

WSTĘP	2
ROZDZIAŁ I.....	5
CO TO JEST <i>STREET ART</i> , CZYLI KRÓTKA HISTORIA ZJAWISKA	5
ROZDZIAŁ II	23
<i>STREET ART</i> PO POLSKU	23
ROZDZIAŁ III.....	40
METODOLOGIA	40
Czas, miejsce, ludzie	40
Metody i techniki zbierania materiału empirycznego	44
Analiza pól semantycznych jako podstawowa metoda interpretacji wyników	46
TST, czyli Test Dwudziestu Stwierżeń	48
RODZIAŁ IV	52
PRZESTRZEŃ PUBLICZNA, ULICA	52
Przestrzeń publiczna.....	52
Ulica	72
ROZDZIAŁ V	77
PREZENTACJA I OMÓWIENIE WYNIKÓW ANALIZY ZEBRANEGO MATERIAŁU .	77
Analiza pól semantycznych.....	77
Przestrzeń publiczna.....	77
Miasto.....	78
Street art	83
Streetartowiec.....	91
Odbiorca	99
Prezentacja wyników Testu Dwudziestu Stwierżeń.....	103
ZAKOŃCZENIE.....	109
SPIS ILUSTRACJI	114
BIBLIOGRAFIA.....	117
Literatura	117
Artykuły	120
Strony internetowe	120

WSTĘP

Zasadniczym przedmiotem mojego zainteresowania w niniejszej pracy magisterskiej jest zjawisko *street artu*, które zostało tu poddane analizie socjologicznej. Już we wstępie warto zaznaczyć, że na gruncie polskim *street art* jest zjawiskiem stosunkowo nowym, praktycznie nieobecnym w rodzimej literaturze naukowej¹, mało zbadanym oraz, co najważniejsze, niefunkcjonującym w oficjalnej historii sztuki. Jeszcze do niedawna taka forma aktywności artystycznej zupełnie nie istniała w świadomości historyków sztuki, czy też właścicieli galerii. Dopiero w ostatnim czasie obserwuje się stopniowo wzrastające zainteresowanie oficjalnego świata sztuki² kryjącymi się pod mianem *street artu* przejawami działalności artystycznej. Ponadto *street art* jest pojęciem niezwykle szerokim, obejmującym wiele bardzo odmiennych działań i obiektów artystycznych, wśród których można wymienić występy teatrów ulicznych, happeningi odbywające się w przestrzeni publicznej (np.: coraz bardziej popularne *flash mobs*³), akcje typu *performance*, instalacje przestrzenne oraz wreszcie - stanowiące przedmiot tej pracy - graficzne formy wypowiedzi, których polem, czy też częściej raczej poligonem, stają się miejskie przestrzenie.

¹ Najwięcej polskich opracowań powstało na temat *graffiti*, większość z nich w ramach prac dotyczących subkultury hip-hopowej. Wielokrotnie jednak sami twórcy oddzielają *street art* i *graffiti*. Stąd wynika pewna ostrożność w utożsamianiu tych dwóch pojęć. Kwestia ta zostanie podjęta w dalszej części pracy.

² Jednym z pierwszych przejawów zainteresowania oficjalnych instytucji artystycznych tematyką *street artu*, była zorganizowana w dniach 1-30 kwietnia 2006 roku, w ramach 20. Międzynarodowego Biennale Plakatu, wystawa zatytułowana *Postery post_ery*. Na miesiąc Muzeum Plakatu w Wilanowie stało się polem działań polskich artystów zajmujących się *street artem* (komisarz wystawy: Katarzyna Matul, asystent komisarza wystawy: Agata Szydłowska).

³ Mianem *flash mobu* określa się sztuczny tłum ludzi gromadzących się dość nieoczekiwanie w miejscu publicznym w celu przeprowadzenia wcześniej zaplanowanego zdarzenia, zazwyczaj zaskakującego dla przypadkowych świadków. W akcji uczestniczą anonimowi, najczęściej nieznanymi sobie wcześniej ludzie, którzy przeważnie za pośrednictwem Internetu dowiedzieli się o danej akcji, miejscu i czasie jej przeprowadzenia.

Duża pojemność tego terminu nie jest jednak jedynym problemem dla badacza. Nieścisłości oraz brak zgodności wśród osób próbujących opisać to zjawisko, pojawiają się już na poziomie samej nomenklatury. Najwięcej kontrowersji dotyczy *graffiti* i jego przynależności, bądź jej braku, do *street artu*. Na tym jednak nie koniec. Zdarza się rozróżnianie *street artu* i *sztuki ulicy*, chociaż drugi termin jest dosłownym przełożeniem na język polski tego pierwszego. Stanowisko takie reprezentują m.in. kuratorki projektu „Monitoring” (Małgorzata Mleczko i Martyna Sztaba) prowadzonego od listopada 2006 roku do czerwca roku następnego przez Sekcję Sztuki Współczesnej w obrębie Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Jak wypowiadają się same autorki projektu: „Jednym z celów projektu jest chęć uzyskania odpowiedzi na pytanie czy istnieje polska scena sztuki ulicy. Celowo zrezygnowaliśmy z określenia *street art*, które niesie z sobą bagaż pejoratywnych skojarzeń, związanych przede wszystkim z tożsamością członków subkultury *grafficiarzy*, która powstała na początku lat 90. Dzisiaj na twórcach sztuki ulicy ciążyą krzywdzące sądy, które są wynikiem nakładania na nich kalek związanych ze stereotypowymi poglądami o *streetartowcach* z początków ruchu *graffiti*”⁴. Dalej autorki decydują się zrezygnować z określenia *street art* na rzecz terminu *sztuka ulicy*, który ich zdaniem jest pozbawiony negatywnego obciążenia i przez to pozostaje terminem otwartym⁵. I chociaż mi osobiście trudno jest zgodzić się z tak radykalnym rozróżnieniem, pozwoliłam sobie przytoczyć to rozumowanie, w celu ukazania niekompetencji osób zajmujących się tą tematyką oraz niskiego poziomu dyskusji występującego już na poziomie samego nazewnictwa. Jednocześnie pragnę tu zaznaczyć, że w tej pracy terminów *street art* i *sztuka ulicy* będę używać zamiennie.

⁴ Mleczko M. i Sztaba M., *Sztuka ulicy. Monitoring*, [w:] „*Ha!art*”, Kraków 2006, nr 24, s. 83.

⁵ Tamże.

Początkowo moim zamiarem było przede wszystkim badanie form ikonicznych oraz ich odbiorców. Planowałam zajmować się schematami komunikacyjnymi tworzącymi się w sytuacjach społecznych, od nadania komunikatu przez autora, do odebrania go przez zazwyczaj przypadkowego odbiorcę. Jednak z czasem, w związku z coraz bardziej wnikliwym poznawaniem polskiej sceny *streetartowej*, otworzyły się przede mną znacznie większe i ciekawsze możliwości. Wobec tego skupiałam się na osobie samego nadawcy, a nie na odbiorcy czy też konkretnym dziele. Takie podejście do zagadnienia pozwoliło mi na przyjrzenie się badanemu zjawisku z punktu widzenia osób, które je tworzą.

Pierwsze dwa rozdziały dotyczą historii *street artu*, zarówno na gruncie zachodnim, jak i na terenie Polski. Rozdział trzeci pozwoli czytelnikowi zapoznać się z metodologią, którą zastosowałam podczas badań empirycznych oraz z wybranymi przeze mnie technikami analizy zgromadzonych danych. W kolejnej części zostały przedstawione bardzo istotne dla tej pracy pojęcia *przestrzeni publicznej* oraz *ulicy*. Rozdział piąty stanowi natomiast prezentację wyników otrzymanych na drodze analizy zebranych informacji. Mam nadzieję, że w efekcie udało mi się stworzyć interesujący oraz w miarę możliwości kompletny obraz *street artu*. Jednocześnie mam jednak świadomość, że nie jest to opis wyczerpujący omawiane zagadnienie, i że przed badaczami nadal pozostaje wiele do zrobienia.

ROZDZIAŁ I

CO TO JEST *STREET ART*, CZYLI KRÓTKA HISTORIA ZJAWISKA

W celu dokonania analizy zjawiska kryjącego się pod nazwą *street art*, chciałabym najpierw krótko przedstawić jego historię, wykraczając poza granice Polski, w kierunku Stanów Zjednoczonych oraz Europy Zachodniej.

Zastanawiając się nad genezą *street artu*, uznałam za konieczne odwołanie się do trzech, różnych zjawisk. Pierwszym z nich jest zrodzony w późnych latach 50. XX wieku, przede wszystkim na gruncie amerykańskim i brytyjskim, Pop-Art, czyli *popular art*, drugim teatr *guerilla*, natomiast trzecim - obecny także w Stanach Zjednoczonych, szybko rozprzestrzeniający się ruch *graffiti*. I, mimo iż na pierwszy rzut oka nic ze sobą tych zjawisk nie łączy, *street art* czerpie z nich wszystkich.

Zwłaszcza w przypadku szablonów⁶ (*stencils*) wyraźne są wpływy Pop-Artu. *Street art* zapożycza ze „sztuki popularnej” specyficzny stosunek do przedmiotów obecnych w kulturze masowej, kwestionuje nadrzędność sztuki wysokiej, a także wchodzi w dyskusję z, wszechobecnymi w dużych miastach, billboardami. Odwołuje się do kultury masowej, korzystając z jej ikonosfery i dzięki temu zmniejszając dystans pomiędzy sztuką i życiem. Doskonale, chociaż nie bez ironii, Pop-Art zdefiniował Richard Hamilton⁷.

⁶ *Szablon* – wycięta w kartonie płaska forma przeznaczona do powielania, najczęściej w druku. W przypadku *street artu* odbicie powstaje poprzez przyłożenie szablonu do płaszczyzny i zasprayowanie/zamalowanie go farbą. W Paryżu, w latach 80., *Blek le Rat* był jednym z pierwszych twórców pracujących techniką szablonu. Jego szablony można było odnaleźć niemal w całym mieście. Był to początek stosowania szablonów w Europie na tak szeroką skalę.

⁷ Richard Hamilton – ur. 1922 roku, malarz i grafik angielski, jeden z twórców Pop-Artu.

Charakterystyka ta wydaje się w dużej mierze adekwatna także w stosunku do sztuki ulicy: „popularne, przelotne, jednorazowego użytku, tanie, masowo produkowane, młode, dowcipne, sexy, trikowe, olśniewające i wielkobiznesowe”⁸. W obu przypadkach chodzi o sprowadzenie sztuki na ziemię, do przestrzeni życia codziennego, ale także w obu przypadkach czyha zarówno na twórców, jak i na odbiorców, pewna pułapka. Pop-Art zaczął funkcjonować dzięki galeriom komercyjnym, jednocześnie przeciwstawiając się komercjalizacji życia. Podobnie zaczyna wyglądać sytuacja w wypadku sztuki ulicy. Co prawda, przesunięcie następuje z ulicy ku galeriom, ale natura paradoksu pozostaje analogiczna.

Według mnie, zarówno Pop-Art, jak i *street art*, nie zrodziły się wyłącznie jako kontrkultura wobec intelektualnej, oficjalnej sztuki ich czasu, ale przede wszystkim jako intelektualne czy wręcz filozoficzne, podszyte jednocześnie prowokacją i ironią, odkrycie powszechnie panującego "przedmiotu popularnego".

II. 1, *Puszka zupy Campbell's*, Andy Warhol 1968



źródło: <http://www.allposters.com>

⁸ Durozoi G. (red.), *Słownik sztuki XX wieku*, Warszawa 1998, ARKADY, s. 507.

Street art, wykorzystując w tym celu przede wszystkim technikę szablonu, wyprowadza ów przedmiot na ulicę, gdzie „wchodzi on” w interakcję z otoczeniem. Istotny jest tu element zaskoczenia, przejawiający się na dwa sposoby. Pierwszy z nich dotyczy przypadkowego odnalezienia danego przedstawienia (np.: tosterka, albo robota wykonanego techniką szablonu) przez równie przypadkowego odbiorcę, drugi natomiast wynika z faktu, że przedmiot ten został wytworzony w przestrzeni miejskiej, w której większość komunikatów pełni funkcję reklamową. W ten sposób, w wizualnej „strukturze” przestrzeni publicznej, powstaje wiele zaskakujących pęknięć.

II. 2, *Space Invaders*



źródło: <http://www.space-invaders.com>

Inną przyczyną, dla której twórcy *streetartowi* tak chętnie sięgają po przedmiot, jest ich przywiązanie do niego. Przedmiot inspirował ich na tyle mocno, że chcą oni podzielić się nim ze światem. Dla wielu twórców, wynikiem tej pasji, są ich pierwsze szablony, czy *vleпки*. Wtedy dany obiekt staje się ich swoistym podpisem i znakiem rozpoznawczym.

Drugim istotnym zjawiskiem, które, moim zdaniem, wpłynęło na powstanie *street artu*, jest uliczny teatr *guerilla*, stanowiący przejaw ruchów kontestacyjnych lat 60. i 70. XX wieku. Przede wszystkim chcę tu zwrócić uwagę na wątek utożsamiania sztuki z życiem. Twórcy teatru *guerilla* tak oto wypowiadali się na temat sztuki: „Dzisiaj to właśnie życie z minuty na minutę staje się twórczością, która jest sztuką. To życie napęłnia się zabawą, która daje wszelkie emocje. To życie wyciąga ludzi z domów, aby nawiązali ze sobą kontakty. To życie uczy lepiej niż ktokolwiek inny, daje chęć istnienia i wolę walki”⁹.

Zgodnie z założeniami twórców teatru *guerilla*, sztuka przyszłości miała wyjść poza muzealne mury i zająć miejsce w codziennym życiu. Miała należeć dosłownie do każdego, zarówno w kwestii tworzenia, jak i odbioru. Odrzucała wszelkie instytucjonalne ramy. Znosiła siebie jako działalność zarezerwowaną jedynie dla ludzi obdarzonych talentem artystycznym i posiadających stosowne wykształcenie. Sztuka jest bowiem tym, co robi każdy, ale przede wszystkim ma służyć jako środek do odkrycia samego siebie¹⁰. Ponadto pojawił się tu wątek twórczości wspólnej. Kolektywnie i anonimowo wykonywano plakaty czy też prowadzono dzienniki na murach. Na wystawie malarstwa, sprzeciwiającej się wojnie w Wietnamie, malarze mieli możliwość domalowywania wzajemnie na swoich obrazach tego, co uważali za odpowiednie czy też brakujące¹¹. W ten sposób powstawała sztuka spontaniczna, żywa i stanowiąca integralną część życia młodych ludzi, dzięki której możliwe było prowadzenie otwartego dialogu za pomocą środków artystycznych.

Ostatnim z trzech głównych zjawisk, w których dopatruję się genezy *street artu* jest *graffiti*. Według Marcina Giżyckiego, autora „Słownika

⁹ Cyt.za: Jawłowska A., *Drogi kontrkultury*, Warszawa 1975, Państwowy Instytut Wydawniczy, s. 216.

¹⁰ Tamże, s. 217.

¹¹ Tamże, s. 218.

kierunków, ruchów i kluczowych pojęć sztuki drugiej połowy XX wieku”, termin *graffiti*, wywodzi się od włoskiego słowa *grafittio*¹². Giżycki wyraźnie jednak zaznacza brak związków pomiędzy *graffiti*, a charakterystycznym dla renesansu sposobem dekorowania elewacji budynków (z wł. *sgraffito*¹³). Dalej Giżycki definiuje *graffiti* następująco: „(...) zazwyczaj anonimowa i spontaniczna sztuka sprayowania obrazów na murach czy wagonach metra, często będąca formą ekspresji młodzieży z gett etnicznych w wielkich miastach (przede wszystkim w Nowym Jorku i Los Angeles). Graffiti doczekały się nobilitacji w postaci wystawy *Aesthetics of Graffiti (Estetyka graffiti)* w Museum of Modern Art w San Francisco w 1978. Z graffiti wywodzi się twórczość dwóch znanych, przedwcześnie zmarłych malarzy nowojorskich: Keitha Haringa i Jeana-Michela Basquiata.”¹⁴

Przy bliższym przyjrzeniu się powyższej definicji, pojawiają się pewne wątpliwości. Po pierwsze, wykluczenie związku pomiędzy *graffiti*, a *sgraffito* nie jest w pełni uzasadnione, gdyż jedną z technik stosowanych przez *grafficiarzy* było i nadal jest właśnie wydrapywanie. Ponadto *sgraffito* w okresie swej największej popularności, czyli w dobie Renesansu (zarówno włoskiego, jak i środkowoeuropejskiego), zdobiło najczęściej zewnętrzne elewacje budynków, co stanowi także cechę charakterystyczną *graffiti*. Poza wymienionymi tu podobieństwami, pomiędzy *sgraffito* i *graffiti*, występują także rozbieżności. Najważniejsza dotyczy ich funkcji. Opisywana tu renesansowa technika zdobienia ścian, pełniła przede

¹² Autorowi *Słownika* najpewniej chodziło o włoskie słowo *graffito*, czyli ‘wyskrobane, wyryte’, czy też *sgraffio* – ‘drapać’. Słowo *grafittio* zdaje się nie występować w słowniku języka włoskiego.

¹³ *Sgraffito* – technika malarstwa ściennego polegająca na pokryciu muru kilkoma, najczęściej dwiema warstwami różnobarwnego tynku i na częściowym zeskrobywaniu jeszcze wilgotnej warstwy górnej za pomocą ostrych narzędzi. Dzięki temu zabiegowi w wydrapanych partiach odsłonięte zostają warstwy, bądź jedna warstwa spodnia i powstaje wielobarwna, bądź monochromatyczna kompozycja.

¹⁴ Giżycki M., *Słownik kierunków, ruchów i kluczowych pojęć sztuki drugiej połowy XX wieku*, Gdańsk 2002, słowo/obraz terytoria, ss. 63-64.

wszystkim funkcję dekoracyjną, przy czym najchętniej sięgano do motywów geometrycznych. Nie było tu mowy o głębszym zindywidualizowaniu prac, zwłaszcza, że autor pozostawał przeważnie anonimowy. Odmienna sytuacja dotyczy natomiast *graffiti*. Twórcom zależy przede wszystkim na zaznaczeniu swojej obecności na danym terenie, poprzez pozostawienie swojego podpisu, czyli *tagu*¹⁵, składającego się zazwyczaj z pseudonimu i kilku charakterystycznych znaków, ale występowanie tych ostatnich nie jest konieczne. Dzieła te nie niosły za sobą głębszej treści czy skomplikowanej idei. Były dokładnie tym, czym zdawały się być na pierwszy rzut oka, czyli podpisami zostawianymi przez *writerów*¹⁶. Owo „pisanie” na ścianie, może sugerować także związek słowa *graffiti* z greckim *graphein*, czyli „pisać”, a to, z kolei, przywodzi na myśl jeszcze antyczne, a nawet wcześniejsze¹⁷ wykorzystywanie słowa pisanego w dekorowaniu ścian. Co więcej, już wtedy napisy te bywały dość nieprzyzwoite, co pozostało cechą wielu naściennych wypowiedzi po dziś dzień. Wystarczy tu za Edwardem Lutczynem¹⁸ odwołać się do odsłoniętych podczas wykopalisk w Pompejach, licznych malowideł i napisów, pokrywających antyczne ściany. I tak jeden z takich słownych popisów, dość niewinny w porównaniu z pozostałymi, brzmiał „Festus hic

¹⁵ *Tag* – podpis na murze lub ścianie, stanowiący najczęściej pseudonim twórcy, wykonany flamastrem, sprayem, wydrapany, bądź wytrawiony kwasem. Podpisy te umieszczane są wszędzie, dla samego faktu podpisania się. *Taguje* się autobusy, przystanki, ściany, ławki, drzewa, chodniki, samochody, itd. *Tag* to coś nierozłącznego z *grafficiarzem*. Często stanowi esencję jego stylu. Niektórzy zamiast podpisów używają symboli lub np.: szkiców swoich twarzy. *Tagi* mogą być nieczytelne dla zwykłego odbiorcy.

¹⁶ *Writer* – twórca *graffiti*. *Writerzy* zwykle pisanie po murach zamienili w coś bliższego sztuce. Litery zaczęły się skręcać, wydłużać, łączyć. Wszystko to miało służyć wytworzeniu własnego indywidualnego stylu, rozpoznawalnego przez innych *writerów*.

¹⁷ Najwcześniejszą techniką analogiczną do szablonu wykorzystywano w trakcie dekorowania grot w czasach prehistorycznych, poprzez rozpryskiwanie farby wokół przyłożonej do ściany dłoni (np.: malowidła naścienne w grotach mieszkalnych w Lascaux w Montignac). Natomiast pokrywanie ścian napisami występuje powszechnie w sepulkralnej sztuce egipskiej, oraz w sztuce wczesnochrześcijańskiej, gdzie różne symbole i oznaczenia pozostawiane na ścianach wykorzystywane były przez Chrześcijan do wzajemnej identyfikacji.

¹⁸ Lutczyn E., [w:] Gregrowicz R., *Polskie Mury*, Toruń 1991, Wydawnictwo „COMER” (w publikacji tej strony nie są numerowane).

fiutuit cum Sodalibus”, co w przybliżeniu oznacza „W tym miejscu Festus robił to z Sodalibusem”.

Jak podaje natomiast „Hip-hop słownik”: „Graffiti (obok rapu, dj-ingu i brakedance’u) uznawany jest za jeden z filarów (czterech elementów) kultury hiphopowej. *Graffiti* to artystycznie wykonane napisy lub obrazy malowane przeważnie na murach, ścianach budynków, płotach, pociągach, w przejściach podziemnych itp. Najprostszą formą *graffiti* jest *tag*, czyli podpis artysty wykonany najczęściej za pomocą flamastra. Bardziej efektowne są wielkie, kolorowe napisy i obrazy – tworzone zazwyczaj nielegalnie, pod osłoną nocy przez większe grupy *grafficiarzy*.”¹⁹

Definicja ta także wydaje się jednak niepełna. Po pierwsze, ogranicza ona funkcjonowanie *graffiti* jedynie do obrębu subkultury hip-hopowej, podczas gdy nawet u samych początków *graffiti* związek taki się pojawiał, ale nie był konieczny. Twórczość ta często była łączona z muzyką *rap* oraz *break dance*, ale nie to było decydującym warunkiem jej istnienia. Poza tym użyty przez autorów słownika przymiotnik *artystycznie*²⁰, sugeruje jednoznaczny związek *graffiti* ze sztuką, co też wydaje się zbyt daleko posuniętym wnioskiem, gdyż nie każdy przejaw *graffiti* charakteryzuje się walorami artystycznymi. Ponadto *artystyczność* nie pełniła i nie pełni funkcji głównego założenia wszystkich *grafficiarzy*. Mogła stanowić raczej wartość dodaną, nie była natomiast celem samym w sobie.

Zatem, na tym etapie rozważań, podejmę próbę zrekonstruowania historii *graffiti*, a następnie określenia relacji pomiędzy *graffiti* i *street artem*.

¹⁹ Fliciński P. i Wojtowicz S., *Hip-hop słownik*, Warszawa 2007, Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 60.

²⁰ *Artystyczny* – 1. ‘związany ze sztuką lub z artystą’, 2. ‘posiadający walory artystyczne’ (źródło: *Słownik języka polskiego PWN on-line*, <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=2441413>)

Zdaniem Bohdana Jałowieckiego, pierwsze *vleпки* i inskrypcje pojawiły się w Los Angeles w 1964 roku i służyły do oznaczenia terytoriów dwóch gangów: *Bloods* i *Crips*²¹. Następnie, w 1970 roku, napisy zaczęły się pojawiać w nowojorskim metrze. Za najwcześniejsze uważa się te o treści „Taki 183”. *Taki* w rzeczywistości nazywał się Demitrius i pracował jako kurier, w międzyczasie jednak zaznaczał swoją obecność na ścianach Nowego Jorku. Gdy w 1971 roku udzielił wywiadu gazecie „New York Times”, rozpoczął się prawdziwy boom na *graffiti*²², związany także z pojawieniem się farb w pojemnikach ciśnieniowych. Ciekawe jest, że tablica ze stacji metra z napisem *TAKI 183*, podczas aukcji *graffiti* zorganizowanej w 2001 roku w Nowym Jorku, nie cieszyła się powodzeniem i nie znalazła swojego nabywcy, choć z historycznego punktu widzenia, jej wartość symboliczna, jako obiektu prekursorskiego, jest nieoceniona.

Zainspirowani działaniem kuriera Demitriusa, do wypisywania własnych *tags*, przystąpili reprezentanci nowojorskich gett etnicznych, przede wszystkim Murzyni i Portorykańczycy. Mimo nielegalnego wymiaru tej działalności, napisy zaczęły stopniowo pokrywać ściany i wagony metra. Był to sposób manifestowania swojej obecności przez bardzo młodych członków mniejszości etnicznych. Mieli oni od 12 do około 25 lat i często związani byli ze spontaniczną, *undergroundową* subkulturą młodzieżową, chcącą zwrócić na siebie uwagę poprzez pokrywanie *graffiti* miejskich murów. W *graffiti* dostrzegali najlepszy sposób na wyrażenie siebie w miejskiej przestrzeni, a także na walkę z pełnym nierówności systemem społecznym, sytuującym ich w strefie wykluczenia. Z czasem tworzyły się gangi *graffiti*, które poprzez *tagi* oznaczały swoje terytorium (*otagowywały* je). W ten sposób powstawały

²¹ Jałowiecki B., Szczepański M.S., *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*, Warszawa 2006, Wydawnictwo Naukowe „Scholar”, s. 359.

²² Fudala T., *Street art*, [w:] „*Sekcja*”, Warszawa 2004, nr 12 maj-czerwiec, s. 76.

zhierarchizowane społeczności marginesu, które ulice miasta zamieniały w poligon, na którym toczyły pomiędzy sobą bezkrwawą wojnę. Malując na czyimś terenie należało spodziewać się odpowiedzi, ktoś na pewno prędzej czy później podpisywał się w imię odwetu. Zasada ta z resztą funkcjonuje wśród *grafficiarzy* do dziś. Jednocześnie niektórzy spośród twórców *graffiti*, z czasem osiągnęli także sukces w świecie sztuki oficjalnie uznawanej. Tak stało się w przypadku Jeana-Michela Basquiata oraz Keitha Haringa.

Jean-Michel Basquiat żyjący w latach 1960 – 1988, to przedwcześnie zmarły amerykański malarz, syn Portorykanki i Haitańczyka, który uważany jest za najważniejszego protoplastę *street artu*. Tak jak wielu innych, zaczynał na ulicy, gdzie podpisywał się jako *SAMO*, z symbolem *copyrightu*. Poprzez pozostawiane na ścianach napisy, komentował doskwierającą mu społeczną rzeczywistość.

II. 3, Jean-Michel Basquiat w trakcie malowania



źródło: <http://www.basquiat.net/graffiti/samograffiti.jpg>

Szybko został dostrzeżony przez współczesnych mu artystów. Od 1984 roku pracował m.in. razem z Andym Warholem, który do końca pozostawał pod dużym wrażeniem artystycznych działań, a także

osobowości młodego malarza. I choć Basquiat szybko odszedł od czystych *graffiti*, jego prace nadal stanowiły nośnik kultury ulicy. W twórczości tej pojawiały się cytaty z masowych środków przekazu, reklam, a także postacie przypominające afrykańskie rzeźby, nawiązania do symboliki *voo doo* czy jazzu. Wszystko to wynikało z potrzeby odnalezienia jedności w tym niezwykle różnorodnym świecie, w którym żył i dorastał młody malarz. Warto jeszcze dodać, że kariera Basquiata stanowi pierwowzór drogi, jaką dzisiaj przechodzi wielu twórców *streetartowych*, czyli od *wandala* do oficjalnie uznanego artysty. Jednocześnie bliskie kontakty Basquiata i Warhola potwierdzają związek pomiędzy *graffiti* i Pop-Artem. Wydaje się, że to, co w wypadku Pop-Artu stanowiło jedynie pewną intuicję, zyskało prawdziwą formę dopiero poprzez *graffiti* i potem sztukę ulicy, pełną fantazji, swobody i będącą prawdziwie „pop”. Nie narzucającą ani ograniczeń formalnych, ani kompetencyjnych. Twórcą mógł się stać dosłownie każdy i wszędzie, bez względu na pochodzenie i wykształcenie.

