospekty katalogi afisze śpiewające  
głośniej niż kobiety  
Oto poezja dzisiejszego poranku a dla prozy są  
liczne gazety[...]  
Napisy murów i obwieszczeń  
Szyldy plakaty jak papugi wrzeszczą<sup>47</sup>*

Guillaume Apollinaire

Nie ulega wątpliwości, że pojawienie się awangardy jest osią sztuki XX wieku. Wśród badaczy istnieje podział na zwolenników pierwszej i drugiej połowy tego stulecia. Jedni uważają, że najważniejsze wydarzenia miały miejsce w latach 20. i 30. a pozostałe tendencje są ich kontynuacją. Drudzy twierdzą zaś, że kluczowy był przełom lat 60. i 70. a wcześniejsze wydarzenia są interpretowane jako preludium w wykonaniu Wielkiej Awangardy<sup>48</sup>. W tych samych kategoriach można rozpatrywać jedno z najważniejszych osiągnięć polskiej sztuki dwudziestego stulecia, czyli plakat.

Równolegle do rozwijającej się reklamy, która w czasie powstania wiersza Apollinaire'a „zadomowiła się już na dobre”<sup>49</sup>, artyści różnych dziedzin eksperymentowali z jej wytworami. Wpływ środków masowego przekazu był obecny niemalże w każdym działaniu twórczym<sup>50</sup>. Powstaje szereg nowych tendencji w sztuce. Każda grupa, szukając innego języka, którym będzie się posługiwać, odrzuca całą tradycję i wypracowane przez lata schematy. Próbuje pokazać nierealną realność. Inspiracje czerpie bezpośrednio z otoczenia, z miasta. Artyści wybierają swobodę twórczą, szukają coraz nowszych środków, by to wyrazić. Sztuka przestaje naśladować i odtwarzać, a zaczyna być<sup>51</sup>. Istnieje w rzeczywistości, która jest, a nie była; chce mówić zamiast cytować. Kwestionuje zastany porządek, w tym także ukonstytuowany status słowa i obrazu. Foucault skonstatował, że rewolucja przemysłowa wywarła tak duży wpływ na przesunięcie dyskursów

---

<sup>47</sup> Guillaume Apollinaire, *Strefa*, (z tomiku *Alkohole*), tłum. Adam Ważyk, [w:] Apollinaire Guillaume, *Wybór poezji*, red. Kwiatkowski Jerzy, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Kraków 1975.

<sup>48</sup> Maryla Hopfinger, *W laboratorium sztuki XX w. O roli słowa i obrazu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1993, s.28-29.

<sup>49</sup> Willard Bohn, *Kryzys znaku...*, s.12.

<sup>50</sup> Tamże.

<sup>51</sup> Zob. Johanna Drucker, *The Visible Word...*, s.50.

kulturowych, że relacja słowa i obrazu uległa nieodwracalnej zmianie. Oznacza to także powrót do współistnienia tych form po wieloletniej separacji<sup>52</sup>.

Maryla Hopfinger pisze, że „u progu XX wieku słowo odznacza się wysokim prestiżem, ale towarzyszy mu poczucie kryzysu słowa jako narzędzia poznania i komunikacji. Kwestionowanie słowa, języka stanie się cechą charakterystyczną w XX stuleciu” . Willard Bohn jeden ze swoich artykułów poświęca właśnie owemu kryzysowi – kryzysowi znaku. Cytuje w nim François Riglota, który uważa że „laboratorium eksperymentów formalnych wzmagало swoją aktywność, [...] [kiedy – BP] kryzys tradycyjnych wartości zmuszał twórców kultury [...] do zakwestionowania stosowanego przez nich środka wyrazu [...]” . Autor nie zgadza się z teorią dekadentyzmu i pisze m.in. o tym, że społeczeństwo w tym czasie ulegało szybkim zmianom wraz z otoczeniem. Taka sytuacja zaowocowała bezprecedensowym „szaleń twórczym”, mającym na celu zdefiniowanie, opisanie i zbadanie nowoczesnej rzeczywistości. „[Artyści – BP] dalecy od akceptacji (czy nawet parodiowania) tradycyjnych modeli, kontestowali je, tworząc [...] pełną werwy awangardę” .

Polscy artyści zaczęli tworzyć awangardę, kiedy zagraniczne ruchy miały już ugruntowaną pozycję, co nie znaczy, że zaczynali od nowa, byli świadomi przynależności do świata Nowej Sztuki<sup>53</sup>. Kazimierz Wyka dostrzega wręcz w zacofaniu technologicznym Polski siłę uwalniającą „magię maszyny” i Miasta, które fascynowały polskich twórców<sup>54</sup>. Rypson podkreśla, że w polskiej poezji i plastyce pojawiły się wszystkie zapowiedzi tendencji obecnych od lat 50. w nowozdefiniowanej poetyce eksperymentalnej<sup>55</sup>.

Refleksja nad językiem stała się znaczącym obszarem działalności artystów<sup>56</sup>. Interesowała ich zarówno semantyka, jak i ikonizacja. Z jednej strony wykorzystywali go więc praktycznie – często brali do ręki pióro zamiast pędzla i pisali listy, rozprawy,

---

<sup>52</sup> Willard Bohn, *Kryzys znaku...*, s. 9. Zob. Michel Foucault, *Słowa i rzeczy. Archeologia nauk humanistycznych*, tłum. Tadeusz Komendant, Anna Tatariewicz, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2006.

<sup>53</sup> *Antologia polskiego futuryzmu i nowej sztuki*, red. Jaroński Zbigniew, Zaworska Helena, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Warszawa 1978, s. XV.

<sup>54</sup> Piotr Rypson, *Obraz słowa...*, s. 291.

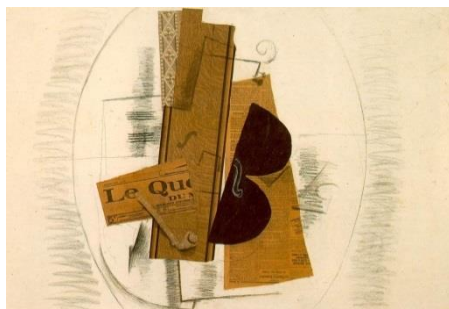
<sup>55</sup> Tamże, s. 300.

<sup>56</sup> We fragmencie poświęconym awangardzie skupiam się bardziej na plastycznym aspekcie działalności awangardzistów, choć jest on nierozdzielnie złączony ze słowem. Przede wszystkim zależy mi na zaznaczeniu wpływu „zadrukowanego miasta”, czyli słowa w mieście, czy z miasta na sztukę plastyczną, a mniej na związku literatury z malarstwem. O relacji słowa i obrazu w polskiej awangardzie, z punktu widzenia literackiego powstała m.in. książka Beaty Śniecikowskiej, *Słowo-obraz-dźwięk. literatura i sztuki wizualne w koncepcjach polskiej awangardy, 1918-1939*, Universitas, Kraków 2005. Na gruncie międzynarodowym temat ten wraz z przykładami poezji opisuje m.in. Piotr Rypson, *Obraz słowa...*

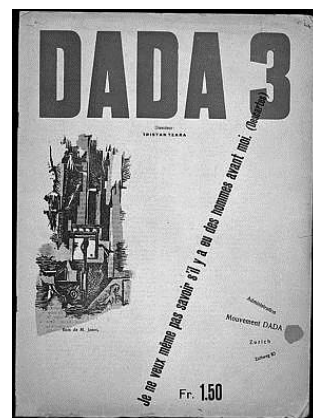
artykuły, czy manifesty<sup>57</sup>. Opisywali także dzieła jedynie w formie konceptu – zdarzało się, że dowodząc wyższość idei nad materią, zastępowali swoją twórczość samą teorią<sup>58</sup>. Obok działalności plastycznej powstawały także poematy typograficzne, kolaże gazetowe, wydawano czasopisma. W samym Paryżu między rokiem 1917 a 1923 pojawiło się ich 36<sup>59</sup>. Okładka jednego z nich – „Dada” – głosi „Nie chcę nawet wiedzieć, czy przede mną byli ludzie”<sup>60</sup>. Tekst ten ma oczywiście pokazywać pogardę do przeszłości, jednak jest to znamienne w kontekście przywiązywania tak dużej wagi do języka i pisma, które są chyba najbardziej humanistyczne ze wszystkich innych osiągnięć ludzkości. Artyści manifestują swoje całkowite odcięcie od dotychczasowych wartości, jednocześnie wciąż inspirują się najbardziej ludzkim wynalazkiem – słowami. Bezpośrednio albo metaforycznie wykorzystują je w swoich utworach.



Ilustracja 12: Georges Braque, *Portugalczyk*, 1911



Ilustracja 13: Georges Braque, *Skrzypce i fajka (Codziennosc)*, 1913-14



Ilustracja 14: Okładka pisma „Dada”, nr 3, grudzień 1918

W wielu artykułach i manifestach poruszano kwestię druku: poszukiwano założeń formalnych samego medium, zastanawiano się nad zamazującą się granicą między tak zwaną sztuką wysoką a masowymi mediami, komplikowano różnice między obrazem

<sup>57</sup>Np. Albert Gleizes, Jean Metzinger, *O kubizmie*, tłum. Ewa Grabska, [w:] *Artyści o sztuce*, red. Elżbieta Grabska, Hanna Morawska, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Kraków 1963.

<sup>58</sup>Za zwiastun tych wydarzeń można uznać wydany w 1889 roku katalog wystawy *Ekspozycja sztuk niepozostających w żadnym związku. Dzieła uczniów mistrzów XX wieku, która nigdy nie miała miejsca*. Prezentował on obrazy o absurdalnych tytułach, będące jednobarwnymi prostokątami. Był to pomysł słynnego humorysty z kabaretu Chat Noir, Alphonse Allaisa, który niejako przewidział sztukę, która może istnieć bez dzieła. Tym samym podkreślił, jak duże znaczenie miał dla niej wynalazek druku, choć nie to było jego intencją. Np. jego „obraz” *Walka Murzynów nocą w piwnicy* jest przypadkową zapowiedzią najsłynniejszego obrazu Kazimierza Malewicza *Czarny kwadrat na białym tle*, a *Marsz żałobny skomponowany na uroczystość pogrzebową zasłużonego głuchoniemego* mógłby być zapisem nut do utworu 4'33 Johana Cage'a.

<sup>59</sup> Zob. Johanna Drucker, *The visible word...*, s. 104.

<sup>60</sup> Tekst Marcela Janco na okładce trzeciego numeru pisma „Dada”, kierowanego przez Tristana Tzarę.

i językiem, zaprzeczając ich fundamentalnym funkcjom reprezentacji, atakowano także konwencje symboli literackich i wizualnych. Jak zauważa Johanna Drucker, mimo że wówczas synonimem nowoczesności było radio, z perspektywy czasu to druk uznawany jest za symbol początku XX wieku: był on już wtedy ogólnodostępnym, przystępnym, skutecznym i wszechobecnym medium komunikacji społecznej. Artyści awangardowi tego okresu uznali zadrukowaną stronę za najbardziej odpowiedni przedmiot do tworzenia i upowszechniania aktywności i eksperymentów formalnych. Nie służyła im ona jedynie do dokumentacji działań, lecz była jednym z głównych źródeł ich realizacji. Od opublikowania pierwszego manifestu futurysty Filippa T. Marinettiego<sup>61</sup>, licznie wydawane magazyny, zaproszenia, plakaty i inne druki ulotne rozprzestrzeniały się w każdym liczącym się ośrodku artystycznym. Od Londynu, przez Berlin, Zurych, Mediolan, Paryż, do Moskwy i Petersburga<sup>62</sup>. Futuryści uważali, że „[...] prawdziwa mowa miasta – to mowa wielkonakładowych gazet. Jego twórczość – to twórczość wystaw sklepowych, plakatów rozmieszczonych na murach [...]”<sup>63</sup>. W wielkomiejskim tłumie widzieli adresatów swoich wypowiedzi artystycznych, dlatego też za budulec prac przyjęli to, co bliskie przeciętnemu przechodniowi: reklamy, gazety, witryny sklepowe. W pewnym sensie ma to związek z ogłoszonym w manifestie Marinettiego postulatem spalania muzeów i bibliotek, gdyż „pozbawienie sztuki domu” oznaczałoby, że będzie obecna poza tymi budynkami, czyli w mieście. Postulat futurystów, wzywający wszystkich artystów na ulice, zostałby spełniony. Bruno Jasieński w *Manifestie do narodu polskiego* tłumaczył ten dezyderat następująco:

„Sztuka gnieżdżąca się w kilkuset, a nawet w kilkutyśczoosobowych salach koncertowych, wystawach, pałacach sztuki itp. jest śmiesznym anemicznym dziwolągiem, ponieważ korzysta z niej  $\frac{1}{100000000}$  wszystkich ludzi. Człowiek współczesny nie ma czasu na chodzenie na koncerty i wystawy, 3/4 ludzi nie ma po temu możliwości. Dlatego sztukę muszą znajdować wszędzie [...]”<sup>64</sup>.

---

<sup>61</sup> Manifest ukazał się na łamach gazety „Figaro” 10 lutego 1909 roku. W kontekście dalszej części pracy warto wspomnieć, że wydruk poprzedzała swoista kampania reklamowa – w Mediolanie ustawiono billboardy z namalowanymi literami zapowiadającymi ogłoszenie nowego ruchu. Tomasz Kireńczuk, *Co nam zrobili futurysty?* rozm. Derkaczew Joanna, gazeta.pl.

<sup>62</sup> Johanna Drucker, *The visible word*.

<sup>63</sup> *Antologia polskiego futuryzmu i nowej sztuki ...*, s. XCIII.

<sup>64</sup> Pisownia oryginalna. Bruno Jasieński, *Do narodu polskiego. Manifest w sprawie natychmiastowej futurystyki życia*, [w:] *Antologia polskiego futuryzmu i nowej sztuki...* „Sztuka gnieżdżąca się w kilkuset, a nawet kilkutyśczoosobowych salach koncertowych, wystawach, pałacach sztuki itp. jest śmiesznym anemicznym dziwolągiem, ponieważ korzysta z niej 1/100 000 000 wszystkich ludzi. Człowiek współczesny nie ma czasu na chodzenie na koncerty i wystawy, 3/4 ludzi nie ma po temu możliwości. Dla tego sztukę muszą znajdować wszędzie [...]”.

Pojawienie się Awangardy to moment, w którym problem relacji słowo - obraz - miasto zagęszcza się. Anatol Stern i Aleksander Wat napisali w swoim programie *Prymitywiści do narodów świata i do Polski*:

„SŁOWA mają swą wagę, dźwięk, barwę, swój rysunek, ZAJMUJĄ MIEJSCE W PRZESTRZENI, są to decydujące wartości słowa, słowa najkrótsze (dźwięk) i słowa najdłuższe (książka). znaczenie słowa jest rzeczą podrzędną i nie zależy od przypisywanego mu pojęcia należy je traktować jako materiał dźwiękowy UŻYTY NIEONOMATOPEICZNIE”<sup>65</sup>.

Zostaje dostrzeżone słowo jako forma wizualna i audialna oraz przestrzeń, którą zajmuje. Miasto zaczyna odgrywać bardziej znaczącą rolę. Zmienia się samo w sobie, ale przeobrażeniu ulegają także przypisywane mu znaczenia i funkcje. Staje się równolegle przedmiotem i podmiotem działań artystów. Jest miejscem ekspozycji sztuki plakatowej, a jednocześnie awangardiści cytują miasto w swoich pracach. Zatem z jednej strony sztuka znajduje się wewnątrz miasta, a z drugiej – miasto jest częścią sztuki. Współczesna sztuka polska łączy te cechy i dlatego historia sztuki dwudziestego stulecia jest tak istotna dla zrozumienia późniejszych tendencji. Estetyczna nobilitacja niskich obszarów kultury, a więc odkrywanie sztuki w miejskiej pospolitości, wpłynęła nie tylko na twórców Awangardy, lecz jest obecna także we współczesnych pracach. Tadeusz Peiper w swoim słynnym manifestie z 1922 roku pisze wprost o zmianie perspektywy postrzegania nie tylko miasta, lecz także kategorii piękna:

„Nie wystarczy obierać miasto jako temat artystyczny [...]. Chodzi o przytakiwanie miastu, jego najgłębszej istocie, temu co jest specyficzną własnością jego natury, co go odróżnia od wszystkiego innego i co skutkiem tego nie powinno być oceniane miarami estetycznymi, zapożyczonymi z innych dziedzin. [...] Dojrzeć piękno w prostych, długich, potrzebami życia wykreślonych bulwarach, wyciągniętych jak struny, na których koła wozów i obcasy ludzi grają pieśń nie słyszaną gdzie indziej. Dojrzeć piękno w murach pokrytych barwnymi afiszami i radować się tą niezwykłą epopeją, która stale o tydzień naprzód opiewa życie miasta. Dojrzeć w wystawach sklepowych piękno równe pięknu kaplic katedralnych [...]”<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> Anatol Stern, Aleksander Wat, *Prymitywiści do narodów świata i do Polski*, [w:] *Antologia polskiego futuryzmu...*, s. 5-6. Wersaliki autora.

<sup>66</sup> Tadeusz Peiper, *Miasto, masa, maszyna*, [w:] Tegoż, *Tędy. Nowe usta*, red. Teresa Podolska, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1972, s.36.



Ogromny wpływ na funkcjonowanie relacji słowo – obraz – miasto wywarło też dostrzeżenie logowizualności miasta jako potencjalnego pejzażu, który można przedstawiać w swojej twórczości. Na przykład kubiści konstruowali rebusy wykorzystując materiały, które otaczały ich na co dzień. Guillaume Apollinaire stwierdza, że „Picasso i Braque przenieśli wprost z szyldów i rozmaitych druków czcionki i ornamenty do swoich obrazów, bo przecież w mieście nowoczesnym reklama i szyldy spełniają niemałą funkcję artystyczną i zasługują na to, by je przenieść do sztuki”<sup>67</sup>. W 1911 roku George Braque wprowadził litery na płótno. Zakomponował je na obrazie *Portugalczyk*. Według Porębskiego „w konfrontacji z płaskimi, dwuwymiarowymi znakami kubistyczna przestrzeń nabierała dodatkowego życia, jej szczególna budowa stawała się bardziej czytelna. Była to zdobycz, która podtrzymana i na różne sposoby wzbogacana, dała początek nowej metodzie polegającej na wprowadzeniu do obrazów realnych powierzchni różnego pochodzenia [...]”<sup>68</sup>. Akt ten nie tylko rozpoczął nową fazę kubizmu, ale też jego konsekwencje, mniej lub bardziej, „dadzą się wskazać we wszystkim, co po kubizmie w XX wieku zrobiono”<sup>69</sup>. Z kolei „poszatkowane i okaleczone słowa i sylaby” pojawiające się w obrazach futurystycznych Rypson charakteryzuje jako elementy dynamizujące obraz. Wprowadzają one ruch i złudzenie hałasu. „[...] wolność słów utonęła w zgiełku”<sup>70</sup>. Oczywiście, mimo tej innowacji znaki werbalne pozostały także w swojej prymarnej funkcji znaczeniowej<sup>71</sup>. Jednak od pojawienia się kolaży kubistycznych zaczęto przenosić napisy bezpośrednio z rzeczywistości realnej do obrazowej, często wraz z macierzystym kontekstem. Przyklejano fragmenty gazet, notatek, biletów i innych przedmiotów, budujących logosferę. Hopfinger określa ich rolę w *papier collé* następująco: „wchodzą one do kompozycji kolażowych przede wszystkim jako elementy ikonosfery, wizualnego środowiska człowieka współczesnego i stają się składnikami nowych wypowiedzi plastycznych”<sup>72</sup>. Ich celem nie jest już tylko przekazywanie treści<sup>73</sup>, obrazują one rzeczywistość, która w dużej mierze jest zbudowana z elementów logowizualnych. System ten dotyczył nie tylko przedmiotów zapisanych czy zadrukowanych, jak zauważa John Golding, Braque i Picasso stosowali swoisty „system

---

<sup>67</sup> Guillaume Apollinaire, *Malarstwo nowoczesne*, tłum. Z. Bieńkowski [w:] *Artyści o sztuce...*, s. 135.

<sup>68</sup> Mieczysław Porębski, *Kubizm. Wprowadzenie do sztuki XX wieku*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1986, s.73.

<sup>69</sup> Zob. tamże.

<sup>70</sup> Piotr Rybson, *Obraz słowa...*, s. 258.

<sup>71</sup> Zob. MARYLA Hopfinger, *W laboratorium...*, s.100.

<sup>72</sup> Tamże.

<sup>73</sup> Zob. Jacek Woźniakowski, *Głosy w dyskusji*, [w:] *Słowo i obraz...*, s. 224.

kluczy lub punktów zaczepienia”<sup>74</sup>, polegający na umieszczaniu w pracy cech dystynktywnych, dzięki którym możliwa była rekonstrukcja danego przedmiotu. Pomagał on osadzić dzieło w rzeczywistości, którą miało przedstawiać. Podobne podejście do mimetyzmu prezentowali także dadaiści, którzy zamiast reprezentacji rzeczywistości wybierali ją samą, to znaczy np. zamiast czegoś, co miałoby udawać drewno używali naturalnego materiału (*stuff as being rather than representation*)<sup>75</sup>.

Należy jednak podkreślić, że pomimo odrzucania tradycyjnej funkcji języka czy negacji zasad nim władających, żaden z awangardowych „izmów” nie dopuścił się rezygnacji z języka w ogóle. Wręcz przeciwnie, stanowił on ważny element ich twórczości. Zacierali granice między rolami słowa, które miało również przedstawiać i obrazu, będącego ekwiwalentem odczuć i pojęć<sup>76</sup>. Przez takie zabiegi malarzom coraz bliżej było do poezji, reprezentowanej przez słowo, a poetom do malarstwa<sup>77</sup>, reprezentowanego przez obraz. Hugo Ball podsumował to w jednym ze swoich pamiętników „Słowo i obraz są jednym. Malarz i poeta należą nawzajem do siebie”<sup>78</sup>.

W drugiej połowie dwudziestego wieku artyści ze Stanów Zjednoczonych zaprezentowali nowy „izm”: konsumpcjonizm<sup>79</sup>. Pojawienie się pop-artu doprowadziło do swoistej fuzji miasta i sztuki. Od tej pory granica między sztuką użytkową a sztuką stała się niemal niewidoczna. Artyści w swoich pracach zadawali pytanie o miejsce sztuki we współczesnym świecie. Grzegorz Dziamski charakteryzuje sztukę popularną, jako sztukę miasta „nie tylko w tym sensie, że jej naturalnym siedliskiem jest miasto, ale także i w tym, że jest ona wytwarzana w mieście, jest wytworem miasta i językiem, jakim miasto przemawia”<sup>80</sup>.

---

<sup>74</sup> John Golding, *Kubizm*, [w:] *Kierunki i tendencje sztuki nowoczesnej*, red. Tony Richardson, Nikos Stangos, tłum. Halina Andrzejewska, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1980.

<sup>75</sup> Johanna Drucker, *The Visible...*, s.85.

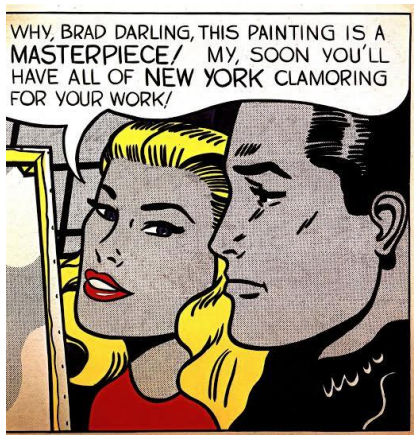
<sup>76</sup> Maryla Hopfinger, *W laboratorium...*, s.16.

<sup>77</sup> Zob. Słynne zdanie Horacego z *Listu do Pizonów*: „Ut pictura poesis erit” (wers 361.), w tłumaczeniu Tadeusza Sinka: „Poemat to jak obraz”.

<sup>78</sup> Cyt. za: Piotr Rybson, *Obraz słowa...*, s. 277.

<sup>79</sup> Zob. sytuacjonizm, Guy Debord, *Spoleczeństwo spektaklu, Rozważania o społeczeństwie spektaklu*, tłum. Mateusz Kwaterko, PWN, Warszawa 2006.

<sup>80</sup> Grzegorz Dziamski, *Artystyczne interwencje w przestrzeń miejską*, [w:] *Miasto w sztuce – sztuka miasta*, red. Ewa Rewers, Universitas, Warszawa 2010, s. 299-300.



Ilustracja 15: Roy Lichtenstein, *Masterpiece*, 1962



Ilustracja 16: Tom Wesselmann, *Martwa natura nr 20*, 1962



Ilustracja 17: Andy Warhol, *Coca-Cola 3 bottles*, 1962

Termin pop-art został wymyślony przez Lawrence Allowaya do określania masowo produkowanej sztuki popularnej. Zjawisko to stało się głównym tematem refleksji brytyjskiej *Independent Group*, która rozdzieliła sztukę masową od popularnej. Członkowie grupy zdawali sobie sprawę, że sztuka ta jest popularna, nie dlatego, że jest wszechobecna, ale zaspokaja pewne psychologiczne potrzeby odbiorców. Nie chodziło więc o masową produkcję, ale o masową akceptację społeczną, przenikanie do codzienności poprzez oglądanie, naśladowanie i przetwarzanie<sup>81</sup>. Efektem tej separacji była zmiana sposobu myślenia o sztuce:

„[a] wszystkie kulturowe obrazy funkcjonują jak znaki, a więc coś komunikują, a przenoszone przez nie znaczenia mają społeczny charakter, [b][...] artystyczna oryginalność i autentyczność jest mniej ważna niż przekaz kształtujący potrzeby, przyjemności i przekonania odbiorców, [c][...] sztuka popularna ściśle wiąże się z biowładzą, formowaniem jednostek za pomocą nowej instytucji dyscyplinującej – konsumpcji”<sup>82</sup>.

