

MURY

Diagnoza dynamiki
środowiska twórców
malarstwa monumentalnego

– raport badawczy



Autorzy: prof. Mirosław Duchowski, dr Jacek Drozda, Bartosz Kopczyński, Aleksandra Litorowicz, Anna Pietraszko, Zofia Rojek, Edyta Welter, Karol Wittels

Współpraca: prof. Halina Taborska

Konsultacja ekspercka: prof. Monika Kostera

Badacze: Ewa Filipp, Magda Grabowska, Natalia Kaczor, Anna Karpińska, Aleksandra Litorowicz, Monika Makuch, Maria Olszewska-Cyranowska, Larysa Sałamacha, Karolina Składanek

Redakcja językowa: Filip Modrzejewski

Projekt graficzny i skład: Pracownia Zbytki

Projekt badawczy „Mury. Diagnoza dynamiki środowiska twórców malarstwa monumentalnego” był realizowany przez Instytut Badań Przestrzeni Publicznej w partnerstwie z Centrum Sztuki Współczesnej „Łaźnia” oraz Muzeum Współczesnym Wrocław.

Dofinansowano ze środków
Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**



Spis treści

Wstęp.....	4
Problematiczne definicje – malarstwo monumentalne i street art.....	5
Struktura raportu.....	8
Metodologia: podstawy teoretyczne i narzędzia badawcze.....	9
Charakterystyka środowiska twórców malarstwa monumentalnego na podstawie wywiadów z artystami.....	13
Estetyzacja, (nie)obecność buntu, tryumf upamiętniania na współczesnych polskich muralach.....	54
Analiza instytucjonalnych, finansowych i techniczno-prawnych aspektów funkcjonowania sztuki muralistycznej na podstawie wywiadów z urzędnikami i organizatorami.....	70
Ilościowa analiza danych.....	90
Murale z perspektywy historii sztuki.....	106
Rekomendacje	115
Bibliografia.....	119
Materiał fotograficzny.....	120

Wstęp

W 2009 roku w świeżo założonym Instytucie Badań Przestrzeni Publicznej odbyła się konferencja „Street Art. Między wolnością a anarchią”. Powstała w jej wyniku publikacja naukowa podjęła próbę analizy zjawiska, które zdominowało w owym czasie przestrzenie publiczne miast na całym świecie. Poszukiwanie odpowiedzi na podstawowy problem, czym jest ten globalny ruch, którego w prosty sposób nie daje się zdefiniować, sygnalizowały umieszczone we wstępie zasadnicze pytania: „Czy istnieją powody, by w street artcie doszukiwać się uniwersalnych głębi, przesłań, znaczeń, wartości, które mogą zmienić naszą świadomość? Może jest to, po prostu, fragment ilustracji naszych pogmatwanych czasów – spontaniczny wtręt do ponowoczesnego świata, który już nie poddaje się wartościowaniu, budując harmonię między zaawansowaną fizyką a plotkarskim tabloidem? Czy street art staje się formą artystycznego wyrazu pokolenia «po utracie kompasu». A więc tylko pustą formą, albo może nową, spontaniczną formułą, która okrzepnie, wyznaczając rzeczywiście nowy kierunek sztuki, a nawet szerzej – kultury?”¹. Wyrażane wtedy nadzieje na pozytywny i trwały rozwój niestety okazały się płonne, a pytania utraciły aktualność.

Dziś wiemy, że street art jako autonomiczny, budzący nadzieję na nowe wartości nurt w zasadzie nie istnieje. Szybciej, niż można było się spodziewać, przeszedł, tak jak wiele subkulturowych twórców, na stronę powszechnej komercji. Czołowi anarchiczni artyści stali się gwiazdami rynku sztuki i świata reklamy, a znacząca część społeczności streetartowców przeformułowała swoją nielegalną twórczość i poszła w stronę mainstreamowego wielkoformatowego malarstwa ściennego, które zdominowało dziś estetyczną przestrzeń miast na całym świecie.

W Polsce również współczesne malarstwo muralistyczne jest bez wątpienia dominującą formą sztuki w miejskich przestrzeniach publicznych, a zarazem elementem polityki kulturalnej i strategii marketingowych samorządów, różnego rodzaju korporacji i przedsiębiorstw. Zjawisko to, monitorowane przez Instytut Badań Przestrzeni Publicznej od dawna, stało się w ostatnim okresie na tyle istotnym elementem kultur miejskich, że uznaliśmy za konieczne podjęcie szerokich i wnikliwych badań naukowych, skierowanych głównie w stronę diagnozy dynamiki środowiska twórców malarstwa monumentalnego na terenie wybranych miast polskich.