Drugim istotnym amerykańskim twórcą *graffiti*, dzisiaj stawianym w jednym szeregu z oficjalnymi artystami, był Keith Haring żyjący w latach 1958 – 1990. Haring kształcił się w różnych instytucjach artystycznych, gdzie zainteresował się m.in. działaniami ulicznymi. Przyznawał się także do ulegania wpływom twórczości, niewiele młodszego od siebie, Basquiata. Szybko przyłączył się do *grafficiarzy* działających w metrze, gdyż uważał, że w ten sposób ma nieprzerwany kontakt z odbiorcą oraz kulturą w jej żywej postaci. Swoimi pracami Haring pokrywał niemalże wszystkie rodzaje powierzchni i wykorzystywał niemal każde podłoże. Ponadto rozpowszechniał swoją twórczość, poprzez umieszczanie jej na koszulkach, w książkach, czy też na przypinanych znaczkach.

W celu dopełnienia prezentowanego tu obrazu zjawiska, jakim jest *graffiti*, wydaje mi się istotne nawiązanie także do twórczości francuskiego

malarza i rzeźbiarza Jeana Dubuffeta żyjącego w latach 1901 – 1983. Chciałabym tu przede wszystkim skupić się na jego zainteresowaniu *l'art brut*, czyli sztuką surową. Dubuffet w 1945 roku określił tym terminem twórczość dzieci, ludzi chorych psychicznie oraz artystów naiwnych. Dostrzegał w niej świeżość odbioru świata oraz wyobraźnię niespotykaną w sztuce tworzonej przez dyplomowanych artystów. Zdaniem Dubuffeta „prawdziwi” artyści są więźniami w schemacie własnej świadomości. Malarstwo dzieci, szaleńców i amatorów jest natomiast ich „byciem”, istnieniem w świecie. W przeciwieństwie do tego malarstwo wyedukowanego artysty nie jest „byciem”, tylko czymś oderwanym od rzeczywistości, jest tworzeniem formy.

Andrzej Osęka pisze o Dubuffecie w sposób następujący: „Uznanemu a martwemu jego zdaniem pięknu przeciwstawia Dubuffet piękno *brut* – nieznanne i nieświadome, wyrastające dziko w miejscach ciemnych, jak ściany ruder, zaplute klatki schodowe, walące się płoty, umysł chorego psychicznie. Odrzuca klasyczny kanon proporcji i miary, zachwyca się bogactwem i pięknem brudnej deski w podłodze.”²³ Dalej Osęka zwraca uwagę, że to właśnie Dubuffet dostrzegł walory estetyczne napisów i rysunków pokrywających płoty i mury, a następnie wydał pierwszy album z ich reprodukcjami²⁴. W owej twórczości ulicznej odnalazł sztukę czystą, a przede wszystkim w prawdziwy sposób wyrażającą stosunek jej twórców do komentowanego przez nich świata.

Podczas próby opisanego wzajemnego stosunku *graffiti* i *street artu*, pojawia się wiele trudności. Po pierwsze, jak już wcześniej wspomniałam, nie ma jednoznacznej opinii, co do tego, czy te zjawiska są ze sobą tożsame bądź czy jedno zamyka się w drugim. *Street art* bez wątplenia posługuje się innym kodem niż *graffiti*. *Graffiti* opiera się przede wszystkim

²³ Cyt. za: Osęka A., *Spowiedź uliczna*, [w:] Gregrowicz R., „*Polskie Mury*”, Toruń 1991, Wydawnictwo „COMER”.

²⁴ Tamże.

na wewnętrznej komunikacji pomiędzy poszczególnymi jednostkami lub składami tworzącymi to hermetyczne środowisko. *Street art* jest natomiast przeznaczony dla znacznie szerszego grona potencjalnych odbiorców. Według mnie zjawisko *graffiti* należy postrzegać jako kamień milowy na drodze, która doprowadziła do powstania *street artu*. Stąd niekiedy określa się *street art* mianem *postgraffiti*²⁵ (szablony, *vlepki*, plakaty, itd.). Autorka tekstu „Oni wiedzą – street art po polsku”, o *postgraffiti* pisze w następujący sposób: „Tak określana jest aktywność ludzi tworzących na ulicy, którzy spektrum swoich wizualnych narzędzi nie ograniczają tylko do puszki farby. Nie ma wąsko wyznaczonych granic, według jakich reguł i przy użyciu jakich materiałów powinno się uprawiać tę dziedzinę”²⁶. *Street art* można zatem uznać za naturalną ewolucję *graffiti*. Podczas gdy *graffiti* nigdy nie miało specjalnych ambicji artystycznych, a jego twórcom chodziło przede wszystkim o zaznaczenie swojej obecności w miejskiej przestrzeni publicznej, tak dla twórców *streetartowych* kategorie estetyczne odgrywają coraz większe znaczenie. Co prawda *street art*, podobnie jak *graffiti*, nadal pozostaje działalnością nielegalną, to jednak coraz częściej włączany jest w obszar sztuki i małymi krokami wkracza na oficjalne wystawy²⁷ czy też do galerii. Warto tu powiedzieć o obecnie znanym na całym świecie *Banksym*, którego prace osiągają niebotyczne ceny. Jest on artystycznym fenomenem, gdyż nigdy nie pokazał swojej twarzy, nie udziela wywiadów, a jednocześnie nadał sztuce ulicznej zupełnie nową, niespotykaną dotychczas jakość, uznawaną i docenianą przez oficjalnych krytyków.

²⁵ Jach A., Oni wiedzą – street art po polsku, [w:] „*Ha!art*”, Kraków 2006, nr 24, s. 67.

²⁶ Tamże.

²⁷ W dniach 23.05 – 28.08.2008 w Tate Modern w Londynie została zorganizowana wystawa pt. „*Street Art*”. Jest to bardzo znaczący dowód na to, że *street art* jest już oficjalnie uznawany za sztukę. Wystawie towarzyszą liczne wydarzenia, których celem jest angażowanie w *street art* młodzieży z lokalnej społeczności. Twórcy zachęcają młodych ludzi do eksperymentowania z różnymi formami sztuki ulicy. Prace zaproszonych do tego przedsięwzięcia artystów ulicy, prezentowane są zarówno na zewnętrznych ścianach Tate Modern, jak i w naturalnej przestrzeni ulicy. W muzeum dostępna jest mapa, dzięki której można je odnaleźć w miejskiej przestrzeni.

II. 4, *Całujący się policjanci*, Banksy



źródło: <http://www.banksy.co.uk>

Artysta ten padł także ofiarą paradoksu sztuki, gdyż szydząc z jej komercyjnego wymiaru, sam stworzył sztukę stanowiącą dziś niezwykle drogi i pożądanym towar. Ponieważ jednak z *Banksym* nigdy nic nie wiadomo²⁸, równie dobrze, może to być jego kolejny zabieg, mający na celu utrzymywanie odbiorców w stanie wiecznej konfuzji.

²⁸ Ostatnio pojawiły się doniesienia, że pod pseudonimem *Banksy*, kryje się nie jeden, ale trzech artystów. Są to jednak, jak to zwykle bywa w tym wypadku, informacje nieoficjalne.

II. 5, *Piltonfrisk*, Banksy



źródło: <http://www.banksy.co.uk>

II. 6, *Dziewczynka z balonikiem / Zawsze jest nadzieja*, Banksy



źródło: <http://www.banksy.co.uk>

Wielu twórców *streetartowych* zaczynało jako *grafficiarze*. Wystarczy przyrzeć się rodzimej scenie *streetartowej*. W jednym z wywiadów *Dwaesha*, działający przede wszystkim na terenie Wrocławia, mówi o tym

w następujący sposób (wcześniej oficjalnie podaje swoje imię i nazwisko, przełamując stereotyp anonimowości twórców sztuki ulicy): „A wracając do pytania o pierwszeństwo – na początku było graffiti. Bardziej zabawa literą, niż jakieś hardkory i czasy *jak to bez konturów?* czy, że *walkiem się nie liczy* – dziś automatycznie działania określane jako post-graffiti. Wtedy raczej na marginesie *wrocławskiej sceny graffiti*”²⁹. Twórcy *streetartowi*, którzy zaczynali od *graffiti*, często nadal uważają się także za *grafficiarzy* i dostrzegają silne powiązania pomiędzy *graffiti* a *street artem*. Zupełnie inaczej sytuacja wygląda w wypadku osób zajmujących się tylko i wyłącznie *graffiti*, które przeważnie reprezentują postawę odrzucającą *street art*, uważając go za działalność banalną, łatwą do powielania i przede wszystkim zbyt mało ryzykowną, przez co niestanowiącą wystarczającego wyzwania.

Podczas gdy *street art* cechują aspiracje artystyczne, w *graffiti* chodzi przede wszystkim o wysoki poziom adrenaliny. Stąd *grafficiarze* prześcigają się w coraz bardziej ryzykownych akcjach, zamieniając miasto niemal dosłownie w obszar wojenny, na co wskazuje także używana przez nich nomenklatura, taka jak *battles*³⁰ czy *bombing*³¹. Za najbardziej ryzykowane działania uważa się malowanie pociągów. Na takie akcje przeważnie wybiera się ekipa³². Każda z osób pełni wyraźnie wyznaczoną

²⁹ Sytuacja bardzo sprzyjająca – z Dwaesha rozmawia Martyna Sztaba, [w:] „*Ha!art*”, Kraków 2006, nr 24, s. 71.

³⁰ *Battles* (bitwy) – najczęściej jest to legalne malowanie w miejscach wyznaczonych do tego celu przez miasto. Spotykają się przedstawiciele z różnych ekip i malują. Mają na to kilka godzin lub nawet cały dzień. Zwycięzcami zostają ci, których wybierze publiczność lub nienależący do żadnego ze startujących *crew* - *writerzy*. *Battles* to określenie wszystkich pojedynków w subkulturze hip-hop’u, także pojedynki *freestyle* („Wielka Bitwa Warszawska”) i *break dance* („Battle of the Year”). Zdarzają się także nielegalne bitwy, gdzie oceniającymi są *writerzy* zaakceptowani przez obie walczące ze sobą strony. Bitwy są formą rozstrzygnięcia sporów między *writerami*.

³¹ *Bombing* – polega na nielegalnym zamalowywaniu miasta, czyli na *bombardowaniu* miejskich przestrzeni *graffiti*. Najczęściej, ze względów taktycznych odbywa się nocą.

³² *Ekipa* (*crew*) - ekipa poza robieniem *graffiti* podpisuje się pod nimi dodatkowym skrótem – *tagiem crew*. Zamalowują swój teren *graffiti* przedstawiającymi skrót lub pełną nazwę ich ekipy. Jadąc przez Warszawę można zauważyć jak na murach, co dzielnicą zmieniają się *tagi*. Na Służewcu najwięcej jest *tagów* KSA, ZBS. Kiedy cofamy się w kierunku Bemowa,

wcześniej rolę. Przynajmniej kilka osób stoi na czatach i pilnuje terenu. Reszta maluje. Zasada w *graffiti* jest taka, że im mniej osób idzie, tym bezpieczniej. W wypadku pociągów najpierw trzeba się przedostać przez ogrodzenie, później minąć psy i Służby Ochrony Kolei. Są *grafficiarze*, a nawet całe ekipy, które specjalizują się tylko w malowaniu pociągów. Zjawisko to jest równie popularne zarówno na terenie Polski, jak i poza granicami naszego kraju.

Poza Pop-Artem, teatrem *guerilla* i *graffiti*, na rozwój *street artu* wpłynęło w mojej opinii jeszcze jedno zjawisko, a mianowicie działalność artystyczna funkcjonująca w historii sztuki jako sztuka publiczna (*public art*). Sztuka publiczna to najczęściej rzeźby (przeważnie pomniki), albo instalacje przestrzenne, przeznaczone do takich miejsc jak ulice, place, czy parki. W Polsce wiele takich realizacji powstało w 1967 roku podczas Biennale Form Przestrzennych w Elblągu. Sztuka publiczna poniekąd przygotowała mieszkańców miast na spotkania z twórczością artystyczną w miejskiej przestrzeni. W tym kontekście warto wspomnieć o Paradzie Krów, która w ciągu ostatnich lat zyskała dużą popularność na całym świecie. Po raz pierwszy odbyła się ona w 1998 roku w Zurychu i od tego czasu z roku na rok gościła w coraz większej liczbie miast. W czerwcu 2005 roku Parada Krów zawitała także do Warszawy. Na ulicach miasta przez 90 dni można było oglądać 60 rzeźb przedstawiających krowy naturalnej wielkości, pomalowanych lub ozdobionych w różny sposób przez lokalnych artystów oraz przez dzieci. Parada cieszy się ogromną

wszędzie możemy zobaczyć GBR, WBD i HXM. Gdy przejeżdżamy przez Wisłę na Tarchomin, już na mostach możemy zauważyć *tagi* ekip z drugiej strony Wisły, a na wałach przeciwpowodziowych napisane wielkimi literami HJK. Swoiste przywitanie i oświadczenie – „Tutaj malujemy my!”. Poza ludźmi, którzy założyli *crew*, warto kogoś rekrutować. Rekrutacja wszędzie przebiega inaczej. Niektóre ekipy w ogóle nie chcą rekrutować, a inne biorą tylko ludzi z najbliższego sąsiedztwa. Ekipa wyznacza miejsce, w którym w określonym czasie ma się pojawić nowy *tag* ich *crew* (oczywiście chodzi o *wrzut* monsturalnych rozmiarów). Takie miejsca są zazwyczaj dobrze widoczne i trudne do zamalowania. Wiąże się to z ryzykiem. Jest to swoisty test, czy kandydat jest w stanie ryzykować dla ekipy. Spełnienie zadania oznacza automatyczne przyjęcie.

popularnością w dużych miastach zarówno wśród turystów, jak i mieszkańców. Na sam koniec krowy są poddawane licytacji, a uzyskany w ten sposób dochód jest przekazywany organizacjom charytatywnym.

II. 7, *Parada Krów*, Warszawa 2005



źródło: http://www.bramykraju.pl/_img/24112006/AMS_krowa.jpg

Podsumowując tę część niniejszej pracy pozwolę sobie nawiązać do słynnego hasła Josepha Beuysa³³ „każdy jest artystą”³⁴. Nawiązanie to wydaje się zasadne, ponieważ bez względu na to, które z opisanych w tym rozdziale zjawisk uznamy za najsilniej oddziałujące na wytworzenie się *street artu*, łączy je pewna cecha. Jest nim przekonanie o tym, że każdy może być kreatorem własnego otoczenia. Co więcej, jest to przekonanie, które okazuje się realne. Każdy, bez względu na pochodzenie, a także poziom wykształcenia, może konstruować własną rzeczywistość wizualną, kierując się indywidualnymi preferencjami i potrzebami. Jednocześnie poprzez zmianę kształtu i wyglądu otoczenia, możliwy jest wpływ na zachodzące w nim zjawiska, zachowania i interakcje. W ten oto sposób, nie tylko aktualne okazuje się hasło Beuysa, ale także wypełnia się

³³ Joseph Beuys (1921 – 1986) – niemiecki rzeźbiarz i rysownik, przedstawiciel *performance*, uważany za jednego z najbardziej wpływowych liderów sztuki awangardowej 2 poł. XX wieku.

³⁴ Beuys J., Każdy artystą, [w:] Morawski S. (red.), „Zmierzch estetyki – rzekomy czy autentyczny”, Warszawa 1987, t.2, ss. 268-273.

stworzona przez niego *teoria rzeźby*, którą na koniec pokrótce tu przedstawię.

W latach 60. Beuys sformułował programy myślenia o świecie i o sztuce, określone przez niego jako Teoria Rzeźby - oparta na wizji przechodzenia od chaosu do formy i porządku, co stanowi istotę procesu rzeźbiarskiego. Zgodnie z nią rzeźba ma się stawać, dziać, przekształcać i wobec tego nieustannie tworzyć. Beuys wciela się tu w rolę demiurga, który wprawia w ruch maszynę transformacji. Za pomocą swoich działań chce przywrócić ludziom ich własny los, wskazując właściwą drogę. Celem jest zatem nie tylko przetwarzanie prostej materii, ale przede wszystkim przetwarzanie tworzywa, którym jest samo społeczeństwo, co z kolei prowadzi do powstania rzeźby społecznej. W dalszej części tej pracy postaram się pokazać, że twórcy *streetartowi*, poprzez swoje działania, niejednokrotnie dążą do realizacji opisanego powyżej celu.

ROZDZIAŁ II

STREET ART PO POLSKU

(...) Gombrowicz, gdy znalazł się w kawiarnianym ustępie, porwany „nieprzytomną zachcianką”, nagryzmołił wysoko na ścianie („aby trudniej było zetrzeć”) nieprzyzwoity napis, następnie przeszedł przez całą kawiarnię i wmieszał się w tłum na ulicy³⁵.

Geneza polskiego *graffiti* związana jest z charakterystycznym dla niektórych grup młodzieży kontestowaniem zastanych warunków społeczno-politycznych oraz z mniej lub bardziej świadomą potrzebą komentowania ich, na początku przybierającą formę głównie napisów na murach. Pod tym względem istnieje duże podobieństwo między tym, co się działo w Polsce, do tego, co było na Zachodzie, gdzie w latach 60. *graffiti* stało się środkiem wyrazu ówczesnej kontrkultury, często związanej ze środowiskiem studenckim. *Graffiti*, rozumiane jako napisy na murach pełniące funkcję komentarzy, ujawniło się w czasie studenckich buntów na amerykańskich uniwersytetach. Przede wszystkim jednak odegrało znaczącą rolę podczas paryskiego „maja 1968”. Warto tu zacytować Piotra Gadzinowskiego, opisującego to zjawisko

³⁵ Janion M., „Ciemna” młodość Gombrowicza, [w:] Łapiński Z. (red.), „*Gombrowicz i krytycy*”, Kraków-Wrocław 1984, Wydawnictwo Literackie, s. 495.

w następujący sposób: „Krótkie, dowcipne, bojowe sentencje pisane na każdym wolnym kawałku muru były manifestami zbuntowanej młodzieży. Łączyły wygłup i uniwersytecką wiarę w prawdę zawartą w paradoksie. Zaskakiwały nowym spojrzeniem na rzeczywistość, odrzuceniem kulturowych schematów. Nic dziwnego, że podobały się przechodniom i mass mediom. Lakoniczne, komunikatywne, doskonale sprzedawały się podczas szybkich, krótkich przekazów.”³⁶

Dalej Gadzinowski przytacza m.in. następujące sentencje: „Bądźcie realistami żądajcie niemożliwego”, „Lekkie płace ciężkie czołgi”, „Bezczelność jest nową bronią rewolucji” czy też słynne „Zabrania się zabraniać”, „Otwierajcie mózgownice równie często co rozperek” czy wreszcie „Mam coś do powiedzenia, ale nie wiem co”³⁷.

W Polsce w czasach okupacji malowano na ścianach znaki Polski Walczącej, a także hasła takie jak „Pawiak pomścimy”, czy „AK walczy”. Hasła te stanowiły jeden z elementów wojny propagandowej.

II. 8, Znak Polski Walczącej



źródło: http://expatpol.com/img/stare8/18743_polska_walczaca.jpg

³⁶ Gadzinowski P., Zabrania się zabraniać, [w:] Gadzinowski P. i Łuczycka M. (red.), „Antologia polskich graffiti”, Warszawa 1995, SM-MEDIA Spółka z o.o., s. 3.

³⁷ Tamże.

Następnie pojawiły się napisy prorządowe „3 x TAK”, aż w końcu przyszedł czas na hasła głoszone w myśl doktryny socjalistycznej, takie jak „Partia z Narodem”, którym odpowiadały te skrajnie przeciwne, walczące z komunizmem, szybko jednak zamalowywane przez milicję. Dopiero w latach 80. *graffiti* rozpowszechniły się na masową skalę, przyjmując formę podobną do tej, która panowała w Stanach Zjednoczonych i w Paryżu przeszło 20 lat wcześniej. Zdaniem Edwarda Dwurnika „najwspanialsza eksplozja *graffiti*” miała miejsce w Polsce w roku 1981, kiedy to telewizja stanęła w opozycji do „Solidarności”. Wtedy to uliczne mury stały się polem zagorzałej walki słownej. Roilo się wówczas od napisów typu „Tumanowicz tuman” czy też mniej wymyślnych jak proste, aczkolwiek dobitne „Telewizja kłamie”. Na przełomie lat 80. i 90., przede wszystkim na murach Saskiej Kępy, masowo pojawiały się napisy o treści „Józef Tkaczuk”³⁸, z czasem ewoluujące w bardziej wymyślne hasła, takie jak m.in.: „Strefa Tkaczuka”, „Tkaczuk Walczy”, „Uwaga – czuć Tkaczukiem”, czy też „Krawaty dla Tkaczuka” i wreszcie „Witajcie w Tkaczuklandzie”. Nie można tu też pominąć działań takich grup jak *Pomarańczowa Alternatywa*, czy też jej Biały, Szary i Różowy odpowiednik. *Pomarańczowa Alternatywa* stanowiła w pierwszym okresie swojej aktywności grupę, a następnie ruch happeningowy, działający w latach 80. przede wszystkim we Wrocławiu, ale z czasem rozprzestrzeniający się także do innych polskich miast. W swoich założeniach nawiązywała do takich formacji kontrkulturowych jak holenderscy *provosi*³⁹ i *Partia Krasnoludków*⁴⁰. Z symboliki *provo*

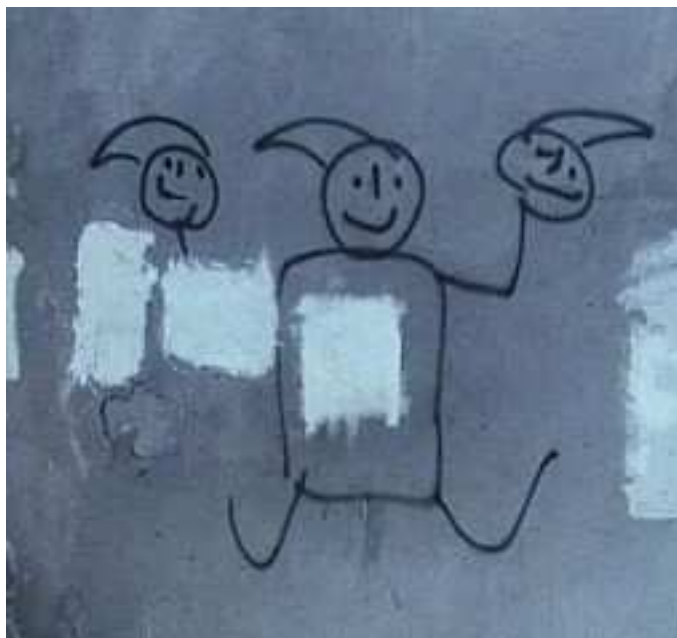
³⁸ Fenomen napisów dotyczących Józefa Tkaczuka – woźnego w Szkole Podstawowej nr 15 przy ulicy Angorskiej na Saskiej Kępie, wyczerpująco opisał Roch Sulima (Sulima R., O imionach widywanych na murach, [w:] Tegoż, *Antropologia codzienności*, Kraków 2000, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, ss. 53-91)

³⁹ *Provosi* – holenderski ruch kontrkulturowy o korzeniach anarchistyczno-lewicowych, założony przez Roela van Duijna, aktywny w latach 1965-1967. Jego członkowie uważani są za europejski odpowiednik *hippisów*, choć byli od nich znacznie bardziej upolitycznieni. Jednocześnie ruch ten nie wiązał się z żadnym konkretnym ugrupowaniem politycznym. Część

Pomarańczowa Alternatywa zapożyczyła m.in. kolor pomarańczowy oraz symbol krasnoludków. Kolor pomarańczowy miał stanowić alternatywę do wszechogarniającej czerwieni ulicznych flag i draperii, stanowiącej wyraz PRL-u. Celem grupy było obudzenie w ludziach świadomości, że istnieje alternatywa dla panującego ustroju, nawet, jeśli graniczy ona z absurdem.

Pierwszą znaną akcją Pomarańczowej Alternatywy, istotną dla niniejszej pracy, było malowanie krasnoludków na murach największych polskich miast. Lider grupy – Waldemar *Major* Frydrych twierdził, że dwa pionierskie krasnoludki namalował w nocy z 30 na 31 sierpnia 1982, wraz z Wiesławem Cupałą. Pierwszy z nich powstał na ścianie jednego z wrocławskich bloków w dzielnicy Biskupin, natomiast drugi znalazł się na ścianie budynku transformatora energetycznego w dzielnicy Sępolno.

II. 9, Krasnoludki, Pomarańczowa Alternatywa



źródło: http://pomaranczowa_alternatywa.republika.pl/

Provosów przystąpiła następnie do *Partii Krasnoludków*, utworzonej przez Duijina kilka lat później.

⁴⁰ *Partia Krasnoludków* – anarchistyczny ruch społeczno-artystyczny, utworzony w 1970 roku w Amsterdamie, jako kontynuacja ruchu *Provo*. Oba te ruchy charakteryzowało wmieszanie absurdu w uprawianie polityki.

Krasnoludki te nie powstawały jednak w przypadkowych miejscach. Pokrywały plamy farby powstałe w wyniku zamalowywania antykomunistycznych haseł przez milicję. Wśród mieszkańców Wrocławia szybko zaczęły budzić zainteresowanie i emocje. W efekcie Krasnoludek stał się znakiem rozpoznawczym *Pomarańczowej Alternatywy*. Przy okazji pomysłodawcy akcji stworzyli ironiczną teorię, zgodnie z którą pierwotny napis na murze wyrażał pewną **tezę**, zamalowanie napisu przez milicję – **antytezę**, a krasnal na plamie – **syntezę**. W ten sposób sprytnie i jednocześnie z przymrużeniem oka nawiązali do filozofii Hegla.

Istotne znaczenie dla omawianej tu tematyki mają także, dobrze znane większości z nas, napisy w toaletach publicznych. Ciekawie pisze o tym, z jemu właściwą ironią, Jerzy Duda-Gracz: „Odreagowanie na polityczny sposób myślenia doprowadzało nas czasem do komicznych skłonności. Polegało to na wyrażaniu swoich uczuć politycznych w miejscach dających złudzenie działalności podziemnej lub nielegalnej. Do nich, obok innych miejsc *na uboczu*, należą klozety publiczne, których ilość i stan sanitarny jest odwrotnie proporcjonalny do wielkości tekstów publikowanych tam przez rodaków. W tych bardzo fizjologicznych punktach życia społecznego dajemy upust dziwnej symbiozie upodobań erotycznych z niezgodą na rzeczywistość polityczną i to w formie dość niefrasobliwej, lecz jednak z cechami wyraźnie konspiracyjnymi (przez tę właśnie ustronną lokalizację klozetu, zapewniającą w dodatku bezkarność naszych poczynań dzięki haczykowi)”⁴¹.

I tak, wśród niezwykle licznych napisów wypełniających ściany i drzwi publicznych toalet, dziś można znaleźć przede wszystkim wyznania „miłosne” (w tym skierowane także do ukochanego klubu piłkarskiego), ogłoszenia towarzyskie, obraźliwie komentarze skierowane do jakiejś osoby, oraz manifestacje własnej obecności w danym miejscu, typu

⁴¹ Duda-Gracz J., [w:] Gregrowicz R., *Polskie Mury*, Toruń 1991, Wydawnictwo „COMER”.