Druga Wojna Światowa podzieliła świat na Zachód i Wschód, kapitalizm i socjalizm. W uproszczeniu, sztukę Zachodu, reprezentowaną przez Stany Zjednoczone, kształtował dostatek i swoboda twórcza. W tym czasie Salon ulicy zaczął się poszerzać o nowe formy, takie jak graffiti<sup>83</sup>. Choć sama ekspresja na murze ma historię tak długą, jak sztuka w ogóle, to w postaci, którą teraz nazywamy tym terminem pojawiła się w połowie wieku w USA. Za prekursora tej formy ekspresji uważa się Michaela

<sup>81</sup> Tamże.

<sup>82</sup> Tamże.

<sup>83</sup> Zob. Grzegorz Dziamski, *Artystyczne interwencje w przestrzeń miejską*, s. 294-298.

Basquiata<sup>84</sup>. Jego twórczość łączy w sobie negację tradycji oraz inspirację otoczeniem, a więc są to idee charakterystyczne dla twórców awangardowych. Jednak miasto w tym czasie wyglądało już zupełnie inaczej, czego wyraz dawali ówcześni artyści w swoich pracach. Widać w nich refleksję zarówno na temat sztuki, jak i miasta w ogóle. Twórcy inspirowali się logowizualnością i, tak jak kubiści czy dadaiści, przenosili ją wprost do swych prac. A nawet „sklejali sztukę” z fragmentów przestrzeni miejskiej. Napisy w kolażach i asamblażach pojawiają się wyrywkowo bądź budują narrację przedstawienia (niekoniecznie figuratywnego).



Ilustracja 18: Jacques de la Villegle, *Jazzmen - rue de Tolbiac*, 1961



Ilustracja 19: Michael Basquiat, *50 cent piece*, 1983



Ilustracja 20: Robert Rauschenberg, *Black Marke*, 1961

Sztukę Wschodu, natomiast, paradoksalnie rozwinął niedostatek i cenzura. Jednak sam fakt inspiracji środowiskiem się nie zmienił, co tylko podkreśla, jak ogromny wpływ ma ono na twórczość artystyczną. Logowizualność po obu stronach żelaznej kurtyny bardzo się od siebie różniła. Znamienny jest fakt, że Stany Zjednoczone nie były polem walk i w odróżnieniu od terytoriów europejskich nie zostały zniszczone. Zatem mogła być zachowana ciągłość relacji miasto – twórca. W Polsce relacja ta musiała się zbudować od nowa. Wojna i anomalie ekonomiczne komunizmu uspiły plakat reklamowy, ale jednocześnie ograniczenia z nich wynikające bez wątpienia wypłynęły na rozwój zjawiska określonego Polską Szkołą Plakatu.

Na Zachodzie sztuka była „reklamizowana”, a w Polsce odwrotnie: reklama była „artyzmowana”. Oba zjawiska, choć w różnym czasie i z innych pobudek, przyczyniły się

<sup>84</sup> Niektórzy badacze uważają, że historia sztuki i historia graffiti zaczynają się w tym samym punkcie – na ścianach jaskiń. Dla obu dziedzin fotografia była wynalazkiem przełomowym. Od końca XX wieku obie dyscypliny znów się spotykają i przeplatają w wielu projektach.

do egalitaryzacji sztuki. Świadomość takiej intencji pozwoliła na zmianę podejścia z malarskiego na graficzne, a więc z czysto estetycznego na funkcjonalne.

### 3. Polska Szkoła Plakatu

*Na wystawie, czy w galerii plakaty  
przypominają egzotyczne ptaki przeniesione z  
dżungli do klatek ogrodu zoologicznego. Są  
piękne, ale smutne*<sup>85</sup>

Jan Lenica

Polska Szkoła Plakatu to termin, przyjęty do określania twórczości wybitnych plakacistów PRL od lat 50. do 70. XX wieku. Każdy spośród nich wyróżniał się oryginalną kreską, a łączyły ich okoliczności, w których tworzyli. Zdzisław Schubert we wstępie do *Plakatu polskiego*:

„[...] owa niepowtarzalna atmosfera prac naszych plakacistów podbudowana jest nie tylko rzetelną znajomością warsztatu, ale czymś więcej, co określić można najogólniej jako wysoki stopień kultury plastycznej, sprawiającej, że ów irracjonalizm rządzi się swoistą logiką, że pozornie odległe skojarzenia są jednak precyzyjnie ukierunkowane, a swoboda formalna ujęta w konsekwentne ramy kompozycyjne”<sup>86</sup>.

Sztuka realizmu socjalistycznego jest właściwie oksymoronem i oznacza raczej rzemiosło o charakterze plastycznym wykonywane wedle dokładnych instrukcji państwa. Z tego powodu wielu artystów odżegnywało się od zideologizowanych „sztuk pięknych” i swą kreatywność wykorzystywali w innych dziedzinach, w których byli mniej ograniczani przez władzę. Zaczęło rozkwitać projektowanie przedmiotów użytkowych, a więc m.in. plakatów.

Artyści przedwojenni kontynuowali stylistykę tamtego okresu. Kiedy tematyka przedstawienia daleka była od polityki, dało się zauważyć naturalną kontynuację konwencji plakatowej, zbieżną z zagranicznymi tendencjami. Zaczęły się zatem pojawiać elementy sztuki nowoczesnej: deformacje, abstrakcja, ekspresjonizm<sup>87</sup>.

---

<sup>85</sup> Jan Lenica, red. E. Czerniakowska, katalog do wystawy w Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski - Warszawa, 28 kwietnia - 4 czerwca 2000, csw.art.pl.

<sup>86</sup> *Plakat polski*, red. Zdzisław Schubert, Krajowa Agencja Wydawnicza RSW „Prasa, Książka, Ruch”, Warszawa 1979, s.5.

<sup>87</sup> Mariusz Knorowski, *Historia plakatu polskiego...*

Ograniczenie formalne pobudziły kreatywność i udoskonaliły warsztat artystów. To, co wyróżnia projekty tego okresu, to humanizm<sup>88</sup> – najważniejszy jest odbiorca i twórca, a przedmiot plakatu jest komunikacją między nimi, pośredniczy w relacji, którą wywołuje. Następuje przeniesienie punktu ciężkości z przedmiotu na podmiot. Lakoniczna grafika typograficzna zostaje zastąpiona pikturalistyczną metaforą wyróżniającą polskich twórców na tle zachodnich standardów. Najlepiej obrazują to plakaty filmowe z czasów PRL.

Wraz z nadejściem nowego pokolenia forma plakatu wróciła do oryginalnej graficznej postaci, odcinając się od warsztatu sztalugowego. Młodsza generacja dążyła do powrotu autonomii, jak spostrzega Mariusz Knorowski, broniła jej „[...] argumentami znaku graficznego i komunikatu wizualnego. Uporządkowana, blokowa typografia zajęła miejsce fantazyjnego, odręcznego pisma”<sup>89</sup>.



Ilustracja 21: Henryk Tomaszewski, *Wystawa rzeźb Henry Moore'a*, 1959



Ilustracja 22: Bronisław Zelek, *Ptaki*, 1965



Ilustracja 23: Mieczysław Wasilewski, *To be war(or) not to be*, 1975

Zmianę w podejściu artystycznym można zrozumieć dzięki spostrzeżeniu różnicy między funkcją samego obrazu plakatowego i malarskiego. Cytowany autor podaje następującą supozycję:

- „(...)1. plakat powstaje jako obraz
2. postrzegany jest jako obraz
3. jako obraz podlega uniwersalnym prawom interpretacji
4. jako obraz zostaje zapamiętany i zachowany w naszym prywatnym «muzeum wyobraźni».

<sup>88</sup> Humanistyczne podejście do plakatu nie podobało się Tadeuszowi Gronowskiemu, który widział w nim zaprzeczenie idei tego nośnika reklamy. Zob. Anna Szablowska, *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy*, Instytut Sztuki Polskiej Akademii, Warszawa 2005.

<sup>89</sup> Mariusz Knorowski, *Historia plakatu polskiego...*

Nieodłączną cechą plakatu jest to, że nie jest to obraz zobaczony - w rozumieniu odwzorowania natury (mimesis) - tylko pomyślany, to znaczy, jest od początku do końca indywidualną projekcją ujarzmioną rygiem formy, zdyscyplinowaną w sensie intelektualnym i syntetyczną w stylu obrazowania. To nadaje mu, jako obrazowi, pewną zwartość i tektonikę w sensie plastycznym i potęguje wydźwięk w sferze treści. Jego kompozycja ma wybitnie «dośrodkowy» charakter, co powoduje, że odbieramy go jako «świat zamknięty sam w sobie», autonomiczny, wyraźnie odseparowany od zewnętrznego»<sup>90</sup>.

W pewnym momencie reklamowa funkcja plakatu stała się drugorzędna po estetyce. Nie chodziło o zmianę środków wyrazu, lecz właśnie o egalitaryzm dzieła sztuki i ożywienie wizualne miasta<sup>91</sup>. Era takiego plakatu zakończyła się wraz z podniesieniem żelaznej kurtyny. Wtedy stracił on swoją duszę, czemu dała wyraz Dorota Folga-Januszewska: „Ikonosfera plakatów jest tym, co w pierwszej kolejności zauważamy, kiedy przyjeżdżamy do dużych metropolii. I jeszcze 30 czy 40 lat temu plakaty te czyniły atmosferę miast odrębną, tak teraz są jednym z elementów, które wizualnie unifikują miasta na świecie”<sup>92</sup>.

W kontekście tej pracy najważniejsza jest zmiana, która zaszła w typografii. Od secesyjnie płynących linii, przez projektowanie powtarzalnych czcionek dopasowywanych do tematyki przedstawienia do osobliwych liter, których kształt niesie treść semantyczną. Przykładem jest np. słynny plakat Henryka Tomaszewskiego do wystawy Henrego Moora. Cała treść wystawy zawarta jest w literach, charakteryzujących twórczość artysty. Niestety nawet gdyby dziś powstał tak wspaniale syntetyczny projekt, zostałby zniszczony białym pasem z logo sponsorów. Nie można zapomnieć, że plakat przynależy do miasta i musi z nim współistnieć. Zmiana warunków ekonomicznych musiała na niego wpłynąć, czego skutkiem jest podział na twórczość komercyjną, generującą sprzedaż i tę artystyczną, zamkniętą w swoistym rezerwacie – muzeum.

---

<sup>90</sup> Mariusz Knorowski, *Historia plakatu polskiego...* [podkreślenia autora].

<sup>91</sup> Iwona Kurz, katalog-album wystawy *Byłem, czego i wam życzę; Henryk Tomaszewski*, red. Agnieszka Szewczyk, Zachęta – Narodowa Galeria Sztuki, Bosz, Warszawa 2014.

<sup>92</sup> Cyt. za Sylwia Giżka, *Polska szkoła plakatu...*





Ilustracja 24: Przykład Typopolo



Ilustracja 25: Koszulka łódzkiej marki *Pan Tu Nie Stał*



Ilustracja 26: Współczesny plakat, projekt Hakabo

W nieświadomej opozycji do wernakularnego plakatu powstał inny „endemit plastyczny”, zjawisko sklasyfikowane jako Typopolo<sup>93</sup>. Jest to typograficzny wynik sumy zawirowań ekonomicznych PRL i dyktanctwa oraz różnicy tradycji liternictwa, czyli „estetyczny fenomen, jakim były amatorskie projekty reklam, szyldów i napisów informacyjnych, które funkcjonowały w polskiej przestrzeni publicznej lat 90.”<sup>94</sup>. Niezależnie od tego czy rzeczywiście były to projekty czy efekt spontanicznej wyobraźni nie da się ukryć, że zawładnęły ikonosferą tamtych lat. W XXI wieku zostały zdominowane przez profesjonalną reklamę i tak, jak każda stara fotografia jest nostalgiczna i budzi skojarzenie z artyzmem<sup>95</sup>, tak owe napisy zostały poddane refleksji krytyków sztuki, którą obudziła wystawa w warszawskim Muzeum Sztuki Nowoczesnej pod tym samym tytułem<sup>96</sup>. Dyskusja na temat powinowactwa ze sztuką jest drugorzędna. W kontekście tej pracy bardziej interesujący jest sam fakt zagarnięcia przez instytucję kultury fragmentów ulicy i ponowne stworzenie rezerwatu dla form, które funkcjonują jedynie w przestrzeni zewnętrznej. Sama typografia stymuluje grafików (obrazują to na przykład projekty firmy odzieżowej *Pan Tu Nie Stał*) i malarzy, tak jak inspiruje ich miasto. Tego rodzaju ostalgia rozumiana jest przez młode pokolenia twórców odwołujących się do estetyki wczesnego dzieciństwa bądź czasów znanych z opowieści rodziców, a częściej doszukujących się piękna w myśl wspomnianej reguły fotograficznej.

<sup>93</sup> Termin wymyślony przez Jakuba Stępnia w 2001 roku, zob. [hakobo.art.pl](http://hakobo.art.pl).

<sup>94</sup> Opis wystawy *Typopolo*, [artmuseum.pl](http://artmuseum.pl).

<sup>95</sup> Zob. „Koniec końców, czas stawia większość fotografii, nawet najbardziej amatorskich, w rzędzie dzieł sztuki” (Susan Sontag, *O fotografii*, tłum. Sławomir Magala, Karakter, Kraków 2009, s.165).

<sup>96</sup> *Typopolo*, kurator Rene Wawrzkiwicz (Pracownia Krytyki Dizajnu, School of Form), 29.04 – 20.07, MSN Warszawa 2014.

Nikodem Pręgowski rozdziela typopolo na pierwotne, czyli oryginalne wytwory lat 90. i wtórne, które jest cytatem i pastiszem tego pierwszego<sup>97</sup>.

---

<sup>97</sup> Klara Czerniewska, *Litery dookoła głowy...*

## 4. Miasto. Muzeum. MSN

*Galerie wynaleziono w XIX wieku, wcześniej artyści prezentowali swoje obrazy w kościołach, bądź innych miejscach publicznych. Stały się one, w moim przekonaniu, pewnego rodzaju więzieniem dla artystów, mówiącym im „zostań w tym miejscu”<sup>98</sup>*

Julian Opie

Artyści nie tylko czerpią inspiracje z miasta, sami także przyczyniają się do zmian w jego krajobrazie. Z jednej strony, miasto pojawia się w ich dziełach, a z drugiej, umieszczają w nim swoje prace. Miron Kwon<sup>99</sup> pisze o trzech paradygmatach sztuki publicznej.

Pierwszy, dominujący w latach 60. jest określany jako sztuka w miejscach publicznych – *art in public places*. Jest to sztuka umieszczana w otwartej, zewnętrznej przestrzeni. Była to zazwyczaj abstrakcyjna rzeźba modernistyczna, usytuowana na zewnątrz, by wzbogacić przestrzeń, ozdobić budynek. Najczęściej umieszczano ją na placach przed budynkami państwowymi lub biurowcami. Wypierała dawne pomniki.

Drugim jest sztuka jako przestrzeń publiczna – *art as public space*. W tym przypadku większy nacisk jest kładziony na samo miejsce (podobnie jak w *site-specific art*), w którym ma zostać umieszczony obiekt. Założenie jest takie, by sztuka stanowiła integralną część otoczenia, musi współgrać z krajobrazem oraz zastanym kontekstem społeczno-historycznym. Projekt powstaje we współpracy z architektami, urbanistami, administracją aglomeracji.

Trzeci paradygmat jest określany przez Kwon jako sztuka w interesie publicznym – *art in the public interest* (lub sztuka publiczna nowej generacji – *new genre public art*). Bardziej popularne jest jednak określenie *community arts*, znane w polskim dyskursie jako animacja kultury. Są to najczęściej czasowe projekty skupione wokół danego zagadnienia

---

<sup>98</sup> Julian Opie, *Galerie to więzienia dla artystów*, rozm. Hanna Doroszuk, magazynsum.pl.

<sup>99</sup> Miwon Kwon, *For Hamburg: Public Art and Urban Identities*, [w:] Tejże, *Public Art Is Everywhere*, Kunstverein Hamburg and Kulturbehörde Hamburg, Hamburg 1997. Podobnej klasyfikacji dokonała Suzanne Lacy: *public art, site-specific art, new genre public art*, zob. Suzanne Lacy, *Cultural Pilgrimages and Metaphoric Journey*, [w:] Tejże, *Mapping The Terrain: New Genre Public Art*, red. Tejże, Bay Press, Seattle 1994.

społecznego. Do ich realizacji angażuje się ludzi, będących np. częścią społeczności lokalnej, przedstawicielami grupy etnicznej lub mniejszości narodowej, by mogli oni wraz z artystą działać twórczo (na przykład działalność Pawła Althamera). Ich celem najczęściej jest zmiana świadomości (edukacja), ale także samo współdziałanie, integracja.

Każde z tych założeń posiada inny status dzieła, ale także artysta występuje za każdym razem w innej roli. W pierwszym przypadku, artysta tworzy dzieło autonomiczne, jego praca jest swego rodzaju monologiem wypowiedzianym w przestrzeni miejskiej. Drugi paradygmat zakłada postawę twórcy wchodzącego w dialog, jego dzieło powinno korespondować zarówno w materią, jak i duchem, miasta. W trzecim typie artysta umożliwia, czy też pomaga wypowiedzieć się ludziom w danym miejscu poprzez sztukę. Wszystkie te formy zakładają zatem relacje z miastem i jego mieszkańcami. Kwon w tej triadzie zauważa ewolucję praktyki w sztuce publicznej: od estetyki do problemów społecznych, od obiektu do zdarzenia, od stałych instalacji do czasowych interwencji, od autorytetu autora do współpracy społecznej. Autorka pomija natomiast zjawisko określane jako *street art*<sup>100</sup>. Początkowo pod tym pojęciem rozumiano wszelką sztukę w przestrzeni publicznej mającą nielegalny charakter<sup>101</sup>, a więc m.in. graffiti, wlepki, instalacje uliczne, *flash mob*, itp. Termin *street art* miał oddzielać sztukę publiczną od wandalizmu i klasycznego graffiti (używa się też określenia *post-graffiti*). Z czasem, kiedy dostrzeżono potencjał estetyczny tej formy plastycznej, artyści zaczęli współpracować z miastem, realizując zamówienia różnych instytucji. Twórcy wykorzystywali narzędzia oraz formę typową dla technik ulicznych, by upiększać miasto, ale w sposób zorganizowany. Najczęściej prace przyjmują formę murali, czyli „współczesnych fresków”. Nierzadko są to społecznie zaangażowane przedstawienia, ale często mają charakter czysto estetyczny. Mury przeznaczone na malowidła to głównie zniszczone i ponure powierzchnie, artyści uliczni działają na nich jak anty-wandale, to znaczy naprawiają estetykę tych miejsc (warto wziąć pod uwagę kontekst *mexican muralism*).

Obecnie *street art* może być uznany za czwarty paradygmat sztuki publicznej, choć Dziamski rozdziela te dyscypliny kategorią akceptacji<sup>102</sup>. *Street art* w XXI wieku zmienił swój status, choć wciąż istnieje *street artowa* partyzantka. Działania tej grupy są nie tyle zgodne z prawem, co nieszkodliwe, często pozytywne. Jednakże należy oddzielić je od wandalizmu i chuligaństwa.

---

<sup>100</sup> Zob. Elżbieta Dymna, Marcin Rutkiewicz, *Polski Street Art*, Carta Blanca, Warszawa 2010 oraz Agnieszka Słodownik, *Uważność: Street art w służbie percepcji*, dwutygodnik.pl.

<sup>101</sup> Zob. Evan Roth, *Geek graffiti. A study in computation, gesture, and graffiti analysis*, www.evan-roth.com

<sup>102</sup> Grzegorz Dziamski, *Artystyczne interwencje w przestrzeń miejską...*

Aby sztuka ulicy była akceptowana, artyści, którzy ją tworzą powinni uwzględniać całą logowizualną sferę miasta<sup>103</sup>. Coraz częściej *street art* jest wybierany przez instytucje do tworzenia sztuki publicznej w rozumieniu Kwon. W muralach można dostrzec wszystkie cechy, o których pisała badaczka. Stanowią ozdoby, integrują się z przestrzenią i są tworzone w służbie społeczeństwu, a nawet wraz z mieszkańcami.

Joseph Kosuth pisał o wyzwaniu, które towarzyszy projektom w przestrzeni publicznej. Miał na myśli sumę konceptu, wyrastającego z subiektywnych doświadczeń twórcy oraz społeczno-kulturowego kontekstu wspólnoty, do której ma on trafić i z nią współistnieć. Projekt ten powinien ów kontekst wzbogacać ale też dodawać coś istotnego do dorobku samego artysty. Kosuth wspomina także o swoistym kontrakcie społecznym, polegającym na odpowiedzialności za oferowane przez pracę znaczenia przy jednoczesnej rezygnacji z ustępstw artystycznych<sup>104</sup>.



Ilustracja 27: Mural na ścianie budynku przy ul. Wyszyńskiego, Wrocław 2007



Ilustracja 28: *Legenda o wielkoludach*, Folk on the Street, Białystok, 2013



Ilustracja 29: Wrocławska kampania przeciwdziałania przemocy, *Co słyhać u sąsiadów?*, ul. Benedyktyńska, Wrocław 2007

Polskie murale są znane i doceniane na całym świecie. Artyści wyróżniają się stylem i pomysłami<sup>105</sup>. O ile formy graffiti zostały zagarnięte do atelier, o tyle *street art* wyszedł z pracowni, operując doświadczeniem warsztatowym, tworząc świadomą galerię miejską różną od specyfiki sztalugowej. *Street art*, czyli sztuka na zewnątrz muzeum.

<sup>103</sup> Zob. Sztuka popularna (*popular art*) w rozumieniu Lawrence Allowaya, czyli to, co w tej pracy określam właśnie logowizualną sferą miasta. Tamże, s. 299.

<sup>104</sup> Joseph Kosuth, *Teksty publiczne*, tłum. Grzegorz Dziamski [w:] *Miasto w sztuce – sztuka miasta*, red. Rewers Ewa, Universitas, Kraków 2010.

<sup>105</sup> Zob. [www.streetartutopia.com](http://www.streetartutopia.com).

Należy uświadomić sobie, że muzeum jako takie jest instytucją miejską, a współcześni twórcy nie tylko czerpią z miasta inspiracje, lecz także są jego częścią. To w mieście dostają akademickie wykształcenie i w nim istnieje rynek sztuki. Nawet kiedy odcinają się od dużych aglomeracji, jest to świadoma opozycja, która także odwołuje się do miasta – poprzez zaprzeczenie<sup>106</sup>. Kiedy miasto nie odgrywa widocznej roli w dziele, to i tak pozostaje w pewnej relacji do niego. Wielu artystów jest motywowanych przez „miejskość”, a nawet jeśli tak nie jest, wynik ich działalności, aby zaistnieć w szerszej świadomości, musi zacząć funkcjonować w kulturze miejskiej, choćby refleksja dotyczyła wsi, kosmosu czy pojęcia niematerialnego. Za przykład może posłużyć projekt Daniela Rychalskiego *Wiejski street art*. Sam tytuł brzmi jak oksymoron, gdyż *street art* zdaje się być zarezerwowany dla miasta. Artysta postanowił zilustrować hybrydyczne stwory z opowieści mieszkańców wsi Kurówko, korzystając z typowo miejskiej techniki. Przeniósł audialny element wiejskiego pejzażu na mury pomieszczeń gospodarczych, za pomocą narzędzi wykorzystywanych przez twórców miejskich murali. Fotograficzna dokumentacja projektu była eksponatem na kilku muzealnych wystawach. Dzięki temu medium, prace umieszczane poza przestrzenią galeryjną (*street art, land art*<sup>107</sup>) są dostępne dla odwiedzających galerie. Trzeba jednak mieć na uwadze to, że pozbawione kontekstu *site-specific* są informacją o projekcie, a nie dziełem samym w sobie i wymagają dookreślenia owego kontekstu przestrzennego.

Tak popularne w XXI wieku przenikanie się miasta ze sztuką dobrze obrazuje przykład Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, w którym także pokazywany był projekt Rychalskiego. Takiej relacji zwiastowała już pierwsza ekspozycja dzieła z kolekcji. Praca została pokazana w formie billboardu w miejscu, w którym miała powstać siedziba muzeum, przy skrzyżowaniu dwóch głównych arterii Warszawy: ulic Świętokrzyskiej i Marszałkowskiej. Była to fotografia Piotra Ukłańskiego przedstawiająca portret Jana Pawła II<sup>108</sup>. Prezentacja dzieła zbiegła się w czasie ze śmiercią papieża, przez co w społecznej świadomości stała się pomnikiem ku czci przywódcy kościelnego. Połączenie typowo miejskiego medium ze sztuką, instytucji kultury z naturalną reakcją mieszkańców, sacrum z profanum, stało się preludium do działalności MSN. Można tu mówić o naturalnej inauguracji wzajemnej ingerencji.

---

<sup>106</sup> Zob. Daniel Rychalski, *Wiejski street-art*, 2009 - 13; *Zimowy ogród*, 2013 – prace zostały zaprezentowane w MSN podczas wystawy *Co widać* (2014).

<sup>107</sup> Około roku 1968 artyści, tworzący tzw. sztukę ziemi poczuli potrzebę wystawiania swoich prac w galeriach, było to możliwe dzięki dokumentacji fotograficznej i filmowej.

<sup>108</sup> Piotr Ukłański, *Bez tytułu (Jan Paweł II)*, 2004.