Raport, który oddajemy w ręce czytelnika, stanowi podsumowanie badań terenowych przeprowadzonych w Gdańsku, Gdyni, Katowicach, Łodzi, Sopocie, Warszawie i Wrocławiu. Głównym celem tego projektu było ukazanie procesów kształtujących scenę muralistyczną w Polsce, zdiagnozowanie jej problemów, przedstawienie kierunków rozwoju, a wszystko to na podstawie wypowiedzi jej współtwórców. Największe znaczenie miał tu jednak głos samych artystów. Przeanalizowaliśmy szerokie społeczno-instytucjonalne zaplecze specyficznego zjawiska kulturowego, jakim stał się w Polsce mural. Raport pokazuje więc, jak różne grupy postrzegają te same, kluczowe dla sytuacji malarstwa muralistycznego zagadnienia: jak definiują mural, jakie są pozytywne i negatywne aspekty jego obecnej popularności, jak wygląda współpraca rozmaitych środowisk zaangażowanych w tę działalność. Przegląd opinii prowadzi do wielu krytycznych wniosków, ale pozwala też sportretować ów złożony fenomen, jakim jest powstawanie licznych wielkoformatowych malowideł na ścianach polskich miast.

prof. Mirosław Duchowski
Dyrektor Instytutu Badań Przestrzeni Publicznej

¹ M. Duchowski, E.A. Sekuła, *Zamiast wstępu*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011, s. 13.

Problematyczne definicje

– malarstwo monumentalne i street art

Badanie, którego wyniki omawia niniejszy raport, miało na celu poznanie specyfiki środowiska twórców malarstwa monumentalnego, które na potrzeby tekstu będziemy także nazywać malarstwem muralistycznym, wielkoformatowym lub murałem. Już wstępna analiza materiału wskazała na potrzebę odniesienia się do jednej z najczęściej pojawiających się w trakcie procesu badawczego kategorii, a zarazem niejasności definicyjnej związanej z omawianymi przez nas działaniami artystycznymi w otwartej przestrzeni miejskiej. Większość przedstawicieli badanych grup, poczynając od artystów, przez organizatorów, na urzędnikach kończąc, wpisywała mural w zjawisko street artu lub wskazywała na ich wyraźne powiązania. Podobne konstatacje przyniosła analiza licznych przekazów medialnych, a także innych źródeł, w tym dostępnych tekstów i opracowań. Mural i street art są w nich rozumiane i traktowane najczęściej jako tożsame, wynikające z siebie i na różne sposoby włączane w prezentowane przez respondentów typologie. Niech te niejasności definicyjne zobrazuje kilka cytatów:

Mural jest po prostu jedną z dziedzin, jednym z mediów w ramach nurtu, jakim jest street art obecnie. Bo oczywiście mural się kwalifikował dawniej po prostu jako malarstwo, tylko że wielkoformatowe. Ale trzeba powiedzieć, że dzisiaj jest zdecydowanie na tym łonie, w tej rodzinie zjawisk street artowych, w których pojawia się zarówno graffiti, jak i szablony oraz różnego typu instalacje [...]. Jest cała masa interwencji w przestrzeni publicznej, które mieszczą się w pojęciu street artu. Street art jest stosunkowo młodym zjawiskiem w sztuce współczesnej, bo ma te piętnaście lat, a mural po prostu został przez nie wchłonięty. Dla mnie mural nie jest osobną kategorią. Jest po prostu rodzajem medium, które się mieści w street artcie [A 44 Mak].

Street art funkcjonuje w mieście i w moim przekonaniu jest jednak sztuką związaną ze stroną wizualną, plastyką, jest pojęciem bardzo szerokim, to znaczy dzisiaj w tymże street artcie jednak bym umieścił te wszystkie definicje murali, graffiti, tagów i przeróżne inne, które zostały zbudowane [A 13 Mak].

Muralizm traktuję jako tak naprawdę odmienną formę, która ma blisko do pewnych rzeczy związanych ze street artem, ale to są tylko pewne mianowniki wspólne, które gdzieś się przewijają, jednak muralizm i mural to jest odrębna [...] dziedzina [A 41 Kac].