„Ja tu byłem”. Język tych wypowiedzi przeważnie można określić jako wulgarny. Coraz rzadziej obecnie można natrafić na wypowiedzi polityczne czy społeczne, chociaż i takie oczywiście nadal funkcjonują. Andrzej Szmak, polski dziennikarz i felietonista, podobnie jak Jerzy Duda-Gracz, z pewnym sentymentem wypowiada się na temat klozetowych napisów, stawiając jednocześnie pytanie, na które postaram się następnie odpowiedzieć: „Od czasu, gdy w młodości zobaczyłem nad pisuarem w uniwersyteckim klozecie starannie wykaligrafowany napis: *Wstań Stalinie, Rosja ginie*, gdziekolwiek bym nie był – wśród ruin Kambodży, w slumsach Manilli, na dworcu kolejowym Delhi czy na lotnisku w Dubaju – wszędzie odwiedzam szalety w nadziei na znalezienie odzewu. Niestety, odpowiedzi ciągle brak. Czyżby to była tylko sztuka dla sztuki?!”⁴². No właśnie, jak to jest z owymi napisami? Czy możemy je traktować jako sztukę? Jakie są motywy działania ich autorów? W celu odpowiedzi na to pytanie, odwołam się za Rochem Sulimą do koncepcji liminalności⁴³. Dotyczy ona sytuacji progowej. Jednostka nie należy już „tu”, ale jednocześnie nie jest jeszcze „tam”⁴⁴, a zatem balansuje pomiędzy tymi dwoma biegunami. Zdaniem Sulimy kultura młodzieżowa to przestrzeń liminalności ideologicznej, jednocześnie będąc podatną na liczne zmiany⁴⁵. W tym ujęciu napisy na murach byłyby właśnie wyrazem owej liminalności, charakteryzującej się w tym wypadku kontestacją zastanego ładu społecznego. Sulima pisze: „Tu [w mieście – przyp.B.K.] wykładniki liminalności uobecniają się w charakterystycznych tekstach zachowaniowych (malowanie *graffiti* jest jednym z nich), tekstach, których istotą jest przemianowywanie znaków struktury, takich jak nazwy ulicy, oznaczenia przystanków MZK, fasady poczt, urzędów, komisariatów

⁴² Szmak A., [w:] Tamże.

⁴³ Sulima R., *Antropologia codzienności*, Kraków 2000, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, ss. 61-63.

⁴⁴ Tamże, s. 61.

⁴⁵ Tamże, s. 63.

i sklepów. Są to najbardziej spektakularne *przymusy* struktury, generujące – przeniknięte żywiołem liminalności – teksty zachowaniowe⁴⁶.

Sulima zwraca uwagę jeszcze na dwie ciekawe kwestie. Po pierwsze, dostrzega w *graffiti* przejaw *horror vacui*⁴⁷. W ten sposób malowanie i pisanie po ścianach, podobnie jak wypełnianie inskrypcjami szkolnych ławek czy też ścian publicznych toalet, byłoby próbą odniesienia ich twórców do „obcego” czy też „pustego” miejsca⁴⁸. Jednocześnie byłyby to próba uregulowania stosunku *JA – obce miejsce*, poprzez zaanektowanie czy, wręcz symboliczne, odebranie owej przestrzeni. Po drugie, Sulima odnosi się do kategorii „śladu”. Twórcy przytaczanych tu ulicznych ingerencji⁴⁹, zawłaszczając przestrzeń, pozostawiają w niej ślad swojej obecności. Zdaniem Sulimy „Zostawić ślad znaczy tu: działać czynnie wobec miejsca, cieleśnie i psychicznie zawłaszczać to miejsce, przemianowywać je”⁵⁰.

Przełomem w świecie polskiego *graffiti* stało się pojawienie na rodzimym rynku, pod koniec lat 80., farb w sprayu. Wtedy też do Polski zaczęło docierać znacznie więcej danych o tym, co się dzieje w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych. Poza tym do naszego kraju zaczęli docierać *writerzy* z Zachodu, którzy dzielili się swoim doświadczeniem z członkami rodzimej sceny *graffiti*. Zjawisko to nosi nazwę *turystyki graffiti* i z powodzeniem funkcjonuje do dnia dzisiejszego. Wszystko to spowodowało, że na miejskich ścianach można było odnaleźć coraz więcej napisów i prac niezwiązanych z polityką. Ponadto coraz większą popularnością cieszył się szablon.

⁴⁶ Cyt. za: Tamże, s. 64.

⁴⁷ Tamże, s. 84.

⁴⁸ Tamże, s. 85.

⁴⁹ Nie ograniczam się tu tylko do *graffiti*, ponieważ uważam, że odnosi się to także do *street artu*, który zostanie jeszcze dalej omówiony w kontekście Polski.

⁵⁰ Tamże, s. 88.

II. 10, C215 –street artowiec z Paryża, ul. Topiel w Warszawie, czerwiec 2008



źródło: <http://maped.wordpress.com>

Zdaniem Aleksandry Jach⁵¹ problemem polskiego *graffiti* było to, że rodzimi artyści, niemalże z dnia na dzień, zaaplikowali na grunt polski zjawisko w dojrzałej już formie⁵². Nie było tu zatem mowy o żadnej ewolucji. Bezrefleksyjne przenoszenie zachodnich wzorców na polskie mury, powodowało brak głębszego zrozumienia zjawiska, zarówno przez samych twórców, jak i odbiorców. W kółko powtarzano utarte schematy. Jach zauważa⁵³, że twórcom brakowało także wsparcia ze strony środowiska, które dopiero zaczynało się tworzyć. Jej zdaniem sytuacja uległa zmianie wraz z pojawieniem się na polskich ulicach *street artu*, w którego ramach zaczęły wytwarzać się zupełnie nowe, jemu właściwe struktury. Jednocześnie Jach określa rodzimą sztukę ulicy jako słabą⁵⁴. Jako potwierdzenie tej oceny przytacza wypowiedź Mariusza Libela,

⁵¹ Aleksandra Jach – ur.1983, historyk sztuki, krytyk sztuki. Stale współpracuje z pismem „Ha!art”, publikowała także w „Forcie Sztuki”, „Obiegu” oraz na stronach Bunkra Sztuki i Galerii Entropia. Jednym z obszarów jej zainteresowań jest *street art*.

⁵² Jach A., Street art jako aktywność społeczna, [w:] „Czas kultury”, nr 1/2008 (142), rok XXIV, s. 52.

⁵³ Tamże.

⁵⁴ Tamże.

jednego z członków grupy *Twożywo*⁵⁵, będącą odpowiedzią na pytanie, dlaczego nie ma w Polsce silnej sceny *streetartowej*: „Chyba ludziom nie zależy. Wolą skupić się na sobie. *Street art*, jakkolwiek, nawet ten autoteliczny, zakłada pewną potrzebę komunikacji. A my na razie jesteśmy jeszcze głodni i mamy potrzebę nawpychania się. Na Zachodzie jest tego więcej, bo tam ludzie są już znudzeni konsumpcją. W Polsce pojęcie odpowiedzialności społecznej dopiero powstaje, na razie jesteśmy skupieni na *ja*. Przekładając to na *street art*, jesteśmy na poziomie obsikiwania murów w formie *tagów*”⁵⁶.

Dużą rolę w propagowaniu polskiej sztuki ulicy odgrywają portale internetowe. Jednym z nich i jednocześnie najbardziej popularnym, jest serwis Vlepvnet (<http://vlepvnet.bzzz.net>), kumulujący wszelkie działania w przestrzeni publicznej. Celem jej twórców jest informowanie o wydarzeniach, wspieranie ich oraz dokumentowanie. Autorzy sami o sobie piszą w następujący sposób: „jak opisać działanie grupy vlepvnet. rdzeniem jest przestrzeń publiczna. poprzez nasze działania szukamy sposobu na wyrażenie swoich poglądów. chcemy uczestniczyć w kształtowaniu otaczającej nas rzeczywistości. nie pozostajemy w stosunku do niej bierni. nie zgadzamy się na bezustanną degradację i porastanie jej przez komercyjne plakaty, billboardy. mamy dość 'upiększanych' w ten sposób ulic, placów czy skwerów. wrzucimy tam SIEBIE, niech ulica nie służy tylko do przemieszczania się z punktu A do punktu B. zasiejmy SIĘ. żyjmy nią, ona nas otacza”⁵⁷.

⁵⁵ „Duet artystyczny, który tworzą Mariusz Libel (ur. 1978) i Krzysztof Sidorek (ur. 1976), powstały w 1998 roku. Wcześniej (od 1995 roku) wraz z Robertem Czajką pracowali jako grupa Pinokio, wypowiadając się przez naklejki w środkach komunikacji, szablony, plakaty. Tę *streetartową* formę działalności kontynuuje Twożywo. Do swych projektów wykorzystują różnorodne media. Są autorami plakatów, billboardów, filmów animowanych, ilustracji prasowych”. (źródło: http://www.culture.pl/pl/culture/artykuly/gr_oo_twozywo)

⁵⁶ Cyt. za: Jach A., Street art jako aktywność społeczna, [w:] „*Czas kultury*”, nr 1/2008 (142), rok XXIV, s. 54.

⁵⁷ Cyt. za: <http://vlepvnet.bzzz.net/vlepvnet.htm>

Innymi znanymi portalami zajmującymi się sztuką ulicy są także: <http://www.szablon.art.pl> - poświęcony tematyce szablonów, oraz największy portal prezentujący *graffiti* <http://www.grafwizje.pl/> . Pozostałe serwisy to przede wszystkim „wizytówki” indywidualnych twórców, na których prezentują oni swoje działania (np.: www.m-city.org). Ponadto coraz większą popularnością cieszą się blogi oraz photoblogi, które przynajmniej na początku, kierowane są do najbliższego grona znajomych. W porównaniu z oficjalnymi portalami, mają bardziej „intymny” charakter, ale jednocześnie nadal pozwalają autorowi na zaprezentowanie swoich prac, a także odpowiednie ich skomentowanie (np.: <http://maped.wordpress.com/>).

Zdaniem Piotra Bernatowicza, cechą wyróżniającą *street art* może się okazać jego funkcjonowanie nie tylko w przestrzeni miejskiej, ale także wirtualnej⁵⁸. Aby zobaczyć, co obecnie dzieje się na polskiej scenie *streetartowej*, wystarczy wpisać w pasku wyszukiwarki internetowej odpowiedni adres www. Zatem paradoksalnie, w celu poznania sztuki wyrosłej w przestrzeni miejskiej, wcale nie musimy opuszczać własnego domu i w owej przestrzeni uczestniczyć. Pozwolę sobie tu przytoczyć wypowiedź Bernatowicza na ten temat: „W Internecie płynie ukryte, ale nie mniej intensywne streetartowe życie, są tam nie tylko strony konkretnych artystów, blogi i fora, ale przede wszystkim galerie, jak choćby słynna Picture on Walls. Gdy przyjrzymy się umieszczonym na murach miasta pracom, często dostrzeżemy link do strony www lub podpis, pod którym łatwo odnaleźć miejsce danego artysty w sieci. Pseudonimy streetartowców są idealnie dopasowane do funkcjonowania także w mieście wirtualnym. Czy zatem street art jest nie tyle sztuką miasta, ile sztuką wykorzystującą przestrzeń miasta? Podobnie jak znaki

⁵⁸ Bernatowicz P., Przestrzeń street artu, [w:] „*Arteon. Magazyn o sztuce*”, nr 7(99) lipiec 2008, s. 3.

już istniejące w mieście, odsyłając nasze spojrzenie do czegoś, co istnieje poza miejską przestrzenią?”⁵⁹.

Internet daje twórcom możliwość dotarcia z dowolnego miejsca na świecie do każdego, kto tylko dysponuje łączem internetowym, bez jakiegokolwiek pośrednictwa, tak jak ma to miejsce w galeriach czy muzeach. Steve Dietz pisze w tym kontekście o skojarzeniu „wielu - do wielu”, które zostało określone jako „disintermediacja”⁶⁰. Opisywana tu właściwość Internetu, w pewnym sensie dotyczy także ulicy. Co prawda, jej zasięg oddziaływania jest nieporównanie mniejszy niż Internetu, ale umieszczone w jej przestrzeni działania artystyczne także docierają do wielu, często przypadkowych osób. Artyści tworzący w przestrzeni publicznej rozumieją ją równie intuicyjnie, jak sieć.

Il. 11, Praca Mapeda, Szablon Dżem 3, Warszawa



źródło: [http:// maped.wordpress.com](http://maped.wordpress.com)

⁵⁹ Cyt. za: Tamże.

⁶⁰ Dietz S., Kuratorstwo (w) sieci, [w:] Popczyk M. (red.), „*Muzeum sztuki. Antologia*”, Kraków 2005, UNIVERSITAS, s. 673.

Istotną rolę dla popularyzacji sztuki ulicy odgrywają także tzw. *Jam Sessions* (w Warszawie organizowane np.: przez Bemowskie Centrum Kultury art.bem i funkcjonujące pod nazwą „Szablon Dżem”⁶¹), czyli nieformalne imprezy polegające na grupowym malowaniu. Organizatorzy oferują zaproszonym *streetartowcom* miejsce, czasami określają też temat prac, dopuszczając jednak jego bardzo szeroką interpretację.

II. 12, Plakat promujący „Szablon Dżem 3”



źródło: <http://szablondzem.wordpress.com/>

Dużą popularnością wśród malujących cieszą się także wszelkie pustostany i przestrzenie postindustrialne. W miejscach takich po pierwsze, występują duże płaszczyzny, które można w dowolny sposób poddać artystycznej obróbce. Po drugie, malowanie znacznie rzadziej wiąże się

⁶¹ W 2008 roku „Szablon Dżem 3” odbył się w dniach 2.06 – 8.06. Jego organizatorem był Wojtek Wiśniewski, powszechnie funkcjonujący w środowisku jako Ludzik. *Dżem* to parafraza terminu *jam session*. Celem *Dżemu* jest wspólne twórcze działanie i aktywowanie środowiska. Niezwykle istotnym elementem tegorocznego *Dżemu* były poprzedzające malowanie warsztaty, które prowadzili Iwona Zajac (autorka murali ze Stoczni Gdańskiej) oraz C215 – jeden z czołowych *streetartowców* na scenie międzynarodowej, pochodzący z Paryża.

z ryzykiem bycia złapanym przez policję, w porównaniu do miejskich ulicznych lokalizacji.

Il. 13, Praca Monstfur, „Szablon Dżem 3”, Warszawa



źródło: [http:// maped.wordpress.com](http://maped.wordpress.com)

Ponadto, chciałabym także zwrócić uwagę na coraz częstsze pojawianie się *street artu* na wystawach organizowanych przez oficjalne polskie instytucje. Poza wspomnianą już przeze mnie wystawą z 2006 roku, zatytułowaną *Postery post_ery*, odbywającą się w ramach 20. Międzynarodowego Biennale Plakatu, warto także wspomnieć o inicjatywie *Ulica wielokierunkowa*, towarzyszącej wystawie *Beautiful Losers. Sztuka współczesna i kultura ulicy*, zorganizowanej w Muzeum Sztuki w Łodzi w dniach 01.07.2007 – 12.08.2007. Wystawa *Beautiful Losers* stanowiła pierwszą w naszym kraju prezentację amerykańskiej sztuki, związanej z ulicą wielkiego miasta, będącej alternatywą wobec kultury konsumpcyjnej i powstającą w kręgach takich subkultur jak *graffiti*, punk czy hip-hop. *Ulica wielokierunkowa* pełniła funkcję aneksu do głównej wystawy i ukazywała dokonania rodzimej "sztuki ulicy".

Kurator wystawy – Jarosław Lubiak – pisze o wydarzeniu w następujący sposób: „O ile wystawa *Beautiful Losers* przenosi wytwory, świadectwa czy też dokumenty niezależnej twórczości w przestrzeń Muzeum Sztuki, o tyle polski aneks *Ulica wielokierunkowa* gromadzi działania, które samą tę przestrzeń – więcej nawet: muzealną infrastrukturę i substancję – traktują jako materiał, który wykorzystany zgodnie ze strategią *zrób to sam* pozwala eksplorować potencjalne właściwości urojonych rozwiązań”⁶². Lubiak w interesujący sposób pisze także o polu działań *streetartowców*: „Nawet ulica, albo miasto, które są sceną ich działań, są jednocześnie polem walki z tym, co miałyby nakładać prawne, własnościowe czy estetyczne ograniczenia – energia ma pozostać wolna i nieobramowana. Nawet w większym stopniu miasto – jego przestrzeń, ulice, zaułki czy porzucone miejsca – staje się materiałem, może też zostać przekształcone w obraz”⁶³. Ponadto kurator wystawy potwierdza znaczenie Internetu dla popularyzacji czy wręcz istnienia *street artu* (nie tylko polskiego). Jego zdaniem działania uliczne oglądane są teraz przede wszystkim za pośrednictwem witryn internetowych. Lubiak posuwa się do stwierdzenia, że „uliczna przestrzeń jako medium twórczej aktywności zanika pochłonięta przez Internet”⁶⁴.

W moim odczuciu Internet, jako miejsce prezentowania działań ulicznych, odgrywa znaczącą rolę dla popularyzacji *street artu*, także z innego powodu. Mianowicie, redukuje ulotny charakter sztuki ulicy. Pozwala na rejestrowanie tego, jak się zmienia dana przestrzeń i jednocześnie umożliwia oglądanie prac, których już, na co dzień nie można zobaczyć, gdyż przykładowo zostały zasłonięte przez inne realizacje (niestety nie zawsze lepsze, mimo niepisanej reguły, że praca zakrywająca

⁶² Lubiak J., Uliczna patafizyka w muzeum, [w:] „*Ulica wielokierunkowa. Aneks do wystawy Beautiful Losers. Sztuka współczesna i kultura ulicy*”, Muzeum Sztuki w Łodzi, 01.07.2007 – 12.08.2007, s. 4.

⁶³ Tamże, s. 5.

⁶⁴ Tamże.

poprzednią, ma się charakteryzować wyższym niż ona poziomem technicznym i artystycznym).

Il. 14, *Byłeś bardzo złym chłopcem Billy*, Simpson, „Szablon Dżem 3”, Warszawa



źródło: <http://maped.wordpress.com>

Na koniec tego rozdziału, chciałabym nawiązać, do coraz częstszego także w Polsce, zjawiska „wchodzenia” *street artu* do oficjalnych galerii i muzeów. Kai Jakob, w książce pt. „Street art in Berlin”, opisuje tę tendencję w interesujący sposób. Jego zdaniem⁶⁵, sam termin *street art* pozwala automatycznie zaliczyć identyfikowane z nim prace w obręb sztuki. Mimo że zróżnicowanie ich poziomu artystycznego bywa ogromne

⁶⁵ Jakob K., *Street art in Berlin*, Berlin 2008, Jaron Verlag, s. 12.

(być może, należałoby tu zwrócić uwagę, na zbyt dużą ogólność i jednocześnie dowolność terminu *street art* – przyp. B.K.).

Il. 15, Obraz, Em., „Szablon Dżem 3”, Warszawa



źródło: <http://maped.wordpress.com>

W związku z tym nie powinno budzić naszego zdziwienia, że świat sztuki wyraża coraz większe zainteresowanie i entuzjazm w stosunku do sztuki ulicy. Wydaje się to naturalną kolejną rzeczą. Na świecie powstało już wiele galerii wyspecjalizowanych w prezentowaniu *street artu* (np.: *Vicious* w Hamburgu). Jednocześnie *street art*, podobnie jak niegdyś Pop-Art, usiłuje bronić się przed tzw. „Białym Sześciannem” (*White Cube*) przemysłu artystycznego. Termin *White cube* określa typową przestrzeń,

w której eksponowane są dzieła sztuki (np.: tradycyjne muzeum). Jednocześnie opisuje on salę wystawową jako obiekt sam w sobie, który, mimo że powinien być neutralny, to jednak oddziałuje na prezentowane w nim przedmioty. Zdaniem Jakoba, plakaty, kolaże, szabloni i inne techniki wpisujące się w nurt sztuki ulicy, nie funkcjonują dobrze w typowych przestrzeniach wystawowych, gdyż w takich warunkach zostają pozbawione właściwego im kontekstu. Poprzez odseparowanie tych prac od ich pierwotnej lokalizacji, tracą one na sile oddziaływania oraz celowości. W galeriach przyjmują raczej rolę dekoracji. Nie świadczy to jednak o złych intencjach kuratorów, którzy zdecydowali się na pokazywanie *street artu*, lecz o swoistych właściwościach tej sztuki. Można się tu nawet pokusić o stwierdzenie, że dotyczy to całej sztuki awangardowej, w tym także *offowej*, w ramach której funkcjonuje, z kolei, sztuka ulicy. Sztuka awangardowa, której celem jest doprowadzenie do społecznej zmiany, i która nieustannie stawia opór nurtom oficjalnym, powinna – zdaniem Jakoba - funkcjonować w przestrzeni *off*, która wyłamuje się poza obszar oficjalnej krytyki artystycznej oraz komercjalizacji⁶⁶. To samo, w opinii Jakoba, dotyczy *street artu*, poprzez który ulica staje się galerią, w której każdy obiekt i każdy obserwator, czy też raczej uczestnik, staje się częścią danego dzieła albo inaczej działania artystycznego. W dalszych częściach niniejszej pracy, na podstawie wywiadów przeprowadzonych przeze mnie z przedstawicielami polskiej sztuki ulicy, postaram się zweryfikować m.in. ten punkt widzenia.

⁶⁶ Historia jednak wielokrotnie udowodniła, że taka sytuacja jest całkowicie utopijna, gdyż prędzej czy później awangarda zostaje wyparta przez kolejną i staje się częścią oficjalnego nurtu – przyp. B.K.

ROZDZIAŁ III

METODOLOGIA

Czas, miejsce, ludzie

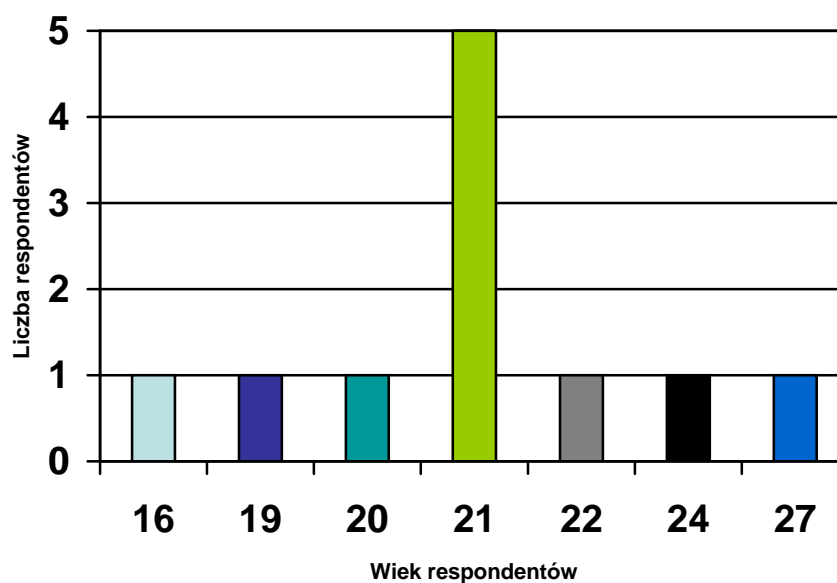
Gromadzenie materiału badawczego rozpoczęłam w listopadzie 2007 roku. Wtedy to przeprowadziłam wywiad pilotażowy, który pozwolił mi zweryfikować stworzone wcześniej narzędzie badawcze. Wywiad ten miał miejsce w Warszawie, a moim respondentem był M., 21-letni *streetartowiec*, którego rola w opisywanym tu projekcie badawczym, była jednak znacznie większa niż tylko udzielenie odpowiedzi na moje pytania. Zanim doszło do pierwszego, a potem kolejnych wywiadów, M. pomagał mi przygotować grunt pod to przedsięwzięcie. Jako aktywny uczestnik polskiego *street artu*, dysponował wiedzą oraz kontaktami, których ja nie miałam, i których nie zdobyłabym będąc jedynie zewnętrznym obserwatorem. Wynikało to z dość hermetycznego charakteru polskiego środowiska *streetartowego* i nieufności jego uczestników w stosunku do osób z zewnątrz. Jednocześnie odebrałam wrażenie, że podłożem owej nieufności nie jest lęk przed wymiarem sprawiedliwości i różnymi organami ścigania, ale raczej niechęć do opowiadania o sobie i swojej działalności komuś, kto czynnie nie przykłada się do tworzenia sztuki ulicy. Przynajmniej z tego względu pomoc M. okazała się nieoceniona. Miałam możliwość wykorzystania już wcześniej przetartych przez niego szlaków. Dzięki temu na pierwsze wywiady nie szłam jako „kolejna osoba z Uniwersytetu chcąca pisać o zbuntowanej młodzieży”, ale jako koleżanka

dobrego znajomego, co znacznie zmieniało nastawienie moich respondentów.

Wywiady przeprowadzałam od listopada 2007 roku, aż do sierpnia 2008 roku, w nieregularnych odstępach czasowych. Większość z nich, a dokładnie dziesięć, zgromadziłam do marca 2008 roku. Byłam wówczas przekonana, że na tym też zakończę zbieranie materiału. Miałam jednak wrażenie niedosytu, gdyż wszyscy moi dotychczasowi respondenci byli płci męskiej. Wiedziałam, że kobiet w tym środowisku jest znacznie mniej i trudniej do nich dotrzeć. Uważałam jednak, że rozmowa, choć z jedną z nich jest konieczna. Stała się ona możliwa po mojej wizycie na „Szablon Dzem 3” na początku czerwca. Wtedy to na ul. Topiel, gdzie odbywało się zbiorowe malowanie, poznałam E. Dwa miesiące później umówiliśmy się na kawę i tak oto powstał ostatni, jedenasty, dopełniający całość żeńskim pierwiastkiem, wywiad.

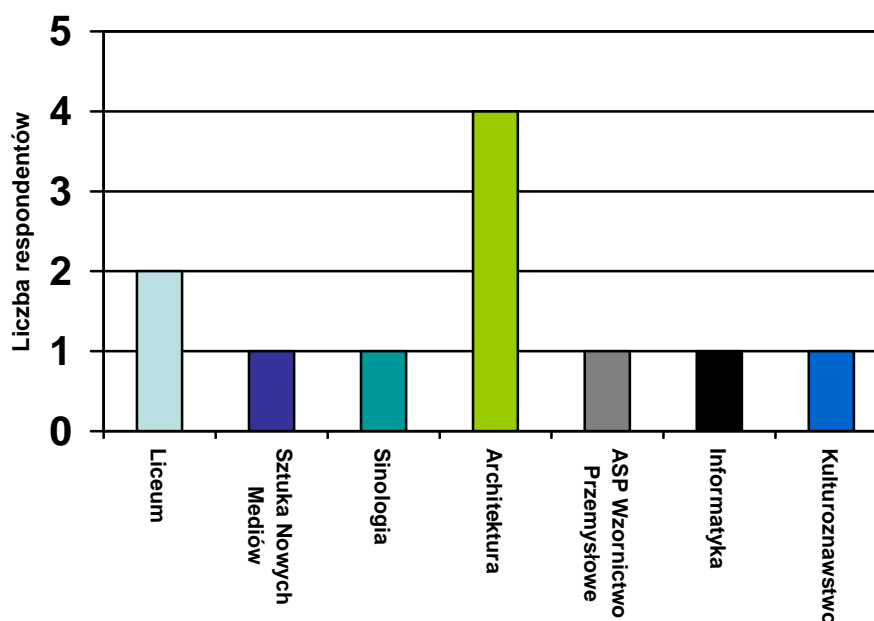
Pierwsze trzy wywiady przeprowadziłam z osobami bezpośrednio poleconymi mi przez M. Natomiast kolejnych respondentów pozyskałam dzięki metodzie kuli śniegowej. W sumie przeprowadziłam jedenaście wywiadów, z czego dziesięć w Warszawie i jeden w Poznaniu. Według mojego założenia, respondenci musieli spełniać wyłącznie jeden warunek, a mianowicie mieli być czynnymi uczestnikami polskiej sceny *streetartowej*. Wiek ani płeć nie stanowiły kryterium doboru. Mój najmłodszy respondent miał 16 lat, natomiast najstarszy 27. Wykres poniżej prezentuje rozkład wiekowy respondentów biorących udział w badaniu.