Tymczasową siedzibą MSN jest był pawilon handlowy Emilia<sup>109</sup>. Budynek jest przykładem warszawskiego modernizmu powojennego, a jego forma architektoniczna uzupełnia ideę Muzeum. Ciekawy jest sam homonim „galeria”, który określa dwa bardzo miejskie zjawiska: miejsce dla duszy – galerię sztuki, a także dla ciała – galerię handlową. Emilia najpierw była „miejscem dla ciała”, a teraz służy duszy. Budynek znajduje się w centrum stolicy, jego ściany są skonstruowane z szyb, a parter jest niemalże na poziomie chodnika. Wnętrze przenika się z zewnątrz. Przechodnie widzą sztukę w muzeum, a publiczność wystawy może obserwować ikonosferę miasta. Wystawy takie jak: *Typopolo* (2014), *W sercu kraju* (2013), *Nowa sztuka narodowa* (2012), także są związane z tym, co na zewnątrz, bo po pierwsze, jak już zostało powiedziane i zostanie to rozwinięte w dalszej części pracy, współcześni artyści czerpią z miasta, po drugie Muzeum zagarnia przestrzeń miejską i staje się granicą między sztuką a miastem. To ono w magiczny sposób podnosi przedmioty codziennego użytku do rangi sztuki. Pierwsza w tym budynku, jako w muzeum, została zaprezentowana ekspozycja pt. *Miasto na sprzedaż. Historia, teraźniejszość i przyszłość reklamy na ulicach Warszawy*<sup>110</sup>. Wcześniej został on wypożyczony do zaprezentowania wystawy *Sklep*<sup>111</sup>. Obie wystawy należały do cyklu *Warszawa w budowie*, sama nazwa nakierunkowuje percepcję na miasto, wiele ekspozycji odbywało się poza budynkiem<sup>112</sup>.

Niejednokrotnie dzieła były zabierane i zbierane z ulicy, nie dotyczy to prac, których proces był z tym związany, bo jak już zostało powiedziane, powiązanie z miastem jest jedną z cech dystynktywnych sztuki współczesnej, ale o rzeczy, które powstawały z myślą o ekspozycji w nie-muzeum. Tak było w przypadku słynnego *Pana Gumy* Pawła Althamera czy *Ogrodu zimowego* Daniela Rychalskiego. Jeszcze innym przypadkiem były ekspozycje wystawy *Polska sztuka narodowa*<sup>113</sup>, którym status sztuki nadała sama instytucja poprzez „zawłaszczenie ich” do swojego wnętrza, tym samym poddając refleksji sztuki jako taki.

Lustrzanym odbiciem tej sytuacji jest działalność największej reklamowej grupy w Polsce. AMS podjęła się stworzenia miejskiej galerii sztuki współczesnej przywracając plakatom ich naturalne środowisko. Michał Kaczyński, uważa, że sztuki plastyczne są

---

<sup>109</sup> Architekci: Marian Kuźniar, Czesław Wegner, *Emilia*, ul. Emilii Plater 51, Warszawa 1967–69.

<sup>110</sup> Zob. artmuseum.pl.

<sup>111</sup> Tamże.

<sup>112</sup> Tamże.

<sup>113</sup> Zob. Maria Poprzęcka, *Sztuka nie potrzebuje artystów*, dwutygodnik.com.

obecnie najbardziej elitarne i hermetyczne, zamknięte. Dostrzega także, że „[...] artyści traktują sztukę jako element życia społecznego, środek kształtujący naszą świadomość. Taką samą funkcję spełnia również reklama, która jednak jest zmanipulowana i ograniczona do jednostronnej oceny danego produktu”<sup>114</sup>.

Działająca od 1998 do 2002 roku Galeria Zewnętrzna powstała z inicjatywy Marka Krajewskiego i Lechosława Olszewskiego. Zamawiała prace u rodzimych artystów na określony temat społeczny i prezentowała je za pośrednictwem komercyjnych mediów. Kontynuacją tego przedsięwzięcia jest coroczny konkurs dla młodych twórców. Na bilbordach i *citylightach* pojawiają się wyróżnione prace graficzne, w sąsiedztwie komercyjnej działalności marketingowej. W pracach tych wyraźnie widać tradycję „inteligencji plakatowej”: moc duetu słownograficznego. Komercja i sztuka zdawały się antonimem, jednak dialog jaki między nimi powstał określa realia współczesnej sztuki.

Jest ona przede wszystkim kontekstualna i krytyczna, nie potrzebuje mimetycznego rzemiosła. Materia plastyczna, jeśli nie jest treścią, pozostaje jedynie nośnikiem. Jednocześnie plakat, czy to cyfrowy, czy tradycyjny, to stosunkowo ekonomiczne medium dla twórców i nabywców. Z formy tej korzystają nie tylko fachowcy, lecz także artyści fontowopikselowi, wystawiający swoje prace szczególne w galerii internetu, a gdy tam zostaną docenione materializują je w ten czy inny sposób (na przykład Porysunki Magdaleny Danaj czy prace Agaty Endo Nowickiej).



Ilustracja 30: Jadwiga Sawicka, *Nawracanie, oswajanie, tresowanie*, 1998 (bilbord – wydruk na papierze)



Ilustracja 31: Jadwiga Sawicka, *Nawracanie, oswajanie, tresowanie*, 1998 (olej na płótnie)



Ilustracja 32: MSN Warszawa: Jadwiga Sawicka, *Nawracanie, oswajanie, tresowanie*, 1998 (olej na płótnie)

Na tym tle szczególnie ciekawy jest projekt Jadwigi Sawickiej *Nawracanie, oswajanie, tresowanie*, stworzony do wspomnianego konceptu firmy AMS. Tytułowe słowa, stworzone zgodnie z identyfikacją graficzną malarki, zostały pokazane na 400

<sup>114</sup> Michał Kaczyński, *Sztuka na billboardzie*, „Machina” 10/1998.



bilbordach w różnych miastach Polski w 1998 roku. W 2009 artystka przeniosła pomysł na płótno na zamówienie Muzeum Sztuki Nowoczesnej do wystawy *3xTAK!*<sup>115</sup>. Co więcej, praca nad realizacją odbywała się publicznie w budynku przy ul. Pańskiej, więc można było uczestniczyć w tym procesie. Sam akt może kojarzyć się także z graffiti, w którym performatywność zdaje się cechą dystynktywną, choć tu jednak najważniejszy był efekt końcowy. Płótno zostało wyeksponowane także na wystawie *W sercu kraju*. Zawieszono je na ścianie od strony ulicy Emilii Plater, od której oddzielała go transparentna ściana<sup>116</sup>. Przechodnie widzieli obraz mijając muzeum, percepcja mogła być zbliżona do tej sprzed kilkunastu lat<sup>117</sup>. Praca została wystawiona niemalże na ulicy, a dodatkowo towarzyszyła jej, także uliczna, rzeźba *Pan Guma*<sup>118</sup>. MNS przeniosło do swojej przestrzeni fragmenty miasta, pozostawiając je w kontakcie z nim.

Praca Sawickiej jest esencją malarskich praktyk piśmienniczych, ostatnich dekad. Projekt miejski, graniczący z reklamą, został zamówiony przez instytucję kultury. Została mu „przywrócona” klasyczna forma obrazu olejnego na płótnie, „wymaganego” przez muzeum. Połączenie tradycji sztalugowej z logowizualnością miasta, pokazane za pośrednictwem współczesnego języka malarskiego jest kwintesencją i wspólnym mianownikiem tego, co wewnątrz i na zewnątrz muzeum.

---

<sup>115</sup> *3xTAK!*, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, 5.12.2009 – 24.01.2010.

<sup>116</sup> Zob. Galeria Witryna, [dobrawitryna.eu](http://dobrawitryna.eu).

<sup>117</sup> Refleksja na temat percepcji sztuki przez szybę: Maria Poprzęcka, *Obraz za szybą* [w:] Tejże, *Oko, widzenie, sztuka. Od Albertiego do Duchampa*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2009.

<sup>118</sup> Zob. Jerzy S. Majewski, *Co pan Guma z Pragi robi w Śródmieściu?*, gazeta.pl.

## Rozdział II

### Obraz w mieście – miasto w obrazie – obraz miasta

*Nie ma tego, co w zwykłej mowie nazywamy rzeczywistością, ale są różne zgoła odmienne rzeczywistości, z którymi mają do czynienia ludzie, a nawet ten sam człowiek w różnych momentach [...]. Dzieło sztuki musi być zgodne z pewną rzeczywistością<sup>119</sup>*

Leon Chwistek

Leone Battista Alberti w 1436 roku napisał w traktacie *O malarstwie*<sup>120</sup> zdanie, którego część stała się ponadczasową metaforą malarstwa: „Obraz jest jak okno”<sup>121</sup>. Formując swoje credo chciał podkreślić realizm perspektywy odzwierciedlanej na renesansowych płótnach. Obraz miał być złudzeniem prawdziwego pejzażu rozciągającego się za oknem, przedłużeniem i iluzją rzeczywistości. Choć to porównanie dotyczyło malarstwa mimetycznego<sup>122</sup>, jest aktualne także w rozważaniach na temat twórczości artystycznej XXI wieku.

Urszula Kochanowska często mówiła, że sztuka odzwierciedla kondycję ludzką<sup>123</sup>. Bardziej właściwe może być stwierdzenie, że sztuka jest wynikiem twórczego przetwarzania rzeczywistości, zatem obraz zdaje sprawę z sytuacji, w której jest malowany<sup>124</sup>. Niekoniecznie stanowi jej odbicie, jednak zawsze przekazuje jakieś

---

<sup>119</sup> Leon Chwistek, *Wielość rzeczywistości w sztuce* [w:] *Artyści o sztuce...*, s. 216-217.

<sup>120</sup> Tytuł oryginału *De pictura*, w 1435 roku powstała wersja łacińska, rok później autor przełożył ją na język włoski. Leone Battista Alberti, *O malarstwie*, tłum. Lidia Winniczuk, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1963.

<sup>121</sup> „Obraz jest jak okno, przez które widać historie, które ma przedstawiać”.

<sup>122</sup> Zob. Władysław Strzemiński, *Teoria widzenia*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1958.

<sup>123</sup> Urszula Kochanowska powtarzała tę myśl podczas zajęć *Czytanie obrazów* w Instytucie Kultury Polskiej UW w roku akademickim 2013/2014. Autorka dodaje, że dzieło sztuki odzwierciedla zarówno kondycję ludzką autora, jak i kondycję świata, w którym ten żyje i tworzy. Dla Kochanowskiej inspirująca była myśl Blaise’a Cendrarsa "Jedynym tematem sztuki (tu czytaj: literatury – przyp. U.K.) jest dola człowieka". (korespondencja prywatna)

<sup>124</sup> M.in. kiedy spopularyzowano szyby, zmieniło się światło wpadające do pracowni, co było ciekawym ćwiczeniem malarskim, w obrazach z tego okresu, są „pierwszoplanowym tłem”, Zob. Jan Vermeer; kiedy czerwień była drogim barwnikiem – najbogatsi fundatorzy kazali portretować się w dominancie tego koloru, por. Jan van Eyck, *Portret mężczyzny (w czerwonym turbanie)*.

informacje dotyczące tej sytuacji, które badacze potrafią odczytać<sup>125</sup>. Poza reprezentacją estetyczną<sup>126</sup> jest materialnym obiektem<sup>127</sup>, który był tworzony, trwał i oddziaływał w konkretnych warunkach historycznych, a także po części powstawał pod ich wpływem<sup>128</sup>.

Metafora okna nie jest jednoznaczna. Została stworzona z myślą o idei odwzorowywania rzeczywistości, ze szczególnym nastawieniem na realistyczne oddanie perspektywy malarskiej, istotnej w czasach sformułowania tej myśli. Z czasem zyskała miano klasycznej definicji obrazu<sup>129</sup>, obrosła w kilka innych, nieodległych od siebie znaczeń i konotacji. Malowidło<sup>130</sup> wisi na ścianie i przypomina okno, oba przedmioty mają ramę, najczęściej prostokątny kształt i prezentują pewien obraz.

Okno pośredniczy między tym, co wewnątrz i na zewnątrz. Jest medium rzeczywistości, ukazuje otoczenie, otwiera się na świat albo też, jak woli John Berger, jest jak „sejf w ścianie, w którym zdeponowane zostało to, co widzialne”<sup>131</sup>. Widok zawsze jest fragmentaryczny, wykadrowany<sup>132</sup>, a więc nieobiektywny, podobnie jak obraz.

W XXI wieku związek frazeologiczny „okno na świat” uległ transformacji i dotyczy najczęściej telewizora. Dzięki niemu można oglądać nie tylko własne podwórko, lecz także mieć poczucie życia nieopodal wielu wydarzeń dziejących się w innych częściach świata. Niektórzy rezygnują z odbiorników w domach, ale dla większości kolorowy ekran jest głównym źródłem informacji i rozrywki. Jednocześnie, podobnie jak miasto, jest to przestrzeń komercyjna, reklamowa, handlowa.

Obie przestrzenie stanowią „naturalne środowisko” artystów i można założyć, że czerpią oni w swojej twórczości z tych codziennych doświadczeń wizualnych tak, jak

---

<sup>125</sup> Nie można w pierwszej kolejności uznać racji przedstawień na obrazach, jednak mając wiedzę na temat czasów, w których były malowane, można znaleźć w nich potwierdzenie naturalnej inspiracji otoczeniem. Zob. Maria Poprzęcka, *Inne obrazy* [w:] Tejże, *Oko, widzenie, sztuka. Od Albertiego do Duchampa*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2009.

<sup>126</sup>Zob. Maurice Denis, *Definicja neotradycjonalizmu*, tłum. Hanna Morawska [w:] *Artyści o sztuce...*

<sup>127</sup>Zob. Roman Ingarden, *Przeżycie – dzieło – wartość*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1966; Piotr Skubiszewski, *Dzieło sztuki a źródło historyczne* [w:] *Proces historyczny w literaturze i sztuce*, Instytut Badań Literackich, Warszawa 1967.

<sup>128</sup> Maria Rzepińska, *W kręgu malarstwa*, Wydawnictwo Ossolińskich, Wrocław 1988.

<sup>129</sup> Peter Weibel twierdzi, że „dzieło sztuki nie jest dłużej obrazem, nie jest dwuwymiarowym oknem na świat, ale staje się drzwiami do multisensorycznego zdarzenia [...]. To zdarzenie zakłada połączenie wizualności, taktylności i audialności. Obserwator jest zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz zdarzenia, stając się częścią tego, co obserwuje”. Peter Weibel, *Ars Electronica. An Interview by Johan Pijnapel*, „Art & Design” 1994, vol. 9, nr 11-12, cyt. za: Piotr Zawojski, *Wewnątrz obrazów. Immersja zamiast iluzji* [w:] *Przeżycie sztuki: obrazy – słowa – komentarze*, red. Maria Popczyk, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach, Katowice 2005, s.174.

<sup>130</sup> Zob. „malowidło” a „obraz”, Roman Ingarden, *System jakości estetycznie doniosłych*, „Studia Estetyczne”, t. II, 1965.

<sup>131</sup> John Berger, *Sposoby widzenia*, tłum. Mariusz Bryl, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 1997, s. 109.

<sup>132</sup> Zob. Susan Sontag, *O fotografii...*

działo się to także przed wiekami. Jednak sposób, w jaki je przedstawiają jest odpowiedni względem czasów, w których tworzą. Władysław Strzemiński w *Teorii widzenia* stwierdza, że „widzenie jest ukształtowane przez byt i określone przez formację społeczno-historyczną”<sup>133</sup>, ale zależy także od świadomości wzrokowej jednostki<sup>134</sup>. Mieszkańcy dużych miast żyją w otoczeniu zdominowanym przez napisy. Wyglądając przez okno widzą je na budynkach, gdy spojrzą w dół, to z pewnością dostrzegą jakąś odrzuconą ulotkę, rozdeptany dodatek do gazety, czy zwykłego przechodnia w kurtce z logo swojego pracodawcy. Widok „z telewizyjnego okna” nie jest bardzo odmienny. Pojawiają się reklamy, „żółte paski”, lokowania produktów albo film, do którego niedawno zachęcały plakaty. Oba okna, okazują się otwarte na podobny wizualnie świat, a ponadto te rzeczywistości przenikają się wzajemnie. „Trzecie okno”, stworzone z płótna i farby, bywa zaś względem nich mimetyczne, ale nie bezrefleksyjne. Izabela Kowalczyk pisze, że „sztuka otwiera się na język kultury popularnej, korzysta z niego również w przedstawieniach krytykujących mechanizmy kultury konsumpcyjnej”<sup>135</sup>. Artyści, czerpiąc inspiracje z tego, co widzą wokół, malują obrazy przedstawiające i przetwarzające ich otoczenie, logowizualną sferę miasta.

## 1. Obraz słów w mieście

### Monolog z miastem. Logowizualność w twórczości Jadwigi Sawickiej

Logowizualność miasta to według Marka Krajewskiego „materia [...] niestabilna, niezrozumiała i nieprzejrzysta, ale pochłaniająca nas bez reszty niczym magma, która choć ogranicza ruchy i perspektywę, daje poczucie bezpieczeństwa, dostarcza przyjemności, staje się częścią nas samych [...]”<sup>136</sup>. Jadwiga Sawicka wypracowała swoisty sposób przekładania potocznej rzeczywistości na materię twórczą. Wyniki swoich obserwacji zapisuje pędzlem na płótnie. Materiał malarski pokrywa farbą najczęściej w odcieniu pomarańczowym i na tym tle skrupulatnie maluje litery. Artystka podkreśla fakt, że kolor jest starannie dobrany i zróżnicowany, jedynie litery są niezmiennie czarne. Tłumaczy, że taka forma, choć robi wrażenie monotonnej, daje jej najbardziej interesujące

---

<sup>133</sup> Władysław Strzemiński, *Teoria widzenia...*, s. 15.

<sup>134</sup> Zob. Władysław Strzemiński, *Teoria widzenia...*

<sup>135</sup> Izabela Kowalczyk, *Ciało i władza. Polska sztuka krytyczna lat 90.*, Sic!, Warszawa 2002, s.21.

<sup>136</sup> Marek Krajewski, *Powtarzanie, poznawanie, kłusowanie*, [w:] Jadwiga Sawicka, *Nic w środku*, Galeria Sztuki Współczesnej Bunkier Sztuki, Wrocław 2003, s.63.

możliwości<sup>137</sup>. Od lat używa tej samej czcionki, nie różnicuje stylu względem treści. Hipostazy pojęć takich jak „wiara” czy „nadzieja” są przedstawiane w tej samej formie, co „obiecanki cacanki”. Czarne znaki pozbawione są czasami elementów diakrytycznych, co daje złudzenie uniwersalności. Udadają, że są ponadjęzykowe, ale treść, która pozostaje czytelna, pozbawia nas tego wrażenia i sytuuje napisy w ich macierzystym kontekście.

Sawicka wyrywa z logosfery fragmenty, które zdają się krzyczeć z nagłówków gazet, billboardów, „żółtych pasków” informacyjnych, a także zabiera słowa wypowiedziane przez mijanych przechodniów czy osoby wypowiadające się w telewizji i komponuje z nich swoje prace<sup>138</sup>. Są to złowrogie hasła, fragmenty dramatycznych tytułów odseparowane od artykułów o sensacyjnej treści, oskarżenia Innego albo cudzego, zdarzenia z życia *everymana*, osamotnione puste wyrazy. Sama artystka mówi:

„jestem [...] mimowolnym świadkiem – często pod przymusem. Trzeba świadomego wysiłku, żeby odizolować się od wydarzeń relacjonowanych w mediach. Nawet nie wiem, czy jestem obserwatorką, to wszystko we mnie wpada, albo się o mnie obija i jak już nie mogę zdzierżyć, to podejmuję zagadnienie”<sup>139</sup>.

„Trywialny świat pustych znaczeń” najlepiej oddają pudełka z napisem „nic w środku”<sup>140</sup>. Artystka lojalnie uprzedza, że kartoniki są puste<sup>141</sup>, wprost informuje o czym przekazuje płynącym z napisów, które maluje, kopiuje z rzeczywistości<sup>142</sup>. Poddaje w wątpliwość autorytet słów oplatających miasto, zwraca uwagę na ich ignorowanie – i tak chcemy zajrzeć do pudełka, sprawdzić prawdomówność artystki empirycznie. Podobnie jest z zakazami i ostrzeżeniami w mieście<sup>143</sup>.

---

<sup>137</sup> Jadwiga Sawicka, *Jadwiga Sawicka*, rozm. Krzysztof Cichoń, „Arteon” 2/2005, s. 29.

<sup>138</sup> Zob. prace artystki nie przedstawiające słów, np. cykle ubrań. Jadwiga Sawicka, *Nic w środku...*

<sup>139</sup> Jadwiga Sawicka, *Szczekam na wszystko*, wywiad Magdaleny Ujmy [w:] Tejże, *Nic w środku*, Galeria Sztuki Współczesnej Bunkier Sztuki, Wrocław 2003, s. 25.

<sup>140</sup> Anda Rottenberg, *Sztuka w Polsce 1945-2005*, Sentor, Warszawa 2005, s.358.

<sup>141</sup> Warto w tym miejscu przywołać projekt *Bullshit*, Cards Against Humanity.

<sup>142</sup> Maria Anna Potocka zauważa, że Sawicka przetwarza przedmioty rodem z *second-handu*, ekshumuje rzeczy, „które prawie wszyscy potrafią ominąć bez dotknięcia refleksją. Jadwidze wysyłają [one – BP] impulsy napięcia, mówią jej o swoim bólu, który jest tak mały, że nie wykracza poza przedmiot i nie może liczyć na niczyje współczucie. [...] Jadwiga je wyczuwa i nadaje im wymiar dramatu [...] używając metod sztuki, które potrafią być tak podstępne, że odkrywają niezakładane obszary intensywności i percepcji”, Maria Anna Potocka, *Nic w środku – wszystko na zewnątrz* [w:] Jadwiga Sawicka, *Nic w środku...*, s.7.

<sup>143</sup> Zob. Agnieszka Karpowicz, *Panoptykon pisma*, „Kultura Współczesna” 2/2009.



Ilustracja 33: Jadwiga Sawicka, *Obiecanki cacanki*, 2005



Ilustracja 34: Jadwiga Sawicka, *Jezus Maria, Chryste Panie*, 2003



Ilustracja 35: Jadwiga Sawicka, *Nic w srodku*, 2003

Artystka z jednej strony tworzy tradycyjną techniką oleju na płótnie, z drugiej zaś eksploatuje przedmioty codziennego użytku obecne w mieście, często w celach marketingowych, od ołówków po *outdoory*. Ekspozycja jest spójna z treścią, billboardy są stworzone do prezentowania wyrazistych treści, ale te najczęściej służą promocji. Sawicka wypożycza przestrzeń reklamową, by zaprezentować pozbawione sensu, wyrwane z kontekstu słowa. Mimo to, „odnajdują się one w nowej sytuacji”. Wspomniany wcześniej billboard *Nawracanie, Oswajanie, Tresowanie* był często odbierany jako reklama szkoły tresury dla psów<sup>144</sup>. Jego prezentacja zbiegła się w czasie z publiczną dyskusją na temat konieczności kontroli psów, które należą do ras uznawanych za niebezpieczne. Prezentowanie twórczości plastycznej poza kontekstem galeryjnym implikuje interpretacje naturalne dla nowego kontekstu. Włączenie sztuki w przestrzeń miasta oznacza zintegrowanie jej ze wszystkim elementami, które ją otaczają. Zyskuje w nim nowe znaczenia, zależne bardziej od sytuacji społecznej, niż od założeń artysty. Odbiorcy w przestrzeni publicznej, w odróżnieniu od tych w galerii, nie są nastawieni na spotkanie ze sztuką. Twórczość artystyczna nie jest chroniona w rezerwacie, o którym pisał Lenica, a jej recepcja będzie związana i kojarzona z wydarzeniami dnia codziennego, jak w przypadku wspomnianego projektu Pawła Ukleńskiego. Jeżeli w pracy pojawia się tekst, z którego nie wynika sens, człowiek sam go stworzy, niejako dosztukuje. To, co nie zostało napisane przez twórcę, zostanie wypowiedziane przez odbiorcę. Nienaturalny kontekst sprawia, że zostaje on w pewnym sensie przeniesiony na odbiorcę, który nie posiadając wyraźnych przesłanek interpretacyjnych, szuka ich przez swój pryzmat, w oparciu o własną historię. I tak na przykład *Uwięz-ana* Sawickiej może być odzwierciedleniem sytuacji osoby chorej na anoreksję (nazywaną ana). Napisy namalowane przez artystkę drażnią, niepokoją, atakują, zmuszają do zajęcia stanowiska

<sup>144</sup> Zob. Marek Krajewski, *Powtarzanie...*

w wyimaginowanym konflikcie, do przyjęcia pozycji obronnej<sup>145</sup>, która porusza naszą wyobraźnię i implikuje poszukiwanie sensu. Podobnie jak w przypadku plakatu, sens powstaje z sumy treści dzieła i myśli odbiorcy<sup>146</sup>.

Jednak sama artystka mówi o tym, że nie zakłada żadnego odbiorcy<sup>147</sup>. Jest to wyjątkowe wśród twórców posługujących się słowem. Nie chce iść na kompromis<sup>148</sup> otwierający dialog z widzami i stwierdza, że „grono odbiorców zawęży się do osób, które je [obrazy – BP] rozumieją”<sup>149</sup>. Z jednej strony dotyczy to użytkowników języka polskiego, bo choć sama zna język angielski<sup>150</sup>, wybrała ten ojczysty, ograniczający „czytelników” jej dzieł. Z drugiej zaś, osób, których całokształt intelektualno-emocjonalny pozwala na odczytanie intencji artystki czy interpretujących jej obrazy na swój sposób. W zrozumieniu ich ogromną rolę pełni właśnie kontekst. Sytuacja miejska powoduje oderwanie od założenia, że obcujemy ze sztuką. Twórczość Sawickiej nie wyróżnia się z otoczenia w tym sensie, że tak, jak miasto produkuje znaki i obrazy, które „czynią świat jeszcze mniej czytelnym i przezroczystym”<sup>151</sup>. Tomasz Załuski zauważa, że galerie neutralizują i izolują sztukę, sprowadzając ją jedynie do wymiaru „estetycznego”. U Sawickiej słowa są tak wyraźne – dosłownie i w przenośni – że nawet na ograniczonych ścianami wystawach wybrzmiewa ich znaczenie, zostaje spotęgowane wrażenie afunkcjonalności i hermetyczności, będące ważnym czynnikiem interpretacyjnym<sup>152</sup>.