Paradoksalnie mural zaszkodził street artowi. Wysyp festiwali, które często są sposobem wyciągnięcia kasy publicznej dla fundacji, które te festiwale organizują, a dla urzędników są rozwiązaniem problemu animacji kultury w mieście i swoiście rozumianego upiększenia ścian, sprawił, że street art zaczął być utożsamiany z powstającymi w ogromnej ilości dekoracyjnymi muralami. Dla mnie istotą street artu pozostanie to, co leżało u jego korzeni, czyli kontestacja. Kontestacja systemu, urzędników, rynku sztuki, itp. Street art tworzony nielegalnie, jako oddolny przejaw twórczości, a nie twórczość koniunkturalna i na zamówienie [A 09 Lit].

Poszukiwania esencjalistycznych definicji związanych z aktywnością artystyczną w przestrzeniach publicznych budowane były do tej pory głównie na kanwie ulicznej (współ)obecności graffiti i street artu. Dyskutowano o ich wspólnych prapoczątkach, wzajemnych wpływach i różnicach, dowodząc, że graffiti, a właściwie postgraffiti, stanowiło początek street artu, lub też traktując street art jako

wszechogarniającą kategorię, która wchłania wszystkie inne artystyczne i paraartystyczne gesty uliczne. O stosunkach tych dwóch zjawisk i ciągłych zmianach w ich rozumieniu mówił także przy okazji słynnej wystawy *Street art* w Tate Modern jej kurator Cedar Lewisohn: *Światy graffiti writingu i street artu nieustannie się rozwijają i wymyślają siebie na nowo. Są gatunkami, które uporczywie odrzucają zasady kategoryzacji, ale jednocześnie stosują się do pewnych kodów i mód. Możemy uznać ich związek za żywy dialog. [...] W końcu to zależy od ciebie, co jako widz zdecydujesz się uznać za sztukę, a co nie, co jest interesujące, a co nie jest. Ale zanim podejmiesz decyzję, trzeba nauczyć się patrzeć*². Prace tuzów współczesnego street artu, prezentowane na gmachu jednej z najważniejszych galerii sztuki współczesnej, były dziełami monumentalnymi w swojej skali i powstały w wyniku zupełnie innej praktyki niż do tej pory rozumiany street art. Były to realizacje w pełni legalne, wykorzystujące mechanizmy finansowo-organizacyjne, a co więcej, poddające się instytucjonalnej kwalifikacji dzieła sztuki, zupełnie jak współczesne malarstwo monumentalne.

Biorąc pod uwagę opisywane procesy, wychodzimy więc z założenia, że bezzasadnym i ryzykownym jest wyznaczanie zamkniętych definicji dla zjawisk odbywających się w polu sztuki w przestrzeni publicznej. Obecność w niej muralu i street artu traktujemy jako rodzaj nieuniknionej i twórczej koegzystencji. Symbiotyczność tego funkcjonowania, a także wiele procesów instytucjonalnych i komercyjnych, które na te dwie dziedziny twórczości oddziałują, zatarty bowiem także i te, wydawałoby się, historycznie dość jasno ustanowione granice.

Współczesne murale wywodzą się z tradycji malarstwa monumentalnego, którego proweniencji można doszukiwać się nawet w prehistorii. Tworzenie monumentalnych dzieł malarskich, niezależnie od okresów historycznych, w istocie zawsze miało przekazywać określone treści. Mural pełnił więc szereg funkcji – był „językiem prawdy” dla niewykształconych mas w zabiegach polityczno-rewolucyjnych, angażowano go w wydarzenia i spory ideologiczne, agitował, reklamował, a także niejednokrotnie włączał się w upamiętnienia czy próby zmiany społecznej. Jego współczesne funkcje, do których m.in. odwołuje się niniejszy raport, także są celowymi zabiegami, uprawomocnionymi przez uznanie instytucji i aktorów życia społecznego. Nie można więc zapominać o tym, że w wypadku zdecydowanej większości dzieł sztuki muralistycznej ich twórca musi obracać się w strukturze legalizacyjno-finansowej. Wynik tych negocjacji, powiązany także z oceną statusu artystycznego, zadecyduje, czy muralista będzie mógł rozpocząć proces twórczy.