Wykres 1



Kryterium doboru nie stanowił także poziom, ani kierunek wykształcenia respondentów. Pytanie takie umieściłam jednak w metryczce. Warto tu zatem zauważyć, że aż sześć na jedenaście osób wybrało kierunek studiów związany z szeroko pojmowaną sztuką, z czego cztery wybrały architekturę. Ponadto, dwóch biorących udział w badaniu licealistów, także zadeklarowało chęć wybrania w przyszłości kierunku artystycznego. Wykres poniżej przedstawia opisywaną sytuację.

Wykres 2



Osiem wywiadów przeprowadziłam „na mieście”, w miejscu wybranym przez respondenta, dwa w moim własnym domu oraz jeden w mieszkaniu respondenta. Zanim jednak doszło do spotkania, poprzedzałam je rozmowami z daną osobą przez komunikatory internetowe czy wymianą *e-maili*. Chodziło mi o to, aby już przed spotkaniem, nawiązać z respondentem bardziej koleżeńską więź. Sprzyjało to następnie bardziej otwartej rozmowie w cztery oczy. Jeśli wywiad miał się odbyć w mieście, zależało mi na tym, aby osoba, z którą miałam rozmawiać, sama wybrała miejsce naszego spotkania. Dzięki temu mogła czuć się swobodniej, a ja miałam możliwość poznania jej preferencji. W ten sposób znaczna część wywiadów upłynęła przy kawie, bądź na spacerze, połączonym jednocześnie z oprowadzaniem mnie po *streetartowych* „miejscówkach”.

W dwóch przypadkach zaprosiłam respondentów do własnego domu i raz zostałam zaproszona do domu respondenta. Te trzy wywiady

przebiegały w atmosferze największego zaufania z obu stron. Zwłaszcza ta druga sytuacja, gdy mogłam przeprowadzić wywiad w „czterech kątach” mojego rozmówcy, była niezwykle cenna i świadczyła o udzielonym mi przez niego ogromnym kredycie zaufania. Wywiad ten był zresztą związany z mówieniem o własnym domu, o inspiracjach, o sztuce. Te wątki stale się w nim pojawiały. Podobnie jak motyw wnętrza, często wykorzystywany przez tę osobę, w ulicznych realizacjach. Z tego właśnie względu, wizyta w domu tego rozmówcy, była porywającą wycieczką w jego artystyczne światy oraz jednym z cenniejszych doświadczeń dla mnie, jako badacza. Wiele z nawiązanych podczas tego badania znajomości, trwa do dzisiaj.

Metody i techniki zbierania materiału empirycznego

Podstawową metodą zastosowaną w omawianym badaniu był wywiad swobodny, oparty na wcześniej skonstruowanym narzędziu, zaprezentowanym poniżej.

Dane metryczkowe:

Pseudonim artystyczny:

Płeć:

Wiek:

Poziom wykształcenia:

Kierunek studiów (jeśli studiujesz/studiowałeś):

Zawód:

Miasto:

Adres www:

Pytania:

1. Czym jest dla Ciebie przestrzeń publiczna?
2. Jak traktujesz przestrzeń publiczną?
3. Co rozumiesz przez pojęcie *street art*?
4. Czym jest dla Ciebie *street art*? W jaki sposób go uprawiasz?

5. Kim jest Twoim zdaniem *streetartowiec*?
6. Czy bycie *streetartowcem* jest niebezpieczne? Dlaczego?
7. Co decyduje o wyborze miejsca, w którym tworzysz?
8. Czy Twoje działania są spontaniczne?
9. Jakie są motywy Twojego działania? Po co to robisz?
10. Czy tworząc starasz się nawiązać/nawiązujesz dialog artystyczny z innymi polskimi przedstawicielami sztuki ulicy? Jak?
11. Czy czerpiesz skądś inspiracje? Jeśli tak, to skąd?
12. Czy podpisujesz swoje prace? Dlaczego?
13. Czy wolisz tworzyć sam, czy w grupie? Dlaczego?
14. Jaki jest Twój stosunek do sztuki wysokiej?
15. Jak widzisz przyszłość polskiego *street artu*?
16. Jaki odnosisz się do „wchodzenia” *street artu* do galerii?
17. Jaki jest Twój stosunek do sceny *streetartowej* w Polsce?
18. Czemu ma według Ciebie służyć *street art*?
19. Czy czujesz przynależność do jakiejś konkretnej subkultury?
20. Jak jest z obecnością kobiet na polskiej scenie *streetartowej*? Czy istnieją tylko damskie ekipy? Jak oceniasz prace tych kobiet?

Zgodnie z pierwotnym założeniem, wszyscy respondenci mieli odpowiedzieć na te same pytania, ale zostały one sformułowane i ułożone w ten sposób, aby tworzyły spójną całość i umożliwiały swobodną rozmowę. Zależało mi na tym, żeby moi rozmówcy nie mieli wrażenia „bycia odpytywanym”, ale żeby prowadzili swoją opowieść w jak najbardziej naturalny sposób. W związku z tym, dopuszczałam zmianę kolejności pytań, czasem niektóre pomijałam, gdy odpowiedź na nie wynikała z poprzednich wypowiedzi oraz pozwalałam respondentom na swobodne dygresje. Zgodnie z tym, co pisze Krzysztof Konecki: „Język wywiadu swobodnego przypomina język potoczny, nie jest

on sformalizowany czy też ujednolicony dla wszystkich respondentów”⁶⁷, ze względu na duże zróżnicowanie moich rozmówców, cenna okazała się umiejętność dostosowywania języka do poszczególnych osób. Pozwalało to zminimalizować ewentualny dystans między dwoma stronami. Po zakończeniu wywiadu, nasza rozmowa najczęściej toczyła się jeszcze przez jakiś czas dalej, także na inne tematy. Wynikało to po pierwsze, z tego, że moi respondenci byli przeważnie bardzo interesującymi osobami, z którymi rozmowa była prawdziwą przyjemnością, a po drugie, z mojej obawy, aby nie pozostawiać ich z wrażeniem „informacyjnego” wykorzystania i porzucenia. Poza tym, ta już „nieoficjalna” część wywiadu, gdy ja także dzieliłam się swoimi doświadczeniami, często powodowała u moich rozmówców większe rozluźnienie i zaczęli opowiadać o kwestiach dotyczących interesującego mnie tematu, które wcześniej z różnych względów pominęli. Stawało się to istotnym dopełnieniem rozmowy. W ten sposób, uzyskałam w efekcie ponad sto stron znormalizowanego maszynopisu, który następnie miał być poddany szczegółowej analizie. Najistotniejsze okazały się wówczas: dobór odpowiedniej metody analizy zebranego materiału oraz forma zaprezentowania uzyskanych wyników.

Analiza pól semantycznych jako podstawowa metoda interpretacji wyników

Metoda pól semantycznych wydała mi się najbardziej w tym przypadku adekwatną techniką analizy tekstu. Jako podstawę teoretyczną przyjąłam opracowanie tej metody przez Marka Kłosińskiego⁶⁸, który, z kolei, oparł się na opracowaniu tej techniki przez Regine Robin z Ośrodka

⁶⁷ Konecki K., *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa 2000, PWN, s. 169.

⁶⁸ Kłosiński M., Semantyczna analiza pojęć „bezrobocie” i „bezrobotny” („bezrobotni”) w wypowiedziach prasowych”, [w:] *„Kultura i społeczeństwo”* nr 3, ss. 148-162.

Leksykologii Politycznej w Saint-Cloud. Zdaniem Robin, aby odszukać pełne znaczenie danego pojęcia niezbędne jest wykonanie „pewnej pracy nad tekstem, pozornego rozłożenia ciągu wypowiedzeniowego i porządku wypowiedzi po to, by złożyć je na powrót zgodnie z czytelnością znaczącą. [...] Odszukać znaczenie wyrazu to znaczy przeanalizować wszystkie jego zastosowania oraz konteksty”⁶⁹. Robin zaproponowała aby w badanym tekście wyszukać pojedyncze słowa i zwroty, które będą pełniły wobec wcześniej wybranego przez nas słowa-kłucza określone funkcje i w ten sposób stworzyć osobne sieci. Mowa tu o następujących funkcjach⁷⁰:

- a) określenia (wskazują na to, jaki jest podmiot, jakie są jego cechy, sposób bycia, itd.);
- b) asocjacje (z czym kojarzony jest podmiot, z czym się wiąże, co mu towarzyszy);
- c) opozycje (czemu przeciwstawiony jest podmiot, co jest jego przeciwieństwem);
- d) ekwiwalenty (z czym utożsamiany jest podmiot, jakie są jego odpowiedniki);
- e) działania podmiotu (co robi podmiot, na czym polega jego aktywność, jakie skutki wywołuje);
- f) działania na podmiot (jakie działania są wobec podmiotu podejmowane).

Jako ukoronowanie metody Robin, Kłosiński zaproponował tworzenie na podstawie uzyskanych sieci, definicji opartych na następującym schemacie⁷¹: *Słowo klucz*, czyli (innymi słowy) *ekwiwalent... to... określenia...*, w przeciwieństwie do... *opozycje...*, z którymi wiąże się

⁶⁹ Cyt za: Tamże, s. 152.

⁷⁰ Charakterystyka funkcji za Kłosińskim M.: Tamże.

⁷¹ Cyt za: Fatyga B., *Dzicy z naszej ulicy. Antropologia kultury młodzieżowej*, Warszawa 2005, Uniwersytet Warszawski, s. 196.

(któremu towarzyszy)... *asocjacje...*, które wywołuje (powoduje)... *działania podmiotu...*, wobec którego (któremu, z którym) należy... *działania wobec podmiotu....* Chociaż schemat ten jest stosunkowo jednolity, dopuszczalne są tu niewielkie modyfikacje, w zależności od interesującego nas zbioru słów. Podczas analizy zebranego przeze mnie materiału, w niektórych przypadkach konieczne było zamienienie miejscami opozycji z określeniami, bądź asocjacjami, w celu uzyskania bardziej czytelnych definicji.

Szczegółowej analizie poddałam pięć następujących słów-kluczy, które uznałam za najbardziej istotne w kontekście interesującego mnie zagadnienia, czyli socjologicznej analizy zjawiska *street artu*. Są to:

- a. przestrzeń publiczna,
- b. miasto,
- c. *street art*,
- d. *streetartowiec*,
- e. odbiorca.

Szerzej jednak będzie o tym mowa w dalszej części tej pracy, poświęconej prezentacji wyników.

TST, czyli Test Dwudziestu Stwierżeń

Jako metodę uzupełniającą zebrany materiał, wybrałam test dwudziestu stwierżeń (TST – *Twenty Statements Test*), który dość szczegółowo został opisany przez Zbigniewa Bokszańskiego⁷². Jest to metoda badawcza wykorzystywana do badania koncepcji siebie (*self concept*), a stworzona przez Manfreda Kuhna. Kuhn, precyzując właściwości narzędzia, stwierdzał: „Ważność jaźni jako obiektu społecznego polega na tym, iż jest to jedyny obiekt wspólny wszystkim z reguły znacznie różniącym się

⁷² Bokszański Z., *Tożsamość, interakcja, grupa: tożsamość jednostki w perspektywie socjologicznej*, Łódź 1989, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, ss. 99-122.

między sobą sytuacjom, w których uczestniczymy. Będąc takim obiektem, jaźń służy jako zasadniczy punkt widzenia, z którego dokonujemy ocen, a następnie formułujemy plany działania wobec wielu innych obiektów w każdej sytuacji. Nie ma nic metafizycznego w tak rozumianej jaźni. Składa się ona z postaw jednostki (planów działania) wobec jej własnego umysłu i ciała rozpatrywanych jako przedmiot. Możemy pojmować ją jako zbiór wszystkich odpowiedzi, których jednostka mogłaby udzielić na pytanie: kim jestem?”⁷³. Technika TST, sama w sobie jest bardzo prosta i polega na tym, aby wręczyć respondentowi kartkę papieru z następującą instrukcją: „Poniżej znajduje się dwadzieścia ponumerowanych miejsc. Proszę zapisać dwadzieścia odpowiedzi na proste pytanie *Kim jestem?* we wskazanych miejscach. Proszę dać po prostu dwadzieścia różnych odpowiedzi na to pytanie, pamiętając, żeby była to odpowiedź taka, jaką daje się samemu sobie. Odpowiedzi proszę zapisywać w takiej kolejności, w jakiej pojawiają się w Pana(i) myślach. Wszystkie odpowiedzi są równie logiczne i ważne. A więc proszę zacząć, bowiem czas jest ograniczony”⁷⁴. Kuhn wylicza pięć podstawowych założeń⁷⁵, na których wspiera się TST:

- a. badany odnosi pytanie *Kim jestem?* do siebie samego, a nie do jakiegokolwiek innej osoby;
- b. badany jest „świadomy siebie”, tzn. że posiada wiedzę o sobie samym i przekłada ją na słowa;
- c. odpowiedzi na pytanie TST nie wynikają wyłącznie z kontekstu badania, ale są stosowalne także w wielu innych sytuacjach;
- d. doświadczenie siebie przez badanego jest zależne od zachowań innych w sytuacji, a nie jest kwestią „cech osobowości”, bądź instynktów;
- e. odpowiedzi powinny zawierać własne „plany działań” podmiotu.

⁷³ Cyt. za: Tamże, ss. 99-100.

⁷⁴ Cyt. za: Tamże, s. 100.

⁷⁵ Tamże, s. 111.

Zaprezentowana powyżej postać TST, określana jest jako standardowa. Od czasu, kiedy zaczęto stosować to narzędzie, powstało wiele jego modyfikacji. Najczęściej dotyczyły one formy polecenia skierowanego do respondenta.

Istotne znaczenie w przypadku TST, odgrywa wybór odpowiedniego sposobu interpretacji uzyskanych danych. Bokszański, za Stephenem Spitzerem, Carlem Couchem i Johnem Strattonem, opisuje trzy ogólne typy podejść do analizy zgromadzonych informacji⁷⁶:

typ I – Obejmuje te sposoby analizowania danych, które biorą pod uwagę całość materiału uzyskanego od respondenta. Profil tożsamości respondenta konstruowany jest na podstawie całości wypowiedzi, które formułuje on na swój temat;

typ II – Obejmuje te sposoby analizy danych, które koncentrują się na fakcie występowania, bądź nie występowania w wypowiedziach respondentów określonych kategorii. Reszta atrybutów jest wówczas zupełnie pomijana, bądź też pełni funkcję pomocniczą;

typ III – Wymaga większego, niż pierwsze dwa typy, zaangażowania ze strony respondenta, który nie tylko dokonuje autodeskrypcji, ale także w odpowiedzi na prośbę badacza, porządkuje kategorie używane do opisu siebie. Chodzi tu najczęściej o nadanie wagi poszczególnym kategoriom, bądź ich ocenę w skali: pozytywny, obojętny, negatywny.

Bokszański wyodrębnia ponadto trzy zasadnicze cele wykorzystywania TST⁷⁷. Są to:

- a. opisy koncepcji siebie członków pewnych wyodrębnionych populacji;
- b. próby odpowiedzi na pytania ogólne, implikowane przez teorię socjologiczną;

⁷⁶ Tamże, s. 101.

⁷⁷ Tamże, ss. 107-108.

c. badania zależności między koncepcją siebie a wybranym fragmentem działań grup i jednostek.

W wypadku moich badań, interesuje mnie trzeci z przytoczonych tu celów. TST posłuży mi do zbadania zależności między koncepcją siebie moich respondentów, a ich działań w obrębie *street artu*. Spróbuję odpowiedzieć na pytanie: czy można wyodrębnić jakieś kategorie wspólne dla wszystkich bądź większości autodeksrypcji oraz czy na tej podstawie można wyciągać dalsze wnioski?

RODZIAŁ IV

PRZESTRZEŃ PUBLICZNA, ULICA

*„Jakość przestrzeni
rozciągającej się pomiędzy domami
stanowi duszę miasta”*

Prof. H.Loidl

Przestrzeń publiczna

Przestrzeń publiczna bez wątpienia stanowi jedno z fundamentalnych zagadnień refleksji o współczesnym społeczeństwie i kulturze. Jednocześnie stan owej refleksji, jest w moim odczuciu, niezadowolający. Dotyczy to także funkcjonujących w literaturze, zarówno z zakresu socjologii miasta, jak i sztuki, definicji przestrzeni publicznej. Nie ma także pewności czy terminem tym można się dalej posługiwać w dzisiejszej historii o sztuce i krytyce artystycznej. Wątpliwości ma m.in. Andrzej Turowski. Jego zdaniem „[...] należy sobie zdać sprawę z głębokich zmian, z którymi mamy obecnie do czynienia w sztuce odwołującej się do tej, kiedyś dość dobrze zdefiniowanej, metafory socjologicznej. Jej podstawa przestrzenna utraciła granice dawnego forum, nowoczesnego miasta i własnego kraju, a obszar nadmiernie napęczniał w ekonomicznej globalności i zarazem skurczył się w emigranckim i lokalnym getcie”⁷⁸.

Z tego właśnie względu w rozdziale tym podejmę się zweryfikowania funkcjonujących w literaturze definicji, czego efektem będzie, z kolei,

⁷⁸ Turowski A., O pracy pamięci, nieświadomości i dyskursu, [w:] Potocka M.A. (red.), „Publiczna przestrzeń dla sztuki”, Kraków 2003, Bunkier Sztuki, s. 117.

próba stworzenia zupełnie nowej definicji przestrzeni publicznej. Będzie to możliwe, dzięki wykorzystaniu analizy pola semantycznego, wyrażenia *przestrzeń publiczna*, które pojawiło się w wywiadach z moimi respondentami. W ten sposób otrzymam definicję nie tylko nową, ale przede wszystkim „żywą”, czyli na co dzień funkcjonującą w świadomości *streetartowców*, którzy w swojej artystycznej działalności, aktywnie stawiają czoło interesującemu mnie pojęciu. Takie podejście do badanego zagadnienia wydaje mi się o tyle cenne, że pozwala na nie spojrzeć z punktu widzenia osób nieustannie je modyfikujących.

II. 16, *Squatting of public space*, filar budynku na skrzyżowaniu ulic Świętokrzyskiej i Mazowieckiej, Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

Artyści ulicy, mówiąc o przestrzeni publicznej, mówią o swoich względem niej intuicjach, odczuciach, obawach czy też skojarzeniach. Jedyne skonstruowana w oparciu o te wypowiedzi definicja, może stać się niezbędną ramą dla analizy dalszych pojęć i wreszcie całości tej pracy. Dlatego też przykładam tu tak znaczącą wagę do kwestii zdefiniowania

pojęcia *przestrzeni publicznej*. Zanim jednak do tego przejdę, chciałabym uporać się z pewną niejasnością. W wielu tekstach na temat *przestrzeni publicznej*, termin ten jest stosowany zamiennie z *przestrzenią miejską*, *domeną publiczną*, a nawet *przestrzenią społeczną*. Świadczy to o tym, że kategorie te charakteryzuje znaczna nieostrość. Wydaje mi się, zatem koniecznym, uporządkowanie tych kwestii.

II. 17, *Vleпки* na ul. Chmielnej, Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

Jako *przestrzeń społeczną* rozumiem – za Aleksandrem Wallisem⁷⁹ – ukształtowany i użytkowany przez daną zbiorowość obszar, z którym wiąże ona system wiedzy, wyobrażeń, wartości i reguł zachowania, dzięki którym z kolei możliwa jest identyfikacja z tym obszarem. Definicja *przestrzeni miejskiej*, byłaby zatem zawężeniem definicji *przestrzeni społecznej* do obszaru miasta. *Przestrzeń publiczna* stanowi zatem kategorię szerszą, wykraczającą poza ramy samego miasta. Zaliczamy do niej wszelkie miejsca dostępne powszechnie i nieodpłatnie. Zwyczajowo jest

⁷⁹ Wallis A., *Socjologia wielkiego miasta*, Warszawa 1967, PWN, ss. 135-148.

to przestrzeń fizyczna, w której może znaleźć się każda jednostka. Coraz częściej jednak do przestrzeni tej zaliczane są także dostępne ogółowi przestrzenie wirtualne. Przez *domenę publiczną*, rozumiem natomiast - za Andreasem Broeckmannem - zbiór społecznych przestrzeni, takich jak targowiska, teatry, biblioteki, kawiarnie, itd., czyli miejsca, gdzie idee i możliwości mogą zostać wyrażone i przedyskutowane w otwartym dialogu⁸⁰. Ponieważ w rozważaniach na temat sztuki publicznej, najczęściej pojawia się termin *przestrzeń publiczna*, to właśnie na nim postanowiłam skupić swoją uwagę. *Przestrzeń miejska* będzie tu stanowić kategorię uzupełniającą.

Il. 18, Zbiór kilku prac, ul. Krakowskie Przedmieście (obok Akademii Sztuk Pięknych), Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

⁸⁰ Broeckmann A., Konstruowanie sfery publicznej, [w:] Krajewski P. i Kutlubasis-Krajewska V. (red.), „Od monumentu do marketu. Sztuka wideo i przestrzeń publiczna”, Wrocław 2005, WRO Centrum Sztuki Mediów, s. 21.

Johan Huizinga w *Jesieni Średniowiecza* napisał: „Wszystkie sprawy życiowe działy się publicznie, zarówno w swym przepychu, jak i w okrucieństwie”⁸¹. Pod tym względem, od opisywanych przez niego czasów, niewiele się zmieniło. Przestrzeń publiczna zawsze stanowiła arenę działań publicznych. Na przestrzeni czasu zmieniało się jednak podejście badaczy do omawianej tu kategorii. Rozważania na temat przestrzeni publicznej stanowią część problematyki podejmowanej przez socjologię miasta. Od ogłoszenia pierwszych względnie syntetycznych i wyczerpujących propozycji dotyczących socjologicznego oglądu miasta minęło już kilkadziesiąt lat. W dyskusji tej czynny udział brali także znaczący polscy badacze. Mowa tu m.in. o Florianie Znanieckim. Mój przegląd koncepcji dotyczących przestrzeni publicznej, rozpocznę od zaprezentowania właśnie jego rozważań na ten temat. Punktem wyjścia dla refleksji tego uczonego stało się stwierdzenie, że „przyznanie człowiekowi prawa obecności w pewnej przestrzeni wchodzi w skład jego stanu socjalnego”⁸². Drugie istotne założenie stanowił dla niego pogląd, że istnieją określone zależności pomiędzy ludzkimi wartościami przestrzennymi i nieprzestrzennymi. Jego zdaniem każda z przestrzennych wartości stanowi składnik jakiegoś nieprzestrzennego systemu wartości, w odniesieniu, do którego posiada swoistą treść i znaczenie⁸³. Przestrzeń zatem, sama w sobie stanowi pewną wartość. Zdaniem Znanieckiego: „Wyrazu *przestrzeń* humanista powinien, więc używać tylko w znaczeniu genetycznym, dla oznaczenia całej klasy tych konkretnych, poszczególnych *przestrzeni*. Może by nawet lepiej było utworzyć specjalny termin genetyczny, na przykład *wartość przestrzenna*. Takie *przestrzenie* czy *wartości przestrzenne*

⁸¹ Huizinga J., *Jesień Średniowiecza*, Warszawa 1961, s. 19.

⁸² Znaniecki F., Socjologiczne podstawy ekologii ludzkiej, [w:] „*Ruch Prawniczy, Ekonomiczny, Socjologiczny*”, Poznań 1938, nr 1, ss. 89-119.

⁸³ Tamże.

są to na przykład miejsca zajęte lub puste, wnętrza przestronne lub ciasne i w przeciwieństwie do nich *zewnątrza*, siedziby, okolice, ośrodki, granice, tereny wymierzone [...]”⁸⁴. Badacz kultury powinien brać przestrzeń ze współczynnikiem humanistycznym, gdyż „Podmioty ludzkie nigdy nie doświadczają jakiegś powszechnej, obiektywnej, bezjakościowej, niezmiennej, nieograniczonej i nieograniczenie podzielnej przestrzeni. Dane im są w doświadczeniu niezliczone *przestrzenie* jakościowo różnorodne, ograniczone, niepodzielne, zmienne, a przy tym dodatnio lub ujemnie oceniane”⁸⁵. Zdaniem Znanieckiego rzeczywistym przedmiotem studiów humanistycznych ma być analiza wartościowań będących wynikiem ludzkich codziennych i niecodziennych doświadczeń. Takim samym ocenom podlega zatem miasto i właśnie przestrzeń. Przestrzeń publiczna jest nieustannie wartościowana. Przestrzenią publiczną jest zarówno ulica, klatka schodowa, jak i osiedlowe podwórko. Mieszkańcy mają jednak różny stosunek do tych przestrzeni. Jedną będą traktować w większym stopniu jako swoją, niż drugą. To, co się dzieje na podwórku obok ich bloku, będzie dla nich istotniejsze niż to, co się dzieje na zupełnie im obcym osiedlu.

Istotne znaczenie dla problematyki przestrzeni publicznej odegrała także wczesna refleksja społeczna Jürgena Habermasa⁸⁶. Habermas postrzega przestrzeń publiczną jako neutralną. Indywidualne interesy zostają tu zepchnięte na dalszy plan, a społeczeństwo staje się spójnym podmiotem. Przestrzeń publiczna pełni wobec publiczności funkcję użytkową. Jest to zatem podejście demokratyczne.

Przeciwnym do prezentowanego przez Habermasa podejściem, jest podejście antagonistyczne, zgodnie z którym przestrzeń publiczna

⁸⁴ Tamże.

⁸⁵ Tamże.

⁸⁶ Habermas J., *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into the Category of Bourgeois Society*, Cambridge 1991, MIT Press.

rozumiana jest przede wszystkim jako produkt konfliktu. Jej zwolennicy⁸⁷ sprzeciwiają się „neutralności” przestrzeni publicznej. Ich zdaniem nie istnieje „bezstronność” w jej formowaniu i definiowaniu, lecz przeciwnie – jest ona zdominowana przez jednostkowe interesy oraz wykluczające praktyki władzy. Przy takim podejściu społeczeństwo ma na celu łagodzenie sprzeczności i podziałów, a nie ich podtrzymywanie. Władza wypiera natomiast konflikty, często ukrywając swe zawłaszczające działanie, przez co przestrzeń publiczna przestaje być naprawdę demokratyczna.

Il. 19, Praca na Pl. Wilsona, Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

⁸⁷ Zwolennikami podejścia antagonistycznego są m.in. badacze: Rosalyn Deutsche (historyk sztuki, krytyk sztuki) oraz William J. Mitchell (profesor architektury i sztuki mediów).

Właśnie te dwa podejścia teoretyczne, czyli rozumienie przestrzeni publicznej jako przestrzeni neutralnej oraz skonfrontowane z nim podejście antagonistyczne (lub agoniczne), najczęściej pojawiają się w refleksji naukowej, a zwłaszcza w refleksji o sztuce, która interesuje mnie tu najbardziej. Podział ten wykorzystam w dalszej części tego rozdziału, jako pierwszy podział porządkujący.

II. 20, Praca na Pl. Konstytucji, Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

W celu przedstawienia funkcjonującego w dyskursie na temat sztuki, obrazu przestrzeni publicznej, dokonałam analizy tekstów zebranych w następujących publikacjach. Są to: „Publiczna przestrzeń dla sztuki”⁸⁸ (materiały Symposium „Przestrzeń publiczna – nowa scena kultury”, zorganizowanego w ramach Roku Polskiego w Austrii), „Od monumentu do marketu. Sztuka wideo i przestrzeń publiczna”⁸⁹, „Sztuka w mieście.