## **Dialog z miastem. Logoaudialność w twórczości Ryszarda Grzyba**

„Namalujesz obraz i nikt się tym nie zainteresuje, a napiszesz parę słów na billboardzie i od razu wszyscy o Tobie mówią”<sup>153</sup> – skomentował Ryszard Grzyb, który także pracował z nośnikami reklamy. Malarz podobnie do Sawickiej wyłapuje słowa, ale nieco inną „techniką”. O ile dla artystki, jakkolwiek przetwarzana, ważna jest warstwa

---

<sup>145</sup> Paweł Sosnowski, *Atrakcyjny poza panią*, „Arteon” 2/2005, s. 23.

<sup>146</sup> Podczas pracy w Muzeum Sztuki Nowoczesnej wielokrotnie mijałam tryptyk *Krzyczeli, Płakali, Zginęli* (2010). Napisy wyjątkowo zostały namalowane na niebieskim tle, a każdy kolejny obraz prezentuje głębszy odcień tego koloru. W moim przekonaniu była to krótka opowieść o tonięciu i dopiero po pewnym czasie zorientowałam się, że w projekcie nigdzie nie ma nawet mowy o wodzie. W umyśle, bez udziału świadomości, stworzyłam obraz zamykający całość w słowie „utonęli”.

<sup>147</sup> Jadwiga Sawicka, *Zajmowanie się sztuką to jest działalność samotnicza*, rozm. Andrzej Fuss, s.66.

<sup>148</sup> Zob. podejście do swoich dzieł Pawła Susida, w dalszej części tej pracy.

<sup>149</sup> Jadwiga Sawicka, *Zajmowanie się sztuką...*, s. 69.

<sup>150</sup> Jest nauczycielką języka angielskiego w I Liceum Ogólnokształcącym w Przemyśle.

<sup>151</sup> Marek Krajewski, *Powtarzanie...*, s. 66.

<sup>152</sup> Tomasz Załuski, *Sawicka, Sawicka*, „Arteon” 2/2005, s. 27.

<sup>153</sup> Cyt. za: Paweł Sosnowski, *Placebo*, „Exit”, 2/2005.

semantyczna, dramatyzm, moc słów, o tyle jeden z założycieli Grupy ma do nich bardziej permissywny stosunek. Sawicka skupia się na logowizualności, znaki diakrytyczne okazują się niekonieczne, gdyż treść jest ogólnie znana i da się ją odczytać bez nich. Utrwalana automatycznie każdego dnia, kiedy wzrok otrze się o gazetową ścianę kiosku czy skupi na pasku informacyjnym podczas oglądania wiadomości. Grzyb natomiast jest bardziej wrażliwy na brzmienie logosfery (audiosfera). „Od zawsze” (od 1990 roku) ma przy sobie notes, zatytułowany roboczo *Bigos*, w którym zapisuje ciekawe egzemplarze, głównie zasłyszanych zestawień słownych, z których tworzy to, co sam nazywa „absurdalnym haiku”. Artyści mają różne podejście do logosfery. Przede wszystkim Sawicka odbiera ją w skali makro (krajowej), a Grzyb skupia się na wymiarze mikro. Sawicką interesuje to, co wyłapuje wzrok, Grzyba – ucho. Jego zdania dobrze brzmią, są melodyjne. Tworzą niecodzienne sentencje, które mogą być mottem każdego dnia, choć ocierają się o miano oksymoronów. Grzegorz Borkowski nazywa je lapidarną poezją prozą<sup>154</sup>, a ich autor zdaniami napowietrznymi. Etymologię nazwy tłumaczy tym, że „w powietrzu jest wszystko wymieszane”<sup>155</sup>. Grzyb „stara się w nich [zapiskach – BP] uchwycić lekkość wypowiedzi nie obarczonych odpowiedzialnością. Poetyckość zabaw słownych rodzących się przy stole. Przekształca, rozwija, mistyfikuje, chce zaskoczyć siebie samego. Jest uważnym świadkiem codziennego monologu, z którego wyławia atrybuty cudowności. Zarzuca sieć przypadkowych sensów, aby schwytać w nią myśli, słowa, zdarzenia, obrazy”<sup>156</sup>.

Bardzo  
lubię  
nie musieć  
nic

Ilustracja 36: Ryszard Grzyb, z cyklu *Zdania napowietrzne*

Wyższość  
żołądka  
nad  
pracą  
twórczą

Ilustracja 37: Ryszard Grzyb, z cyklu *Zdania napowietrzne*

Spójrz  
prosto  
w oczy  
chwili

Ilustracja 38: Ryszard Grzyb, z cyklu *Zdania napowietrzne*

Nie wolno  
ruszać  
tajemniczych  
postaci

Ilustracja 39: Ryszard Grzyb, z cyklu *Zdania napowietrzne*

<sup>154</sup> Grzegorz Borkowski, *Napowietrzne zdania*, obieg.pl

<sup>155</sup> Z wypowiedzi Ryszarda Grzyba podczas warsztatów w Muzeum Narodowym w Warszawie 5.08.2014.

<sup>156</sup> Cytat z portalu książki.net, autorem treści jest prawdopodobnie Ryszard Grzyb.



W 2005 roku spisywane przez wiele lat wrażenia słowne artysty zostały reprezentowane w projekcie *Zdania napowietrzne*<sup>157</sup>. Cykl tworzą absurdalne hasła, złożone z czarnych liter na białym tle. Wybór czcionki i kolorów był pokierowany tym, że tak czysta i prosta estetyka miała najbardziej przykuwać wzrok w logowizualnym chaosie miasta<sup>158</sup>. Równoległym celem projektu był dialog z przedsiębiorstwami, zajmującymi się reklamą i nakłonienie ich do współpracy, a tym samym zderzenie sztuki z biotopem konsumpcjonizmu. Ekspozycja odbyła się dzięki dwudziestu firmom, działającym na różnych płaszczyznach. Hasła rozprzestrzeniły się po kraju, dzięki radiu, prasie, Internecie, choć główne działania odbyły się w Warszawie. Niezwykle sentencje były obecne w zwykłych miejscach (np. w toaletach). Dzięki formatom pocztówkowym i nalepkom mogły pojawić się właściwie wszędzie – w środku i na zewnątrz. Inauguracją projektu było namalowanie przez autora czterech bilbordów Ströer w wybranych punktach miasta. Artysta kreślił litery w takiej kolejności, by do ostatniej nie było wiadomo, jak będzie brzmiało całe zdanie. Akcji towarzyszyła publiczność, składająca się z uczestników wernisażu i przypadkowych przechodniów. Widownia była przewożona do poszczególnych *outdoorów* autobusem<sup>159</sup> miejskim linii „Zdania napowietrzne”. Struktura haseł była bliska sloganom reklamowym, krótkie „chwytliwe” zdania, czarno na białym. Paweł Sosnowski uważa, że „miały zadziałać jak placebo, reklamować nie reklamując niczego, działać nie szkodząc, zmuszać do reakcji, do zastanowienia się, choć przez chwilę”<sup>160</sup>. Refleksja ta miała dotyczyć nie tylko znaczenia napisów, ale także szerszego spojrzenia na rolę artysty w świecie konsumpcjonizmu.



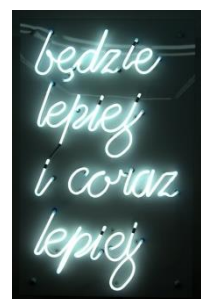
Ilustracja 40: Plakat z cyklu *Zdania napowietrzne*, okolicie Dworca Centralnego w Warszawie, 2005



Ilustracja 41: Zapalki z wystawy *Placebo*, galeria Appendix2 (Propaganda), 2007



Ilustracja 42: Malowanie bilbordów z cyklu *Zdania napowietrzne*, na zdjęciu Ryszard Grzyb, Warszawa, 2005



Ilustracja 43: Neon z wystawy *Placebo*, galeria Appendix2 (Propaganda), 2007

<sup>157</sup> Ryszard Grzyb, *Zdania napowietrzne*, 31.03 – 30.04.2005, Warszawa oraz media.

<sup>158</sup> Zob. Filip Springer, *Wanna zwana kolumnadą*, Czarne, Wołowiec 2013.

<sup>159</sup> Zob. Paweł Althamer, *Złoty marzyciel*, od 2011.

<sup>160</sup> Paweł Sosnowski, *Placebo...*

Grzyb niejako powtórzył w pojedynkę projekt AMS. Znow marketingową metodą zaprezentowano „produkt” dla duszy, nie dla ciała, albo dla człowieka, nie klienta. Specyfika działania Grzyba polega jednak na tym, że oto malarz prezentuje swą twórczość słowną nie tylko w sposób plastyczny<sup>161</sup>, lecz także korzystając z masowych środków przekazu, które stoją w opozycji do jednostkowego dzieła. Grzyb burzy ten antagonizm i nadaje bilbordowi niepowtarzalny format, malując go osobiście. Tym samym to utwór na bilbordzie jest oryginałem, pierwowzorem do prezentacji w muzeum.

Bardzo ciekawym aspektem omawianego projektu jest to, że był prezentowany równolegle na zewnątrz i wewnątrz, na ulicy i w muzeum. Należy zauważyć, że publikacje w internecie, na pocztówkach, czy w gazetach, oznaczają już nie tylko dychotomię przestrzeni. Wybór takich nośników wprowadza także coś pomiędzy, przestrzeń osobistą odbiorcy, która jest zależna od intencji i wyboru czytelnika<sup>162</sup>. W tym samym czasie, w którym media pokazywały „czystą projekcję poetyckiej myśli”<sup>163</sup>, odbywała się symetryczna wystawa w Muzeum Plakatu w Wilanowie<sup>164</sup>.

Wystawa prezentowała komplet 130 *Zdań napowietrznych* wydanych w formie pocztówek, oprawionych w ramki, powieszonych na ścianach, jak rysunki. Abstrahując od kwestii różnicy w odbiorze tego samego projektu<sup>165</sup>, ważny był moment współlistnienia reklamy i nie-reklamy, czy też nie-sztuki i sztuki, ich wzajemne przenikanie i oddziaływanie na siebie.

## 2. Słowa miasta w obrazie

### Kłótnia z miastem. Peter Fuss zwraca uwagę społeczeństwu

Działania Grzyba były rozmową z miastem. Oknem dialogowym była płaszczyzna przeznaczona na co dzień do innych celów. Nie są jej obce napisy jako takie, ale już czarno-biała kolorystyka oraz treść i forma, wymyślone przez artystę nie wydają się

---

<sup>161</sup> Zob. poezja wizualna, poezja konkretna.

<sup>162</sup> Prace pozostałych artystów, choć ukazywały się w prasie czy internecie, były fotografiami dzieł, tu stanowią formę ekspozycji.

<sup>163</sup> Paweł Sosnowski, *Placebo...*

<sup>164</sup> Wystawa odbyła się w związku z pokonkursową wystawą Festiwalu Reklamy Złote Orły 2004.

<sup>165</sup> *Zdania napowietrzne* były później prezentowane na inauguracyjnej wystawie *Placebo* w galerii Appendix2 (Propaganda), 18.10 – 15.12.2007. Wówczas, poza drukami pocztówkowymi i plakatowymi, wykorzystano inne nośniki np. ołówki, butelki, kubki, neony czy blaszane tabliczki, kojarzące się z rejestracjami czy szyldami. Kolekcja w formie, w której była prezentowana w Wilanowie, została zakupiona dla Muzeum Narodowego w Warszawie.

naturalne w tym kontekście. Dzięki temu przyciągały uwagę wśród kolorowych reklam i ogłoszeń zachęcających do konkretnych działań. Z monochromatycznego kompletu farb korzysta także Peter Fuss. Jest anonimowym twórcą, który używając podobnych do Grzyba narzędzi, z miastem się kłóci. O ile Grzyb mówi z przymrużeniem oka, o tyle Fuss krzyczy. W inteligentny sposób stosuje retorykę „wroga”, którym są stereotypy, nietolerancja, bezrefleksyjne podążanie za tłumem. Wpisuje się w poetykę *culture jamming*. Graham Meikle twierdzi, że polega ona na wykorzystaniu powszechnych znaków i „próbie przekształcenia ich w znaki zapytania”<sup>166</sup>, a jej przedstawiciele „tak przetwarzają dostępne obrazy i formy medialne, by za ich pomocą wyrazić swoje poglądy na kulturę i politykę”<sup>167</sup>. Korzystając z tych ustaleń Piotr Zańko rozumie ten termin jako prowokację kulturową<sup>168</sup>.



Ilustracja 44: Peter Fuss, billboardy reklamowe zaklejone pracami artysty



Ilustracja 45: Peter Fuss, billboardy reklamowe zaklejone pracami artysty



Ilustracja 46: Peter Fuss, billboardy reklamowe zaklejone pracami artysty

Fuss mówi językiem potocznej rzeczywistości, powtarza, czasem przytacza dosłowne fragmenty logosfery. Na tej zasadzie powstała kontrowersyjna wystawa w koszalińskiej galerii Scena pod tytułem *jesus christ king of poland*<sup>169</sup>. W nocy, poprzedzającej otwarcie ekspozycji, artysta umieścił nielegalnie, bez przyzwolenia instytucji, billboard przedstawiający portrety znanych osób „oskarżonych o pochodzenie żydowskie i bycie wrogami Polski”, znajdujących się na listach na forum „Frondy” i „Polonica.net”, z napisem „Żydzi won z katolickiego kraju”<sup>170</sup>. Akt ten spowodował

<sup>166</sup> Graham Meikle, *Stop Signs: An introduction to Culture Jamming*, cyt. za: Zańko Piotr, *Zabijemy was słowami. Prowokacja kulturowa w przestrzeni miejskiej i w internecie*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012, s.8.

<sup>167</sup> Tamże.

<sup>168</sup> Zob. Zańko Piotr, *Zabijemy was słowami...*

<sup>169</sup> Peter Fuss, *jesus christ king of poland* (pisownia oryginalna), Galeria Scena, Koszalin 25.01.2007. Zob. Peter Fuss, *Achtung!*, Galeria Nod, Praga, kwiecień 2006.

<sup>170</sup> Hasło, które padło z ust kogoś z Rodziny Radia Maryja podczas ulicznego zamieszania po odwołanym ingresie arcybiskupa Wielgusa.

zamknięcie ekspozycji i zgłoszenie do prokuratury szerzenie antysemityzmu. Artysta o wystawie mówił następująco:

„Przekazy medialne przyzwyczyły nas do myślenia, że fundamentalizm i fanatyzm religijny dotyczy świata islamu. Na wystawie *jesus christ king of poland* pokazuję, że fundamentalizm i fanatyzm nie jest obcy również wyznawcom kościoła katolickiego w Polsce, że wraz ze szczególną odmianą «patriotyzmu», «polskości», zaściankowości, ksenofobii, homofobii i antysemityzmu, tworzy porażającą mieszankę. Pokazałem, że [...] Polska jest pełna antysemityzmu, ksenofobii i homofobii. Co również potwierdzają dyskusje jakie toczą się na portalach internetowych, już po wybuchu afery wokół mojego billboardu. Możemy udawać, że jesteśmy tolerancyjni i nie ma w Polsce antysemityzmu, ale jest to nieprawda»<sup>171</sup>.

Należy jednak wziąć pod uwagę to, że odbiorca w galerii jest bardziej świadomy możliwości gry, ogląda pracę w innym kontekście – konkretnie przy tym plakacie byłby to kontekst „nienaturalny”, galeria nie jest miejscem, w którym kogokolwiek się obraża. Powinien on wywołać u odbiorcy pytania, dlaczego taka praca znalazła się na oficjalnej wystawie, co implikowałoby próby odpowiedzi na postawione przez twórcę pytania i refleksję na zadany przez niego temat. Artysta wybrał jednak ekspozycję, która wyglądała „naturalnie”. O obraźliwych napisach mówił, że: „oficjalnie są one [ hasła – BP] uważane za ekstremum, tymczasem są [...] rozpowszechnione i w gruncie rzeczy akceptowane»<sup>172</sup>. Takie hasło w przestrzeni miejskiej nie jest czymś nowym i niespodziewanym<sup>173</sup>. Artysta umieścił je w „naturalnym środowisku”. Teoretycznie obok mógłby się znaleźć taki sam napis nie wykonany sprayem przez artystę, lecz przez antysemitę-chuligana. W galerii kontekst jest bardziej oczywisty, ponieważ taka instytucja sama w sobie zakłada wzięcie prezentowanej wypowiedzi w cudzysłów, sugeruje dystans interpretacyjny<sup>174</sup>. Środki wyrazu, które wybrał Fuss niemal nie różnią się od tych, stosowanych przez wandalii. Świadomy odbiorca sztuki czy uważniejszy obserwator być może rozpozna warsztat artystyczny, ale zwykły przechodzień nie będzie odbierał pracy Fussa w kategorii sztuki. Dzieło usytuowane w kontekście ulicy będzie interpretowane przez jej pryzmat. To znaczy, że w otoczeniu wyzwisk i obelg (nierzadko spotykanych na polskich ulicach), takie samo działanie, różniące się jedynie pozostającą w domyśle etykietą sztuki (a wraz

<sup>171</sup> Peter Fuss, *Peter Fuss dla art.bloxa*, art.blox.pl.

<sup>172</sup> Cyt. za: Ala Kusiak-Brownstein, Iza Kowalczyk, *Peter Fuss i antysemityzm obnażony*, obieg.pl.

<sup>173</sup> Zob. Rafał Betlejewki, projekt *Tęsknię za tobą, Żydzie*.

<sup>174</sup> Peter Fuss, *Szumi huczy*, rozmawiał x, vlepvnet.bzzz.net.

z nią warsztatem plastycznym), będzie odbierane na równi z nimi. Sztuka *per se* ma przyzwolenie na więcej, na prowokację, ironię, cynizm. Pozbawienie dzieła kontekstu sztuki, a więc prezentacja poza galerią, musi zakładać konfrontację z *everymanem*. Inaczej do agresji wyładowywanej na murach podeszli twórcy łódzkiego projektu *Futbol Factory po łódzku*<sup>175</sup> – mowę nienawiści przełożyli na humor i absurd. Fuss natomiast wzoruje się na niej, utrwała hasła efemeryczne, ale stale obecne w mediach. Czerpie je głównie z wypowiedzi radiowych i internetowych, przestrzeni publicznych, ale anonimowych. Jak słusznie zauważają Alicja Kusiak-Brownstein i Izabela Kowalczyk – „niewidzialne nie znaczy jednak niesłyszalne. Fuss ściąga w ten sposób z antysemickich haseł czapkę niewidkę. Demaskuje obsceniczność jednego z najbardziej obecnie wpływowych dyskursów politycznych, ukazując jego moralną ambiwalencję oraz techniki przenikania do sfery publicznej poprzez «dyskretne» media»<sup>176</sup>.

Kontrowersje wokół pracy Fussa polegają na tym, że tekst jest czytany dosłownie, bo przechodzień nie ma przesłanek do innej interpretacji. Odbiorca może jednak zwrócić uwagę na kontekst: choć hasło z billboardu nie jest wyjątkowe w logowizualnej sferze, to artysta nie umieścił go w przypadkowym miejscu, lecz w pobliżu kościoła, ponieważ jest to fragment wypowiedzi katolika (osoby, należącej do Rodziny Radia Maryja). Co znamienne, jest to jedna z niewielu prac w języku polskim, zrozumiałym dla adresatów wypowiedzi.

Artysta, mimo iż mówi o sprawie polskiej, najczęściej posługuje się językiem angielskim, który można nazwać współczesną łaciną. Fussowi zależy na tym, aby jego prace były rozumiane przez szerokie grono odbiorców, często stosuje też symbole, dlatego zapewne posługuje się językiem współcześnie uniwersalnym. Międzynarodowa widownia przeczyta napisy, ale niekoniecznie zrozumie ich przekaz<sup>177</sup>. Artysta komentuje swoje otoczenie, jednak pisząc w innym języku stawia siebie poza tym obszarem, jest komentatorem z boku, z innej przestrzeni. Warto zauważyć, że prace wspomnianych wyżej Sawickiej i Grzyba są właściwie nieprzetłumaczalne. To znaczy transkrypcja na inny język odbiera im sens, pozbawia duszy, pozostawia samą materię. Materia ta posiada oczywiście wartość semantyczną, ale nie znaczy tego samego, co w języku macierzystym. Słowa u Fussa występują najczęściej łącznie z jakąś formą graficzną, a Sawicka i Grzyb stwarzają

---

<sup>175</sup> Zob. projekt *Futbol Factory po łódzku. Minialbum RTS vs. ŁKS, czyli co mówią łódzkie mury*. Pan Tu Nie Stał, Łódź 2014.

<sup>176</sup> Ala Kusiak-Brownstein, Iza Kowalczyk, *Peter Fuss...*

<sup>177</sup> Artysta wystawia się w niszowych galeriach w Londynie, m.in. został tam zaprezentowany cykl *Everyday I am*.

tę formę, wykorzystując potencjał graficzny liter. Sawicka opiera swoją twórczość na cytatach z logowizualnej przestrzeni, a Grzyb na pastiszu logoaudialnym. Ich wypowiedzi przetłumaczone na inny język tracą to, co w nich najważniejsze. Istotny jest także sam wydźwięk tych słów<sup>178</sup>.

Fuss także porusza kwestię znaczenia wyrazów w dyptyku *This means love, This means peace*. W jego pracach można dostrzec wizualizację tezy, że kod logowizualny znacznie różniący się od macierzystego, dla osoby, która nie rozpoznaje w nim języka, pozostaje jedynie wizualny. Artysta umieścił arabski napis na jednolitym tle, dzięki czemu jest on widoczny i osoba z innego kręgu kulturowego może przypuszczać, że ma do czynienia ze słowem w jakimś języku. Jednak gdyby tekst został ukryty wśród innych linii i kropek, prawdopodobnie pozostałby niezauważony. W swoim kręgu kulturowym najczęściej odczytujemy intencje autora i wiemy, kiedy pionowa kreska jest literą „I”, a kiedy zwyczajną prostą linią.

Jednak istota tej pracy jest inna. Autor zwraca uwagę na stereotyp krajów arabskich funkcjonujący na świecie. Artysta często wykorzystuje schemat obrazek i podpis. Choć w tym przypadku mamy do czynienia z dwoma napisami, słowo w języku arabskim wykorzystano ikonicznie. Obrazek jest symbolem krajów arabskich. Nie rozumiemy, co oznacza, ale jesteśmy w stanie rozpoznać ten zapis i skojarzyć go z Bliskim Wschodem. Ten z kolei stereotypowo kojarzy się z islamem, wojną i terroryzmem. Następnie Fuss odkodowuje słowa. Pokazuje, że wyrazy „miłość” i „pokój” także funkcjonują w języku arabskim. Zwraca uwagę, także na to, że oceniamy coś zanim to poznamy. Język arabski kojarzy się negatywnie, ale należy zastanowić się, nad znaczeniem konkretnych słów. Myśleć o konkretnych ludziach, a nie całych zbiorowościach. Artysta przypomina także, o humanistycznym aspekcie tych słów. Powinny one łączyć, a nie dzielić ludzi. Media o krajach arabskich mówią głównie w kontekście wojny (lub pieniędzy), a Fuss, wykorzystując charakterystyczny dla nich nośnik, przypomina o czymś zupełnie przeciwnym.

---

<sup>178</sup> Zob. Jerzy Bralczyk, Andrzej Markowski, Jak Miodek, *Wszystko zależy od przyimka*, rozm. Jerzy Sosnowski, Agora, Warszawa 2014, m.in. s. 244.



Ilustracja 47: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty



Ilustracja 48: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty



Ilustracja 49: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty

Fuss nie chce komentować tylko „swojego widoku z okna”. Jego prace są komentarzem do bieżących wydarzeń z kraju i ze świata. Istotne jest to, że pozostają aktualne i czytelne także poza sytuacją, do której się odnoszą. Uważa, że:

„Nie da się robić sztuki oderwanej od rzeczywistości. Artysta powinien mieć świadomość czasów w których żyje, języka jakim posługują się współcześni mu ludzie, rozwoju cywilizacyjnego i kulturowego współczesnego mu świata. Powinien wiedzieć co się wokół niego dzieje. I przede wszystkim powinien mieć coś do powiedzenia. Jeżeli ma do zaferowania tylko to, że nauczył się władać ołówkiem i zestawiać ultramarynę z czernią, to jest to naprawdę za mało. To tak, jakbym powiedział sobie: skoro nie robię błędów ortograficznych – to napiszę książkę grubą jak *Ulysses*. I po jej napisaniu bym mówił, że to jest książka wybitna - bo jest gruba i nie ma w niej żadnego błędu ortograficznego, są kropki na swoim miejscu i duże litery na początku zdania”<sup>179</sup>.