Proces ten jest z gruntu odmienny od spontanicznie wdzierającego się na budynki street artu, rozumianego przez nas jako szeroki *niezależny ruch artystyczny, do której to kategorii można zaliczyć także ruchy emancypacyjne lat siedemdziesiątych, punk, hip-hop i alterglobalizm. Jest to ruch zdecentralizowany i nie posiada przywódców, ani też obowiązującej wykładni dotyczącej praktyki artystycznej. [...] nie podlega również żadnym odgórnym regulacjom, jednak cementuje go pewna nadrzędna idea – w tym wypadku idea nieskrępowanego tworzenia w przestrzeni publicznej, która jako wspólna należy do wszystkich*³. Tak definiowany street art, historycznie umocowany w tradycji kontrkulturowej i niezależnej, jest wykonywanymi na ulicach ingerencjami wykorzystującymi szybkie do „zaaplikowania” techniki, taki jak wlepka, szablon, napis, malunek, plakat, instalacja i wiele innych. Korzystający z matryc estetycznych i kodów kulturowych, street art ozdabia, przekonuje, ośmiesza, bawi i zmienia, a także zabiera głos w sprawie kondycji współczesności, demaskując strategię władzy.

2 C. Lewisohn, *Street Art: The Graffiti Revolution*, Abrams Publishing, New York 2008 (tłum. własne).

3 J. Banasiak, *Street art – ruch zapoznany*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011, s. 14.

Największą popularność zapewnił mu Banksy, który stał się symbolem nie tylko nurtu zaangażowanego ideologicznie, ale i świadomego przekroczenia granic gatunku. Przede wszystkim spopularyzował on jednak samo pojęcie, wprowadzając je do masowej świadomości. Jak zobrazował to jeden z naszych rozmówców:

Banksy to jest wytrych do dyskusji. Podejrzewam, że tak samo jest i w muzyce. Też się tak mówi, że opowiada się o jakimś Bachu albo Mozarcie i później idzie się dalej z muzyką poważną, czyli zaczyna się od tego szczytu i później brnie dalej. Łatwiej jest zacząć rozmowę z kimś, kto się zupełnie nie zna, od kogoś, kogo zna, czyli Banksy'ego [A 23 Lit].

Banksy stał na czele awangardy przemian zjawiska, które z ruchu niezależnego zmieniło się w zjawisko zinstytucjonalizowane i skomercjalizowane, na poły celebryckie. Dziś znajdziemy streetartowe prace także w galeriach, na aukcjach i oficjalnych projektach, a obecność street artu na ulicy, jak i na salonach, w równie dużym stopniu wpływa na modę, design, reklamę, a także przestrzeń społecznej wyobraźni.

Dlaczego więc mural i street art, zjawiska posiadające zupełnie inne umocowania historyczne i kulturowe, a różniące się przede wszystkim kwestią legalizacji i organizacji, są uznawane za tak bardzo związane? Być może jedna z możliwych odpowiedzi na to pytanie dotyczy pola, w którego obrębie się obracają. Street art w dosłownym tłumaczeniu może być uznawany za bardzo szeroko definiowaną „sztukę ulicy”, a ta kalka językowa odnosi odbiorców do wszystkich wytworów sztuki „na ulicy”, zarówno nielegalnych, jak i oficjalnych, w tym do muralu. Dla poparcia tej tezy należy zauważyć, że według Haliny Taborskiej⁴ sztuka w przestrzeni publicznej to bardzo szeroka kategoria, obejmująca najrozmaitsze działania artystyczne i dzieła, które „wyszły” z galerii, muzeum i pracowni w poszukiwaniu nowego odbiorcy, a także miejsca, w którym mogą realizować swój potencjał artystyczny i społeczny. Ale są to również wytwory i działania nie wywodzące się ze świata sztuki, ale ze świata ulicy i rozmaitych przestrzeni otwartych, które w ostatnich latach przyciągają wiele uwagi i określane są mianem street artu właśnie. W tym ujęciu pojęcie sztuki w przestrzeni publicznej obejmuje ogromną ilość zjawisk i przedmiotów artystycznych oraz paraartystycznych – od współczesnych szablonów, billboardów, projekcji, opakowań, instalacji, po formy i tworzywa utrwalone przez wielowiekowe tradycje w wielu kulturach świata, jak mozaiki, płaskorzeźby, rzeźby, witraże, pomniki i malarstwo monumentalne. Street art rozumiany jako „sztuka ulicy”, a więc sztuka występująca w przestrzeni publicznej, w takim ujęciu rzeczywiście mieści w sobie cały szereg pojęć, technik i strategii artystycznych.