⁸⁸ Potocka M.A. (red.), *Publiczna przestrzeń dla sztuki*, Kraków 2003, Bunkier Sztuki.

⁸⁹ Krajewski P. i Kutlubasis-Krajewska V. (red.), *Od monumentu do marketu. Sztuka wideo i przestrzeń publiczna*, Wrocław 2005, WRO Centrum Sztuki Mediów.

Zewnętrzna galeria ams 1998-2002⁹⁰ oraz teksty zebrane w „Czasie Kultury 1/2008”⁹¹. Do analizy tekstów, podobnie jak w wypadku przeprowadzonych przeze mnie wywiadów, wykorzystywałam metodę pól semantycznych. W ten sposób zachowałam metodologiczną spójność analizy.

II. 21, *Mieszkam w Bolsce, Pl. Konstytucji, Warszawa*



Fot. Bogna Kietlińska

Przestrzeń publiczna wyłaniająca się z omawianych tekstów to, z perspektywy podejścia demokratycznego, przestrzeń *otwarta dla każdego, kto może i chce się w niej pojawić, wspólna, otwarta na wiele sposobów użytkowania i częściowo oswojona*. Przeciwnieństwem tego jest określanie jej jako *niekoniecznie przyjaznej i hierarchicznej*.

Przestrzeń publiczna to innymi słowy: *miejsce, które należy do wszystkich, teren, w którym możliwa jest pozbawiona przemocy dyskusja, struktura, w której organizowane są procesy informacyjne i komunikacyjne,*

⁹⁰ Krajewski M. (red.), *Sztuka w mieście. Zewnętrzna galeria ams 1998-2002*, Toruń 2003, AMS SA.

⁹¹ *Czas kultury*, nr 1/2008 (142), rok XXIV.

przestrzeń tworzona przez miejsca spotkań, gdzie współzycie wspólnoty miejskiej manifestuje się najsilniej. Jest to kluczowa płaszczyzna identyfikacji, miejsce skupienia wspólnej historii, gdzie znajdują się symbole wspólnotowe, do których odwołują się jednostkowe i kolektywne identyfikacje. Jest to przestrzeń, gdzie nieznajomi mogą się spotykać, rozmawiać o wspólnych sprawach, wyrażać kulturowe i polityczne światopoglądy. Jest to realizacja idei sfery publicznej oraz to, co wybieramy.

Z drugiej jednak strony, przestrzeń publiczna to: obszar nieustającej konfrontacji, przestrzeń dialogów strukturalizowana nie tyle powierzchniowymi regułami gry językowej, co głębokimi relacjami racjonalizującymi władzy, przemoc, władza, sfera sterowania zbiorowymi zachowaniami i emocjami, miejsce inwigilacji i kontroli, miejsce rygorystycznych praktyk wykluczenia mniejszości, miejsce, w którym odwracamy wzrok, miejsce rozkojarzonego, pobieżnego spojrzenia i wizualnej odmowy udziału, to miejsce konfliktu i sporu.

Wiążą się z nią: obecność codzienności i funkcji, praktyczność, obecność “zdrowego” życia i funkcjonalność, funkcja życiowa, otwartość na idee i ich przepływ, potencjał instalacyjny, inkluzyjność wobec ludzi i sposobów korzystania, obecność ludzi i instytucji, żywiołowa komunikacja. Asocjacje te wynikają z demokratycznej wizji przestrzeni publicznej. Asocjacje wynikające z podejścia antagonistycznego to: władza i jej siedziby, systemy śledzenia bez patrzenia, PRL, techniki protestów antyrządowych oraz przemoc.

W przestrzeni publicznej wszyscy mają równe prawa. Można w niej, zatem funkcjonować na wielu poziomach: kierować, być kierowanym, podziwiać, być podziwianym. Przestrzeń publiczna jest obecna w jednostkowych świadomościach, we wspomnieniach, przyciąga przechodniów, jest uznawana za bezpieczną, przyjazną, interesującą,

“naszą”. Powinna wyrażać *ideał wspólnoty oparty na zasadzie demokratycznego porządku*, powinna stanowić *obiektywizację i materializację takich stosunków społecznych i takich jakości wspólnoty, które ten demokratyczny porządek umożliwiają, które są wspólne*. Ma pełnić *funkcję przynależną greckiej agorze, stawać się ośrodkiem życia publicznego, gdzie każdy, kto nazywa się obywatelem, może dzielić słowa i czyny z innymi obywatelami*. To tu *krystalizują się tożsamości zbiorowe oraz poczucie przynależności do miejskiej społeczności*.

Z perspektywy podejścia antagonistycznego, przestrzeń publiczna *nigdy nie jest neutralna, jest chroniona przez władzę, nie wolno naruszać jej funkcji życiowej, nie wolno naruszać jej żadnej idei*. Żeby ją *zgwaltić, trzeba wielkiej siły na miarę totalitaryzmu*. Można o nią *walczyć lub ją przedstawiać*. Zawsze są w niej *obecne znamiona władzy*. To tu *następuje weryfikacja zjawisk, nadwrażliwość odrzuconych miesza się z psychologią tłumu, a różne interesy ścierają się w imię rzekomo wspólnego dobra "uniwersalnego obywatela"*. To tu *dążenia mniejszości do wyrażania się na jej płaszczyźnie powodują zanik neutralności; cel bowiem, który te grupy chcą osiągnąć, nie jest celem ogółu społeczeństwa, może być nawet z nim sprzeczny*.

W tekstach tych, poza *przestrzenią prywatną*, niemalże zupełnie nie występują *opozycje w stosunku do przestrzeni publicznej*. W zaskakujący sposób, w tekście Marii Anny Potockiej⁹², jako *przeciwieństwa przestrzeni publicznej*, pojawiły się sformułowania *agory* oraz *Hyde Parku*. Zdaniem autorki, w miejscach tych nie jest obecne „zdrowe” życie oraz nie cechuje ich *funkcjonalność*⁹³, charakterystyczna dla *przestrzeni publicznej*. Jest to, moim zdaniem, jedno z najbardziej absurdalnych stanowisk zaprezentowanych w analizowanych przeze mnie tekstach, stąd pozwalam

⁹² Potocka M.A., Daj spokój, to tylko sztuka, [w:] Potocka M.A. (red.), *Publiczna przestrzeń dla sztuki*, Kraków 2003, Bunkier Sztuki, s. 92.

⁹³ Tamże.

sobie na dokładne wskazanie jego autorki. Według mnie, na przeciwstawienie tych dwóch miejsc przestrzeni publicznej, można by się zgodzić wyłącznie w wypadku jej antagonistycznego ujęcia. Jeśli bowiem za przestrzeń publiczną uzna się miejsca zdominowane przez przemoc i władzę, wtedy rzeczywiście demokratyczne *agora* oraz *Hyde Park* takiego warunku nie spełniają, a zatem nie stanowią, wedle takiej perspektywy, przestrzeni publicznej.

Il. 22, Więcej szacunku dla kobiet bo zajebię tę sukę, Pawilony przy ul. Nowy Świat, Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

W analizowanych przeze mnie tekstach, poza podziałem na ujęcie demokratyczne i antagonistyczne, przestrzeń publiczna opisywana jest także pod innymi kątami. Wyodrębniłam następujące kategorie, które kolejno posłużą do opisanie obrazu przestrzeni publicznej w omawianych tekstach. Są to: **Idea, Funkcja, Komunikacja, Urbanistyka** oraz szczególnie dla mnie istotna i potraktowana łącznie – **Artysta/Sztuka**.

Idea

Przestrzeń publiczna, to *tabula rasa z punktu widzenia idei*, z którą wiążą się *obecność “zdrowego” życia i funkcjonalność, przepływ idei*, która *jest nieufna w stosunku do idei*, która *wydaje się otwarta, ale unika idei bojąc się zanieczyszczenia funkcji*, która *jest ideowo pusta, nie może zawierać ani pożądać jakiegokolwiek idei*, która *nie ma prawa reprezentować jakiegokolwiek idei i ma obowiązek być otwarta na wszystkie*, która *przyjmuje idee przychodzące z zewnątrz, ale posługuje się magiczną regulacją*, która *gwarantuje balans ideowy i nie pozwala żadnej idei na zdobycie przewagi, której żadnej idei nie wolno naruszać.*

Funkcja

Przestrzeń publiczna, to *znaczna część naszego codziennego doświadczenia*, z którą wiążą się *obecność codzienności i funkcji, jakaś praktyczność lub wsparcie przeżycia, obecność “zdrowego” życia i funkcjonalność, funkcja życiowa*, która *służy swoim życiowym zadaniom, nie dopuszcza działań, które mogą zagrażać swoim funkcjom, jest napiętnowana funkcją, bojąc się zanieczyszczenia funkcji unika idei*, której *funkcji życiowej nie wolno naruszać.*

Komunikacja

Przestrzeń publiczna, to *przestrzeń dialogów, teren, w którym możliwa jest pozbawiona przemocy dyskusja, struktura, w której organizowane są procesy informacyjne i komunikacyjne, tkanka tekstowa, sztuczne przestrzenie elektroniczne i cyfrowe, od radia i telewizji po Internet, przestrzeń, gdzie nieznajomi mogą się spotykać, rozmawiać o wspólnych sprawach, wyrażać kulturowe i polityczne światopoglądy*, z którą wiążą się *obecność ludzi i instytucji, żywiłowa komunikacja, która jest strukturalizowana nie tyle powierzchniowymi regułami gry językowej, co głębokimi relacjami racjonalizującymi władzy, która pozostaje*

zabarykadowana przez dyskurs polityczny i komercyjny, która daje się czytać, która nie jest już definiowana wyłącznie jako przestrzeń fizyczna.

Urbanistyka

Przestrzeń publiczna, to ulica, hol lotniska, toaleta, teatr, plac miejski, szpital, szlak górski, supermarket, plaża, uniwersytet, miejsce, do którego dociera się przez przypadek, będące “po drodze”, a zatem ulokowane w pobliżu węzłów komunikacji miejskiej, ważnych dróg, chodników i alejek, z którą wiążą się architektura, materialność urbanizacji, ciągi komunikacyjne, place, budowle, która pozostaje otwarta dla przechodniów, ale która jest także zabarykadowana przez pomniki, billboardy, do której dochodzi się idąc w różnych kierunkach i przy różnych okazjach.

Artysta/Sztuka

Przestrzeń publiczna, to dla artysty wyzwanie i barometr między odróżnianiem a adaptacją, między irytacją a funkcjonalnym zajęciem miejsca w szeregu, wielka, żywa szafa z potencjalnymi akcesoriami artystycznymi, gigantyczny pojemnik z ludźmi, życiem, przestrzenią, przedmiotami, zdarzeniami, pojemnik permanentnie otwarty, uprawniający artystę do indywidualnego działania, to atrakcja, sytuacja nieznana, zaproszenie do konfrontacji, dostarczyciel aktywnych znaczeń, gra socjalna, zduszenie sztuki, wymuszenie skromności, szansa na anonimowość, ostre lustro krytyczne dla sztuki, z którą wiążą się potencjał instalacyjny, sztuka, która jest pożądana przez sztukę, inspiruje do kilku rodzajów prowokacji, zapewnia stałe lustro cudzych spojrzeń i dopuszcza wszelkie możliwe manifestacje, nie zna cenzury, chociaż wie, że pewne regulacje są konieczne.

Przestrzeń publiczną, na podstawie poddanych analizie tekstów, można zatem potraktować jako miejsce przesyczone ideami, podporządkowane funkcji, jako przestrzeń permanentnego dialogu,

przestrzeń zorganizowaną urbanistycznie, wreszcie przestrzeń, którą wykorzystują i w której funkcjonują artyści oraz tworzona przez nich sztuka. Ciekawa jest koncepcja Piotra Luczysa⁹⁴, zgodnie, z którą, przestrzeń miasta ulega rozczłonowaniu na trzy obszary:

- „legalne i egalitarne” sfery wypowiedania się (np. spotkania otwarte, skrzynki zażaleń);
- „legalne i elitarne” sfery (np. billboardy, słupy ogłoszeniowe, plakaty reklamowe);
- „nielegalne i egalitarne” sfery (*street art*).

Luczys opisuje te sfery w następujący sposób. Pierwsza z nich daje możliwość zabrania głosu każdemu i na każdy temat, druga tylko nielicznej grupie osób, dysponującej odpowiednimi środkami (np. finansowymi), natomiast trzecia sfera jest z perspektywy tej pracy najbardziej interesująca – jest nielegalna i jednocześnie, teoretycznie dostępna dla wszystkich (np. ściany budynków, środki komunikacji miejskiej – zarówno zewnątrz, jak i wewnątrz, itp.). To właśnie ta ostatnia sfera jest, zdaniem Luczysa, „polem, w którym lokuje się *culture jamming* (zagłuszanie kultury) i *semilogiczna partyzantka* (w rozumieniu Umberto Eco) – procesy zmierzające do odzyskania całej przestrzeni miasta - tekstu dla wszystkich, którzy chcą z niej skorzystać, chcą coś powiedzieć”⁹⁵. Sfera ta jest także obszarem funkcjonowania *street artu* i jego twórców. Jest więc istotne w jaki sposób *streetartowcy* postrzegają przestrzeń publiczną, jakimi słowami ją określają i na jakie jej aspekty zwracają szczególną uwagę. Aby spojrzeć na przestrzeń publiczną oczami osób aktywnie w niej działających artystycznie, poddałam analizie metodą pól semantycznych,

⁹⁴ Autor referatu *Miasto jako tekst – odzyskiwanie przestrzeni dyskursu*, zaprezentowanego podczas XIII- stego Ogólnopolskiego Zjazdu Socjologicznego (Zielona Góra 13-15.09.2007).

⁹⁵ Fragment abstraktu referatu *Miasto jako tekst – odzyskiwanie przestrzeni dyskursu*, http://www.zjazd-pts.uz.zgora.pl/ab_chmara.html

przeprowadzone z nimi wywiady. By utworzone następnie definicje były bardziej czytelne, wyodrębniłam kategorie pomocnicze. W wypadku tych wywiadów są to: **Miasto** (tkanka miejska), **Wspólnota społeczna**, **Działania artystyczne/Kreacja**. Te trzy kategorie są najbardziej liczne i moi rozmówcy najczęściej nawiązywali do nich w swoich wypowiedziach. Jako czwartą kategorię, znacznie już węższą, wyodrębniłam **Metafizykę**. Definicje *przestrzeni publicznej* utworzone w oparciu o powyższe kategorie, przedstawiają się następująco:

Miasto (tkanka miejska)

Przestrzeń publiczna, czyli miejsce, znak, chodnik, ulica, publiczna toaleta, biurowiec, autobus, środki komunikacji, kawiarnia, w której teraz siedzimy, budynki, przestrzeń, przestrzeń miejska, koszulka gościa, który idzie po ulicy, wszystko to, co nas otacza, która jest zdefiniowana, zagarnięta przez sprzedaż i zysk, w przeciwieństwie do przestrzeni postindustrialnych, przestrzeni prywatnych, z którą związane są rozwój cywilizacji, miasto, przestrzeń miejska, ściany, reklama i nuda, która zaczyna się wraz ze znakiem założmy Warszawa, Poznań, albo Gdańsk, która jest przestłonięta, cała jest przykryta reklamami czy też billboardami, która nie staje się ciekawsza, tylko staje się bardziej brudna, która została ludziom zabrana, z którą nie mamy prawa nic zrobić, którą należy odzyskać, w której ma się trochę poczucie, że mieszka się w makiecie czegoś, a nie w czymś żywym, w której się żyje.

Wspólnota społeczna

Przestrzeń publiczna, czyli wszystko to, co zostało udostępnione ludziom publicznie, nasza własność, własność społeczna, przestrzeń wspólna, przestrzeń utworzona przez ludzi, stworzona również dla ludzi, własność wszystkich, własność zarówno wandalii, jak i każdej innej osoby, w przeciwieństwie do przestrzeni prywatnej, to przestrzeń udostępniona ludziom, przeznaczona do użytku publicznego, atrakcyjna, wspólna dla

wszystkich, czyli jakby po części też moja, z którą wiążą się ogół ludzi, mieszkańcy, która nie istnieje bez ludzi, nie jest obojętna, w której nawiązują się różne relacje między ludźmi, która nas otacza, w której po prostu znajdują się ludzie, z której ludzie korzystają, z którą stykamy się na codzień, w której wszyscy żyjemy.

Działania artystyczne/Kreacja

Przestrzeń publiczna, czyli większe płótno, większa kartka papieru, produkt, galeria miejska, miejsce, w którym środowisko istniejące jest odbiorcą, rzeczą, dla której nasze produkcje powinny coś znaczyć, jedno z mediów, medium pewnego rodzaju, medium, żeby dotrzeć do odbiorcy, z którą wiążą się twórca, ingerencja, kreacja, która powinna być otwarta na działania różne ludzkie, między innymi właśnie na street art, na różne happeningi, manifesty, tego typu sprawy, która umożliwia tego typu działania, gdzie można zostawić po sobie ślad, którą można jakoś przetworzyć dla siebie, którą można traktować jak galerię, zmieniać, kreować własną osobą, gdzie można pokazywać ludziom produkty, projekcje, instalacje, gdzie można sobie zadziałać w różny sposób, tworzyć, malować, wyrazić się, którą można traktować jako potencjalną możliwość.

Metafizyka

Przestrzeń publiczna, czyli świat, który nas otacza, coś, na co nie mamy wpływu, integralna część naszej egzystencji, coś wspaniałego, niebezpiecznego i pociągającego, jakiś chaos, forma możliwości zgubienia się, w której nie ma przycisku wyłącz, którą wielokrotnie i bez efektów próbowano definiować.

Ostatnia definicja przestrzeni publicznej, którą chciałabym tu przytoczyć, nie należy do żadnej z powyższych kategorii. Jako jedyna wyłamuje się z powyższej klasyfikacji, a jednocześnie nie jest

wystarczająca, aby stworzyć własną kategorię. Jest jednak na tyle obrazowa, że uważam za konieczne jej przytoczenie. Zgodnie z nią:

Przestrzeń publiczna, to *suka*, którą *można zjechać*, na której *można się wyżyć*, którą *można traktować jako coś swojego*.

Przy porównywaniu kategorii wyodrębnionych podczas analizy tekstów oraz tych, wyłonionych w wyniku analizy wywiadów, nasuwają się dwa podobieństwa. Występują one pomiędzy kategoriami **Urbanistyka** i **Miasto** oraz pomiędzy kategoriami **Artysta/sztuka** i **Działania artystyczne/Kreacja**. W pierwszym wypadku, **Miasto** stanowi szerszą kategorię niż **Urbanistyka**. Moi rozmówcy, mówiąc o przestrzeni publicznej, skupiali się nie tylko na takich jej aspektach jak architektura, ciągi komunikacyjne czy chodniki. Podobnie jak autorzy tekstów, zwrócili także uwagę na obecność w niej reklam i billboardów, jednak przypisali temu zjawisku znacznie większe znaczenie. Zaakcentowali fakt zagarnięcia przez nie przestrzeni publicznej i konieczność odzyskania jej przez ludzi, którzy w obecnym stanie rzeczy nie mają prawa nic z nią zrobić. Ma to o tyle duże znaczenie, że jednocześnie to właśnie o sobie mówią jako o tych, którzy kreują ową przestrzeń, modyfikują i przez to odzyskują. Łączy się to z drugim, wspomnianym powyżej podobieństwem, pomiędzy kategoriami **Artysta/Sztuka** i **Działania artystyczne/Kreacja**. Autorzy tekstów, pisząc o przestrzeni publicznej w kontekście sztuki, kładą akcent na takie aspekty jak konfrontacja z odbiorcami, oscylowanie pomiędzy odróżnianiem się a adaptacją, cenzura i jej brak czy wreszcie prowokacja. Mało jest tu jednak mowy o działaniu, a kwestia kreacji nie pojawia się wcale. Wypowiedzi te są często niejasne, zagniatwane, zbyt przesiąknięte metaforą (np.: *przestrzeń publiczna, czyli żywa szafa z potencjalnymi akcesoriami artystycznymi, gigantyczny pojemnik z ludźmi, życiem, przestrzenią, przedmiotami, zdarzeniami, pojemnik permanentnie otwarty czy też dostarczyciel aktywnych znaczeń*).

Moi rozmówcy, posługując się znacznie prostszym językiem, uchwycili, według mnie, jednocześnie istotę przestrzeni publicznej w kontekście tworzenia w niej. Wielokrotnie pojawiło się w ich wypowiedziach sformułowanie *medium*. Przestrzeń publiczna to dla nich równie dobre, czy nawet lepsze medium artystyczne, niż płótno czy kartka. Istotną rolę odgrywa tu także *odbiorca*, do którego chce się dotrzeć, któremu chce się pokazywać swoje *produkty*. Przestrzeń publiczna pojawia się tu także jako *galeria*. Istotę tego porównania podkreśla niezwykle częste występowanie w ich wypowiedziach takich czasowników jak: *tworzyć, kreować, zmieniać, zadziałać, malować* czy też *przetworzyć*.

II. 23, Nie jestem bezbarwna! Jestem po prostu skromna i nie rzucam się w oczy, ul. Krakowskie Przedmieście (obok Akademii Sztuk Pięknych), Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

Pozostałe kategorie należy potraktować oddzielnie. Są to w wypadku tekstów – **Idea, Funkcja i Komunikacja**, natomiast w wypadku wywiadów – **Wspólnota społeczna** oraz **Metafizyka**. Można byłoby tu ewentualnie zastanawiać się nad związkiem pomiędzy **Komunikacją**

i **Wspólnotą społeczną** oraz **Ideą i Metafizyką**, jednak, według mnie, byłoby to szukanie zbieżności na siłę. Nasuwa mi się tu jednak następujący wniosek. Jeśli potraktujemy autorów tekstów jako grupę ekspertów, którzy funkcjonują w sferze „legalnej i elitarniej” i w ramach tej sfery biorą udział w *naukowym* dyskursie, a moich rozmówców jako laików, działających w sferze „nielegalnej i egalitarnej”, ale działających w niej aktywnie, wyraźna staje się, w tym wypadku, przewaga tych drugich nad pierwszymi. Podczas gdy dyskurs ekspertów na temat przestrzeni publicznej, wypełniony jest metaforami, często niezrozumiałym językiem oraz mnożonymi bez znacznej potrzeby kategoriami i określeniami, wypowiedzi laików są jasne, przejrzyste i jednocześnie bardziej trafiające w sedno sprawy, bez zbędnego komplikowania jej. Z tego właśnie względu definicje przestrzeni publicznej utworzone na podstawie analizy wywiadów, uważam za bardziej użyteczne niż te, stworzone w wyniku analizy tekstów. Dlatego też to właśnie one, jako bardziej adekwatne, stanowić będą ramę i punkt odniesienia dla moich dalszych rozważań.

II. 24, *Jak szerokie są twoje horyzony?? (vlepka)*



Fot. Autor *vlepki*

Ulica

„Ulica.

*Dwa prostokąty z cegły
na prostokącie z betonu.*

Hymn pionu”

Tadeusz Peiper, *Ulica*

Istotne znaczenie dla całości tej pracy odgrywa także pojęcie *ulicy*, z którą nierozzerwalnie związany jest *street art*. W większości przypadków to właśnie na niej wszystko się rozgrywa. Ulica jest podstawowym elementem struktury miasta. Dotyczy to zarówno poszczególnych dzielnic, jak i samego centrum. W opracowaniu⁹⁶ Bohdana Jałowieckiego i Marka S. Szczepańskiego na temat miasta, można odnaleźć następującą definicję *ulicy* (autorzy zwracają jednak uwagę na jej nieprecyzyjność): „Możemy ulicę najbardziej ogólnie określić jako miejską drogę, a zatem główną jej funkcją byłoby przemieszczanie się ludzi i pojazdów, ale miejska droga to nie tylko ulica, spotykamy, bowiem inne nazwy, takie jak aleja, bulwar, prospekt, trasa, itp. Tak, więc miejskie drogi noszą różne nazwy, przy czym różnice znaczeniowe są dość płynne i niejasne. Próbując uściślić to pojęcie, możemy powiedzieć, że ulica jest obustronnie obudowaną drogą”⁹⁷. Dalej autorzy ci zwracają uwagę na kilka funkcji, jakie pełni ulica. W kontekście niniejszej pracy niektóre z nich są szczególnie interesujące. Pierwszą z nich jest *obrazowość* ulicy, którą można określić jako zdolność postrzegających jednostek do generowania i świadomości, łatwych do zapamiętania

⁹⁶ Jałowiecki B., Szczepański M.S., *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*, Warszawa 2006, Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.

⁹⁷ Tamże, s. 395.

i zidentyfikowania, obrazów⁹⁸. Jednym z czynników generujących obrazy jest społeczny charakter ulicy, uwarunkowany tym, kto na niej mieszka, kto się po niej porusza, oraz co robi w jej obszarze.

Il. 25, Praca Monstfur, „Szablon Dżem 3”, Warszawa



źródło: <http://maped.wordpress.com>

Drugą istotną funkcją pełnioną przez ulicę jest jej *znakowość*, która „[...] pozwala nie tylko łatwo zapamiętać dany fragment przestrzeni, umożliwiając swobodną w niej orientację, lecz także dostarcza wielu innych informacji o mieście i jego mieszkańcach”⁹⁹. *Streetartowcy*, modyfikując przestrzeń ulicy i wytwarzając nowe „obrazy”, wywierają wpływ nie tylko na jej obrazowość, ale także na znakowość. Ich prace wynikają ze społecznego charakteru ulicy, kiedy już zostaną zauważone,

⁹⁸ Tamże, s. 397.

⁹⁹ Tamże.

łatwo zapadają w pamięć oraz, bez wątpienia, dostarczają informacji o samym mieście i jego mieszkańcach, przez których rozumiem zarówno twórców, jak i odbiorców.

Ponadto istotną cechą ulicy jest to, że sposoby zachowań, które można na niej obserwować są bardzo zróżnicowane i w dużej mierze swobodne. Badacze¹⁰⁰ z Instytutu Urbanistyki Uniwersytetu w Stuttgarcie bliżej przyjrzeni się zachowaniom ulicznym i wyodrębnili osiem ich typów. Są to: robienie zakupów, przechodzenie, spacerowanie, pracowanie, obserwowanie, wypoczywanie, jedzenie i picie oraz oglądanie wystaw. Według tych samych badaczy, spacerowicze zwracają uwagę na dwa razy więcej szczegółów dotyczących detali architektonicznych oraz ogólnego wystroju ulicy, niż przechodnie zmierzający w określonym celu czy osoby obce w mieście (przy czym nie chodzi tu o turystów).

Ulica stanowi także przekaz. Poza architekturą, wystrojem budynków, itd., chodzi także o inne systemy informacyjne, w których zawierają się m.in. oznakowanie ulic nazwami i numerami, znaki drogowe. Szatę informacyjną miasta tworzą także wszelkiego rodzaju szyldy (nie tylko w formie typograficznej, ale także ikonicznej), reklamy, których treść i forma są zmienne (ruchome tablice, wielkie przesłony odnawianych obiektów, billboardy, reklamy umieszczane na samochodach, itd.) oraz wreszcie wszystko to, co stanowi sztukę ulicy.

Zdaniem Geralda Matta publiczność już dawno przywykła do tego, aby ikonografię przestrzeni miejskiej, zdominowaną przez drogowskazy, reklamy, szyldy, itd., odbierać już tylko jako szum w tle¹⁰¹. Z tego też względu sztuce w przestrzeni miejskiej nie jest lekko: „[...] w nieustannej rywalizacji znaków często ani nie jest postrzegana, ani nie są zrozumiałe jej trudne kody, umiejętność subtelnego odczytania między wierszami

¹⁰⁰ Tamże, s. 398.