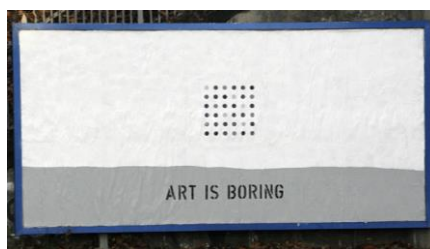
Artyście zależy na tym, by z jego opinią zapoznali się nie tylko ludzie odwiedzający galerie. Wychodząc w miasto z farbą i szablonem trafia także do innej grupy społecznej. Poza tym może się wypowiadać wtedy, kiedy chce. Nie musi stosować się do instytucjonalnych założeń i czekać na wybrany przez kogoś termin. Niektóre prace pojawiały się zaraz po wydarzeniu, które było inspiracją<sup>180</sup>. Jednak takie samowolne działania są nielegalne i z tego powodu artysta działa pod pseudonimem. Zamieszanie (ang. *fuss*), które robi w przestrzeni publicznej jest niezgodne z prawem. Na swoich obrazach artysta „pisze” korzystając z szablonu. Jest to forma, która uwypukla anonimowość, ale także przypomina o człowieku, który trzymał karton z wyciętymi literami i farbę w puszcze. Jednocześnie świadczy o pewnym uniwersalizmie, to znaczy napis stworzył człowiek, którym mógł być Każdy. Nie chodzi o to, kto mówi, ale co stara się przekazać.

<sup>179</sup> Peter Fuss, *Szkoda mi farby na romby*, rozmawiali Roma Piotrowska, Ola Grzonkowska i Maks Bochenek, modeltor.blogspot.com.

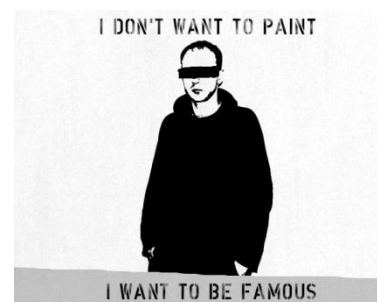
<sup>180</sup> Tamże.



Ilustracja 50: Peter Fuss, z cyklu *Every day I am*



Ilustracja 51: Peter Fuss, billboard *Art is boring*



Ilustracja 52: Peter Fuss, z cyklu *Every day I am*

Innym powodem podjęcia decyzji o anonimowości jest przekonanie o tym, że ocenie powinny podlegać efekty pracy, a nie nazwisko autora. Refleksja o sztuce i władających jej rynkiem prawidłami jest równoległym tematem twórczości tego artysty. Jego wypowiedzi, zarówno te w nielicznych wywiadach, jak i te plastyczne, komentują świat sztuki współczesnej<sup>181</sup>. Fuss otwarcie mówi:

„Trzeba mieć świadomość historii sztuki, że coś kiedyś miało już miejsce i dłaczego. Oczywiście Czarny kwadrat był ważnym obrazem w dziejach sztuki i dziejach kultury. Ale jeżeli widzę teraz - już prawie sto lat po Czarnym kwadracie, że faceci w wyciągniętych swetrach wciąż malują czarne kwadraty, albo czarne romby, mając przy tym usta wypchane frazesami o sztuce i przeżyciach estetycznych, to widzę tylko koślawych naśladowców oderwanych od czasów w których żyją, oderwanych od historii sztuki, o której tak pięknie mówią”<sup>182</sup>.

Artysta, mimo iż działa tylko według swoich zasad, nie odcina się od ekspozycji organizowanych w galeriach. Jednak przykład wystawy w Koszalinie pokazuje, że nawet współpracując z instytucją nie utrzymuje się w jej ryzach. Na prawdziwą wolność słowa, czy też na wyrażanie prawdziwie swoich poglądów w formie sztuki artysta może sobie pozwolić tylko wtedy, kiedy działa sam. Nie będąc zależnym od nikogo, nie musi zwracać uwagi, na czyjeś opinie i sprawy oderwane od meritum (np. dofinansowanie, dobre stosunki z miastem), którymi są obciążone galerie<sup>183</sup>. Nadrzędnym celem artysty jest przekazanie tego, co myśli na dany temat, najlepiej jak potrafi<sup>184</sup>. Nie wierzy on

<sup>181</sup> Najlepszym przykładem jest kompozycja *For the Laugh of God*, pokazująca stosunek artysty do całej otoczki, towarzyszącej pracy *For the Love of God* Damiena Hirsta.

<sup>182</sup> Peter Fuss, *Szkoda mi farby na romby...*

<sup>183</sup> Zob. Łukasz Gorczyca, *Artystyczne zmagania z billboardem*, „Art & Business”, 11/1998, s.15.

<sup>184</sup> Peter Fuss, *Moja czaszka też się błyszczy*, rozmawiała Jarecka Dorota, gazeta.pl.



w tworzenie sztuki dla samego siebie<sup>185</sup>, to co robi, jest formą dialogu, zdaniem w dyskusji – często pierwszym, wywołującym do odpowiedzi czy wzywającym do reakcji publiczność, którą są przechodnie, osoby niekoniecznie odwiedzające galerie.

## **Dyskusja z miastem. Paweł Susid zwraca uwagę społeczeństwa**

Paweł Susid zdaje się mówić o podobnych tematach, ale używa innego języka malarskiego. Zestawienie Susia z Fussem narzuca się samo. Obaj poruszają podobne zagadnienia za pomocą liter odbitych od szablonu. Można sobie wyobrazić, że formy plastyczne, które wybrali są oddzielone od siebie przeszkloną ścianą galerii. Są sobie bliskie, ale jednocześnie przeciwstawne. Tym, co implikuje te różnice jest właśnie miejsce ekspozycji. Twórczość Fussa jest monochromatyczna, odważna, cyniczna, poważna i bezczelna, wystawiana na zewnątrz galerii. Działalność Susida, natomiast, kolorowa, absurda, ironiczna, malowana z przymrużeniem oka i bardziej ostrożna<sup>186</sup>. Pokazywana wewnątrz galerii. Ulica jest przeciwstawiona galerii, billboard – płótnu. Czasami Fuss wystawia jednak swoje prace w oficjalnych instytucjach, a Susidowi zdarza się prezentować dzieła w mieście.

Obraz Susida *Złe życia kończą się śmiercią* zainauguował projekt *Galerii Zewnętrznej* AMS. Mocne słowa przedstawione jako jedenaste przykazanie wywołały wiele emocji. Zaprezentowane na dużym formacie, na płaszczyźnie przeznaczonej do innych celów, robiły wrażenie na przechodniach. Należy podkreślić, że w 1998 roku wielkoformatowe reklamy same w sobie były nowością w Polsce. Nagle w wielu miastach pojawił się billboard, który niczego nie reklamował, a ponadto porażał zdaniem, które choć nie jest odkrywczym, a wręcz dość banalne, to jednak nie pozwala przejść obok niego obojętnie. Obraz wprowadzał pewien dysonans poznawczy. Z jednej strony artysta obwieścił Polsce – krajowi, w którym prawo religijne jest niemalże na równi z państwowym – tezę bezpośrednio odwołującą się do dziesięciu przykazań, a więc do symbolu wiary chrześcijańskiej. Według nauki Kościoła katolickiego postępowanie zgodne z tymi zasadami, prowadzi dobrego człowieka do Boga, do raj, poprzez śmierć. Śmierć jest wybawieniem. Susid odwrócił tę doktrynę. Ostrzegł społeczeństwo o „karze”,

---

<sup>185</sup> Peter Fuss, *Szkoda mi farby na romby...*

<sup>186</sup> Artysta chciał dać na wystawę obraz *a co powiesz na taką piosenkę, OJCZE MÓJ, KTÓRYŚ JEST W ZIEMI*, ale obawiał się, że może być obraźliwy. Paweł Susid, *Susid: boję się tych swoich obrazów*, rozm. Dorota Jarecka, gazeta.pl

która czeka na tych, którzy źle żyją. Z drugiej to aksjomat – każde życie kończy się śmiercią<sup>187</sup>. Z punktu widzenia formy także pojawia się rozbieżność. Na płaszczyźnie reklamowej pojawia się napis, który może być odczytany jako slogan, jednak nie wiadomo, co ma on promować? Życie, etykę, śmierć? Pytania ontologiczne zawsze wprawiają w zadumę. Wyeksponowane w dużym mieście, każą zwolnić jednostce, choć na chwilę.

Po kilku latach artysta odpowiedział na ten projekt płótnem zaprezentowanym już w przestrzeni galeryjnej, *Jedna szkoła twierdzi że dłuższe życie ma się w nagrodę / Druga że za karę*<sup>188</sup>. Przestrzeń nie była już tak egalitarna, jak ulica. Choć Susid stara się o niekonwencjonalną prezentację swoich obrazów, to jednak rzadko wychodzi poza galerię i jego prace pozostają z nią fizycznie związane<sup>189</sup>. W kontekście relacji między przestrzenią miasta i galerią ciekawą wypowiedzią była praca prezentowana w ramach wystawy *Co może zrobić jeden człowiek*<sup>190</sup>. Artysta zacytował swój wcześniejszy obraz umieszczając go nad oknami galerii tak, że tworzył on szyld. Praca fizycznie należała do galerii, ale była zwrócona w stronę miasta, można ją było oglądać jedynie spoza galerii, z zewnątrz, a jednocześnie zachęcała do wejścia. Namalowane zdanie brzmiało: „Po odebraniu wiadomości z kraju i ze świata resztką sił staraj się nie zwariować”.



Ilustracja 53: Paweł Susid, *Źłe życia kończą się śmiercią*, 1996



Ilustracja 54: Paweł Susid, *Jedna szkoła twierdzi że dłuższe życie ma się w nagrodę / Druga że za karę*, 2007



Ilustracja 55: Paweł Susid, *Po odebraniu wiadomości z kraju i ze świata resztką sił staraj się nie zwariować*, 2013

Wymienione wyżej projekty zewnętrzne należą do wyjątków w twórczości Susida i trzeba zauważyć, że są reprodukcjami mniejszych formatów. Artysta często podkreśla, że

<sup>187</sup> Zob. eschatologia w religii chrześcijańskiej.

<sup>188</sup> Wystawa *Przemka Mateckiego i Pawła Susida*, Galeria Raster, Warszawa 3.02 – 3.03.2007.

<sup>189</sup> Np. praca w ramach projektu *Sztuka w przestrzeni publicznej* Galerii Biała w Lublinie, w którym brała też udział Jadwiga Sawicka.

<sup>190</sup> *Co może zrobić jeden człowiek*, Galeria Dawid Radziszewski, Warszawa 21.06 – 20.07.2013.

to obraz jest najważniejszy, jego treść, forma i materia. Można to zauważyć na przykład w szacunku, jakim Susid darzy geometrię płótna, w które artysta niejako wciska zdania i podobnie jak Sawicka łamie wyrazy, nie kończy ich. Króluje forma, bo słowa i tak pozostaną czytelne, choć ich odbiór będzie wymagał odrobiny więcej wysiłku. O malarstwie Susid mówi następująco:

„Wydaje mi się, że z początkiem XX wieku tradycyjny dziewiętnastowieczny obraz stracił swoje dawne miejsce w nowych domach. Dzisiaj dominują w nich ekrany, zdjęcia, wydruki, a nawet notatki. Jeśli wszystkie te wytwory nowoczesnych technologii mieszczą się we współczesnych wnętrzach, to trzeba szukać dla obrazów nowych miejsc i zastosowań. Wieszaleń już swoje obrazki w łazience i ubikacji, w przejściu, nad kasą, nisko lub wysoko, wszędzie tam, gdzie spełniały swoją funkcję. Chciałem, żeby na obraz się wpadało, natykało, żeby on zaczepiał i prowokował człowieka do wymiany myśli. [...] Konceptualizm pozwolił mi zastanowić się nad funkcją obrazu, kształtem płótna i miejscem jego lokowania”<sup>191</sup>.

Forma, którą wybrał malarz, implikuje intymny kontakt intelektualny między autorem a odbiorcą. Relację tę można przyrównać do tej, która pojawia się podczas percepcji plakatu. Wiele osób przyrównuje obrazy Susida do tej formy, czemu trudno się dziwić skoro narracje budują plastycznie ujęte słowa, a najprostsze znaki plastyczne należy czytać jak symbole. Ale sam artysta znacząco oddziela swoje działania od plakatów. Argumentuje to, podobnie jak Fuss, ponadczasowością wizualną obrazu<sup>192</sup>, choć jednocześnie wyróżnia dokumentacyjną funkcję swojego malarstwa<sup>193</sup>. Relacjonuje świat, który go otacza i wybiera formę bliską temu otoczeniu, chociaż odbija ją w krzywym zwierciadle. Agnieszka Morawińska pisze o zdaniach namalowanych przez Susida następująco:

„to jego wiedza o świecie i znajomość rzeczy, wyrażana z cierpkim uśmiechem, w poczuciu absurdu i nieprzystawalności języka do treści. Aforyzmy artysty kwestionują kalki i klisze, jakimi posługuje się reklama, popularne widowisko, czy prasa. Wszystkie te białania, przewidywania, ubolewania i wyrazy satysfakcji znajdują w artyście przewrotnego kolekcjonera i komentatora”<sup>194</sup>.

---

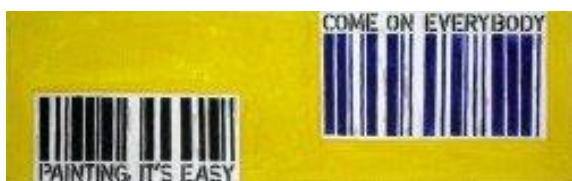
<sup>191</sup> Paweł Susid, *Malowanie słów*, rozm. Zofia Kernereder, Anna Sulich-Liga, „MOCAK Forum” 3/2012, s. 39.

<sup>192</sup> Paweł Susid, *Susid: boję się tych swoich obrazów...*

<sup>193</sup> Tamże.

<sup>194</sup> Agnieszka Morawińska, *Obrazy w szkole i w domu*, Zachęta, Warszawa 2006, s. 5.

Artysta przetwarza plastycznie logowizualne wytwory mediów<sup>195</sup>. W formie, w której widać dziedzictwo awangardy europejskiej, a więc historię sztuki, wkłada treść współczesną, nierzadko komentując przy tym dominację obrazów komercyjnych nad artystycznymi. Przyjmują one postać promocji malarstwa, to znaczy Susid „przepuszcza” zewnętrzny świat mediów przez prasę sztuki i otrzymuje tautologiczne obrazy na płótnach pokazywane wewnątrz galerii. Za pośrednictwem wizualnego języka mediów tworzy niejako rewizję historii sztuki, komentuje jej współczesną kondycję. Sztuka, jej historia i wytwory, jest postrzegana jako część całości produktów wizualnych.



Ilustracja 56: Paweł Susid, *Malowanie jest łatwe – dalej wszyscy*, 2006



Ilustracja 57: Paweł Susid, *czasem aż się boję koledzy, że na obrazy z telewizorem nie wygramy*, 2000



Ilustracja 58: Paweł Susid, *obrazy z przeglądu malarstwa w Pracowni Otwartej*, 2003

Poetyka, którą wypracował artysta, ma przede wszystkim przemawiać do odbiorcy, dlatego musi być czytelna. Susid przyznał, że kiedy był młody „sztuka zaczynała się robić trudna”, a jemu od początku zależało na współpracy z widzem, więc aby mu to ułatwić zaczął pisać na płótnach, często nawet kokietując przeciętnego odbiorcę<sup>196</sup>. Nie chce tworzyć hermetycznej sztuki zamkniętej w muzeach. Inspiruje się otoczeniem i oczekuje nawiązania pewnej relacji z osobami, które je tworzą. O ile kiedyś napisy na płótnie pojawiały się na obrazach, aby „przyszpilić” treść, w tym przypadku są równoważne albo wręcz tożsame z formą<sup>197</sup>. Susid wybrał technikę szablonu, aby przekaz jego obrazów był bardziej „obiektywny” i czytelny – dosłownie i w przenośni<sup>198</sup>. Artysta udowadnia w ten sposób, że odbiorcy są dla niego najważniejsi, pomaga im „pokonać” nowoczesność malarstwa, wkładając w nie aktualne treści. „Są to prace dla kogoś, kto jeszcze o czymś nie wie”<sup>199</sup>. Nie oznacza to jednak, że pozbawia swoje dzieła intelektualnego potencjału, wręcz przeciwnie. Lapidarność jego prac jest perfekcyjna. Sam

<sup>195</sup> Artysta zajmuje się także zawodowo projektowaniem reklam.

<sup>196</sup> Paweł Susid, *Malowanie słów...*, s.35.

<sup>197</sup> Agnieszka Morawińska, *Wstęp*, [w:] *Paweł Susid. Obrazy w szkole i w domu*, red. Pieńkos Joanna, Zachęta, Warszawa 2006, s. 5.

<sup>198</sup> Łukasz Gorzyca, *Paweł Susid*, [w:] *Nowe zjawiska w sztuce...*

<sup>199</sup> Paweł Susid, *Teksty*, susid.art.pl.

artysta stwierdził, że uzyskanie takiego efektu jest na tyle trudne, że uczyniło go w pewnym sensie analfabetą, gdyż przez przywiązywanie ogromnej wagi do każdego słowa, trudno mu napisać zdanie, które nie wyda mu się przewrotne<sup>200</sup>.

„Lekko przekręcone prawdy życiowe”<sup>201</sup> Susida są językowo bliskie absurdalności zdań napowietrznych Grzyba. Znaczącą różnicą jest jednak ich wizualne przedstawienie. O ile dla twórcy absurdalnego haiku najważniejsze są słowa, więc forma służy tylko podkreśleniu ich czytelności, o tyle dla Susida to malarskość jest najważniejsza. Artysta wychodzi od problemu, który chce skomentować, od myśli, zdania, które układa mu się w głowie, ale to sposób, w jaki przekaże go odbiorcom jest dla niego kluczowy. Kolejne litery tworzą idealną całość z plamami barwnymi, działają na granicy znaku i ideogramu.

Sens powstałych obrazosłów<sup>202</sup> można przyrównać do angielskiej kategorii *wit*. Jest to trudno przetłumaczalny na język polski wyraz, ponieważ translacja pozbawia go ogromnego potencjału semantycznego. Określa on to, co kolokwialnie nazywa się „byciem w punkt”. Jest to zdolność do inteligentnej, często humorystycznej, gry słownej, ale także koncept, spryt, trafność<sup>203</sup> – wszystko to, co znajdujemy w połączeniu formy i treści u Susida. Dlatego też zdania na obrazach są prawie zawsze pisane w języku polskim – w obrębie języka ojczystego panuje największa swoboda twórcza, jest to także język adresatów tych wypowiedzi<sup>204</sup>.

Na zdania nie swojego autorstwa, które artysta chciał namalować i ale nie chciał szukać komplementarnego konceptu plastycznego, wymyślił sposób – alfabet barwny. Jest to paleta barw dopasowana do sensu słów, w której każdej literze odpowiada inny odcień. Nie da się ukryć, że jest to metoda niejako pozbawiona tego, co w jego twórczości wydawało się najcenniejsze, czyli właśnie symbiozy czy jedności logowizualnej. Ale dla artysty jest to rodzaj gry, której efekt końcowy jest niespodzianką. Pozwala mu ona przyjrzeć się tym słowom z pewnego dystansu<sup>205</sup>.

---

<sup>200</sup> Lechosław Olszewski, *Linokoczek, czyli artysta i ironia*, [w:] *Paweł Susid. Obrazy w szkole...*, s. 21.

<sup>201</sup> Bojarska Katarzyna, *Paweł Susid – artysta nieszablonowy*, obieg.pl.

<sup>202</sup> Artysta wybiera obrazosłowo zamiast słowoobrazów, zaproponowanych przez Justynę Kowalską, podkreślając przyjętą przez siebie hierarchię. Paweł Susid, *Słowoobraz*, rozm. Justyna Kowalska, obieg.pl.

<sup>203</sup> Zob. Bojarska Katarzyna, *Paweł Susid...* oraz *Dictionary of contemporary English*, red. Summers Della, Longman, London 2003.

<sup>204</sup> Zagraniczne, wystawy Susida także są dobrze odbierane, choć na pewno część sensów gubi się w tłumaczeniu. Zob. Paweł Susid, *Słowoobraz...*

<sup>205</sup> Można odnaleźć w tej technice nawiązanie do projektowania reklam – drugiej profesji Susida, gdzie treść wizualna także jest budowana na podstawie tak zwanej psychologii kolorów<sup>205</sup>, a nawet czasem na marginesie podaje się wykorzystaną paletę barw. Zob. Timothy Samara, *Kroje i kolory pisma*, tłum. Urszula Kowalczyk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.



Ilustracja 59: Paweł Susid, *rzeczy już w sztuce wykonane do 1990 w %*, 1990



Ilustracja 60: Paweł Susid, *rzeczy w sztukach zrobione do 2004 w %*, 2004



Ilustracja 61: Paweł Susid, *rzeczy w sztukach zrobione do 2006 w %*, 2006

Poszukiwania kompozycyjne widać także w powtarzalności niektórych prac. Jedna z nich wprost informuje o tym, że autor maluje kilka razy ten sam obraz, kiedy mu się podoba<sup>206</sup>. Szablonowe<sup>207</sup> pismo potwierdza to, że dla tego twórcy w malarstwie liczy się przekaz, a nie rzemiosło. Artysta unika pisania pędzlem, bo sam kształt liter jest mało istotny<sup>208</sup>. Trudno jednak mówić o typowych cechach szablonu przy pracach tego artysty. Jak zauważa Katarzyna Bojarska „oto to, co skłonni bylibyśmy uznać za najbardziej odindywidualizowane, uschematyzowane, ustandaryzowane, pozbawione charakteru pisma artysty [...] staje się wyrazem artystycznego idiomu Susida”<sup>209</sup>. Choć to anonimowości tej techniki miała dla twórcy potencjał, to właściwie od początku zaczęła funkcjonować jako gest malarski, zadanie kompozycyjne<sup>210</sup>.

<sup>206</sup> Zob. Paweł Susid, *Malowanie słów...*, s.39.

<sup>207</sup> Szablon, który jest cechą dystynktywną tego artysty, pojawił się w jego życiu przypadkowo. Zob. Paweł Susid, *Malowanie słów...*, s.39.

<sup>208</sup> Gorczyca tę technikę tłumaczy także jako przejaw kontrkultury, uważanej za jedyny twórczy obszar kultury. Łukasz Gorczyca, *Malarstwo jako myślenie o świecie i życiu (nie tylko swoim)*, [w:] Paweł Susid. *Obrazy w szkole...*, s.11.

<sup>209</sup> Katarzyna Bojarska, *Paweł Susid – artysta niesablonowy...*

<sup>210</sup> Tamże.



Ilustracja 62: Paweł Susid, *niektóre dawne formy do ciastek*, 1990



Ilustracja 63: Paweł Susid, *stażewski i strzebiński mylą mi się*, 1986

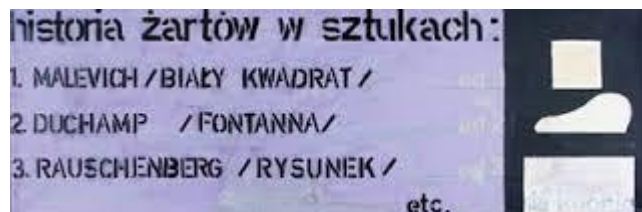


Ilustracja 64: Okładka czasopisma „Midrasz” z obrazem Pawła Susida, *Welniane, bawelniane, jedwabne*, 2001

Paweł Susid przetwarza cechy logowizualne miasta w materię plastyczną, by poruszać tematy społeczne związane z bieżącymi wydarzeniami oraz kondycją sztuki w powszechnej świadomości. Delikatne kwestie potrafi sprowadzić do banałów, wykorzystując np. homonimy znaków i słów. Nie jest to przejaw braku szacunku, lecz właśnie *wit*. Obraz mówi wszystko i jakikolwiek komentarz tak naprawdę może go jedynie zakłócić, zepsuć. Opisywanie obrazów Susida niszczy ideał lapidarności, do którego doszedł twórca.



Ilustracja 65: Paweł Susid, *Niszczenie płótna*, 2000



Ilustracja 66: Paweł Susid, *Historia żartów w sztukach*, 2000



Ilustracja 67: Paweł Susid, *Każde malowanie niemal przyjmie*, 2000

Ciekawie w swoich pracach opowiada on także o sztuce. W swoich wypowiedziach wychodzi poza dyskurs galeryjny, w tym sensie, że niejako wypowiada się w imieniu tak zwanego przeciętnego odbiorcy i z nim chce prowadzić dialog. Jednocześnie puszcza oko do wszystkich znawców sztuki. Jego ironiczne obrazy wprost mówią o tym, o czym „nie wypada”. Artysta gra na skojarzeniach i kontekstach, by wywołać u widzów, choćby i wewnętrzną, dyskusję na temat statusu sztuki we współczesnym mieście, zapytać o jej miejsce i rzeczywistych odbiorców. Zwraca uwagę na dysproporcję między rzemiosłem i artystyzmem.

Krytycy często piszą o tym, że twórczość Susida ma duży wpływ na wielu młodych artystów. Zainteresowanie podobnymi tematami są widoczne m.in. u Rafała Bujnowskiego, jednego z założycieli grupy Ładnie<sup>211</sup>. Sam artysta nie poczuwa się do roli ojca „współczesnej klasyki polskiej”, ale echa jego poetyki i refleksji na temat kondycji sztuki są widoczne u wielu twórców.

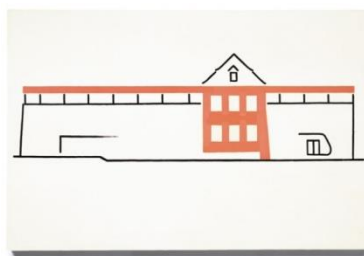
### 3. Miasto z obrazów słów

#### Rozmowa z miastem. Koegzystencja logowizualności i sztuki w twórczości Rafała Bujnowskiego

Zanim firma AMS zainaugurowała Galerię Zewnętrzną obrazem Susida, była mecenasem pierwszej inicjatywy tego typu, Galerii Otwartej (otwartej bez przerwy lub raczej nigdy nie zamkniętej, bo nie ograniczonej czterema ścianami) prowadzonej przez Bujnowskiego. Wystawy odbywały się na dwóch (do czterech) billboardach w Krakowie<sup>212</sup>. Koncepcja kuratora odpowiadała założeniom Susida: celem była komunikacja między artystami i odbiorcami obrazów, włączenie tych drugich do procesu tworzenia poprzez umożliwienie interakcji.