Na potrzeby badania i porządku metodologicznego pragniemy jednak zachować – w naszym przekonaniu relewantną – różnicę między murałem a street artem. Malarstwo monumentalne, także współczesne, jest sztuką oficjalną, realizowaną najczęściej ze środków publicznych, które wymagają uzasadnienia swojego wydatkowania, a także w obrębie festiwali, które dokonują ich alokacji. Street art pozostaje dla nas spontaniczną, nieokiełznaną, postsubkulturową działalnością, dziś coraz bardziej obecną w świecie popkultury. W jednoznacznym oddzieleniu tych światów nie pomaga także przenikanie się środowisk twórczych, zajmujących się nierzadko oboma rodzajami twórczości i korzystających w swoich pracach z tych samych stylów i narzędzi. Wszystko to rodzi zamęt pojęciowy, udowadniając, że street art jest pojęciem nieostrym i otwartym na interpretacje, tak samo dynamicznym i niemożliwym do jednoznacznej definicji jak sama sztuka.

4 H. Taborska, *Współczesna Sztuka Publiczna*, Wydawnictwo Wiedza i Życie, Warszawa 1996.

Struktura raportu

Dokument ten składa się z tekstów bazujących na analizie wywiadów pogłębionych, a więc stanowiących efekt badań terenowych, oraz esejów rozpatrujących malarstwo muralistyczne z interdyscyplinarnej perspektywy. Po niniejszym wstępie przechodzimy do opisu przyjętej podstawy metodologicznej i zastosowanych podczas badań narzędzi. Następnie mamy główny tekst analizujący środowisko twórców murali, zatytułowany *Charakterystyka środowiska twórców malarstwa monumentalnego na podstawie wywiadów z artystami*. Kolejny esej, *Estetyzacja, (nie)obecność buntu, tryumf upamiętniania na współczesnych polskich muralach*, to szeroki komentarz do postaw twórczych, ich kontekstu społeczno-kulturowego oraz ekonomicznego. Później sięgamy do tekstu poświęconego analizie finansowych, prawnych i technicznych warunkowań malarstwa muralistycznego w Polsce oraz do analizy danych ilościowych zgromadzonych podczas ankietowego badania mieszkańców miast, w których scena muralistyczna rozwija się szczególnie dynamicznie. Następnie przechodzimy do omówienia zjawiska sztuki muralistycznej z perspektywy historii sztuki. Raport wieńczy rekomendacje, które nie mają charakteru dyrektyw, lecz stanowią analityczną odpowiedź na zjawiska kształtujące kondycję sztuki muralistycznej w naszym kraju. Uzupełnieniem jest materiał fotograficzny wykonany w trakcie badań terenowych.

Metodologia: podstawy teoretyczne i narzędzia badawcze

Opisane w niniejszym tekście badanie zostało zrealizowane w oparciu o zróżnicowane narzędzia badawcze, łącząc paradygmaty jakościowy i ilościowy. Celem projektu była analiza dynamiki środowiska twórców malarstwa monumentalnego w Polsce, polegająca na ukazaniu postaw i zjawisk charakterystycznych dla artystów, a także innych aktorów społecznych, zaangażowanych w funkcjonowanie sztuki muralistycznej. Ponadto mural, jako jedno z najczęściej wykorzystywanych dziś mediów sztuki w przestrzeni publicznej w Polsce, w oczywisty sposób podlega złożonym emocjonalnym i intelektualnym interpretacjom, dokonywanym przez szerokie grono odbiorców. Dlatego teoretyczne fundamenty oraz dobór narzędzi metodologicznych musiały uwzględniać te czynniki. Efektem był pomysł na metodologię zorientowaną przede wszystkim na ukazanie opinii, wrażliwości i doświadczeń konkretnych aktorów: twórców murali, organizatorów sztuki muralistycznej w Polsce, urzędników mających wpływ na warunki, w których sztuka ta jest tworzona, oraz jej odbiorców.