¹⁰¹ Matt G., Sztuka i skandal, [w:] Potocka M.A. (red.), „Publiczna przestrzeń dla sztuki”, Kraków 2003, Bunkier Sztuki, s. 26.

zagubiła się gdzieś w pośpiesznym, zagonionym świecie”¹⁰². Identyczny los spotyka też najczęściej *street art*. Dodatkowo wpływa na to sposób postrzegania „ulicy idealnej” przez mieszkańców miast.

Il. 26, Vlepka na filarze budynku na skrzyżowaniu ulic Świętokrzyskiej i Mazowieckiej, Warszawa



Fot. Bogna Kietlińska

Konrad Miciukiewicz, w celu rozpoznania, jak mieszkańcy miasta wyobrażają sobie „ulicę idealną”, przeprowadził wywiady z mieszkańcami Poznania. Znaczna większość badanych zwracała uwagę na czystość ulicy. Ich zdaniem „idealna ulica” to przede wszystkim: „[...] ulica zadbana, gdzie jest czysto, a budynki są odnowione, klatki schodowe wyremontowane, śmietniki opróżnione. To wolna od śmieci, psich odchodów, petów, ulotek i zaparkowanych samochodów przestrzeń,

¹⁰² Cyt. za: Tamże.

gdzie wszystko znajduje się na swoim miejscu”¹⁰³. W dalszej części tej pracy zaprezentuję jak odbiorcy postrzegani są przez *streetartowców* oraz jak to się odnosi do zaprezentowanej tu wizji „ulicy idealnej”.

¹⁰³ Miciukiewicz K., Ulica marzeń, [w:] „*Czas kultury*”, nr 1/2008 (142), rok XXIV, ss. 7-8.

ROZDZIAŁ V

PREZENTACJA I OMÓWIENIE WYNIKÓW ANALIZY ZEBRANEGO MATERIAŁU

Analiza pól semantycznych

Wywiady z twórcami sztuki ulicy, stanowiące najistotniejszą część zebranego przeze mnie materiału badawczego, poddałam analizie metodą pól semantycznych, która została szczegółowo opisana w III rozdziale niniejszej pracy. Jak już wcześniej wspomniałam, z wypowiedzi moich rozmówców, wyodrębniłam pięć słów-kluczy, które uznałam za najbardziej istotne w kontekście interesującego mnie zagadnienia, czyli socjologicznej analizy zjawiska *street artu*. Są to:

- a. przestrzeń publiczna,
- b. miasto,
- c. *street art*,
- d. *streetartowiec*,
- e. odbiorca.

Przestrzeń publiczna

Przestrzeń publiczna, jako kategoria ramowa dla pozostałych pięciu, została dokładnie omówiona w poprzednim rozdziale. W związku z tym prezentację pozostałych wyników, rozpocznę od omówienia słowa-klucza *miasto*.

Miasto

*„Płaszczyzny kręte, piramidy piętr,
Płaszczyzny wirujące, płaszczyzny wznoszące,
Figurotwórcze.
Masywnej przestrzeni skręt,
Rodzących miast
Kurcze.*

*W żywym patosie konstrukcji, geometrycznym wymiarze
Wspina się, urastając, sześcienna dusza stolic”¹⁰⁴*

Julian Przyboś

Podobnie jak przestrzeń, tak i miasto fascynowało i intrygowało człowieka. Od samego początku budziło w ludziach ambiwalentne uczucia. Z jednej strony, było postrzegane jako kolebka wszelkich patologii (biblijna opowieść o Sodomie i Gomorze doskonale odzwierciedla taki punkt widzenia). Z drugiej jednak strony, miasto oceniano jako miejsce, w którym chce się żyć, mieszkać i pracować. O tej dwubiegunowości pisał m.in. Michel Foucault, w książce pt. „Historia szaleństwa w dobie klasycyzmu”¹⁰⁵. Według niego miasto było zarówno siedzibą szaleństwa i obłądki, jak i zachowań pożądanych społecznie.

Pierwsza socjologiczna teoria miasta odnosiła się do miasta feudalnego i została opublikowana w 1921 roku przez Maxa Webera. Pierwsza socjologiczna teoria współczesnego, przemysłowego miasta powstała tuż potem w obrębie szkoły chicagowskiej i była wspólnym dziełem Roberta Parka i Paula Burgessa. Socjologią miasta zajmowali się

¹⁰⁴ Przyboś J., *Utwory poetyckie*, t.1, przedmowa Kwiatkowski J., Kraków 1984, s. 15.

¹⁰⁵ Foucault M., *Historia szaleństwa w dobie klasycyzmu*, Warszawa 1987, PIW.

także polscy badacze. O mieście pisał m.in. Florian Znaniecki, który pojmował miasto jako całość nieprzestrzenną, humanistyczną, realizującą się w doświadczeniu i działaniu ludzkim¹⁰⁶. Według niego badanie miasta polega na analizowaniu jego zindywidualizowanego odbioru, czy też odczytywaniu wartościowania. Innym polskim badaczem, który większość swojej praktyki poświęcił socjologii miasta, jest Aleksander Wallis. Przez socjologię miasta rozumiał on naukę o procesach społecznych wynikających z przestrzenno-instytucjonalnej struktury miasta. Nauka ta miała zatem obejmować procesy społeczne związane z użytkowaniem miast oraz procesy społeczne związane z ich kształtowaniem¹⁰⁷.

Według Ulfa Hannerza, autora bardzo ciekawego opracowania na temat antropologii miasta, miasto jest zbiorem jednostek, które istnieją jako istoty społeczne przede wszystkim poprzez odgrywane role, nawiązując za ich pomocą relacje między sobą. Funkcjonowanie człowieka w mieście polega na stworzeniu pewnego repertuaru ról i dopasowywaniu ich do siebie w zależności od sytuacji¹⁰⁸. Hannerz przytacza dalej fragment książki brytyjskiego eseisty Jonathana Rabana, pt. „Soft City”: „[...] miasto staje się podatne, czeka na zmianę jakiejś tożsamości. Zaprasza cię, byś nadał mu nową formę, utrwalił kształt, w którym będziesz mógł zamieszkać. Ty też. Zdecyduj, kim jesteś, a miasto wokół ciebie znów przyjmie formę trwałą. Zdecyduj, czym jest ono, a ujawniona zostanie twoja własna tożsamość, jak pozycja na mapie określona przez siatkę triangulacyjną. Miasta, w odróżnieniu od wsi i miasteczek, są z natury plastyczne. Kształtujemy je na nasz obraz, a one z kolei kształtują nas

¹⁰⁶ Znaniecki F., Ziółkowski J., *Czym jest dla Ciebie miasto Poznań? Dwa konkursy: 1928/1964*, Warszawa-Poznań 1984, PWN, s. 34.

¹⁰⁷ Wallis A., *Socjologia i kształtowanie przestrzeni*, Warszawa 1971, PIW, s. 13.

¹⁰⁸ Hannerz U., *Odkrywanie miasta. Antropologia obszarów miejskich*, Kraków 2006, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s. 286.

poprzez opór, który napotykamy, próbując im narzucić naszą osobistą formę”¹⁰⁹.

II. 27, Praca *m-city*, ul. Traugutta, Warszawa



źródło: <http://www.m-city.org>

Moim zdaniem *streetartowcy* odgrywają znaczną rolę w kształtowaniu miasta. Co więcej, kształtują je właśnie według własnych upodobań. Wykorzystują takie cechy miasta, jak przypadek i traf. W mieście codziennie wpadamy na ludzi przypadkowych, jesteśmy świadkami scen, na które nie mamy wpływu lub na które nie jesteśmy przygotowani. Odkrywanie czegoś przez przypadek jest szczególnie wbudowane w miasto jako formę życia. *Streetartowcy*, poruszając się po mieście, często przez przypadek, wynajdują dobre *miejscówki*, natomiast my również przez przypadek odkrywamy ich prace. Ponieważ to właśnie w mieście „wszystko” się rozgrywa, postanowiłam przyjrzeć się, jak jest ono postrzegane przez samych *streetartowców*.

¹⁰⁹ Cyt. za: Tamże.

Najpierw stworzyłam jedną, zbiorczą definicję:

Miasto, czyli *city*, *integralna część kultury*, to miasto *jakiegokolwiek, all, opanowane, takie szare*, z którym wiąże się *pokusa "zostawienia po sobie śladu"*, *kultura, tkanka, architektura, klimat miejsca, coraz więcej kamer i policji, tagowanie, bombingi, przestrzeń publiczna, przestrzeń miejska, szablony wielorazowe, szablony, oznakowanie, graffiti, coś takiego grubszego, promocja w kulturze i sztuce, trend dirty style, puszka, które żyje, byłoby bardziej przyjazną przestrzenią, ale jest wrogiem, rozwija się, wobec którego należy starać się, aby to co się robi, współgrało z nim, aby były w nim podpisy, po którym się jeździ, w którym się jest, na którym się wystawia, po którym widełek rozjebananych jest w opór, po którym chodzi się, chodzi się turystycznie, gdzie się to wszystko rozgrywa, maluje się, robi się szablony, które się robi, odświeża, w którym się coś dzieje, po którym zwykle gnojki biegają, żeby zaznaczyć swoje imię, w którym można wklejać zwykłe pejzaże w złotych ramach, gotowe, na którym jest więcej rzeczy złych, niż dobrych.*

Następnie postanowiłam powyższą definicję rozbić na bardziej czytelne, mniejsze poddefinicje. Już jednak na poziomie zbiorczej definicji nasuwają się dwa istotne spostrzeżenia. Po pierwsze, poza *city* i *integralną częścią kultury*, w wypowiedziach moich respondentów nie występowały inne ekwiwalenty słowa *miasto*. Poza tym, ani razu nie wystąpiła opozycja. *Streetartowcy* najczęściej mówią o mieście w kontekście tworzenia w nim, malowania, "robienia". Ponadto, choć już znacznie rzadziej, opisują miasto z punktu widzenia kultury i urbanistyki. Na tej podstawie wyróżniłam trzy kategorie: **Twórczość**, **Kultura** i **Urbanistyka**.

W ten sposób powstały następujące poddefinicje:

Twórczość

Miasto, czyli *city*, to miasto *all, jakiegokolwiek, opanowane, takie szare*, z którym wiążą się *pokusa "zostawiania po sobie śladu"*, *tagowanie,*

bombingi, szablony wielorazowe, jedne z pierwszych szablonów, oznakowanie, graffiti, coś takiego grubszego, trend dirty style, robienie z puszki, które żyje, w którym są podpisy, na którym się wystawia, po którym widełek rozjebanych jest w opór, gdzie się to wszystko rozgrywa, maluje się, robi się szablony, które się robi, odświeża, w którym się coś dzieje, po którym zwykłe gnojki biegają, żeby zaznaczyć swoje imię, w którym można wklejać zwykłe pejzaże w złotych ramach, gotowe, na którym jest więcej rzeczy złych, niż dobrych.

Kultura

Miasto, czyli *integralna część kultury*, z którym wiążą się *promocja w kulturze i sztuce, kultura*, które się rozwija, w którym się *coś dzieje*.

Urbanistyka

Miasto, czyli *city*, z którym wiążą się *tkanka, architektura, klimat miejsca, reprezentacyjna część, przestrzeń publiczna, przestrzeń miejska*, coraz więcej *kamer i policji, akupunktura*, które żyje, które *byłoby bardziej przyjazną przestrzenią, jednak jest wrogiem*, po którym się *jeździ, chodzi, chodzi się turystycznie*, w które się *idzie*.

Il. 28, Stop przyjezdnym wariatom, „Szablon Dżem 3”, Warszawa



źródło: <http://maped.wordpress.com>

Street art

*„Idea wykorzystywania miejskiego
Pejzażu jako płótna pozostaje nieprzerwana.*

*Jeśli chcesz dowieść swojego
Jest tylko jeden sposób, żeby to zrobić:
Weź swój przekaz tam, gdzie społeczeństwo
Może go zobaczyć. Plakat, vleпка, szablon
I pokryj tym ulice.
Znaki, ściany i cokolwiek innego tam jest.”*

Dave Kinsey

Street art jest pojęciem kluczowym dla niniejszej pracy. Ponieważ stanowił on przewodni temat rozmów przeprowadzonych przeze mnie z respondentami, także jako termin pojawiał się najczęściej w ich wypowiedziach. Pod kątem historycznym został on szczegółowo opisany w dwóch pierwszych rozdziałach, w tej części przedstawię zatem wyłącznie uzyskane w drodze analizy wyniki. W celu usystematyzowania zjawiska, wyróżniłam na podstawie wypowiedzi moich rozmówców, sześć kategorii porządkowych. Są to: **Działania uliczne, Sztuka, Odbiorca, Zabawa, Przestrzeń publiczna, Działania nielegalne.**

Moi respondenci najczęściej mówili o *street artie* jako o różnych działaniach ulicznych oraz w kontekście sztuki.

Działania uliczne

Pierwsze ujęcie jest zdecydowanie najszerze. Obejmuje zarówno techniki czysto *streetartowe*, takie jak szablon czy *vleпки*, ale także *graffiti*. Do kategorii tej zaliczają się ponadto teatr ulicy, *happeningi*, *performance*, a nawet manifestacje uliczne. Rozmówcy wielokrotnie zwracali uwagę na kontekst ulicy. *Street art* ma zatem powstawać i istnieć na ulicach, a nie w galeriach. Definicja wygląda następująco: Street art, czyli *graffiti*,

vlepki, szablon, happeningi, performance, plakat, teatr ulicy, wycinanie na billboardach, manifesty, tego typu sprawy, wszelka działalność twórcza, jakieś rzeczy malowane po prostu z ręki, w przeciwieństwie do sztuki pod kątem galerii, to zjawisko teraz po prostu modne, fajne, śmieszne, potrzebne, często kiczowate, nielegalne, sprayowane, z którym wiążą się ulica, przestrzenie postindustrialne, kontekst, streetartowiec, spontaniczność, bardziej underground, środowiska punków, alterglobalistów i lewaków, akcje walczące z systemem, zaangażowane teorie, mury, puszki farby, kultura hip-hopowa, meetingi ze znajomymi, malowania, czy tam ścian, czy też innych rzeczy, wykorzystanie jakichś rzeczy gotowych, przerabianie billboardów, „Polska walcząca”, który nakręca na działania, który się skończy wraz z wejściem do galerii, który powinien po prostu się rozwijać, który powinien siedzieć na ulicy, który bez ulicy nie miałaby racji bytu, nie miałaby tego wydźwięku, który ma dzięki temu, że powstaje na ulicy, który się na pewno rozwinie, który zaczyna się wpasowywać w mury, w otoczenie, który bardziej pasuje do ulicy, niż do wywieszania tego wszystkiego w galeriach, który wywodzi się od Punków, demonstracji politycznych, który był też podczas wojny, który istnieje na mieście, którym człowiek się zajmuje.

Sztuka

Następną, równie istotną kategorią, jest **Sztuka**. Powstała w jej ramach definicja *street artu* jest pod wieloma względami zupełnym przeciwieństwem pierwszej definicji. Już zatem na tym poziomie widać, jak bardzo nieostro i wewnętrznie sprzecznie, zjawisko to jest opisywane przez samych *streetartowców*. Respondenci określają w tym wypadku *street art* jako sztukę bądź szeroko pojęte działania artystyczne. Jednocześnie, w przeciwieństwie do poprzedniej kategorii, *graffiti* wyraźnie zostaje tu wykluczone ze *street artu*. Staje się wręcz jego opozycją. Podobnie dzieje się z kulturą hip-hopową. Duże znaczenie pełni tu także

galeria. Ma ona popularyzować *street art*, promować go wśród potencjalnych odbiorców. Istotna w tym kontekście staje się potrzeba legalnego tworzenia.

Street art, czyli *sztuka ulicy, sztuka uliczna, wszelkie działania artystyczne na ulicy, sztuka, aktywność twórcza na ulicy, sztuka publiczna, sztuka tworzona na ulicy, gałąź sztuki, sztuka, na równi z malarstwem Picassa czy Degasa, jeden ze stworzonych kierunków artystycznych, jeden z futurystycznych kierunków, w dzisiejszej sztuce, sztuka miejska, wszelka działalność twórcza, sztuka na ulicy, opozycja do graffiti, w przeciwieństwie do subkultury graffiti, reklamy w przestrzeni publicznej, bazgrołów, mazania, bazgrania na ścianach, pociągów, liter, bombingu, niszczenia, wrzutów, to zjawisko dość nowoczesne, futurystyczne, ale bardzo spontaniczne wręcz, bardziej artystyczne, z którym wiążą się vleпки, teatr uliczny, czy jakieś happeningi swego rodzaju, ulica, fire show, horyzonty myślowe i doznania estetyczne, przestrzeń publiczna, underground, estetyka, znak, malowanie, technika szablonu, projekt, który wszedł do galerii, który gdyby nie galerie, docierałby do mniejszej ilości ludzi, który traci kontekst ulicy, który trwa już długo, który powinien być w galeriach, sprzedawać się, który ma takie same prawa żeby zaistnieć w galerii, jak inne rzeczy, który sam się napędza i w końcu sam wchodzi do tej galerii, który żeby był ładny, to musi być legal, który powinien się znajdować na ulicach legalnie, który trzeba legalnie pokazać, który też używa jakichś klisz, którego graffitiarze bardzo nie lubią, którego nie ma co łączyć z jakąkolwiek subkulturą, w którym trzeba zachować pewną estetykę, który trzeba promować.*

Odbiorca

Kwestia odbioru bez wątpienia nie jest twórcom *street artu* obojętna. Wielokrotnie, w czasie wywiadów, zwracali oni uwagę na rolę odbiorcy. W większości przypadków chcą, aby ich działania spotykały się

ze społeczną akceptacją, ale jednocześnie są świadomi obecnego w potocznej świadomości oporu.

Street art, czyli *dialog z otoczeniem, medium, żeby dotrzeć do odbiorcy*, z którym wiążą się *chęć dotarcia do innych ludzi i pokazania im tego, co w danym momencie interesuje twórcę, bezpośredni kontakt z odbiorcą, jak odbiorca nie chce do galerii, to galeria do odbiorcy, który, gdyby nie galerie, docierałby do mniejszej ilości ludzi, który niektórym się podoba, innym nie, który bawiąc uczy, ucząc wychowuje, który powinien działać na społeczeństwo, który nie tylko podoba się twórcom, ale podoba się też często innym ludziom, raczej im nie przeszkadza, który ma wchodzić w jakąś relację z odbiorcą, w grę, itd., i w odczyt ogólny, który bardziej jest skierowany na odbiorcę i na to co on pomyśli, niż na siebie samego, który nie będzie doceniony, jeśli społeczeństwo będzie do niego negatywnie nastawione, który puszcza oko do odbiorcy, ma być skierowany na odbiorcę, który bywa źle odbierany przez społeczeństwo, który może ktoś doceni, na który ludzie różnie reagują, którego każdy inaczej na pewno odbiera, którego twórcy będą dążyli, żeby ludzie już w pewnym momencie naprawdę go zaakceptowali, aby go ludzie tak chwyтали i szamali, przez który chce się coś powiedzieć i chce się, żeby to było rozumiane i odbierane, którym rośnie zainteresowanie, który się widzi, który ktoś zobaczy.*

Twórca

Streetartowcy mówią o sztuce ulicy, także pod kątem realizacji własnych potrzeb. Wtedy ich działania mają służyć przede wszystkim im samym, jako zabawa, wyrażanie siebie, bądź tzw. *autolans*. Kwestia odbiorcy zostaje wówczas pominięta. Nie pełni on tu kluczowej roli.

Street art, czyli *zabawa, sposób na wyrażenie siebie, autolans, wyzwanie, zabawy nożykiem, prezentacja swoich umiejętności, hobby*, to zjawisko *bardzo przyjemne, dla siebie, dla fejm, fajne, śmieszne*,

w przeciwieństwie do *nudy*, z którym wiążą się *samorealizacja, adrenalina, lans, rozrywka, osobiste jakieś przemyślenia, potrzeby artysty, zajawka, czysta przyjemność, wyrażanie siebie*, który *cieszy, bawi, ma też niczemu nie służyć, być swobodnym ma, ma służyć głównie twórcom*, który *robiony jest czysto dla przyjemności i to wszystko, uprawiany jak marchew*, w który *bawi się coraz więcej ludzi, który robi się dla czystej przyjemności i dlatego, że się to lubi i ma ochotę robić*, który *robi się dla siebie, a nie pod publiczność*.

Przestrzeń publiczna

Moi rozmówcy o *street arcie* wypowiedali się także w odniesieniu do dość szeroko pojętej przestrzeni. Chodzi tu o przestrzeń miejską, publiczną, postindustrialną, a także o związane z nią architekturę, miejsca. *Street art* ma służyć zostawianiu po sobie śladu¹¹⁰, oznakowaniu terenu. Twórcy zawłaszczając przestrzeń, pozostawiają w niej ślad swojej obecności. Poza tym innym celem sztuki ulicy, ma być także wprowadzanie zmiany i upiększanie miasta.

Street art, czyli odzyskiwanie przestrzeni publicznej, palma na rondzie de Gaulle'a, część kreacji przestrzeni miejskiej, zostawianie po sobie śladu, zaznaczanie terenu, oznakowanie miasta, w przeciwieństwie do reklamy w przestrzeni publicznej, czysto komercyjnych działań, wymuszonych przez jakieś wielkie firmy, akcji reklamowych, które mają formy vlepkowe, kampanii reklamowych, z którym wiążą się tkanka miasta, architektura, klimat miejsca, przestrzeń publiczna, przestrzenie postindustrialne, projekt, wykorzystanie jakichś rzeczy gotowych, pomysł na wnętrza, który służy temu, żeby coś zmienić, który służy temu, żeby upiększać te ulice, który staje się własnością publiczną, który zaczyna się wpasowywać w mury, w otoczenie, który ma jakoś współgrać, nie może być za przeproszeniem z dupy, tu chodzi o jakąś taką grę, który ma możliwość

¹¹⁰ Kategoria śladu została omówiona w Rozdziale II, na stronie 22.

wykorzystywania przestrzeni miejskiej, który ma coś przekazywać, ale nie chodzi tu o jakieś wielkie idee, tylko po prostu o traktowanie przestrzeni publicznej jako medium pewnego rodzaju, który trzeba zdefiniować, o którym coraz więcej się pisze.

Działania nielegalne¹¹¹

Ostatnia kategoria, zdecydowanie najmniej rozbudowana, dotyczy kwestii nielegalności działań, określanych mianem *street artu*. *Street art* jest zatem niebezpieczny, nielegalny, zły. Jednocześnie, określenia te nie są pejoratywne, lecz przeciwnie – mają mieć wydźwięk pozytywny. W znacznej większości przypadków pojawiały się one w wypowiedziach osób, które do *street artu* zaliczają także *graffiti*. Niebezpieczeństwo wiąże się z malowaniem na ulicy, a przede wszystkim po pociągach. Podkreślane jest znaczenie tzw. *przypału* i *adrenaliny*. Im większe zagrożenie, im niebezpieczniejsza *miejscówka*, tym wyższy jest poziom *adrenaliny* oraz ryzyko *przypału*, czyli *wpadki*. Jeśli z sytuacji takiej uda się wyjść bez szwanku, tym lepiej świadczy to o samym twórcy oraz poziomie jego umiejętności. Tego typu myślenie charakterystyczne jest przede wszystkim dla osób, które były wcześniej lub nadal są związane z subkulturą hip-hopową i *graffiti*.

Street art, czyli *nielegalne działania*, to zjawisko *zajebicie niebezpieczne, twarde, złe, nielegalne*, z którym wiążą się *adrenalina, przypał, ryzyko, fejm, malowanie na pociągach, malowanie na ulicy, hip-hop, graffiti, Nowy Jork, sprayowanie, puszki farby, który będzie istniał, będzie dalej na przypale, który jest postrzegany jako wandalizm, który się robi, praktykuje*.

¹¹¹ Kodeks Wykroczeń Art. 63a mówi: „Kto umieszcza w miejscu publicznym do tego nie przeznaczonym ogłoszenie, plakat, afisz, apel, ulotkę, napis lub rysunek albo wystawia je na widok publiczny w innym miejscu bez zgody zarządzającego tym miejscem, podlega karze, ograniczenia wolności albo grzywny”.

Zaprezentowane powyżej definicje wskazują na *street art* jako na zjawisko niehomogeniczne. Najwięcej problemów związanych jest z zaliczaniem bądź nie zaliczaniem *graffiti* do *street artu*. Nie ma co do tego zgodności nie tylko w opiniach różnych respondentów, ale wątpliwości mogą się pojawiać także w wypowiedzi jednej osoby. Jako przykład, załączam fragment jednego z przeprowadzonych przeze mnie wywiadów:

(M2.21): „Bo wiesz, przy tym pytaniu, jak rozumiesz pojęcie *street art*, ja bym dodał do tego też to, że mam *graffiti*, i to jest *graffiti* – część *street artu*, ale do *graffiti* zaliczają się też bohomyzy. Niektóre teksty mogą być ciekawe. Np. Basquiat ładnie komentował to co się działo dookoła poprzez swoje podpisy, z resztą nie tylko on. Ale często to jest po prostu gówno, to co się maluje. I ostatnio także na tej swojej kretyńskiej stronie napisałem taki tekst...trochę nie na temat, ale ok...., że jest coś takiego, właśnie przy okazji tego jak L. tam potraktowali, że *graffiti* stało się wandalizmem, nie..zaraz..., że *street art* jest zły, dlatego, że należy do niego *graffiti*, które jest uważane za złe, przez to, że do *graffiti* zaliczają się też takie bohomyzy. Więc to jest coś takiego, a *street art*....Wiesz, ja w *street artcie* zajmuję się *graffiti*, tzn. *graffiti* już się nie zajmuję. Szablonem się teraz zajmuję.”

W kolejnym wywiadzie respondent, w odpowiedzi na pytanie *Co rozumiesz przez pojęcie street art?*, otwarcie zalicza *graffiti* do *street artu*. Podkreśla jednak, że jest to kwestia relatywna.

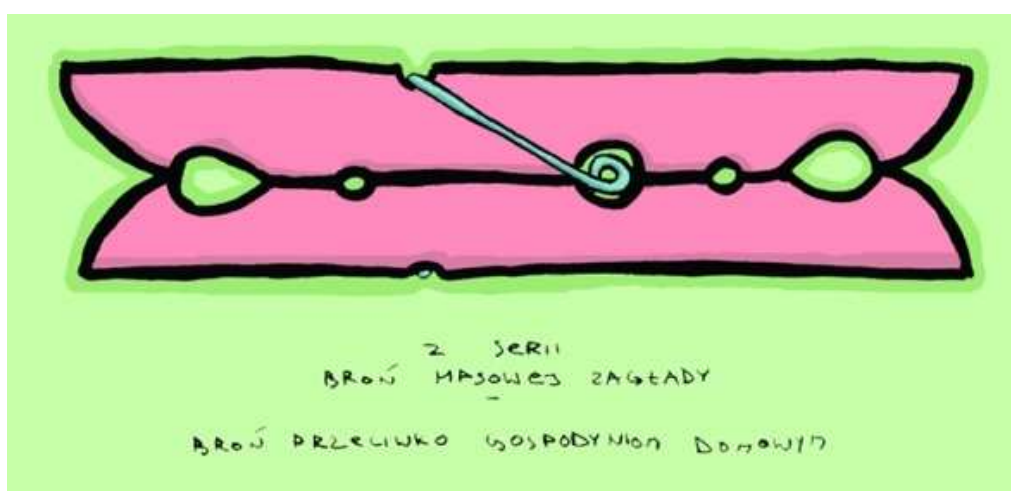
(M7.27) „No to, co w najprostszym tłumaczeniu można rozumieć, czyli sztuka ulicy. Wiem, że dla innych to jest np *graffiti*, dla innych są to jakieś sztuki uliczne i bardziej idą w teatr. Dla mnie to się bardziej jednak kojarzy z kulturą hip-hopową. Ja hip-hopu zacząłem słuchać dopiero w jakiejś trzeciej liceum, dosyć późno się tym zajarałem. I też nie do końca,

bo tak naprawdę słucham wszystkiego. Ale przez to, że to jest sprayowane, przez puszki farby, to się wiąże jakoś. Sam znam sporo *grafficiarzy*, też sobie z nimi czasami maluję.”