Ilustracja 68: Rafał Bujnowski, Renowacja historycznej fasady Bunkra Sztuki w Krakowie, 2001



Ilustracja 69: Rafał Bujnowski, obraz z cyklu *Malowanie, odnawianie*, 2001



Ilustracja 70: Rafał Bujnowski, obrazy z cyklu *Malowanie, odnawianie*, 2001

Działania artysty w ramach *Galerii Otwartej* były nastawione na polemikę między sztuką prezentowaną wewnątrz galerii a reklamą składającą się na logowizualność przestrzeni miejskiej. Główna różnica między opisywaną wcześniej *Galerią Zewnętrzną* a jej pierwowzorem, *Galerią Otwartą*, polegała na tym, że ta druga prezentowała

<sup>211</sup> Zob. Ewa Małgorzata Tatar, Magdalena Dągowska, Dominik Kuryłek, *Krótką historia grupy Ładnie*, Korporacja Ha!art, Kraków 2008.

<sup>212</sup> Ul. Dietla, ul. Królewska.



oryginały. Prace zawsze były wykonywane ręcznie, były autentyczne tak jak bilbordy Grzyba. Wybrane medium implikowało refleksję na temat obecności i przydatności sztuki. Stała ona w opozycji do plakatów marketingowych. Powtórzono zostało pytanie o rolę sztuki współczesnej w świecie konsumpcjonizmu, o rynek sztuki<sup>213</sup>. Artysta chciał sprawdzić „na ile sztuka jest nam jeszcze potrzebna lub niepotrzebna”<sup>214</sup>. Stworzył projekt *Malowanie, odnawianie*<sup>215</sup>, który łączył dualizm zawodu malarza i samego czasownika „malować”. Z jednej strony, zadał pytanie o to, kiedy płaszczyzna pokryta farbą zaczyna nosić miano sztuki? Z drugiej zaś, chciał pokazać społeczną użyteczność sztuki i artysty. Jego projekt przekroczył granice sztuki konceptualnej, artysta zrealizował go w rzeczywistości zgodnie z regulaminami (m.in. musiał dostać pozwolenie pracy na wysokości, umowę o dzieło). „Przy okazji” odnawiania fasad budynków CSW Inner Spaces (Poznań), Bunkra Sztuki (Kraków) i Galerii Arsenał (Biały Stok) powstawały obrazy olejne na płótnie, które pełniły rolę tabliczek informacyjnych obecnych na budowach oraz dokumentowały i prezentowały detale architektoniczne. To one stały się później materiałem pokazywanym na wystawach w galeriach. Artysta za zgodą władz podjął się pracy na zewnętrznych ścianach budynku, a jednak o jego pracy nie mówi się w kategoriach *street artu*, tego działania nie nazywa się murałem. A może to błąd? Według definicji z *Małego słownika terminów plastycznych* mural to dekoracyjne malarstwo ścienne, często zaangażowane społecznie, dydaktyczne, posługujące się alegorią, ekspresyjnie<sup>216</sup>. Projekt Bujnowskiego spełnia założenia malowidła ściennego – służy estetyzacji, ma tytuł i sygnaturę. Powstał w czasach, w których jednolicie zamalowane płótna są uznawane za obrazy. Maria Anna Potocka konstatuje:

„Poprawne, płaskie położenie farby na wydzielonej ścianie budynku (poza dobraniem koloru) pozbawione jest właściwości konstytuujących malarstwo, ale można wokół niego stworzyć sytuację malarską: artysta osobiście kładzie farbę. Nie ma znaczenia, że ślad jego ręki w żaden sposób się nie ujawnia, chodzi o sakralizację aktu. Poza tym wszelkie informacje dotyczące odnawiania fasady są obrazami malowanymi na płótnie [...]. I w końcu fasada zostaje zatytułowana i sygnowana przez artystę. Rytuały malarskie zostały uszanowane, a «prawdziwe» obrazy olejne na płótnie sprowadzono do roli

---

<sup>213</sup> Zob. Paweł Możdżyński, *Dlaczego nie rozumiemy sztuki współczesnej?*, gazeta.pl.

<sup>214</sup> Raster.art.pl.

<sup>215</sup> Zob. Rafał Bujnowski, *Malen / Painting / Malowanie*, red. Anna Smolak, Bunkier Sztuki, Kraków 2005.

<sup>216</sup> Krystyna Zwolińska, Zaslav Malicki, *Mały słownik terminów plastycznych*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1990.

notatki, planszy, hasła. Zupełnie jakby artysta umiał się wypowiadać tylko przy pomocy namalowanego obrazu<sup>217</sup>.

Ten sam projekt był zarazem konceptualny, pozostawał w sferze idei, jak i bardzo przyziemny, wręcz oderwany od sztuki. Obraz olejny, który na zewnątrz galerii pełnił praktyczną funkcję, wewnątrz był obiektem udającym *ready-made*, pełnił „niepraktyczną”<sup>218</sup> funkcję dzieła sztuki. Bujnowski grając na dychotomii rzeczywistości i sztuki, stworzył realizm absurda. Jego obrazy udawały rzeczywiste przedmioty<sup>219</sup>, zacierała się granica między dziełem a rzeczą.

Bujnowski poddał refleksji także homonim słowa „sztuka”, który łączy wzajemnie wykluczające się kategorie konsumpcjonizmu i sztuki. Malarz spostrzegł, że wyraz ten często występuje na reklamach w parze z ceną za towar, informując o ilości dóbr sprzedawanych za podaną wartość materialną<sup>220</sup>. Stworzył sytuację odwrotną niż dotychczas, to znaczy najpierw malował obrazy na planszach reklamowych, a teraz na planszach malarskich tworzy reklamy. Płótno służy do informowania o ofercie, podaje cenę za sztukę.



Ilustracja 71: Rafał Bujnowski, obraz z serii *Artykuły spożywczo-przemysłowe*, 2000



Ilustracja 72: Rafał Bujnowski, *Window Gallery* pokaz prac *Cheap Art from Poland* podczas wymiany studenckiej w St. Martin School of Art w Londynie, 2000



Ilustracja 73: Rafał Bujnowski, *Grafika gratis*, Galeria Otwarta

<sup>217</sup> Maria Anna Potocka, *Malarstwo nie jest już tym, czym było*, [w:] Rafał Bujnowski. *Malen / Painting / Malowanie*, red. Anna Smolak, Bunkier Sztuki, Kraków 2005, s. 121.

<sup>218</sup> „W powszechnym przekonaniu współczesna sztuka traktowana jest jako bezużyteczna, nie przynosząca komukolwiek (...) jakichkolwiek korzyści, a jednocześnie uprawiana przy pomocy publicznych pieniędzy”. *Sztuka w mieście. Zewnętrzna galeria AMS 1998 – 2002*, red. Marek Krajewski, AMS SA, Toruń 2003, s. 124.

<sup>219</sup> Jest to częsty zabieg artysty, odtwarzał także zwykłe przedmioty, takie jak cegła czy kasetta (*Obrazy – przedmioty*, 1999-2002) i bryły budynków (*Graboszyce*, 2002), przenosił także na płótno obrazy, które „powstawały same” (*Plamy*, 2003; *Podłogi*, 2004; *Ślady po obrazach*, 2005). Granica świata sztuki i rzeczywistości była wielokrotnie przekraczana przez Bujnowskiego, na uwagę zasługuje także projekt *Obraz matki Whistlera*, 2002.

<sup>220</sup> Zob. Marcin Krasny, *Tania sztuka, czy tanie sztuczki*, obieg.pl.

Idąc dalej tym tropem artysta neguje jedno z podstawowych założeń sztuki: oryginalność, niepowtarzalność, wyjątkowość<sup>221</sup>. Tworzy wiele egzemplarzy danego dzieła. Po raz kolejny zestawia i miesza ze sobą realny świat konsumpcyjny z regułami artystycznymi. Sprzedaje sztukę na sztuki, stosuje nawet chwyt marketingowe.

Bujnowski tworzy sztukę tam, gdzie jej nie ma<sup>222</sup>. Buduje jej definicję poprzez wskazanie tego, co nie jest sztuką i na tym polega jego strategia artystyczna<sup>223</sup>. Jego obrazy są konsekwentnym zaprzeczeniem ontologii obrazów. Potocka zabieg ten interpretuje następująco:

„Dla sztuki istotne jest, aby obraz był czymś więcej, czymś mniej i czymś «inaczej» niż rzeczywistość. A przy tym – paradoksalnie – ważne jest, by malarstwo ciągle ocierało się o naiwną intencję kopiowania rzeczywistości. To przeznaczenie wisi na nim jak cnota, która domaga się naruszeń, która zaprasza do perwersji, otwarta na różne formy gwałtu. I od tego miejsca zaczyna się malarstwo jako sztuka. [...] Gwałt nie daje drugiej stronie szans na pokazanie wartości. Do dzisiejszych klimatów zdecydowanie lepiej pasuje słowo «podstęp». [...] pozwala [on – BP] ofierze na uruchomienie inteligencji. Tym samym oferuje bardziej wyrafinowanego partnera”<sup>224</sup>.

Bujnowski dokonuje wiwisekcji malarstwa, a jest to możliwe tylko dzięki świadomości malarskiej, doskonałej znajomości historii sztuki i szacunku do niej. „[Bujnowski – BP] musi wyczuwać odnogi refleksyjne, które dotychczas się nie wykształciły, ale mieszczą się w zapisie genetycznym malarstwa, bo tutaj jest miejsce na jego obrazy<sup>225</sup>” – zauważa Potocka. Artysta maksymalnie komplikuje koncept i minimalnie komplikuje malarstwo<sup>226</sup>. Za komentarz do historii sztuki i wspomianej wcześniej definicji Albertiego można uznać powracający motyw okna. Pojawia się on właściwie od początku kariery artysty, ewoluuje do wielu form i odnosi się do różnych tendencji artystycznych.

---

<sup>221</sup> Zob. Rafał Bujnowski, cykl *Obrazy do mieszkania*; projekt *Grafika gratis*.

<sup>222</sup> Zob. także Rafał Bujnowski, cykl *Nieudane prace*, 2005-2007.

<sup>223</sup> Maria Anna Potocka, *Malarstwo...* oraz Tejże, *Rafał Bujnowski* [w:] *Nowe zjawiska w sztuce polskiej po 2000...*

<sup>224</sup> Maria Anna Potocka, *Malarstwo nie jest już tym, czym było*, [w:] *Rafał Bujnowski. Malen / Painting / Malowanie*, red. Anna Smolak, Bunkier Sztuki, Kraków 2005, s.117. Cd. cytatu: „W sztuce dawnej te gwałty, czy też wykroczenia, niekoniecznie były świadome, często wynikały z intuicyjnej dyskusji z aktualnym stanem malarstwa. Czasami były efektem nieposkromienia gestu lub bulgotu refleksji”.

<sup>225</sup> *Nowe zjawiska w sztuce...*, s. 68.

<sup>226</sup> Tamże.



Ilustracja 74: Rafał Bujnowski, Galeria Otwarta (1998-2002)



Ilustracja 75: Rafał Bujnowski, Galeria Zewnętrzna AMS, 2001



Ilustracja 76: Rafał Bujnowski, *Okno*, 2001 (cykl 2001-2005)



Ilustracja 77: Rafał Bujnowski, *Witraż*, 2011 (cykl 2007-2014)

Okno towarzyszy Bujnowskiemu od początku kariery i niejako patronuje jego kolejnym cyklom. Począwszy od witryny sklepowo-wystawienniczej w Londynie aż do najnowszych witraży, będących działaniem plastycznym na prawdziwych oknach galerii<sup>227</sup>. Znow jest to działanie dosłownie na granicy miasta, czyli przestrzeni otwartej i przestrzeni zamkniętej, galerii. Dzieło artysty dosłownie oddziela wewnątrz od zewnątrz, można je także oglądać z obu stron. Spękania, będące tematem witraży, można odebrać jako metaforę percepcji sztuki w mieście: logowizualność miasta oglądana z wnętrza galerii ulega zniekształceniu, a więc pryzmat sztuki nie jest dosłownym medium miasta. I odwrotnie: na sztukę oglądaną w przestrzeni miejskiej ma wpływ otoczenie, które także może ją zniekształcić (sztuka, niezamknięta w „rezerwacie”, współżyje z otoczeniem, więc może zostać zmieniona na przykład przez warunki atmosferyczne czy ludzi), pozbawić kształtu nadanego przez autora.

Artysta za każdym razem inaczej przetwarza twórczo motyw okna, a pojawia się on często. Nieraz pozostawia je w domyśle, jak w cyklu *Ślady po obrazach*, gdzie okno jest niejako sprawcą tytułowych śladów, choć samo nie występuje. Przez nie wpadało światło słoneczne, które zmieniło kolor ścian tak, że ciemniejsze są miejsca, w których wisiły niegdyś obrazy. Kiedy indziej jest tematem przedstawienia, jak na billboardach, na których artysta utożsamiał je z obrazem plastycznym, a innym razem tłem, jak w serii *Firanki*. Bujnowski konstruował także okna z blejtramów w ramach cyklu *Obrazy – przedmioty* (1999-2002). Taki przedmiot powieszony na ścianie uzmysławia, że okno powinno być transparentnym medium. Obraz udający okno, zamyka przestrzeń. Bujnowski, łącząc blejtramy w trójwymiarowe obrazy-przedmioty niejako odwrócił to, do

<sup>227</sup> Gdańska Galeria Miejska, wystawa Rafała Bujnowskiego i Oskara Dawickiego, *Pies pijaka*, 24.01 - 02.03.2014.

czego dążono w poprzednich wiekach, kiedy celem malarstwa było przeniesienie wielowymiarowego świata na dwuwymiarową płaszczyznę płótna.

Bujnowski tworzył nie tylko obrazy udające przedmioty, lecz także wprowadzał swoje dzieła-zwykle przedmioty w obieg. Początkowo *Galeria Otwarta* była miejscem, które poza prezentowaniem młodych talentów, komentowało rzeczywistość. Podobnie do działalności Fussa, bilbordy były reakcją na bieżące wydarzenia, ale nie traktowały ich aż tak poważnie. Forma implikowała treść, więc traktowały o związku sztuki z komercją. Z czasem Bujnowski zaczął traktować to medium dosłownie i tworzył reklamy dóbr konsumpcyjnych – „[ich – BP] pozbawione oryginału wizerunki [...] odzwierciedlały ich współczesny status [...]”<sup>228</sup>. Wczesne grafiki malarza były etykietami i opakowaniami produktów codziennego użytku. Artysta sprowadził dzieło sztuki do najniższej rangi, stało się jedynie warstwą ochronną dla innego obiektu. W ten sposób określił status obiektów artystycznych jako instrumentów do promowania towarów<sup>229</sup>. Marek Krajewski zauważa, że:

„oddziałują [one – BP] o tyle, o ile da się je przekształcić w znaki promujące dobra konsumpcyjne, wykorzystać ich styl, formę w projektowaniu nowych przedmiotów, o ile [...] dostarczą nowych, ekscentrycznych różnic przyciągających uwagę konsumentów. [...] Bujnowskiego nie interesuje więc krytykowanie sztuki jako praktyki uwikłanej w relacje towarowe, ale raczej wskazywanie na niejednoznaczność tego faktu. [...] To, co dla radykalnych krytyków współczesnej kultury oznaczało śmierć sztuki, dla Bujnowskiego jest możliwością, która się przed nim otwiera”<sup>230</sup>.

Malarz poszedł w swoich artystycznych rozważaniach jeszcze dalej - namalował reklamy przedmiotów, które sam wyprodukował i udostępnił w lokalnej sprzedaży.

---

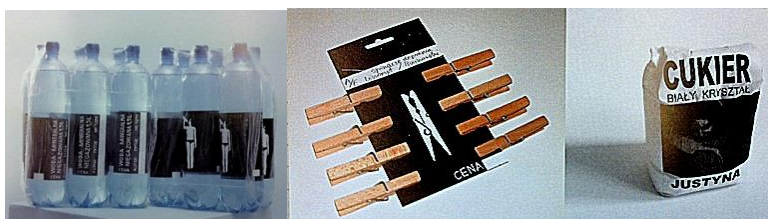
<sup>228</sup> Marek Krajewski, *W kierunku meta przedmiotów. O pracach Bujnowskiego tendencyjnie i wybiórczo* [w:] *Rafał Bujnowski. Malen / Painting / Malowanie...*, s.143.

<sup>229</sup> Tamże.

<sup>230</sup> Tamże, s. 145.

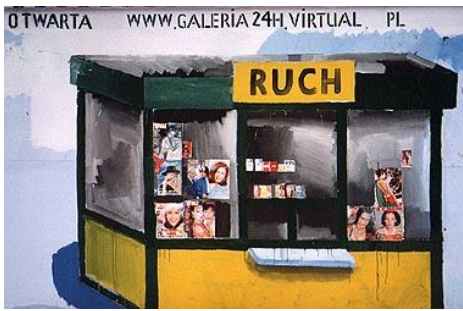


Ilustracja 78: Rafał Bujnowski, Galeria Potocka, Kraków 2000



Ilustracja 79: Rafał Bujnowski, cykl *Artykuły spożywczo-przemysłowe*, 2000

Projekt dotyczący koszulek z napisem „nie interesuję się sztuką” przekroczył niewidzialną granicę sztuki i rzeczywistości. Obraz na billboardzie przedstawiał reklamę ubrań. Prezentowane *t-shirty* zostały stworzone przez artystę i można było je kupić w pobliskim kiosku Ruchu. Cena była adekwatna do jakości tworzywa i miejsca sprzedaży (znacznie różniła się od cen ubrań, kreowanych przez artystów mody, uważanych za sztukę). Artysta znów przeplatał ze sobą antagonistyczne światy sztuki i konsumpcjonizmu, idei i pragmatyzmu. Twórczość zainspirowana logowizualną sferą miasta dosłownie się z nią przenika.



Ilustracja 80: Rafał Bujnowski, Galeria Otwarta



Ilustracja 81: Rafał Bujnowski, Galeria Otwarta



Ilustracja 82: Rafał Bujnowski w t-shirt'cie „Nie interesuję się sztuką”

Sam fakt wyrażania siebie poprzez napisy na ubraniach można uznać za paralełę względem pojawienia się napisów na płótnie. Ubranie zawsze mówiło o jego właścicielu, najpierw bardziej o statusie społecznym, później o poglądach. O ile niedawno do odczytania informacji zawartej w stroju trzeba było znać pewien kod, szyfr subkultur, o tyle w XXI wieku garderoba „mówi sama” bardziej egalitarnym kodem. Główną ozdobą stały się napisy, które także tworzą logowizualność miasta. Podobnie jak w sztuce, litery na ubraniach nie zawsze dają bezpośredni przekaz. Ich treść dookreśla właściciela, który nosząc dany napis stawia się w pewnej relacji do niego. Zgadza się na reprezentację, ironizuje, zaczepia, prowokuje, a nawet jeśli traktuje litery jedynie jako ornament, to osoba, która będzie wstanie je odczytać stworzy tę relację.

Ważne są także czcionki – producenci ubrań umieszczają na swoich wyrobach napisy wizualnie kojarzące się jednoznacznie z jakimś produktem, wykorzystane w innym kontekście mają konotacje zarówno językowe, jak i wizualne: np. biały napis „compot” na czerwonym tle napisany czcionką Coca-coli (firma chrum.com). Tradycyjny, polski napój (*signife*), który „udaje” amerykański produkt (*sigmifiant*), będący jednocześnie symbolem zachodu i świata konsumpcjonizmu w opozycji do domowego dodatku do obiadu bliskiego czasom PRL. Wprowadzony dysonans buduje nowe znaczenia oraz ukazuje to, że logo firm jest bardziej odbierane na poziomie przekazu wizualnego niż czytany w sensie dosłownym. Jest to przypadek, w którym czcionki w zestawieniu z odpowiednią kolorystyką odbieramy jako obrazy, które implikują zakodowane w nich treści, a słowa i ich znaczenia wydają się drugorzędne.

## Cytat z miasta. Kamuflowanie sztuki w logowizualności przez Wojciecha Gilewicza

Sztuka XXI wieku jest przede wszystkim kontekstowa, dlatego artyści często sami decydują o sposobie ekspozycji, który ma wpłynąć na odbiór zgodny z ich założeniem (*site-specific art*). O ile przedmioty prezentowane wewnątrz, czyli w galeriach i muzeach, otrzymują status sztuki *a priori*, z racji miejsca ekspozycji, o tyle te na zewnątrz dostają go w zależności od odbiorcy. Sztuka staje się w momencie obcowania ze świadomym widzem i wtapia w przestrzeń, kiedy jest niezauważana.



Ilustracja 83: Wojciech Gilewicz, obraz i pierwowzór



Ilustracja 84: Wojciech Gilewicz, obraz we Wrocławiu



Ilustracja 85: Wojciech Gilewicz wystawia swój obraz

Niektórzy artyści sami kamuflują swoje prace, tak że stają się integralną częścią miasta. Taką strategię przyjął Wojciech Gilewicz, opiera się ona na iluzoryczności. Artysta z precyzją cytuje detale krajobrazu, najczęściej tradycyjną metodą pokrywa blejtram farbą olejną. Swoje prace Gilewicz wystawia w „niewidzialnej galerii”, to znaczy zastępuje lub zasłania pierwowzory płótnami, które stają się atrapami rzeczywistości.

Lubelski projekt z 2000 roku był jednym z pierwszych, który wykorzystywał to założenie. Artysta na dwa tygodnie ustawił w parku płótno i malował na nim dokładnie to, co zakrywało. Aby osiągnąć efekt zlewania się dzieła z otoczeniem, codziennie przemalowywał je, by odzwierciedlało warunki atmosferyczne<sup>231</sup>. Odwrotna sytuacja miała miejsce, kiedy Gilewicz dublował rzeczywistość, malując hiperrealistyczne obrazy umieszczane w miejscu ich pierwowzorów. Jego malowidła są obrazami fotografii<sup>232</sup>, a nie rzeczywistości. Artysta zwraca uwagę na różnicę w widzeniu oka i soczewki aparatu. Wzrok soczewki ludzkiej nie jest idealny, nie może uchwycić wszystkich szczegółów,

<sup>231</sup> Działalność tę można porównać z twórczością impresjonistów, którzy malowali jeden obiekt na wielu płótnach w różnych porach dnia.

<sup>232</sup> Fotografia jest drugim, równoległym narzędziem artysty.



w odróżnieniu od zdjęcia. Dzięki hiperrealistycznym malunkom doświadczamy czegoś, co Jean Baudrillard nazwał *simulacurum*<sup>233</sup>, czyli przedmiot naśladowany jest bardziej realny od naśladowanego. Tym, co odróżnia obraz fotograficzny od jego olejnego sobowtóra, jest czas potrzebny do utrwalenia rzeczywistości. Fotografia powstaje w chwili, na namalowanie jej obrazu potrzeba czasu, w którym rzeczywistość na niej przedstawiona może ulec zmianie. Artysta przekonał się o tym, kiedy kopiował fragment nowojorskiego graffiti. Podczas procesu powstawania obrazów ich pierwowzór zniszczono, to znaczy wyczyszczono ścianę. Wówczas artysta zdecydował się „przywrócić” je, zastępując czysty mur obrazami graffiti, które na nim było.

Strategią artysty było zasłanianie pierwowzorów płótnami, tak by wtapiały się w przestrzeń, jednocześnie ją dublując<sup>234</sup>. Były eksploatowane tak, jak ona. To znaczy podlegały warunkom atmosferycznym i mechanicznym. I dopiero działania destrukcyjne demaskowały jego sztukę przed przypadkowym przechodniem (w instytucjach sztuki, w zależności od założenia, pokazywana była dokumentacja procesu powstawania i umieszczania pracy w mieście lub np. były rozdawane mapy z topograficznym układem prac<sup>235</sup>). Artysta komentuje swoje działania następująco:

"Malarstwo wnika w rzeczywistość, podszywa się pod nią. Ale często też otoczenie zmienia obrazy do tego stopnia, że obnaża i demaskuje malarstwo, bo przecież, jeśli obraz udawał płytę chodnikową, a przejechał po nim samochód, to obraz ten już dłużej niczego nie udaje, a jest jedynie połamaną deską z naciągniętym na nią zagruntowanym płótnem pomalowanym olejnymi farbami"<sup>236</sup>.

Miasto u Gilewicza nie jest tylko polem wystawienniczym, dosłownie przenika się z jego twórczością. Jego fizyczność miesza się z fizycznością obrazów. Zbigniew Rybczyński pisał, że „[...] nie o odzwierciedlanie chodzi, [...] ale o powołanie do życia samoistnego bytu obrazowego, będącego integralną częścią składową świata, a nie jego odbiciem”<sup>237</sup>, co dosłownie ukazuje relację prac malarza z miastem. Inaczej jest, kiedy

---

<sup>233</sup> Zob. Jean Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, tłum. Sławomir Królak, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005.

<sup>234</sup> Zob. cykl obrazów Rene Magritte, *La condition*.

<sup>235</sup> Sama demaskacja obrazów jest dla artysty równie ważna, wybiera różne metody odkrywania przed publicznością „prawdy”. Zob. "Wojciech Gilewicz obnaża wobec widza iluzję sztuki. Odkrywa sam proces tworzenia malarskiego pozor. Pokazuje, że nasz odbiór otaczającego świata, jest względny i podlega zawsze jakiejś określonej perspektywie. Artysta buduje perfekcyjną iluzję, w którą wciąga widza, po czym ułudę tę gwałtownie burzy". Ewa Witkowska, cyt. za Karol Sienkiewicz, *Wojciech Gilewicz*, culture.pl.