Ostatni cytat potwierdza stanowisko przeciwne. W tym wypadku *graffiti* jest przeciwstawiane *street artowi*.

(K1.24) „Tzn. ja to rozumiem wężej, no bo można *street art* rozumieć pewnie na tyle szeroko, żeby też zaliczać do niego *graffiti* i każdą formę bazgrania i niszczenia, no ale oczywiście tak tego nie rozumiem, tylko właściwie przez to, że bardziej otaczam się takimi ludźmi i sama też robię szablon, to głównie z techniką szablonu, mniej z takimi wrzutami, *graffiti*. Tzn. w ogóle nie, w ogóle bym to na tej zasadzie rozróżniała. No i tak, no więc po prostu takim podziałem byłaby po pierwsze technika, po drugie to, co chce się powiedzieć, tzn. na tej zasadzie, że chce się coś powiedzieć i chce się, żeby to było rozumiane i odbierane i żeby wchodziło w jakąś relację z odbiorcą, w grę, itd., i w odczyt ogólny. Więc bardziej jest chyba *street art* skierowany na odbiorcę i na to co on pomyśli, niż na siebie samego, w sensie, że chce się jakoś zaznaczyć swoją obecność, tak jakby to było w przypadku *graffiti*”.

Il. 29, Z serii broń masowej zagłady: broń przeciwko gospodyniom domowym (vlepka)



Fot. Autor *vlepki*

Streetartowiec

„Motywuje mnie pragnienie, żeby zobaczyć
Sztukę w opustoszałych miejscach.
Żeby tchnąć życie w bezańskie mury.
To często sprawia, że ludzie pomyślą
Dwa razy, zanim je zniszczą.
Nie wrzucisz przecież
Kawałka drewna do ognia,
Jeśli będzie na nim wyryta
Piękna figura zwierzęcia”.

Nylon

Street art nie istniałby bez osób, które go tworzą, czyli bez *streetartowców*. Z tego też względu zdefiniowanie także tego pojęcia uznałam za niezbędne. Definicje utworzyłam w oparciu o sześć kategorii. Są to: **Działalność artystyczna, Różnorodność, Odbiorca, Niebezpieczeństwo, Działalność zarobkowa, Ocena negatywna.**

Działalność artystyczna

W ramach tej kategorii, powstały dwie definicje. Pierwsza z nich stawia *streetartowców* w opozycji do *grafficiarzy*, *hip-hopowców*, itd. *Streetartowiec* to ktoś, kto robi coś „bardziej artystycznego”, ma dobrą technikę, zajmuje się *vlepką*, szablonem, ale też malowaniem.

Streetartowiec, czyli *artysta ulicy*, *twórca*, *artysta streetartowy*, *artysta*, *osoba*, *która tworzy street art*, *artysta streetartowiec*, *człowiek*, *który wyprowadza sztukę na ulicę*, *człowiek*, *którego działania artystyczne wychodzą na ulicę i są z tą ulicą powiązane*, *człowiek*, *który uprawia sztukę ulicy*, w przeciwieństwie do *grafficiarzy*, *writerów*, *dirt writerów*, *hip-hopowców*, z którym wiążą się *vlepka*, *sztuka uliczna*, *ulica*,

który zajmuje się vlepka, i no ogólnie sztuką uliczną, wkleja vlepki w tramwajach, odbija szablony, ma dobrą technikę i ogólnie daje radę, stara się robić coś bardziej artystycznego, maluje, ma super wycięte szablony zawsze wcześniej z rentgenów, udziela się w przestrzeni publicznej, przerabia billboardy, nie musi podpisywać prac, często jest anonimowy.

II. 30, Golemy (vlepki)



Fot. Autor vleppek

W drugim wypadku, *streetartowcom* przeciwstawiani są ci, którzy po prostu niszczą mury, dzieciaki, bądź tzw. *zajawkowicze*, którzy działają bez celu, pomysłu, itd. Osoby te przeważnie nie są utożsamiane z *grafficiarzami*. *Streetartowcy* poprzez swoje działania realizują siebie, wkładają w swoje prace wysiłek twórczy, starają się. Istotną rolę odgrywa tu rozwinięta wyobraźnia.

Streetartowiec, czyli *artysta ulicy*, *twórca*, *artysta streetartowy*, *artysta*, w przeciwieństwie do *ludzi*, którzy niszczą po prostu mury,

dzieciaków, które po prostu smarują farbą po murach, zajawkowiczów, który uważa, że jest to coś wartościowego, że w ten sposób przynajmniej częściowo realizuje siebie samego, posiada jakiegokolwiek pojęcie wyobraźni, podejście do kolorowania teraźniejszej szarości, społeczeństwa, który ma na tyle czelności, na tyle odwagi, żeby jednak pokazać coś swojego na tym murze i jakby postarać się, który gdy po prostu zacznie tworzyć sztukę pod kątem galerii, to już to przestaje być street art.

II. 31, Streetartowcy w trakcie przygotowywania szablonów



Fot. Oslo

Różnorodność

Ta krótka definicja wskazuje na różnorodność cechującą *streetartowców*. Według niej sztuką ulicy może się zajmować dosłownie każdy, bez względu na wiek oraz przynależność do określonej subkultury czy grupy społecznej. Jeśli przyjmujemy takie kryteria wówczas artystami ulicy mogą być także *grafficiarze*. Jest to zatem definicja dość szeroka.

Streetartowcy, czyli *studenci, ludzie zupełnie różni, ludzie starsi, nastolatki, panczury, dresy, skejcyki*, w przeciwieństwie do *jakiejś jednej, konkretnej subkultury*, którzy *mogą być każdym tak naprawdę*.

Odbiorca

W tym wypadku, nacisk zostaje położony na przekaz oraz jego odbiór. *Streetartowiec* to osoba, której zależy na przekazie społecznym, na wzajemnym zrozumieniu pomiędzy twórcą, czyli nadawcą komunikatu, a odbiorcą. Jednocześnie *streetartowiec* to ktoś, kto zdaje sobie sprawę z tego, jak przeważnie jest odbierany, ale mimo to, stara się „kolorować przestrzeń”.

Streetartowiec, czyli artysta ulicy, który chce stworzyć ten przekaz, ten dialog ze społeczeństwem, dąży poprzez swoje produkcje, projekty do wzajemnego zrozumienia się, chce dotrzeć do innych ludzi, jest odbierany jako popierdolony, ale koloruje.

II. 32, Streetartowiec w trakcie malowania



Fot. Oslo

Niebezpieczeństwo

Podobnie jak w wypadku definicji *street artu*, także i tu, pojawia się kwestia nielegalności podejmowanych działań. Respondenci kładli tu jednak większy nacisk na ryzyko związane z ich działalnością oraz konsekwencje takich działań. Wśród konsekwencji najczęściej wymieniali ewentualnie pobicia ze strony policji i kary pieniężne.

Streetartowiec, czyli artysta ulicy, artysta streetartowy, z którym wiąże się policja, kary i mandaty, pobicia, czy inne rzeczy, kary pieniężne, wpierdol na posterunku, albo ewentualnie od osoby, która cię złapie, który może dostać po mordzie, który może zostać spałowany przez policję, dostać kolegium, czy takie rzeczy, który może zginąć przez to, że chce pomalować ciuchcie, który może się dogadać, płacić, którego można złapać na elewacjach.

Działalność zarobkowa

Bardzo rzadko, bo zaledwie trzykrotnie, respondenci poruszyli kwestie finansowe związane z ich *streetartową* działalnością.

Streetartowiec, czyli artysta ulicy, który ma z tego zajebisty hajs, któremu udaje się z tego wyżyć, który ma kasę z Unii Europejskiej i ogólnie zajebiście na tym wychodzi.

Ocena negatywna

Ostatnia definicja pojęcia *streetartowiec*, pod wieloma względami wydaje mi się także najciekawsza, ponieważ wyłania się z niej negatywny obraz osoby, zajmującej się *street artem*. Wskazuje to na pewne napięcia pomiędzy osobami zajmującymi się sztuką ulicy oraz lęk przed popadnięciem w schematyzm. Stąd pogarda dla niektórych technik (osoby wykonujące szablony, mogą odnosić się negatywnie do tych, którzy zajmują się *vlepkami*, itd.) oraz mowa o „kliszach”, czy też popadaniu w styl Banksiego.

Streetartowiec, czyli koleżka, który siedzi z nożykiem i wycina sobie szablon, który przykleja papierki po ulicy, który nadal będzie siedział tam, gdzie siedział, gdzie zaczynał, czyli będzie mazać po tych murkach, który ma jakieś swoje dziwne jazdy, który naprawdę mógłby być ciekawą osobistością, ale popada w Banksiego styl, teoretycznie jest niby otwarty, ale tak naprawdę jest zamknięty, robi takie stworki, czasami wychodzi z tych klisz.

Podsumowując część związaną z osobą samego streetartowca, odwołam się do książki Raymonda Williamsa, pt.: „The Long Revolution”. Autor przedstawia tam społeczeństwo jako ciało złożone z wielu grup oraz wzajemnych relacji, które je wiążą. Wyróżnia następujące role społeczne:

1. członek społeczeństwa - świadomy członek społeczeństwa, nie postrzega społeczeństwa jako mu wrogiego, lecz uważa, że pomaga mu ono realizować jego własne cele i potrzeby;
2. podległy – jednostka, która musi się podporządkowywać, aby przetrwać, nie ma innego wyboru;
3. sługa – presja podporządkowywania się jest słabsza, ale jednostka nadal nie potrafi się jej przeciwstawić. W przeciwieństwie do jednostki w pełni podległej, sługa posiada iluzję wyboru, która z kolei pozwala mu postrzegać się jako pełnoprawnego członka społeczeństwa;
4. buntownik¹¹² – jednostka buntująca się przeciwko jednej formie społecznej, aby ustanowić inną, nową drogę życia;
 - a) rewolucjonista – jego działania są na zewnątrz społeczeństwa;

¹¹² Kategorię buntu szczegółowo opisali: Robert K.Merton (*Teoria socjologiczna i struktura społeczna*) oraz Barbara Fatyga (*Dzicy z naszej ulicy*). Według Mertona bunt charakteryzuje się odrzuceniem obecnych w danej kulturze celów, a następnie zastąpieniem ich nowymi. Taki sam mechanizm dotyczy także zinstytucjonalizowanych środków. Za Maxem Schelerem, Merton odróżnia bunt od resentmentu. W wypadku resentmentu potępia się to, czego się pożąda, natomiast w buncie potępieniu podlega samo pożądanie. Zdaniem Fatygi, w tym sensie można powiedzieć, że resentment jest podłożem, na którym może wyrosnąć bunt.

- b) krytyk/reformator – jego działania prowadzą do zmiany społeczeństwa od wewnątrz;
5. emigrant – podobnie jak buntownik, odrzuca porządek społeczny, ale zamiast próbować go zmienić poprzez aktywne działania, ucieka od niego. Albo przyłącza się do innego społeczeństwa, albo (co dzieje się znacznie częściej) pozostaje na emigracji;
6. bezdomny/włóczęga – pozostaje we własnym społeczeństwie, ale uważa jego dążenia za nic nie znaczące, a wartości za obojętne. Nie sprzeciwia się konkretnie swojemu społeczeństwu, ale ogólnie społeczeństwu. Chciałby być pozostawiony samemu sobie.

Zgodnie z tym podziałem, *streetartowiec* pełniłby w społeczeństwie funkcję buntownika. W ramach buntu może być zarówno rewolucjonistą, jak i reformatorem. Rewolucjonistą jest wówczas, gdy jego celem nie jest wzajemnie zrozumienie pomiędzy nim a odbiorcą, działa wbrew społecznym zasadom, często nielegalnie:

Streetartowiec, czyli artysta ulicy, artysta streetartowy, z którym wiążą się policja, kary i mandaty, pobicia, czy inne rzeczy, kary pieniężne, wpierdol na posterunku, albo ewentualnie od osoby, która cię złapie, który może dostać po mordzie, który może zostać spałowany przez policję, dostać kolegium, czy takie rzeczy, który może zginąć przez to, że chce pomalować ciuchcie, który może się dogadać, płacić, którego można złapać na elewacjach.

Jako reformator próbuje natomiast działać na społeczeństwo od wewnątrz. Stąd tak duże znaczenie przykładu do nadawania komunikatu i właściwego jego odbioru przez społeczeństwo. Potwierdza to zarówno definicja *streetartowca* jak i *street artu*, w kontekście odbiorcy. W tym celu pozwolę je sobie ponownie tu przytoczyć.

Streetartowiec, czyli artysta ulicy, który chce stworzyć ten przekaz, ten dialog ze społeczeństwem, dąży poprzez swoje produkcje, projekty

do wzajemnego zrozumienia się, chce dotrzeć do innych ludzi, jest odbierany jako popierdolony, ale koloruje.

Street art, czyli dialog z otoczeniem, medium, żeby dotrzeć do odbiorcy, z którym wiążą się chęć dotarcia do innych ludzi i pokazania im tego, co w danym momencie interesuje twórcę, bezpośredni kontakt z odbiorcą, jak odbiorca nie chce do galerii, to galeria do odbiorcy, który, gdyby nie galerie, docierałby do mniejszej ilości ludzi, który niektórym się podoba, innym nie, który bawiąc uczy, ucząc wychowuje, który powinien działać na społeczeństwo, który nie tylko podoba się twórcom, ale podoba się też często innym ludziom, raczej im nie przeszkadza, który ma wchodzić w jakąś relację z odbiorcą, w grę, itd., i w odczyt ogólny, który bardziej jest skierowany na odbiorcę i na to co on pomyśli, niż na siebie samego, który nie będzie doceniony, jeśli społeczeństwo będzie do niego negatywnie nastawione, który puszcza oko do odbiorcy, ma być skierowany na odbiorcę, który bywa źle odbierany przez społeczeństwo, który może ktoś doceni, na który ludzie różnie reagują, którego każdy inaczej na pewno odbiera, którego twórcy będą dążyli, żeby ludzie już w pewnym momencie naprawdę go zaakceptowali, aby go ludzie tak chwyтали i szamali, przez który chce się coś powiedzieć i chce się, żeby to było rozumiane i odbierane, którym rośnie zainteresowanie, który się widzi, który ktoś zobaczy.

Odbiorca

*„To co mnie interesuje, to to,
Że szablon jest ‘otwarty’:
Jedna osoba zobaczy jedną rzecz,
Kolejna coś zupełnie innego.
Im więcej ludzi widzi
Różne rzeczy w moich pracach,
Tym bardziej ‘wygrywam’”
Némo*

Kwestie związane z odbiorcą poruszałam w tej pracy wielokrotnie, dlatego też tutaj ograniczę się przede wszystkim do zaprezentowania definicji. Podzieliłam je według trzech kategorii: **Odbiorca - Zwolennik, Odbiorca – Przeciwnik, Swój.**

Il. 33, „...and this guy is really hot right now...”, Banksy



źródło: <http://www.banksy.co.uk>

Odbiorca – Zwolennik

W tym wypadku odbiorca przedstawiany jest pozytywnie, jako ten, któremu *street art* się podoba, który rozumie go, bądź stara się zrozumieć, u którego zobaczone na ulicach prace wywołują uśmiech. Odbiorca – Zwolennik stawiany jest w opozycji do przedstawicieli Prawa.

Odbiorcy, czyli *społeczeństwo, ludzie, inni, każdy, nieznajomi, panie, panowie*, z którymi wiążą się *uśmiechy na twarzach, relacja, gra*, w przeciwieństwie do *policji w mieście, glin, straży miejskiej*, którzy mówią: „*O, a to fajne ktoś namalował!*”, *decydują co z tego wyjdzie, oglądają to, bardziej się tym interesują, koncentrują się na przekazie*, którzy *jeżdżą i patrzą, ucieszą się jak to zobaczą, zdjęcia sobie z tym robią*, którzy to *chwytają i szamają, widzą i kojarzą*, którzy *jak to zauważą, to mają pozytywny dzień*, którzy *to podziwiają, mogą to odebrać w formie graficznej, oceniają to jako jakąś pewną formę estetyki*, którzy *się tym interesują, którzy przynoszą śliwki, podchodzą i dają czekoladę*, którzy *mogą to do czegoś wykorzystać*, którzy *mają poczucie, że są w środku jakby czegoś nowopowstałego w przestrzeni*, którym *to nie przeszkadza*, którym *się to podoba*, którym *chce się coś powiedzieć*, którym *można pokazywać produkcje, projekty, instalacje*, dla których *to powinno coś znaczyć*, którym *koloruje się przestrzeń, zakłada kolor na twarz*, którym *można zaprezentować to co siedzi twórcy w głowie*, na których *twarzach widać uśmiechy*, do których *można puścić oko*, do których *można dotrzeć*.

Odbiorca - Przeciwnik

Podobna liczba wypowiedzi, jak w wypadku kategorii Odbiorca – Zwolennik, dotyczyła negatywnej wizji odbiorcy. Odbiorca jest wtedy wrogiem, który nie patrzy wokół siebie, nic nie dostrzega, nie chce dostrzegać, a także nie stara się zrozumieć działań *streetartowców*.

Wówczas celem *streetartowców* staje się zmiana jego nastawienia, przekonania do do swojej działalności.

Odbiorcy, czyli *ludzie, przechodnie, ogół ludzi, ludzie z zewnątrz, dużo osób przypadkowych, setki osób każdego dnia, ludzie w garniturach i krawatach, przeciętni zjadacze chleba, inni, to odbiorcy nietolerancyjni, z którymi wiążą się nieprzychylnie reakcje, negatywne nastawienie, którzy nie zwracają uwagi na to, co jest na chodniku, czy na murze, patrzą tak kurwa horyzontalnie, zero wertykalizmu, tracą wiele, nie patrząc się, którzy są do tego negatywnie nastawieni, nie rozumieją tego, odbierają streetartowców jako popierdolonych, nie tolerują tego, że można pomazać mur, są nietolerancyjni, są pewnego rodzaju niebezpieczeństwem i mogą przyczynić się właśnie do tego, żeby ktoś został złapany, którzy nie mogą do tego dotrzeć, którzy jak widzą te zniszczenia i to, że ktoś tutaj też coś namazał, to to też jest dla nich niszczenie po prostu, interpretują to wszystko jako jedno, którzy widzą, że jest pomazane i wszystko jasne, którzy gdyby to wszystko w jakiś sposób pochłaniali, albo to by ich pochłaniało, albo byłiby pozytywnie do tego nastawieni, to też by to zauważali. I wtedy by patrzyli w każdą stronę, którym jeśli się czegoś nie powie wprost np. **TO JEST DOBRE**, to nigdy sami do tego nie dojdą, których należy z tym zapoznać, zwrócić uwagę na to, co się dzieje na ulicy, których podejście należy zmienić, do których należy dotrzeć, do których nie dociera estetyka.*

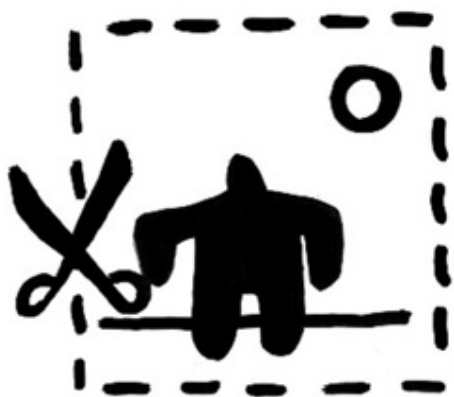
Swój

Ostatnia kategoria określa odbiorcę, który należy do własnego otoczenia *streetartowców*, który jest jednym z nich, znajomym, który odbiera opisywane zjawisko od wewnątrz i jako jego aktywny uczestnik, znacznie lepiej i bardziej świadomie je postrzega.

Odbiorcy, czyli *własne otoczenie, ludzie z ekip, środowisko istniejące, grupa robiąca to i zajmująca się tym, twórcy, znajomi, z którymi wiążą się*

pozdrowienia, dialog, świadomość, street art, którzy tworzą dla siebie, ale i dla innych, inaczej na pewno odbierają street art, którzy wiedzą o co chodzi i doceniają to, z którymi jest się zaprzyjaźnionym.

II. 34, Se wytnij, Maped



źródło: <http://maped.wordpress.com>

W wypadku plakatu przyjęło się powiedzenie o jego wielomilionowym odbiorcy¹¹³. Podobną analogię można zastosować odnośnie odbiorcy *street artu*. Podobnie jak plakat, *street art* jest różnicowany pod względem swego tematu i dostępności. Jego odbiorcy są natomiast różnicowani pod względem wieku, wykształcenia, zawodu, zainteresowań oraz cech osobowości. Odbiorcy *street artu* zatem nie tworzą jednorodnego audytorium. Poszczególne opinie, refleksje, odczucia, wywołane poprzez zetknięcie się odbiorców ze sztuką ulicy, pozostają rozproszonymi odczuciami pojedynczych osób. Wraz z efemerycznością *street artu*, sprawia to, że nie wiemy, które prace spotkały się z pozytywnym odbiorem i spełniły swoją rolę, a które pozostały zupełnie

¹¹³ Wallis A., *Socjologia i kształtowanie przestrzeni*, Warszawa 1971, PIW, s. 149.

niezauważone. Jan Wdowiszewski¹¹⁴ określił plakat mianem „najpospolitszego sprzętu publicznego życia naszego wieku”¹¹⁵. Uważał też, że ten „do niedawna marny strzęp drukowanego papieru jest dziś potęgą stosunków kulturalnych”¹¹⁶. Słowa te pochodzą z 1898 roku i dzisiaj, ponad sto lat później, kiedy pozycja plakatu jest ugruntowana, wiadomo, że nie stanowią już przesady. Być może, za jakiś czas, podobnie będzie można się wypowiadać na temat *street artu*, bo jeszcze dziś, bez wątpienia, takie słowa byłyby wypowiedziane na wyrost.

Prezentacja wyników Testu Dwudziestu Stwierżeń

Zanim przedstawię wyniki Testu Dwudziestu Stwierżeń, odwołam się do koncepcji „ram odniesienia” T.S. McPartlanda. Koncepcja ta stanowiła dla mnie podstawę do analizy uzyskanych informacji. Zgodnie z nią, w organizacji koncepcji-siebie (*self concept*) jednostki, można wyróżnić cztery kategorie, czy też właśnie ramy odniesienia. W zależności od wagi poszczególnych ram odniesienia, możliwe są różne konfiguracje koncepcji-siebie. Zdaniem McPartlanda, każdy z respondentów odwołuje się wyraźnie częściej do konkretnej ramy odniesienia, a zatem można go charakteryzować poprzez dominację danej kategorii. A oto wspomniane cztery ramy odniesienia¹¹⁷:

1. Kategorie mieszczące się w obszarze właściwości fizycznych respondenta, a także czasu i przestrzeni (np.: wzrost, wiek, itd.);

¹¹⁴ Jan Wdowiszewski – w latach 1891-1904, dyrektor Muzeum Techniczno-Przemysłowego w Krakowie; zainicjował kolekcję plakatów.

¹¹⁵ Cyt. za: Wallis A., *Socjologia i kształtowanie przestrzeni*, Warszawa 1971, PIW, s. 150.

¹¹⁶ Cyt. za: Tamże, s. 151.

¹¹⁷ Opis poszczególnych ram odniesienia został zaczerpnięty z: Bokszański Z., *Tożsamość, interakcja, grupa: tożsamość jednostki w perspektywie socjologicznej*, Łódź 1989, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 102.

2. Kategorie wskazujące na uwikłanie w konkretne grupy społeczne (np.: ojciec, syn, dziewczyna chłopaka);
3. Kategorie obejmujące właściwości respondenta jako uczestnika aktów interakcji (bez wyraźnego odnoszenia do struktur społecznych, np.: jestem zawsze zadowolony, lubię piłkę nożną, itd.);
4. Kategorie opisu siebie, które nie odwołują się do egzystencji fizycznej respondenta, struktury społecznej lub interakcji społecznej (np.: jestem dzieckiem Boga, szukam prawdy, itd.).

Do opisanej powyżej koncepcji ram odniesienia, wprowadziłam pewną modyfikację w postaci podkategorii do każdej z ram.

W wypadku mojej pracy, TST posłużyło mi do zbadania zależności między koncepcją-siebie moich respondentów, a ich działań w obrębie *street artu*. Poszczególne autodeskrypcje potraktowałam wspólnie. Analizowany materiał to odpowiedzi udzielone przez dziewięciu respondentów. Dwóch pozostałych, mimo próśb z mojej strony, odmówiło udziału w TST. Poniżej, do poszczególnych kategorii, przypisałam używane przez moich rozmówców określenia swojej osoby. W nawiasach została podana liczba osób, które w trakcie opisu siebie użyły określeń odwołujących się do danych ram odniesienia czy też kategorii. Jeśli dane określenie zostało użyte więcej niż raz, zokreślone zostało odpowiednią liczbą w nawiasie. Aby zestawienie było bardziej czytelne, wyniki przedstawiłam w dwóch tabelach. Każda z nich obejmuje po dwie ramy odniesienia.

Tab.1

Kategorie mieszczące się w obszarze właściwości fizycznych respondenta, a także czasu i przestrzeni (13)			Kategorie wskazujące na uwikłanie w konkretne grupy (34)			
Cechy fizyczne (5)	Stan fizyczny (5)	Wiek (3)	Relacje społeczne (8)	Role społeczne (13)	Role kulturowe- definiowane przez odniesienie do stylu życia (10)	Tożsamość społeczna (3)
mężczyzna	zmęczony (2)	24	dziecko (4)	student (2)	piwosz (3)	Polak
grubas	pijany	młody	rodzeństwo	grafik (4)	wandal (2)	Warszawiak (2)
mały (2)	na kacu	szczył	partner (2)	serwisant	„pierdol modę”	
chudy	słaby		przyjaciel	informatyk	śmiejący się z <i>trendi</i> ludzi	
				artysta (5)	antybiurokrata	
					antykatolik	
					<i>gringo</i>	

Tab. 2

Kategorie obejmujące właściwości respondenta jako uczestnika aktów interakcji (55)		Kategorie opisu siebie, które nie odwołują się do egzystencji fizycznej respondenta, struktury społecznej lub interakcji społecznej (34)				
Cechy charakteru /osobowości w formie rzeczownikowej (12)	Cechy charakteru /osobowości w formie przymiotnikowej (43)	Kwestie egzystencjalne (17)	Tożsamość magiczna (3)	Zwierzęta i rośliny (6)	Rzeczy (4)	Kolory (4)
leń (4)	niezły	człowiek (2)	Krasnoludek	ślimak	książki	fioletowe
śpioch	fajny	nikt ważny	Zorro	kot	filmy	różowe
pasjonat	spoko	dla niektórych bardzo ważny	Baran (astrologiczny)	pies	zdjęcia	czarne
marzyciel	spokojny (3)	jestem sobą (6)		owca	ubrania	szare
realista	„podkurwiony” (3)	nie wiem		bulwa		
optymista	stłamszony	nie ma mnie		cebula		
świrus	dziwny	na dobrej drodze				
ktoś z wyobraźnią	fair	człowiek, który zaczyna miłe słowa z wielkich liter				
ktoś z manią wielkości	kreatywny	zawsze pod wiatr				
	ambitny	z filmu drogi				
	samotny	ateista				
	wesoły (4)					
	głupi					
	wierny					
	sumienny					
	współczujący					
	egoistyczny					

	wspaniały					
	wielki					
	kiepski					
	zdolny					
	interaktywny					
	inteligentny					
	dokładny (3)					
	lepszy					
	wyjątkowy					
	nieprawidłowy					
	roztrzepany					
	spontaniczny					
	nerwowy (2)					
	szczery					
	przyjazny (2)					

Respondenci najczęściej opisywali siebie w kategoriach obejmujących ich właściwości jako uczestników aktów interakcji. Pojawiło się tam w sumie 41 różnych określeń, z czego aż 32 miały formę przymiotnikową, a pozostałe rzeczownikową. Kolejną istotną ramą odniesienia była ta, która nie odwołuje się do egzystencji fizycznej respondenta, struktury społecznej lub interakcji społecznej. Respondenci wymienili tam w sumie 28 różnych określeń, z których aż 11 dotyczyło kwestii egzystencjalnych. Kolejno, 18 określeń wskazywało na uwikłanie rozmówców w określone grupy, a 11 odnosiło się do ich właściwości fizycznych.