<sup>236</sup> Karol Sienkiewicz, *Wojciech Gilewicz*...

<sup>237</sup> Zbigniew Rybczyński, *Traktat o obrazie*, Art Station Foundation, Poznań 2009, s.6.

zostają pozbawione swojego kontekstu - *site-specific*. Wtedy hiperrealistyczna sztuka odzwierciedlająca fragmenty miasta w galerii zdaje się być abstrakcją. Udowadnia to, jak ważny jest kontekst, sposób ekspozycji (w tym wypadku jest to anty-ekspozycja: obraz nie jest eksponowany tylko zakamuflowany) oraz różnica między środowiskiem miejskim i galeryjnym, zewnątrzem i wnętrzem. Zdarzało się, że artysta używał tych samych płócien w różnych miastach, obrazy-kameleony dostosowywał tak, by pełniły tę samą funkcję, czytelną w mieście, ale zaszyfrowaną w galerii.

Metafora okna jako obrazu na świat, u Gilewicza jest odwrócona<sup>238</sup>: okno-obraz nie otwiera się na świat, lecz go ogranicza. Artysta poprzez dublowanie fragmentów rzeczywistości, niejako ją tym gestem domyka. Metafora Albertiego wskazuje na pewną narrację. Okno-obraz jest jej początkiem. Prace Gilewicza, natomiast, zdają się być końcem tej narracji. „Widać je, ale przez nie już nic nie widać”<sup>239</sup>. W symbolicznej ramie wciąż zostaje umieszczony wycinek rzeczywistości, ale zamiast odsłaniać świat, przysłania go. Artysta umieszczając płótna na zewnątrz zmienił perspektywę postrzegania, odwrócił relację, przeniósł ją. Teraz obraz jest otoczony przez rzeczywistość, przysłania ją, a nie ukazuje<sup>240</sup>. Świadczy to o dużym znaczeniu relacji między przestrzeniami, w których „rozgrywa się sztuka”. Sposób ekspozycji wybrany przez Gilewicza wychodzi poza konwencję obrazów olejnych. Po pewnym czasie, w zderzeniu z rzeczywistością, w której zostają osadzone (warunkami atmosferycznymi itp) przestają być obrazami. Bez zachowania odpowiednich środków, poza „rezerwatem”, niszczej. Zmoczone deszczem czy połamane przez ciężar przejeżdżającego samochodu zostają pozbawione kamuflażu, pozostają zepsutym w blejtrame z farbą.

## Podsumowanie

Ekspozycja tradycyjnych obrazów olejnych poza rezerwatem, o którym pisałam, naraża je na zatracenie artyzmu i obnażenie materialności blejtramu. Gilewicz zakłada taki scenariusz. Anihilacja istoty artystycznej jest immanentnym elementem jego twórczości, ale dokonuje jej miasto. Destrukcja jest wpisana w wybrany przez artystę sposób prezentacji. Pozostali malarze w pewnym sensie dostosowują materię twórczą do

---

<sup>238</sup> Zob. Michał Rusinek, *Percepcyjna teoria figur* [w:] Tegoż, *Retoryka obrazu*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2012.

<sup>239</sup> Tamże, s.106.

<sup>240</sup> Zob. teoria Rudolfa Arnheima [w:] Tegoż, *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, tłum. Jolanta Mach, Wydawnictwo Artystyczne, Warszawa 1978, s.232-236.

warunków ekspozycji: wybierają media, których funkcjonalność – jako nośników obrazów – została sprawdzona już wcześniej (w tym przypadku przez grupy marketingowców).

Także ikoniczność napisów zostaje dopasowana do otoczenia. Forma napisu buduje jego treść. Sawicka malowała litery naśladujące druk prasowy. „Zapominała” jednak o znakach diakrytycznych. Uwypukliła pośpiech, osoby „redagujące” treść przeniesioną na obraz. Często szybkie pisanie na klawiaturze komputera eliminuje „ogonki”, bez których tekst pozostaje czytelny. Jednak można sobie na to pozwolić przy wypowiedziach nieoficjalnych, wskazujących na bliską relację odbiorcy i nadawcy, artystka wskazuje natomiast na, jak zakłada, brak odbiorcy<sup>241</sup>.

Inaczej postępuje Grzyb, w którego pracach – paradoksalnie – to treść jest najważniejsza, a więc litery są przede wszystkim wyrazne, forma nie może zakłócać treści. Czcionka przypomina tę maszynową (Courier), ale jest bezszeryfowa. Według przyjętych norm<sup>242</sup> kroje bezszeryfowe lepiej sprawdzają się w dużych formatach, są bardziej czytelne. Dodatkowo jest to czarny napis na białym tle, kontrastujące kolory wyróżniające się z kolorowego tła zwykłych wielkoformatowych reklam. Fuss także tworzy monochromatyczne prace, ale czarne napisy umieszcza na szarym tle. Można je interpretować wielorako, np. jako swoistą tautologię wobec szarej rzeczywistości, którą komentuje. Jego prace z jednej strony zlewają się z szarym otoczeniem, a z drugiej, jako billboardy, wyróżniają się przez brak jaskrawości. Do tworzenia napisów Fuss wykorzystuje standardowy szablon – popularną dla *street artu* technikę, która łączy w sobie maszynowość i humanizm. Dodatkowo popularny szablon pomaga zachować anonimowość, w razie zainteresowania grafologów, ale także uniwersalizuje przekaz, to znaczy wskazuje na to, że mógł go wykonać każdy, a więc artysta, choć wypowiada się w swoim imieniu, podkreśla to, że tę opinię mógł wypowiedzieć także ktoś inny. Podobnie wybrzmiewa szablon u Susida, ale w jego twórczości, w połączeniu z przyjętą przez artystę formą, stał się cechą dystynktywną tego malarza.

Natomiast napisy u Bujnowskiego są najbardziej funkcjonalne, a więc niejednorodne, gdyż ich forma zależy od funkcji, którą mają pełnić. Artysta wprowadza je do sfery logowizualnej, tak, żeby koegzystowały z pozostałymi słowami, „naturalnie”

---

<sup>241</sup> Jadwiga Sawicka, *Zajmowanie się sztuką...*, s. 66.

<sup>242</sup> James Felici, *Kompletny przewodnik po typografii - zasady doskonałego składania tekstu*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2006, s. 72-73.

występującymi w mieście. Czcionka, w zależności od „powierzonego jej zadania”, jest mniej lub bardziej czytelna, malowana ręcznie lub produkowana maszynowo.

Sam aspekt maszynowości przeciwstawionej rzemiosłu także zostaje odzwierciedlony w twórczości wybranych przez mnie artystów. Powtarzalność jest zaprzeczeniem jednego z podstawowych dogmatów sztuki – oryginalności. Jednocześnie motyw ten pozwala „wtopić się” ich sztuce w miasto, gdyż iteracja jest jedną z zasad panujących w aglomeracji. Zatem z jednej strony jest ona w malarstwie funkcjonalna, a z drugiej, jest tematem refleksji o statusie sztuki we współczesnym świecie. Uwe Schneede, zastanawiając się, co pozostało malarstwu po rzekomym „końcu malarstwa”, mówił, że pozostało mu właśnie pytanie o siebie samo oraz refleksja nad własnymi środkami<sup>243</sup>. Postmalarstwo<sup>244</sup> korzysta z pośrednictwa współczesnych mediów, buduje w ten sposób kontekst krytyczny oraz narrację autotematyczną. Wybrani do tej pracy malarze pośrednio i bezpośrednio podejmują temat kondycji sztuk plastycznych i posługują się przy tym słowami na obrazach. W ten sposób niejako potwierdzają „plotkę o końcu malarstwa”, ponieważ obrazy „mówią o sobie słowami”, a nie obrazami. W tym przypadku potwierdza się stwierdzenie Rusinka, że „słowo wygrywa z obrazem, ale to obraz warunkuje istnienie słowa”<sup>245</sup>.

Jednakże pierwsza część pracy zdaje sprawę z tego, że obraz i pismo od zawsze są ze sobą związane. Maria Poprzęcka uważa, że dopiero od pojawienia się Albertiowskich definicji obrazu jako okna, a więc od iluzjonistycznej konwencji przedstawień, współistnienie słowa i obrazu na jednej płaszczyźnie stało się prawdziwym problemem<sup>246</sup>. Nowożytność próbowała się z nim uporać przy pomocy emblematyki, gdyż same inskrypcje nie były dobrze postrzegane. Napisy zaczęły być umieszczane poza ramami dzieła – w tytułach, katalogach czy recenzjach. Barthes podkreśla, że przekaz językowy jest obecny we wszystkich obrazach<sup>247</sup> (w formie tytułu, legendy, *fumetto*, itp). Słowo, nawet pojedyncze, jest potrzebne, by wprowadzić obraz do dyskursu, zauważa Rusinek<sup>248</sup>. Charakterystyczne są osiemnastowieczne nazwy obrazów, streszczające całą ich treść, wraz z dialogami i monologami<sup>249</sup>. Od drugiej połowy XVIII stulecia „głos obrazów”

---

<sup>243</sup> Andrzej Pienkos, *Malarstwo już się nie broni...*, [w:] *Malarstwo polskie XXI wieku*, red. Agnieszka Morawińska, Zachęta Narodowa Galeria Sztuki, Warszawa 2006, s. 21.

<sup>244</sup> Karol Sienkiewicz, *Zatańcz ci, co drżeli*, Karakter, Warszawa – Kraków 2014, s. 354.

<sup>245</sup> Michał Rusinek, *Retoryka obrazu...*, s. 39.

<sup>246</sup> Maria Poprzęcka, *Słowo i obraz* [w:] *Słowo i obraz*, red. Agnieszka Morawińska...

<sup>247</sup> Roland Barthes, *Retoryka obrazu*, tłum. Maria b. Fedowicz [w:] *Ut pictura poesis*, red. Marek Skwara, Seweryna Wysołuch, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2006, s.145.

<sup>248</sup> Michał Rusinek, *Retoryka obrazu...*, s. 53.

<sup>249</sup> W naszych czasach tytuły te funkcjonują w skróconej formie.

przejmuje krytyka artystyczna. Recenzenci nie tylko opisują przedstawienia, lecz także nierzadko wymyślą dialogi dla postaci w nim występujących, które wcześniej zostałyby namalowane. Słowa wróciły na obrazy wraz z nadejściem awangardy. Według mnie nie było to zerwanie z mimetyzmem i iluzorycznością przedstawień, wręcz przeciwnie, napisy na dwudziestowiecznych obrazach były odpowiedzią na masowe obrastanie nimi miast. To forma przedstawienia była eksperymentalna i nowa, a nie samo pojawienie się liter. Były one przeniesione „zza okna” i w tym sensie spełniały założenia Albertiego.

Współcześni artyści polscy, o których pisałam w drugiej części pracy, z jednej strony czerpali właśnie z doświadczeń awangardy, z drugiej zaś z rodzimej tradycji plakatowej. Oba zjawiska były silnie związane z miastem i jego logowizualnością, tak jak prace twórców XXI wieku. Ponadto wszystkie te tendencje przywiązywały ogromną wagę pisma, druku, reklamy. Skupiłam się na polskich artystach, ponieważ sam język ma duże znaczenie, mimo iż jego forma graficzna, z plastycznego punktu widzenia, jest zbiorem linii i kropek. Czytelność napisu na płótnie jest uwarunkowana kulturowo. Umiejętność wyróżnienia napisu spośród innych plam barwnych to jeden poziom, a kolejnym jest zrozumienie danego słowa w danej sytuacji plastycznej. Obraz z napisem można więc podzielić na sfery: plastyczną – obejmującą całość, autoteliczną; kulturową – wyróżniającą znak językowy, słowo; językową – pozwalającą odebrać potencjał semantyczny i brzmieniowy; a także intelektualną, która wychodzi poza sam obraz i budzi refleksje na temat zestawienia tych środków. Wiele prac jest nieprzetłumaczalnych, gdyż translacja degraduje ich *wit*. Zmiana języka ma wpływ na postrzeganie i sens wypowiedzi artystycznej.

Jednakże mimo pojawiania się języka na obrazach, należy mieć na uwadze to, że „malarstwo jest sposobem porozumienia”<sup>250</sup>, ale nie językiem. Wybrane przeze mnie przykłady pokazują próby porozumienia się z miastem poprzez sztukę. Artysta, opuściwszy bezpieczny rezerwat, jakim jest galeria, wchodzi w „dziką” przestrzeń i nawiązuje z nią kontakt. Napisy na obrazach przeniesionych do przestrzeni miejskiej kamuflują się wśród innych elementów logosfery, ale różni je pośredniość. Nie mówią wprost jak tabliczki informacyjne, zakazy i nakazy<sup>251</sup>. Nie są bezpośrednie jak opakowania, gazety i inne elementy krajobrazu logowizualnego. Ich forma przypomina reklamę, ale celem nie jest popularyzacja czy sprzedaż. Każdemu artyście przyświeca nieco inny cel, ale metaforycznie łączy ich otwarcie na oścież okien pracowni i twórcza

---

<sup>250</sup> Andrzej Banach, *Pismo i obraz...*, s. 241.

<sup>251</sup> Agnieszka Karpowicz, *Panoptikon pisma...*

weryfikacja świata poza nią przy pomocy jednego z najstarszych środków komunikacji używanych przez człowieka – pisma.

## Spis ilustracji

Ilustracja 1: Jadwiga Sawicka, <i>Zwycięstwo aktywnych sił intelektu nad stanem irracjonalizmu i chaosu</i> ; Źródło: arch.własne .....	5
Ilustracja 2: Henri de Toulouse-Lautrec, <i>Moulin Rouge La Goulue</i> , 1891; Źródło: toulouse-lautrec.foundation.org (W nawiasach podaję daty dostępu; 12.11.2014).....	15
Ilustracja 3: Jules Chéret, <i>Hippodrome, Leona Dare</i> , 1883; Źródło: wikipedia.org (12.11.2014) .....	15
Ilustracja 4: Theophile-Alexandre Steinlen, <i>Tournee du Chat Noir</i> , 1896; Źródło: steinlen.net (12.11.2014).....	15
Ilustracja 5: Alfons Mucha, <i>Nestle</i> , 1897; Źródło: alfonsmucha.org (12.11.2014).....	15
Ilustracja 6: Teodor Axentowicz, <i>II. Wystawa Towarzystwa Artystycznego Polska Sztuka</i> , 1898; Źródło: muzeum.gliwice.pl (16.11.2014).....	15
Ilustracja 7: Stanisław Wyspiański, <i>Wnętrze</i> , 1899; Źródło: muzea.malopolska.pl (15.11.2014) .....	15
Ilustracja 8: Bartosz Kosowski, <i>Poisoned Loaf</i> , 2013; Źródło: bartoszkosowski.com (17.12.2014) .....	15
Ilustracja 9: Karol Frycz, <i>Teka Mepomeny</i> , 1904; Źródło: malarze.com (15.11.2014).....	17
Ilustracja 10: Tadeusz Gronowski, <i>Radion</i> , 1926; Źródło: signs.pl (13.11.2014) .....	17
Ilustracja 11: Henryk Berlewi, <i>Wystawa Prac Mechano-Fakturowych w Salonie Automobilowym Austro-Daimler (...)</i> , 1924; Źródło: postermuseum.pl (15.11.2014) .....	17
Ilustracja 12: Georges Braque, <i>Portugalczyk</i> , 1911; Źródło: georgesbraque.com (11.12.2014) .....	22
Ilustracja 13: Georges Braque, <i>Skrzypce i fajka (Codziennosc)</i> , 1913-14; Źródło: georgesbraque.com (11.12.2014) .....	22
Ilustracja 14: Okładka pisma „Dada” , nr 3, grudzień 1918; Źródło: mattesonart.com (12.11.2014) .....	22
Ilustracja 15: Roy Lichtenstein, <i>Masterpiece</i> , 1962; Źródło: Tilman Osterwold, <i>Pop Art</i> , TASCHEN, 2007 .....	27
Ilustracja 16: Tom Wesselmann, <i>Martwa natura nr 20</i> , 1962; Źródło: wikipedia.org (12.12.2014) .....	27
Ilustracja 17: Andy Warhol, <i>Coca-Cola 3 bottles</i> , 1962; Źródło: adbranch.com (12.11.2014) .....	27

Ilustracja 18: Jacques de la Villegle, <i>Jazzmen - rue de Tolbiac</i> , 1961; Źródło: <a href="http://tate.org.uk">tate.org.uk</a> (27.12.2014) .....	28
Ilustracja 19: Michael Basquiat, <i>50 cent piece</i> , 1983; Źródło: <a href="http://wikiart.org">wikiart.org</a> (11.12.2014).....	28
Ilustracja 20: Robert Rauschenberg, <i>Black Marke</i> , 1961; Źródło: Tilman Osterwold, Pop Art, TASCHEN, 2007 .....	28
Ilustracja 21: Henryk Tomaszewski, <i>Wystawa rzeźb Henry Moore'a</i> , 1959; Źródło: <a href="http://postermuseum.pl">postermuseum.pl</a> (17.12.2014) .....	31
Ilustracja 22: Bronisław Zelek, <i>Ptaki</i> , 1965; Źródło: <a href="http://postermuseum.pl">postermuseum.pl</a> (17.12.2014) .....	31
Ilustracja 23: Mieczysław Wasilewski, <i>To be war(or) not to be</i> , 1975; Źródło: <a href="http://postermuseum.pl">postermuseum.pl</a> (17.12.2014) .....	31
Ilustracja 24: Przykład Typopolo; Źródło: <a href="http://hakabo.art.pl">hakabo.art.pl</a> (15.12.2014).....	33
Ilustracja 25: Koszulka łódzkiej marki <i>Pan Tu Nie Stał</i> ; Źródło: <a href="http://pantuniestal.pl">pantuniestal.pl</a> (15.12.2014) .....	33
Ilustracja 26: Współczesny plakat, projekt Hakabo; Źródło: <a href="http://hakabo.art.pl">hakabo.art.pl</a> (15.12.2014).....	33
Ilustracja 27: Mural na ścianie budynku przy ul. Wyszyńskiego, Wrocław 2007; Źródło: <a href="http://wiadomosci24.pl">wiadomosci24.pl</a> (11.02.2015) .....	37
Ilustracja 28: <i>Legenda o wielkoludach</i> , Folk on the Street, Białystok, 2013; Źródło: <a href="http://streetartutopia.com">streetartutopia.com</a> (11.02.2015).....	37
Ilustracja 29: Wrocławska kampania przeciwdziałania przemocy, <i>Co słyhać u sąsiadów?</i> , ul. Benedyktyńska, Wrocław 2007; Źródło: <a href="http://tuwroclaw.com">tuwroclaw.com</a> (11.02.2015).....	37
Ilustracja 30: Jadwiga Sawicka, <i>Nawracanie, oswajanie, tresowanie</i> , 1998 (bilbord – wydruk na papierze); Źródło: <a href="http://culture.pl">culture.pl</a> (1.10.2014).....	40
Ilustracja 31: Jadwiga Sawicka, <i>Nawracanie, oswajanie, tresowanie</i> , 1998; Źródło: <a href="http://artmuseum.pl">artmuseum.pl</a> (1.10.2014) .....	40
Ilustracja 32: MSN Warszawa: Jadwiga Sawicka, <i>Nawracanie, oswajanie, tresowanie</i> , 1998; Źródło: <a href="http://flickr.com">flickr.com</a> (1.10.2014) .....	40
Ilustracja 33: Jadwiga Sawicka, <i>Obiecanki cacanki</i> , 2005; Źródło: <a href="http://jadwigasawicka.pl">jadwigasawicka.pl</a> (1.10.2014) .....	46
Ilustracja 34: Jadwiga Sawicka, <i>Jezus Maria, Chryste Panie</i> , 2003; Źródło: <a href="http://jadwigasawicka.pl">jadwigasawicka.pl</a> (1.10.2014).....	46
Ilustracja 35: Jadwiga Sawicka, <i>Nic w środku</i> , 2003; Źródło: <a href="http://jadwigasawicka.pl">jadwigasawicka.pl</a> (1.10.2014) .....	46
Ilustracja 36: Ryszard Grzyb, z cyklu <i>Zdania napowietrzne</i> ; Źródło: <a href="http://facebook.pl">facebook.pl</a> , profil artysty (7.11.2014).....	48



Ilustracja 37: Ryszard Grzyb, z cyklu <i>Zdania napowietrzne</i> ; Źródło: facebook.pl, profil artysty (7.11.2014).....	48
Ilustracja 38: Ryszard Grzyb, z cyklu <i>Zdania napowietrzne</i> ; Źródło: facebook.pl, profil artysty (7.11.2014).....	48
Ilustracja 39: Ryszard Grzyb, z cyklu <i>Zdania napowietrzne</i> ; Źródło: facebook.pl, profil artysty (7.11.2014).....	48
Ilustracja 40: Plakat z cyklu <i>Zdania napowietrzne</i> , okolice Dworca Centralnego w Warszawie, 2005; Źródło: facebook.pl, profil artysty (7.11.2014).....	49
Ilustracja 41: Zapalki z wystawy <i>Placebo</i> , galeria Appendix2 (Propaganda), 2007; Źródło: galeriapropaganda.pl (7.11.2014).....	49
Ilustracja 42: Malowanie bilbordu z cyklu <i>Zdania napowietrzne</i> , na zdjęciu Ryszard Grzyb, Warszawa, 2005; Źródło: artinfo.pl (7.11.2014).....	49
Ilustracja 43: Neon z wystawy <i>Placebo</i> , galeria Appendix2 (Propaganda), 2007; Źródło: galeriapropaganda.pl (7.11.2014).....	49
Ilustracja 44: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	51
Ilustracja 45: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	51
Ilustracja 46: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	51
Ilustracja 47: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	55
Ilustracja 48: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	55
Ilustracja 49: Peter Fuss, bilbordy reklamowe zaklejone pracami artysty; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	55
Ilustracja 50: Peter Fuss, z cyklu <i>Every day I am</i> ; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	56
Ilustracja 51: Peter Fuss, bilbord <i>Art is boring</i> ; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	56
Ilustracja 52: Peter Fuss, z cyklu <i>Every day I am</i> ; Źródło: peterfuss.com (20.12.2014).....	56
Ilustracja 53: Paweł Susid, <i>Złe życia kończą się śmiercią</i> , 1996; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014).....	58
Ilustracja 54: Paweł Susid, <i>Jedna szkoła twierdzi że dłuższe życie ma się w nagrodę / Druga że za karę</i> , 2007; Źródło: raster.art.pl (29.12.2014).....	58

Ilustracja 55: Paweł Susid, <i>Po odebraniu wiadomości z kraju i ze świata resztką sił staraj się nie zwariować</i> , 2013; Źródło: magazynszum.pl (29.12.2014).....	58
Ilustracja 56: Paweł Susid, <i>Malowanie jest łatwe – dalej wszyscy</i> , 2006; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014).....	60
Ilustracja 57: Paweł Susid, <i>czasem aż się boję koledzy, że na obrazy z telewizorem nie wygramy</i> , 2000; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014) .....	60
Ilustracja 58: Paweł Susid, obrazy z przeglądu malarstwa w <i>Pracowni Otwartej</i> , 2003; Źródło: sztukpuk.blogspot.pl(29.12.2014).....	60
Ilustracja 59: Paweł Susid, <i>rzeczy już w sztuce wykonane do 1990 w %</i> , 1990; Źródło: susid.art.pl (30.12.2014).....	62
Ilustracja 60: Paweł Susid, <i>rzeczy w sztukach zrobione do 2004 w %</i> , 2004; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014).....	62
Ilustracja 61: Paweł Susid, <i>rzeczy w sztukach zrobione do 2006 w %</i> , 2006; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014).....	62
Ilustracja 62: Paweł Susid, <i>niektóre dawne formy do ciastek</i> , 1990; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014) .....	63
Ilustracja 63: Paweł Susid, <i>stażewski i strzemiński mylą mi się</i> , 1986; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014) .....	63
Ilustracja 64: Okładka czasopisma „Midrasz” z obrazem Pawła Susida, <i>Welniane, bawelniane, jedwabne</i> , 2001; Źródło: raster.art.pl (29.12.2014) .....	63
Ilustracja 65: Paweł Susid, <i>Niszczenie płótna</i> ; Źródło: galeriapropaganda.com (29.12.2014)	63
Ilustracja 66: Paweł Susid, <i>Historia żartów w sztukach</i> , 2000; Źródło: obieg.pl (29.12.2014) .....	63
Ilustracja 67: Paweł Susid, <i>Każde malowanie niemal przyjmie</i> , 2000; Źródło: susid.art.pl (29.12.2014) .....	63
Ilustracja 68: Rafał Bujnowski, Renowacja historycznej fasady Bunkra Sztuki w Krakowie, 2001; Źródło: raster.art.pl.....	64
Ilustracja 69: Rafał Bujnowski, obraz z cyklu <i>Malowanie, odnawianie</i> , 2001; Źródło: kongreskultury.pl .....	64
Ilustracja 70: Rafał Bujnowski, obrazy z cyklu <i>Malowanie, odnawianie</i> , 2001; Źródło: <i>Rafał Bujnowski. Malen / Painting / Malowanie</i> , red. Anna Smolak, Bunkier Sztuki, Kraków 2005 .....	64
Ilustracja 71: Rafał Bujnowski, obraz z serii <i>Artykuły spożywczo-przemysłowe</i> , 2000; Źródło: mocak.pl (7.02.2015).....	66