Poniżej zamieszczam określenia, które pojawiły się w wypowiedziach więcej niż jednego respondenta.

Tab. 3

Liczba respondentów, które użyły danego określenia				
6	5	4	3	2
jestem sobą	artysta	leń	piwosz	człowiek
	grafik	dziecko	spokojny	ktoś z manią wielkości/przerostem <i>ego</i>
		wesoły	dokładny	nerwowy
			„podkurwiony”	przyjazny
				wandal
				mały
				zmęczony
				partner
				student
				Warszawiak

Nie wszystkie wypowiedzi udało mi się jednak uporządkować wedle wyodrębnionych kategorii. Jeden z moich respondentów (M5.21) udzielił zaskakującej odpowiedzi, którą pozwolę sobie w pełni zacytować: „ciężką misję wrzucasz mi w głowę, ale jestem miksturą żelbetu nasączonego wilgocią natury w masywie barwy kreującej głębię moich zmysłów wyobraźni spontanicznie opadających na twarz szarości społeczeństwa w zaułkach miejskiej galerii”.

W opisie tym, mój rozmówca, zupełnie pominął prośbę o podanie swojej charakterystyki w dwudziestu punktach. W zamian za to, stworzył natomiast opis niezwykle plastyczny, malarski i jednocześnie bardzo w stylu poezji Witkacego. Ciekawy opis pojawił się także w odpowiedzi innego respondenta (M2.21). Stanowił on uzupełnienie właściwego TST: „No więc pierwsza rzecz, która mi się na język nasunęła to *jestem człowiekiem*. I gdyby nie to, że banałem zaleciało, zapewne bym się na tym zatrzymał. No, ale tezę trzeba trochę rozwinąć. Czasy tego od nas wymagają żebyśmy byli takimi *człowiekami*, co najmniej produktywnymi i reprodukcyjnymi (przez wzgląd na problemy z niżem demograficznym chyba, jako siła militarna jesteśmy raczej słabi, życie to nie *Project Cloverfield*¹¹⁸). To się *uproduktywniam*. Jestem człowiekiem produktywnym. I kreatywnym, bo przecież do każdego produktu, który wychodzi z moim logiem, gratisowo dodaję też jakiś pomysł. Jestem kreatywnym i produktywnym młodym człowiekiem. Mam przerost *ego*, ale nie miałem pisać o tym co mam, ale o tym kim jestem. No to już wiesz kim jestem, resztę można sobie wywnioskować”. Następnie, po tym dość rozbudowanym wstępie, respondent wypisał dwadzieścia określeń swojej

¹¹⁸ *Project Cloverfield* – amerykański horror z 2008 roku, reż. Matt Reeves. Film opowiada historię kilku młodych nowojorczyków, którzy biorą udział w przyjęciu zorganizowanym na cześć jednego z ich kolegów. Niestety tej samej nocy Nowy Jork zostaje zaatakowany przez wielkiego, niezwykle niebezpiecznego potwora.

osoby. W ten sposób powstała jedna z najciekawszych i jednocześnie najpełniejszych autocharakterystyk.

Podsumowując analizę zebranego materiału metodą TST, najwięcej osób, podkreśliło w swoich wypowiedziach, istotę „bycia sobą”. Bycie naturalnym, nie udawanie nikogo innego, odgrywa w przypadku *streetartowców* ważną rolę. Jednocześnie aż 5 osób nazwało siebie „artystą”. Równie często pojawiło się określenie „grafik”. Świadczy to o artystycznej samoświadomości wśród osób biorących udział w badaniu. Idzie to w parze z wysokim pozycjonowaniem siebie, o czym świadczą takie określenia jak: „wspaniały”, „wielki”, „zdolny”, „niezły”, „ktoś z manią wielkości”, „ktoś z przerostem *ego*”. Charakterystyczne jest także opisywanie siebie poprzez kolory (4 osoby).

Najmniej określeń dotyczy natomiast podkategorii „Tożsamość społeczna”, są to jedynie „Polak” (1) i „Warszawiak” (2). Niskie utożsamianie się ze swoim miastem, odróżnia tych twórców od *grafficiarzy*, dla których miasto jest „małą ojczyzną”, i których przywiązanie do rodzinnego miasta czy nawet dzielnicy deklarowane jest w tak wielu tekstach hip-hopowych.

ZAKOŃCZENIE

Celem niniejszej pracy było ukazanie zjawiska *street artu* oraz dokonanie jego szczegółowej analizy.

Sztuka ulicy została tu przedstawiona z perspektywy historycznej (dwa pierwsze rozdziały opisują genezę *street artu* zarówno na gruncie zachodnim, jak i w Polsce) oraz socjologicznej, opartej na badaniach empirycznych. W pojęciu *street art* mieszczą się szablony, *vlepki*, murale, plakaty, *subvertising* (czyli m.in. przerabianie billboardów, zaburzanie przekazu reklamowego) oraz wszelkiego rodzaju instalacje funkcjonujące przeważnie nielegalnie w przestrzeni publicznej. Jednocześnie w wypowiedziach wielu *streetartowców*, sztuka ulicy funkcjonuje jako zjawisko obejmujące działania nawiązujące do tradycji *graffiti*. Tych dwóch pojęć, wbrew moim pierwotnym założeniom, nie można zatem traktować zupełnie rozłącznie.

W wyniku analizy zgromadzonego przeze mnie materiału, *street art* ukazał się jako zjawisko heterogeniczne, nie tylko z punktu widzenia odbiorców, ale także samych *streetartowców*. Niemożliwe okazało się stworzenie jego całościowej i jednorodnej definicji. Podobne problemy dotyczyły pozostałych, wyróżnionych przeze mnie pojęć kluczowych, tj. przestrzeni publicznej, miasta, *streetartowca* i odbiorcy. Dlatego też, w efekcie, powstało po kilka definicji dotyczących powyższych pojęć. Tylko w ten sposób możliwe było szczegółowe opisanie badanych zagadnień. Niezwykle ciekawe okazało się porównanie definicji przestrzeni publicznej utworzonych w wyniku analizy tekstów eksperckich oraz tych powstałych w wyniku analizy wypowiedzi moich respondentów. Moi rozmówcy w znacznie większym stopniu, niż eksperci, uchwycili

istotę przestrzeni publicznej w kontekście tworzenia w niej. Przestrzeń publiczną określali jako *medium* czy też *galerię*. Bardzo dużą uwagę zwracali także na znaczenie odbiorcy, do którego należy dotrzeć, którego chce się przekonać do swoich działań. Świadczy to o tym, że *street art* w dużej mierze skierowany jest właśnie na odbiorcę, czyli na zewnątrz środowiska *streetartowego*. Postawa taka jest przeciwna tej, reprezentowanej przez *grafficiarzy*, których działania skierowane są ku ich własnej grupie. Poza tym *grafficiarze* (związani z kulturą hip-hopową) i *streetartowcy* odmiennie postrzegają również miasto. Hip-hop jest typową kulturą miejską i jednym z częstszych motywów hip-hopowych tekstów jest opis życia w rodzinnym mieście. Identyfikacja z własnym miastem jest także wyrażana poprzez *graffiti*. Miasto jest zarówno betonową dżunglą, jak i „małą ojczyzną”, w której narodził się hip-hop¹¹⁹. *Streetartowcy* nie odczuwają tak silnego związku z własnym miastem. Po pierwsze, poza *city* i *integralną częścią kultury*, w wypowiedziach moich respondentów nie występowały inne ekwiwalenty słowa *miasto*. *Streetartowcy* najczęściej mówią o mieście w kontekście tworzenia w nim, malowania, „robienia”. Znacznie rzadziej, opisują miasto z punktu widzenia kultury i urbanistyki.

Sztuka ulicy, bez względu na to jakiej dziedziny konkretnie dotyczy, zawsze charakteryzowała się elementem anarchii. Działania artystów w jej obrębie nie podlegały odgórnej kontroli. Także z moich badań, *street art* wyłonił się jako nurt pozbawiony programu, chaotyczny i podążający w kilku kierunkach na raz. Za cechy charakterystyczne *street artu* można zatem przyjąć takie pojęcia jak: nielegalność działań, subwersja, chaotyczność, efemeryczność, multiplikacja dzieł (szablon, *vlepka*) czy też dekoracyjność. Ilu twórców, tyle oblicz tej sztuki, choć z czasem,

¹¹⁹ Fliciński P. i Wojtowicz S., *Hip-hop słownik*, Warszawa 2007, PWN, s. 193.

nieuniknione wydaje się pojawienie się pewnych klisz. Tym, co łączy wszystkich *streetartowców*, jest przestrzeń, w której tworzą, a także silna potrzeba pozostawania sobą. Istotny zdaje się także fakt, że polska scena *streetartowa* (jeśli w ogóle można mówić o jej istnieniu), jest zdominowana przez mężczyzn. Kobiety tworzą, ale są znacznie ostrożniejsze, wybierają bezpieczniejsze *miejscówki*, unikają ryzyka. Najczęściej są to partnerki zajmujących się sztuką ulicy mężczyzn i od nich zarażają się pasją. Z roku na rok, w różnych wydarzeniach *streetartowych*, jest ich jednak coraz więcej. Znaczące jest także, bardzo intensywne funkcjonowanie sztuki ulicy w Internecie. Twórczość wyrosła całkowicie w miejskiej przestrzeni i na pozór nierozdzielnie z nią związana, jest jednocześnie twórczością chyba najlepiej funkcjonującą w Sieci.

Street art, w ujęciu moich respondentów, jest zjawiskiem, które może być opisywane na wielu poziomach. Może być rozumiane bardzo szeroko i wtedy obejmuje zarówno techniki *streetartowe*, takie jak szablon, *vleпки*, *graffiti*, ale także teatr ulicy, *happeningi*, manifestacje czy występy ulicznych kapel. W tym wypadku ze *street artem* wiąże się nielegalność takich działań. Z drugiej strony, *street art* może być silnie identyfikowany ze sztuką i działaniami artystycznymi. Wówczas *graffiti* zostaje z niego wykluczone. To samo dotyczy kultury hip-hopowej. Miejscem pożądanym staje się w tym wypadku galeria. Silna jest także potrzeba legalnego tworzenia. Bez względu jednak na to, które podejście reprezentował dany rozmówca, w większości przypadków bardzo dużą rolę odgrywała osoba samego twórcy. *Street art* ma być zabawą, wyrażaniem siebie, ma odpowiadać na potrzeb artysty i być jego sposobem na samorealizację.

Tym, co przyciąga potencjalnych artystów ulicy, jest struktura społeczno-artystyczna zjawiska. *Street art* oferuje artystom rozwój w bezpiecznym dystansie wobec różnych artystycznych mitów i stereotypów. Daje prawo do swobodnego korzystania ze sztuki oficjalnej,

cytowania jej, ale zarazem jest to „romans” niezobowiązujący. Jednocześnie jednak coraz bardziej błędnie naczelna idea *street artu*, czyli tworzenie poza murami galerii. *Streetartowcy* nie chcą odciąć się od korzeni, ale coraz częściej, w wystawianiu swoich prac w galeriach, widzą szansę na popularyzację *street artu*, jako obszaru równorzędnego ze sztuką oficjalną. Zdaniem wielu z nich, dzięki galeriom, *street art* może zyskać większe uznanie wśród odbiorców. Wystawianie swoich prac w galerii nie jest jednak celem samym w sobie i nie ma prowadzić do zniknięcia *street artu* z ulic, ale ma być sposobem zyskania społecznej akceptacji, która odgrywa zaskakująco dużą rolę w opinii osób zajmujących się sztuką ulicy. Co więcej, stopniowo rośnie zainteresowanie *street artem*, wśród oficjalnych polskich instytucji artystycznych.

Jednocześnie jednak, *street art* nadal spotyka się z dużym sprzeciwem ze strony mieszkańców miast. Najlepszym tego przykładem jest akcja społeczna pt. „Rewitalizacja Nowego Świata”, zaplanowana na 27 września 2008, czyli za trzy dni od chwili, w której piszę niniejsze słowa. Będzie ona dotyczyć także ulic Smolnej, Chmielnej i Foksal. Poniżej zamieszczam fragment opisu akcji (zachowana została oryginalna pisownia):

„Warszawę, jak pewnie wszystkie miasta Polski, Europy i Świata, opanowała plaga grafitti, wlepek i nielegalnych plakatów. Władze miejskie nie radzą sobie z tym problemem. Czy więc nic nie da się w tej sprawie zrobić? Otóż nie! Stowarzyszenie Mieszkańców Ulicy Smolnej własnymi siłami, przy niewielkiej pomocy miasta, oczyściło swoją ulicę z wszelkiego paskudztwa, również z porno-ulotek.

Zachęceni tym przykładem postanowiliśmy przeprowadzić rewitalizację czterech w.w. ulic na skalę widoczną w całej Warszawie. Nasz projekt spotkał się już z dużym zainteresowaniem mediów (...). Jak ocenili już nasi eksperci do rewitalizacji mamy około 1000 m² ścian w 50 lokalizacjach. Oceniamy, że do wykonania tego zadania potrzebujemy 200 ochotników.

Mamy już obiecaną współpracę firmy produkującej farby do ścian, a także firmy specjalizującej się w usuwaniu graffiti i zabezpieczaniu ścian przed nowymi. Potrzebujemy:

- ochotników do pracy, mieszkańców i najemców dewastowanych kamienic,
- firm, które by ich nakarmiły i napoiły (firma A.Blikle oferuje 500 pączków, Attoria 10 blach placka),
- ubrań ochronnych, rękawic itp. dla pracujących,
- artystów ulicznych (i nie tylko), którzy ożywili by nasze cztery ulice w czasie i po akcji”.

Szczególną uwagę zwraca ostatni fragment przytoczonego opisu, dotyczący artystów ulicznych, którzy mieliby ożywić oczyszczane ulice podczas akcji. Biorąc pod uwagę fakt, że to właśnie *street art*, czyli sztuka ulicy, stanowi źródło problemu, mówienie o artystach ulicznych jest dość niefortunne i świadczy o tym, że w powszechnej opinii te dwa terminy nie mają ze sobą nic wspólnego, a sztuka ulicy funkcjonuje jedynie pod postacią orkiestry z Chmielnej, teatrów ulicznych czy ewentualnie happeningów. Fakty i analizy przeprowadzone w niniejszej pracy wskazują na to, jak daleką drogę do pokonania mają jeszcze *streetartowcy*, aby przekonać do siebie odbiorcę, który jest przypadkową osobą, świadkiem, którego intencje znacznie różnią się od świadomego widza galeryjnego. Z drugiej jednak strony, być może właśnie ten konflikt stanowi naturę zjawiska i ustalenie zasad wzajemnego funkcjonowania, zniszczyłoby charakterystyczny dla *street artu* element anarchii. Niech zatem artyści nadal traktują miasto jako wielkie artystyczne medium, niech wciskają się w jego nieznanne zakamarki, próbując pokolorować naszą przestrzeń. My natomiast, jako odbiorcy, weźmy udział w tej wizualnej grze, wejdźmy w dyskurs z twórcami, wymagajmy dobrych prac, a jeśli będziemy krytykować, róbmy to świadomie.

SPIS ILUSTRACJI

Il. 1, *Puszka zupy Campbell's*, Andy Warhol 1968

(źródło: <http://www.allposters.com>)

Il. 2, *Space Invaders*

(źródło: <http://www.space-invaders.com>)

Il. 3, Jean-Michel Basquiat w trakcie malowania

(źródło: <http://www.basquiat.net/graffiti/samograffiti.jpg>)

Il. 4, *Całujący się policjanci*, Banksy

(źródło: <http://www.banksy.co.uk>)

Il. 5, *Piltonfrisk*, Banksy

(źródło: <http://www.banksy.co.uk>)

Il. 6, *Dziewczynka z balonikiem / Zawsze jest nadzieja*, Banksy

(źródło: <http://www.banksy.co.uk>)

Il. 7, *Parada Krów*, Warszawa 2005

(źródło: http://www.bramykraju.pl/_img/24112006/AMS_krowa.jpg)

Il. 8, *Znak Polski Walczącej*

(źródło: http://expatpol.com/img/stare8/18743_polska_walczaca.jpg)

Il. 9, *Krasnoludki*, Pomarańczowa Alternatywa

(źródło: http://pomaranczowa_alternatywa.republika.pl/)

Il. 10, *C215 –street artowiec z Paryża*, ul. Topiel w Warszawie, czerwiec 2008

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

Il. 11, *Praca Mapeda, Szablon Dżem 3*, Warszawa

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

Il. 12, *Plakat promujący „Szablon Dżem 3”*

(źródło: <http://szablondzem.wordpress.com/>)

Il. 13, *Praca Monstfur, „Szablon Dżem 3”*, Warszawa

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

**Il. 14, *Byłeś bardzo złym chłopcem Billy*, Simpson, „Szablon Dżem 3”,
Warszawa**

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

Il. 15, *Obraz*, Em., „Szablon Dżem 3”, Warszawa

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

**Il. 16, *Squatting of public space*, filar budynku na skrzyżowaniu ulic
Świętokrzyskiej i Mazowieckiej, Warszawa**

Fot. Bogna Kietlińska

Il. 17, *Vlepki* na ul. Chmielnej, Warszawa

Fot. Bogna Kietlińska

**Il. 18, *Zbiór kilku prac*, ul. Krakowskie Przedmieście (obok Akademii
Sztuk Pięknych), Warszawa**

Fot. Bogna Kietlińska

Il. 19, *Praca* na Pl. Wilsona, Warszawa

Fot. Bogna Kietlińska

Il. 20, *Praca* na Pl. Konstytucji, Warszawa

Fot. Bogna Kietlińska

Il. 21, *Mieszkam w Bolsce*, Pl. Konstytucji, Warszawa

Fot. Bogna Kietlińska

**Il. 22, *Więcej szacunku dla kobiet bo zajebię tę sukę*, Pawilony przy
ul. Nowy Świat, Warszawa**

Fot. Bogna Kietlińska

**Il. 23, *Nie jestem bezbarwna! Jestem po prostu skromna i nie rzucam się
w oczy*, ul. Krakowskie Przedmieście (obok Akademii Sztuk Pięknych),
Warszawa**

Fot. Bogna Kietlińska

Il. 24, *Jak szerokie są twoje horyzony??* (vlepka)

Fot. Autor vlepki

Il. 25, *Praca* Monstfur, „Szablon Dżem 3”, Warszawa

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

Il. 26, *Vlepka* na filarze budynku na skrzyżowaniu ulic Świętokrzyskiej i Mazowieckiej, Warszawa

Fot. Bogna Kietlińska

Il. 27, *Praca m-city*, ul. Traugutta, Warszawa

(źródło: <http://www.m-city.org>)

Il. 28, *Stop przyjezdnym wariatom*, „Szablon Dżem 3”, Warszawa

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

Il. 29, *Z serii broń masowej zagłady: broń przeciwko gospodyniom domowym (vlepka)*

Fot. Autor *vlepka*

Il. 30, *Golemy (vlepki)*

Fot. Autor *vlepek*

Il. 31, *Streetartowcy* w trakcie przygotowywania szablonów

Fot. Oslo

Il. 32, *Streetartowiec* w trakcie malowania

Fot. Oslo

Il. 33, „...and this guy is really hot right now...”, Banksy

(źródło: <http://www.banksy.co.uk>)

Il. 34, *Se wytnij*, Maped

(źródło: <http://maped.wordpress.com>)

BIBLIOGRAFIA

Literatura

Banksy, *Wall and Piece*, London 2006, Century.

Belting H., *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, Kraków 2007, UNIVERSITAS.

Bense M., *Świat przez pryzmat znaku*, Warszawa 1980, PIW.

Boksański Z., *Tożsamość, interakcja, grupa: tożsamość jednostki w perspektywie socjologicznej*, Łódź 1989, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Dorrian M., Farrelly L. i Recchia D., *Stick 'em up*, London 2002, Booth-Clibborn.

Durozoi G. (red.), *Słownik sztuki XX wieku*, Warszawa 1998, ARKADY.

Fatyga B., *Dzicy z naszej ulicy. Antropologia kultury młodzieżowej*, Warszawa 2005, Uniwersytet Warszawski.

Fliciński P. i Wojtowicz S., *Hip-hop słownik*, Warszawa 2007, PWN.

Foucault M., *Historia szaleństwa w dobie klasycyzmu*, Warszawa 1987, PIW.

Gadzinowski P. i Łuczycka M. (red.), *Antologia polskich graffiti*, Warszawa 1995, SM-MEDIA Spółka z o.o.

Gane N., *Świat graffiti. Sztuka ulicy z pięciu kontynentów*, Warszawa 2008, Wydawnictwo Albatros.

Giżycki M., *Słownik kierunków, ruchów i kluczowych pojęć sztuki drugiej połowy XX wieku*, Gdańsk 2002, słowo/obraz terytoria.

Gregrowicz R., *Polskie Mury*, Toruń 1991, Wydawnictwo „COMER”.

Hannerz U., *Odkrywanie miasta. Antropologia obszarów miejskich*, Kraków 2006, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

- Hopfinger M.**, *Kultura współczesna – audiowizualność*, Warszawa 1985, PIW.
- Huizinga J.**, *Jesień Średniowiecza*, Warszawa 2003, PIW.
- Jakob K.**, *Street art in Berlin*, Berlin 2008, Jaron Verlag.
- Jałowiecki B., Szczepański M.S.**, *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*, Warszawa 2006, Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- Jawłowska A.**, *Drogi kontrkultury*, Warszawa 1975, PIW.
- Konecki K.**, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa 2000, PWN.
- Krajewski M.** (red.), *Sztuka w mieście. Zewnętrzna galeria ams 1998-2002*, Toruń 2003, AMS SA.
- Krajewski M.** (red.), *Wizualność miasta. Wytworzenie miejskiej ikono sfery*, Poznań 2007, Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Krajewski P. i Kutlubasis-Krajewska V.** (red.), *Od monumentu do marketu. Sztuka wideo i przestrzeń publiczna*, Wrocław 2005, WRO Centrum Sztuki Mediów.
- Langages de Rue # 2*, 2003, Graff it! Productions.
- Levallois D.** (red.), *Stencil Project Paris 2004*, Paris 2004, Critères Urbanité 2.
- Lubiak J.** (kurator), *Ulica wielokierunkowa. Aneks do wystawy Beautiful Losers. Sztuka współczesna i kultura ulicy*, Muzeum Sztuki w Łodzi, 01.07.2007 – 12.08.2007.
- Łapiński Z.** (red.), *Gombrowicz i krytycy*, Kraków-Wrocław 1984, Wydawnictwo Literackie.
- Madurowicz M.**, *Sfera sacrum w przestrzeni miejskiej Warszawy*, Warszawa 2002, DIALOG.
- Manco T.**, *Stencil Graffiti*, London 2002, Thames & Hudson.
- Marecki P.** (red.), *Tekstyliia bis. Słownik młodej polskiej kultury*, Kraków 2006, korporacja ha!art.

- Mertron R.**, *Toria socjologiczna i struktura społeczna*, Warszawa 1982, PWN.
- Morawski S.** (red.), *Zmierzch estetyki – rzekomy czy autentyczny*, Warszawa 1987, Czytelnik.
- Popczyk M.** (red.), *Muzeum sztuki. Antologia*, Kraków 2005, UNIVERSITAS.
- Porębski M.**, *Sztuka a informacja*, Kraków 1986, Wydawnictwo Literackie.
- Potocka M.A.** (red.), *Publiczna przestrzeń dla sztuki*, Kraków 2003, Bunkier Sztuki.
- Przyboś J.**, *Utwory poetyckie*, t.1, przedmowa J.Kwiatkowski, Kraków 1984, Wydawnictwo Literackie.
- Rancière J.**, *Estetyka jako polityka*, Warszawa 2007, Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Rewers E.**, *Post-Polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Kraków 2005, UNIVERSITAS.
- Rybicka E.**, *Modernizowanie miasta. Zarys problematyki urbanistycznej w nowoczesnej literaturze polskiej*, Kraków 2003, UNIVERSITAS.
- Sulima R.**, *Antropologia codzienności*, Kraków 2000, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Wallis A.**, *Informacja i gwar*, Warszawa 1979, PIW.
- Wallis A.**, *Kultura i więź przestrzenna*, Warszawa 1978, Książka i Wiedza.
- Wallis A.**, *Socjologia i kształtowanie przestrzeni*, Warszawa 1971, PIW.
- Wallis A.**, *Socjologia wielkiego miasta*, Warszawa 1967, PWN.
- Wallis M.**, *Przeżycie i wartość*, Kraków 1968, Wydawnictwo Literackie.
- Wallis M.**, *Sztuki i znaki. Pisma semiotyczne*, Warszawa 1983, PIW.
- Wolbergs B.**, *Urban Illustration Berlin. Street art cityguide*, USA 2007, Gingko Press.
- Zimmermann S.**, *Berlin Street art.*, Berlin 2005, PRESTEL.

Znаниеcki F., Ziółkowski J., *Czym jest dla Ciebie miasto Poznań? Dwa konkursy: 1928/1964*, Warszawa-Poznań 1984, PWN.

Artykuły

Bernatowicz P., Przestrzeń street artu, [w:] „*Arteon. Magazyn o sztuce*”, nr 7(99) lipiec 2008.

Budrewicz L., Vlepianie wyobraźni, [w:] „*Wieczór Wrocławia*“, z dnia: 09.03.2000.

Fudala T., Street art, [w:] „*Sekcja*”, Warszawa 2004, nr 12 maj-czerwiec.

Jach A., Oni wiedzą – street art po polsku, [w:] „*Ha!art*”, Kraków 2006, nr 24.

Jach A., Street art jako aktywność społeczna, [w:] „*Czas kultury*”, nr 1/2008 (142), rok XXIV.

Kłosiński M., Semantyczna analiza pojęć „bezrobocie” i „bezrobotny” („bezrobotni”) w wypowiedziach prasowych”, [w:] „*Kultura i społeczeństwo*”, nr 3.

Mleczko M. i Sztaba M., Sztuka ulicy. Monitoring, [w:] „*Ha!art*”, Kraków 2006, nr 24.

Sztaba M., Sytuacja bardzo sprzyjająca – z Dwaesha rozmawia Martyna Sztaba, [w:] „*Ha!art*”, Kraków 2006, nr 24.

Wilfort P., Świat vlepera, [w:] „*Wegetariański Świat*“, 2000, nr 9(62).

Znаниеcki F., Socjologiczne podstawy ekologii ludzkiej, [w:] „*Ruch Prawniczy, Ekonomiczny, Socjologiczny*”, Poznań 1938, nr 1.

Żołnierczyk K., Co w duszy gra. Młodych myśli samoprzylepne, [w:] „*Gazeta Wrocławska. Magazyn Tygodniowy*”, z dnia: 09.06.00.

Strony internetowe

<http://www.ekosystem.org>

<http://www.space-invaders.com>

<http://www.banksy.co.uk>
<http://www.eltono.com>
<http://www.thelondonpolice.com>
<http://www.faile.net>
<http://www.m-city.org>
<http://www.vlepvnet.bzzz.net>
<http://www.3fala.art.pl>
<http://www.szablon.art.pl>
<http://www.stencils.prv.pl>
<http://www.dwaesha.prv.pl>
<http://www.kotem.prv.pl>
<http://www.rat.bzzz.net>
<http://www.szwed.bomba.pl>
<http://www.grafwizje.pl>
<http://www.maped.wordpress.com>