Ilustracja 72: Rafał Bujnowski, <i>Window Gallery</i> pokaz prac <i>Cheap Art from Poland</i> podczas wymiany studenckiej w St. Martin School of Art w Londynie, 2000; Źródło: raster.art.pl (3.01.2015).....	66
Ilustracja 73: Rafał Bujnowski, <i>Grafika gratis</i> , Galeria Otwarta; Źródło: mocak.pl (3.01.2015).....	66
Ilustracja 74: Rafał Bujnowski, Galeria Otwarta (1998-2002); Źródło: raster.art.pl (3.01.2015).....	68
Ilustracja 75: Rafał Bujnowski, Galeria Zewnętrzna AMS, 2001; Źródło: galeria-arsenal.pl (3.01.2015).....	68
Ilustracja 76: Rafał Bujnowski, <i>Okno</i> , 2001 (cykl 2001-2005); Źródło: artnet.com (3.01.2015).....	68
Ilustracja 77: Rafał Bujnowski, <i>Witraż</i> , 2011 (cykl 2007-2014); Źródło: raster.art.pl (3.01.2015).....	68
Ilustracja 78: Rafał Bujnowski, Galeria Potocka, Kraków 2000; Źródło: <i>Rafał Bujnowski. Malen / Painting / Malowanie</i> , red. Anna Smolak, Bunkier Sztuki, Kraków 2005.....	70
Ilustracja 79: Rafał Bujnowski, cykl <i>Artykuły spożywczo-przemysłowe</i> , 2000; Źródło: <i>Rafał Bujnowski. Malen / Painting / Malowanie</i> , red. Anna Smolak, Bunkier Sztuki, Kraków 2005.....	70
Ilustracja 80: Rafał Bujnowski, Galeria Otwarta; Źródło: raster.art.pl (3.01.2015).....	71
Ilustracja 81: Rafał Bujnowski, Galeria Otwarta; Źródło: raster.art.pl (3.01.2015).....	71
Ilustracja 82: Rafał Bujnowski w t-shirt'cie „Nie interesuję się sztuką”; Źródło: raster.art.pl (3.01.2015).....	71
Ilustracja 83: Wojciech Gilewicz, obraz i pierwowzór; Źródło: obieg.pl (19.12.2014).....	72
Ilustracja 84: Wojciech Gilewicz, obraz we Wrocławiu; Źródło: art.blox.pl (19.12.2014)....	72
Ilustracja 85: Wojciech Gilewicz wystawia swój obraz; Źródło: news.o.pl (19.12.2014).....	72

# Bibliografia

## Monografie autorskie:

- Anglani Marcella, Martini Maria Vittoria, Princi Eliana, Vettese Angela, *Wielka historia sztuki. Sztuka współczesna*, tłum. Boberska Marta, Arkady, Warszawa 2012.
- Apollinaire Guillaume, *Wybór poezji*, oprac. Kwiatkowski Jerzy, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Kraków 1975.
- Arnheim Rudolf, *Myślenie wzrokowe*, tłum. Chojnacki Marek, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2011.
- Arnheim Rudolf, *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, tłum. Chojnacki Marek, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1978.
- Baumgarth Christa, *Futuryzm*, tłum. Tasarski Jerzy, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1988.
- Belting Hans, *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, tłum. Bryl Mariusz, Universitas, Kraków 2007.
- Berger John, *Sposoby widzenia*, tłum. Mariusz Bryl, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 1997.
- Bieńkowska Barbara, Chamerska Halina, *Zarys dziejów książki*, Wydawnictwo Spółdzielcze, Warszawa 1987.
- Bojko Szymon, *Polska sztuka plakatu - początki i rozwój do 1939 roku*, Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne, Warszawa 1971.
- Borkowski Grzegorz, *Wojciech Gilewicz*, Galeria Arsenał, Białystok 2002.
- Bralczyk Jerzy, Markowski Andrzej, Miodek Jan, Sosnowski Jerzy, *Wszystko zależy od przyimka*, Agora, Warszawa 2014.
- Bringhurst Robert, *Elementarz stylu w typografii*, tłum. Dziewońska Beata, Design Plus, Kraków 2007.
- Dawidek–Gryglicka Małgorzata, *Historia tekstu wizualnego. Polska po 1967 roku*, Korporacja Ha!art, Kraków – Wrocław 2012.
- Debord Guy, *Spoleczeństwo spektaklu, Rozważania o społeczeństwie spektaklu*, tłum. Kwaterko Mateusz, PWN, Warszawa 2006.

- Dymna Elżbieta, Rutkiewicz Marcin *Polski Street Art*, Carta Blanca, Warszawa 2010.
- Dymna Elżbieta, Rutkiewicz Marcin, *Polski Outdoor. Reklama w przestrzeni publicznej*, Wydawnictwo Klucze, Warszawa 2009.
- Dziamski Grzegorz, *Awangarda po awangardzie: od neoawangardy do postmodernizmu*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 1995.
- Dziamski Grzegorz, *Sztuka po końcu sztuki. Sztuka początku XXI wieku*, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2009.
- Dziamski Grzegorz, *Sztuka u progu XXI wieku*, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2012.
- Felici James, *Kompletny przewodnik po typografii - zasady doskonałego składania tekstu*, tłum. Kotwicki Marcin, Biłda Paweł, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2006.
- Foucault Michel, *Słowa i rzeczy. Archeologia nauk humanistycznych*, tłum. Komendant Tadeusz, Tatarkiewicz Anna, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2006.
- Gadamer Hans-Georg, *Język i rozumienie*, tłum. Dehnel Piotr, Sierocka Beata, Fundacja Aletheia, Warszawa 2003.
- Hopfinger Maryla, *W laboratorium sztuki XX w. O roli słowa i obrazu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1993.
- Kowalczyk Izabela, *Ciało i władza. Polska sztuka krytyczna lat 90., Sic!*, Warszawa 2002.
- Lacy Suzanne, *Cultural Pilgrimages and Metaphoric Journey*, [w:] *Mapping The Terrain: New Genre Public Art*, red. Lacy Suzanne, Bay Press, Seattle 1994.
- McLuhan Marshall, *Wybór pism*, tłum. Karol Jakubowicz, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1975.
- Merleau-Ponty Maurice, *Oko i umysł: szkice o malarstwie*, tłum. Cichowicz Stanisław, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 1996.
- Mitchell William J.T., *Word and Image*, [w:] *Critical Terms for Art History*, red. R.S. Nelson, R. Shiff, University of Chicago Press, Chicago 1996.
- Ong Walter J., *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. Japola Józef, Wydawnictwa Uniwersytetu warszawskiego, Warszawa 2011.
- Pelc Janusz, *Słowo i obraz. Na pograniczu literatury i sztuk plastycznych*, Universitas, Kraków 2002.

- Petrucci Armando, *Pismo. Idea i przedstawienie*, tłum. Osmólska-Mętrak Anna, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010.
- Poprzęcka Maria, *Oko, widzenie, sztuka. Od Albertiego do Duchampa*, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2009.
- Porębski Mieczysław, *Ikonosfera*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1972.
- Praz Mario, *Mnemosyne. Rzecz o powinowactwie literatury i sztuk plastycznych*, tłum. Jekiel Wojciech, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2006.
- Richter Hans, *Dadaizm. Sztuka i antysztuka*, tłum. Buras St. Jacek, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1986.
- Robert Venturi, Denise Scott-Brown, *Uczyć się od Las Vegas*, tłum. Anna Porębska, Karakter, Kraków 2013.
- Rottenberg Anda, *Sztuka w Polsce 1945-2005*, Stentor, Warszawa 2005.
- Rypson Piotr, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919–1949*, Karakter, Kraków 2011.
- Rzepińska Maria, *W kręgu malarstwa*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Łódź 1988.
- Samara Timothy, *Kroje i kolory pisma*, tłum. Kowalczyk Urszula, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Sarzyński Piotr, *Wrzask w przestrzeni. Dlaczego w Polsce jest brzydko?*, Biblioteka Polityki, Warszawa 2012.
- Sawicka Jadwiga, *Nic w środku*, Galeria Sztuki Współczesnej Bunkier Sztuki, Wrocław 2003.
- Seńkiw Marianna, Szablowska Anna Agnieszka, *Plakat polski*, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa 2009.
- Sienkiewicz Karol, *Zatańczą ci, co drżeli*, Karakter, Warszawa – Kraków 2014.
- Smolińska Marta, *Puls Sztuki*, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2010.
- Śniecikowska Beata, *Słowo-obraz-dźwięk. Literatura i sztuki wizualne w koncepcjach polskiej awangardy, 1918-1939*, Universitas, Kraków 2005.
- Sontag Susan, *O fotografii*, tłum. Magala Sławomir, Karakter, Kraków 2009.
- Szablowska Anna Agnieszka, *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy*, Instytut Sztuki PAN, Warszawa 2005.

- Tadeusz Sławek, *Między literami. Szkice o poezji konkretnej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 1989.
- Vendryes Joseph, *Język*, tłum. Libera Kazimierz, Państwowe Wydawnictwa Naukowe, Warszawa 1956.
- Vinci Leonardo da, *Traktat o malarstwie*, tłum. Rzepińska Maria, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2006.
- Willberg Hans Peter, Forssman Friedrich, *Pierwsza pomoc w typografii*, tłum. Szalsza Marek, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2004.
- Williams Robin, *Jak składać tekst? PC nie jest maszyną do pisania*, tłum. Fiszer Anna, Helion, Gliwice 2003.
- Zańko Piotr, *Zabijemy was słowami. Prowokacja kulturowa w przestrzeni miejskiej i w internecie*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.
- Zawojski Piotr, *Sztuka obrazu i obrazowania w epoce nowych mediów*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2012.
- Zawojski Piotr, *Wewnątrz obrazów. Immersja zamiast iluzji [w:] Przestrzeń sztuki: obrazy – słowa – komentarze*, red. Maria Popczyk, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach, Katowice 2005.

### **Publikacje zbiorowe:**

- *100 lat polskiej sztuki plakatu*, red. Dydo Krzysztof, Arkady, Kraków 1993.
- *Antologia polskiego futuryzmu i nowej sztuki*, red. Jarosiński Zbigniew, Zaworska Helena, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Warszawa 1978.
- *Antropologia pisma. Od teorii do praktyki*, red. Artieres Philippe, Rodak Paweł, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010.
- *Antropologia słowa*, red. Godlewski Grzegorz, Mencwel Andrzej, Sulima Roch, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2003.
- *Artyści o sztuce*, red. Grabska Elżbieta, Morawska Hanna, Państwowe Wydawnictwa Naukowe, Warszawa 1977.
- *Awangarda w perspektywie postmodernizmu*, red. Dziamski Grzegorz, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 1996.
- *Communicare. Słowo/obraz*, red. Kurz Iwona, Karpowicz Agnieszka i in., Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010.

- *Critical Terms for Art History*, red. Robert S. Nelson, Richard Shiff, The University of Chicago Press, Chicago – Londyn 1996.
- *Kierunki i tendencje sztuki nowoczesnej*, red. Richardson Tony, Stangos Nikos, tłum. Andrzejewska Halina, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1980.
- *Malarstwo polskie XXI w.*, red. Morawińska Agnieszka, Zachęta Narodowa Galeria Sztuki, Warszawa 2006.
- *Paweł Susid. Obrazy w szkole i w domu*, red. Pieńkos Joanna, Zachęta, Warszawa 2006.
- *Perspektywy współczesnej historii sztuki. Antologia przekładów "Artium Quaestiones"*, red. Bryl Mariusz, Juskiewicz Piotr, Piotrowski Piotr, Suchocki Wojciech, Wydawnictwo Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań 2009.
- *Plakat polski*, red. Waśniewski Jerzy, Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne, Warszawa 1972.
- *Punkty odniesienia*, red. Pojarska – Hałka Maria, Zdonkiewicz Ewa, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 2008.
- *Rafał Bujnowski. Malen / Painting / Malowanie*, red. Smolak Anna, Bunkier Sztuki, Kraków 2005.
- *Słowo w kulturze mediów*, red. Suszczyński Zbigniew, Uniwersytet w Białymstoku, Białystok 1999.
- *Sztuka w mieście. Zewnętrzna Galeria AMS 1998 – 2002*, red. Krajewski Marek, AMS SA, Toruń 2003.
- *Twarzą w twarz z obrazem*, red. Poprzęcka Maria, Stowarzyszenie Historyków Sztuki, Warszawa 2003.
- *Ut pictura poesis*, red. Skwara Marek, Wysołuch Seweryna, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2006.

### **Artykuły prasowe:**

- Barthes Roland, *Śmierć autora*, tłum. Markowski Michał, „Teksty Drugie”, 1-2/1999.
- Bohn Willard, *Kryzys znaku*, tłum. Krzysztof Majer, „Literatura na Świecie”, 11-12/2006.



- Bujnowski Rafał, *Galeria Otwarta*, rozm. Potocka Maria Anna, „MOCAK Forum”, 1/2012.
- Gołębiewska Małgorzata, *Od pop-banalizmu do realizmu krytycznego*, „Modern Art”, 1/2007.
- Gorczyca Łukasz, *Artystyczne zmagania z billboardem*, „Art & Business”, 11/1998.
- Kaczyński Michał, *Sztuka na billboardach*, „Machina”, 8/2001.
- Karpowicz Agnieszka, *Panoptikon pisma*, „Kultura Współczesna”, 2/2009.
- Knapieński Ryszard, *Biblia pauperum – rzecz o dialogu pisma i obrazu*, „Nauka”, 4/2004.
- Krajewski Marek, *Artyści na wakacjach*, „Machina”, 8/2001
- Mazik Magdalena, *Teksty kultury? Kilka słów o twórczości Rafała Bujnowskiego, Marcina Maciejewskiego i Wilhelma Sasnala*, „MOCAK Forum”, 3/2012.
- Sendyka Roma, *Czas tekstoobrazów*, „MOCAK Forum”, 3/2012.
- Susid Paweł, *Malowanie słów*, rozm. Kerneder Zofia, Sulich-Liga Anna, „MOCAK Forum”, 3/2012.
- Wallis Mieczysław, *Napisy w obrazach*, „Studia Semiotyczne”, 2/1971.
- Zespół Atlasu Sztuki, *Atlas sztuki*, „Arteon”, 2/2005.

### **Publikacje internetowe:**

- Bojarska Katarzyna, *Paweł Susid – artysta nieszablonowy*, obieg.pl (<http://www.obieg.pl/recenzje/9748>, dostęp z dn. 10.12.2014).
- Borkowski Grzegorz, *Polis Aleka, Uwaga bez zbędnego estetyzmu*, obieg.pl (<http://www.obieg.pl/obiegTV/22071>, dostęp z dn. 10.12.2014).
- Bujnowski Rafał, *Galeria Otwarta*, rozm. Maria Anna Potocka, mocak.pl (<http://www.mocak.pl/galeria-otwarta>, dostęp z dn. 10.12.2014).
- Cichocki Sebastian, *Dawno i nieprawda, czyli litery, Polacy i ich historie*, „2+3D” 1/2009 (<http://www.2plus3d.pl/artykuly/dawno-i-nieprawda-czyli-litery-polacy-i-ich-historie>, dostęp dn. 30.10.2014).
- Czerniawska Klara, *Litery dookoła głowy*, dwutygodnik.com (<http://www.dwutygodnik.com/artykul/5221-litery-dookola-glowy.html>, dostęp z dn. 10.10.2014).

- Dydo Natalia, *Historia plakatu*, arteriaposterexhibition.tumblr.com, (<http://arteriaposterexhibition.tumblr.com/historia-plakatu>, dostęp z dn. 16.11.2014).
- Fuss Peter, *Moja czaszka też się błyszczy*, rozm. Jarecka Dorota, gazeta.pl (<http://wyborcza.pl/1,75475,4360343.html>, dostęp z dn. 1.12.2014).
- Fuss Peter, *Peter Fuss dla art.bloxa*, art.blox.pl (<http://art.blox.pl/2007/01/Peter-Fuss-dla-artbloxa.html>, dostęp z dn.1.12.2014).
- Fuss Peter, *Szkoda mi farby na romby*, rozm. Roma Piotrowska, Ola Grzonkowska i Maks Bochenek, modeltor.blogspot.com
- Fuss Peter, *Szumi huczy*, rozm. x, vlep.bzzz.net (<http://vlepvnet.bzzz.net/post/40614055762/szumi-huczy-x-na-poczatek-chcialbym-cie-zapytac>, dostęp z dn.1.12.2014).
- Fuss Peter, *Walka o sztukę*, rozm. Conradino Beb, magivanga.wordpress.com (<http://magivanga.wordpress.com/2012/07/18/walka-o-sztuke-wywiad-z-peterem-fussem/>, dostęp z dn.1.12.2014).
- *Galeria Otwarta*, Raster, raster.art.pl ([http://www raster.art.pl/galeria/artysty/bujnowski/galeria\\_otwarta/](http://www raster.art.pl/galeria/artysty/bujnowski/galeria_otwarta/), dostęp z dn. 11.09.2014).
- Giżka Sylwia, *Polska szkoła plakatu*, culture.pl (<http://culture.pl/pl/artykul/polska-szkola-plakatu>), dostęp z dn. 15.10.2014).
- Grządek Ewa, *Paweł Susid*, culture.pl ( <http://culture.pl/pl/tworca/pawel-susid>, dostęp z dn. 12.12.2014).
- *Jan Lenica*, red. E. Czerniakowska, katalog do wystawy w Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski, 28 kwietnia - 4 czerwca 2000, Warszawa 2000 (<http://csw.art.pl/new/2000/lenica.html>, dostęp z dn. 10.10.2014).
- Kireńczuk, *Co nam zrobili futuryści?*, rozm. Derkaczew Joanna, gazeta.pl ([http://wyborcza.pl/1,75475,6300670,Co\\_nam\\_zrobili\\_futurysci\\_.html](http://wyborcza.pl/1,75475,6300670,Co_nam_zrobili_futurysci_.html), dostęp z dn. 2.03.2015)
- Knorowski Mariusz, *Kolekcja plakatu polskiego*, postermuseum.pl (<http://www.postermuseum.pl/wirtualne-muzeum/kolekcja-plakatu-polskiego/>, dostęp z dn. 17.11.2014).

- Kowalczyk Janusz R., *Artyści w powstaniu warszawskim*, culture.pl (<http://culture.pl/pl/artykul/artysci-w-powstaniu-warszawskim#Plastyka> – głód symboli narodowych, dostęp z dn. 30.10.2014).
- Kowalczyk Janusz R., *Najpiękniejsze reklamy przedwojennej Polski*, culture.pl (<http://culture.pl/pl/artykul/najpiekniejsze-reklamy-przedwojennej-polski>, dostęp z dn. 15.11.2014).
- Krasny Marcin, *Tania sztuka, czy tanie sztuczki*, obieg.pl ([www.obieg.pl/teksty/5757](http://www.obieg.pl/teksty/5757), dostęp z dn. 19.12.2014).
- Kurz Iwona, *Gol, kicz, ojczyzna*, dwutygodnik.com (<http://www.dwutygodnik.com/artykul/3719-gol-kicz-ojczyzna.html>, dostęp z dn. 28.10.2014).
- Kusiak-Brownstein Ala, Kowalczyk Iza, *Peter Fuss i antysemityzm obnażony*, obieg.pl (<http://www.obieg.pl/artmix/1720>, dostęp z dn. 1.12.2014).
- Lacy Suzanne, *Cultural Pilgrimages and Metaphoric Journey* (<http://www.transart.org/wp-content/uploads/group-documents/65/1363991009-Lacy.pdf>, dostęp z dn. 15.01.2015).
- Lenk Krzysztof, *Mysłące plakaty*, „2+3D” 4/2003 (<http://www.2plus3d.pl/artykuly/myslance-plakaty-pluta,,> dostęp z dn. 20.11.2014).
- Majewski Jerzy S., *Co pan Guma z Pragi robi w Śródmieściu?*, gazeta.pl ([http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34887,14853859,Co\\_pan\\_Guma\\_z\\_Pragi\\_robi\\_w\\_Srodmiesciu\\_\\_\\_Stal\\_sie.html](http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34887,14853859,Co_pan_Guma_z_Pragi_robi_w_Srodmiesciu___Stal_sie.html), dostęp z dn. 15.10.2014).
- Modelator, *Szkoda mi farby na romby. Peter Fuss o sztuce, gdańskiej ASP i Trójmieście*, modelator.blogspot.com (<http://modelator.blogspot.com/2007/01/szkoda-mi-farby-na-romby-o-sztuce.html>, dostęp z dn. 1.12.2014).
- Możdżyński Paweł, *Dlaczego nie rozumiemy sztuki współczesnej?* gazeta.pl ([http://wyborcza.pl/1,112588,10287125,Dlaczego\\_nie\\_rozumiemy\\_sztuki\\_wspolczesnej\\_.html](http://wyborcza.pl/1,112588,10287125,Dlaczego_nie_rozumiemy_sztuki_wspolczesnej_.html), dostęp z dn. 12.12.2014).
- Opie Julian, *Galerie to więzienia dla artystów*, rozm. Doroszuk Hanna, magazynsum.pl (<http://magazynsum.pl/rozmowy/galerie-to-wiezenia-dla-artystow-rozmowa-z-julianem-opie,,> dostęp z dn. 30.12.2014).

- *Plakat polski w okresie dwudziestolecia międzywojennego*, Zespół Culture.pl, culture.pl (<http://culture.pl/pl/artykul/plakat-polski-w-okresie-dwudziestolecia-miedzywojennego>, dostęp z dn. 15.06.2014).
- Poprzęcka Maria, *Sztuka nie potrzebuje artystów*, dwutygodnik.com (<http://www.dwutygodnik.com/artykul/5462-kultura-srodka-sztuka-ktora-nie-potrzebuje-artystow.html>, dostęp z dn. 5.11.2014).
- Radziszewski Dawid, *Sasidis Motecki*, raster.art.pl ([http://raster.art.pl/galeria/wystawy/matecki\\_susid/radziszewski\\_susid\\_matecki.ht](http://raster.art.pl/galeria/wystawy/matecki_susid/radziszewski_susid_matecki.ht), dostęp z dn.10.12.2014).
- Roth Evan, *Geek graffiti. A study in computation, gesture, and graffiti analysis*, www.evan-roth.com ([http://a.parsons.edu/~rothe839/thesis/graffiti\\_analysis\\_09.pdf](http://a.parsons.edu/~rothe839/thesis/graffiti_analysis_09.pdf), dostęp z dn. 12.03.2015).
- Saraczyńska Agata, *Santo subito według Petera Fussa*, gazeta.pl (<http://wyborcza.pl/1,75475,4684034.html>, dostęp z dn. 1.12.2014).
- Słodownik Agnieszka, *Uważność: Street art w służbie percepcji*, dwutygodnik.pl (<http://www.dwutygodnik.com/artykul/638-uwaznosc-street-art-w-sluzbie-percepcji.html>, dostęp z dn.30.10.2014).
- Smerda Marcin, *Walka z Hydrą. Wojciech Wilczyk i «Święta Wojna»*, magentamag.com (<http://www.magentamag.com/post/112495191200/walka-z-hydra-wojciech-wilczyk-i-swieta-wojna>, dostęp z dn. 2.03.2015).
- Sosnowski Paweł, *Placebo*, kwartalnik.exit.art.pl (<http://kwartalnik.exit.art.pl/article.php?edition=8&id=161&lang=pl>, dostęp z dn. 13.11.2014).
- Susid Paweł, *Słowoobraz*, rozm. Kowalska Justyna, obieg.pl (<http://www.obieg.pl/rozmowy/5707>, dostęp z dn.11.12.2014).
- Susid Paweł, *Susid: Boję się tych swoich obrazów*, rozm. Dorota Jarecka, gazeta.pl (<http://wyborcza.pl/1,75475,3326420.html>, dostęp z dn. 9.01.2015).
- *Sztuka publiczna w Warszawie*, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, artmuseum.pl (<http://artmuseum.pl/pl/doc/sztuka-publiczna-w-warszawie-2>, dostęp z dn. 2.01.2015).
- *Sztuka w przestrzeni miejskiej*, Galeria Biała w Lublinie (<http://biala.art.pl/sztuka-w-przestrzeni-miejskiej/>, dostęp z dn. 15.12.2014).

- *Typopolo*, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, [artmuseum.pl](http://www.artmuseum.pl)  
(<http://www.artmuseum.pl/pl/wystawy/typopolo>, dostęp z dn. 10.10.2014).
- Zychowicz Karolina, *Obrazujące słowa*, [obieg.pl](http://www.obieg.pl)  
(<http://www.obieg.pl/recenzje/11347>, dostęp z dn.: 15.06.2014).

### **Strony internetowe:**

- Blog wystawy *W sercu kraju* MSN – [sercekraju.wordpress.com](http://sercekraju.wordpress.com)
- Strona Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski w Warszawie – [csw.art.pl](http://csw.art.pl)
- Strona Fundacji Sztuki Zewnętrznej – [fundacjasztuki.blogspot.com](http://fundacjasztuki.blogspot.com)
- Strona Galerii plakatu AMS - [galeriaplaku.ams.com.pl](http://galeriaplaku.ams.com.pl)
- Strona Galerii Raster – [rastergallery.com](http://rastergallery.com)
- Strona Galerii Witryna – [dobrawitryna.eu](http://dobrawitryna.eu)
- Strona Galerii Witryna – [dobrawitryna.eu](http://dobrawitryna.eu)
- Strona Jadwigi Sawickiej – [jadwigasawicka.pl](http://jadwigasawicka.pl)
- Strona Jakuba Stępnia – [hakobo.art.pl](http://hakobo.art.pl)
- Strona Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie – [artmuseum.pl](http://artmuseum.pl)
- Strona Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie – [mocak.pl](http://mocak.pl)
- Strona Pawła Susida – [susid.art.pl](http://susid.art.pl)
- Strona Petera Fussa – [peterfuss.com](http://peterfuss.com)
- Strona Ryszarda Grzyba – [ryszardgrzyb.pl](http://ryszardgrzyb.pl)
- Strona Wojciecha Gilewicza – [gilewicz.net](http://gilewicz.net)