Podstawę teoretyczną badania stanowił paradygmat interpretatywny, w którym łączą się elementy socjologicznej teorii ugruntowanej¹, antropologii refleksyjnej oraz interdyscyplinarne badania kulturowe. Badacze odnoszący się do takiego układu tradycji teoretycznych stawiają sobie za cel zrozumienie i opisanie złożonych struktur znaczeniowych, uwzględnienie specyfiki badanego terenu i wyeksponowanie opinii, interpretacji oraz emocji manifestowanych przez tworzących go aktorów społecznych. Adekwatnym do takiego stanowiska praktycznym instrumentem etnograficznym jest metoda gęstego opisu, zaproponowana przez Gilberta Ryle'a i rozwinięta przez słynnego antropologa Clifforda Geertza². W wypadku opisywanego projektu wykorzystanie tego podejścia polegało na włączeniu do wywiadów i ankiet możliwie najszerszego zakresu pytań, dotyczących osobistych doświadczeń, percepcji murali, kontekstu miejsca, zagadnień prawnych, formalnych i obyczajowych, a także na dywersyfikacji grona respondentów i poddaniu zebranego materiału głębokiej analizie, obejmującej szeroki kontekst społeczny badanych zjawisk. Kluczową zasadę, która przyświecała osobom przeprowadzającym wywiady, dobrze oddają słowa Koneckiego: „Przeprowadzając wywiad swobodny, ze względu na elastyczność jego reguł mamy możliwość powrotu do oryginalnego znaczenia słowa «wywiad», to jest do rozmowy, która łączy dwie strony i nie tworzy przewagi interakcyjnej i społecznej jednej z nich. Ustanowienie bliższego kontaktu i wzajemnego zaufania, poczucie empatii u badacza pozwalają zdeformalizować sytuację wywiadu i uczynić ją mniej sztuczną, a bardziej zbliżoną do naturalnej [...] rozmowy. Rozmowy, która odbywa się w naturalnym kontekście potocznego życia i pracy osób objętych naszym badaniem”³.

1 Zob. B.G. Glasser, A.L. Strauss, *Odkrywanie teorii ugruntowanej. Strategie badania jakościowego*, tłum. M. Gorzko, Nomos, Kraków 2009. Jak wyjaśnia Konecki we wstępie do polskiego tłumaczenia książki cytowanych powyżej autorów: „Propozycje teoretyczne nie są więc budowane metodą dedukcyjną na podstawie wcześniej przyjętych aksjomatów bądź założeń. [...] Teoria wyłania się w trakcie systematycznie prowadzonych badań terenowych z danych empirycznych, które bezpośrednio odnoszą się do obserwowanej rzeczywistości społecznej” (Konecki, w: B.G. Glasser, A.L. Strauss, *Odkrywanie teorii ugruntowanej...*, s. XII).

2 Zob. C. Geertz, *Interpretacja kultur*, tłum. M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.

3 K.T. Konecki, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 179.

Metoda wywiadu swobodnego została połączona z przygotowanym wcześniej scenariuszem, który nie miał jednak restrykcyjnego charakteru, lecz stanowił wskazówkę dla badaczy, pomagającą im w takim zorganizowaniu rozmowy, aby możliwe stało się uzyskanie jak najszerszego zakresu danych.

Badania terenowe, które zostały przeprowadzone od czerwca do sierpnia 2015 roku, odbyły się w siedmiu polskich miastach: Gdańsku, Gdyni, Sopocie (często traktowanych jako jeden ośrodek miejski – Trójmiasto), Katowicach, Łodzi, Warszawie i Wrocławiu. Miasta te zostały wytypowane ze względu na ich związek ze współczesnym malarstwem monumentalnym (doświadczenia „prekursorskie”, największe festiwale, rozmaite działania, ośrodki skupiające twórców murali, wielość realizacji, itd.).

Zespół Instytutu Badań Przestrzeni publicznej składa się m.in. z antropologów, socjologów i kulturoznawców doświadczonych w prowadzeniu badań jakościowych i ilościowych. Do współpracy zaproszeni zostali również specjaliści od zarządzania, ekonomii oraz historii sztuki, a także fotografowie. Należy zaznaczyć, że kwestie związane ze sztuką w przestrzeni publicznej od dawna stanowią jedno z pól zainteresowań badawczych Instytutu, który do tej pory prowadził wiele badań związanych m.in. z percepcją sztuki w przestrzeni publicznej.

Wywiadami zostały objęte trzy podstawowe, zdefiniowane na potrzeby projektu grupy: twórcy, organizatorzy i urzędnicy. Należy oczywiście pamiętać o przenikaniu się tych środowisk lub wspólnocie przeszłych doświadczeń profesjonalnych i społecznych (w zakresie animowania działalności kulturalnej), co odnosi się zwłaszcza do twórców i organizatorów. Badanie ankietowe dotyczyło też czwartej grupy, czyli odbiorców dzieł malarstwa monumentalnego, znajdującego się w przestrzeni polskich miast.

Grupę **twórców** stanowiło pięćdziesiąt osób lub duetów i kolektywów artystycznych, mających różne doświadczenie w tej działalności i rozmaicie rozpoznawalnych. Byli to zarówno uznani twórcy o międzynarodowej renomie, jak i autorzy murali o stosunkowo niewielkim dorobku, którzy nie zyskali wielkiego rozgłosu.

Organizatorzy to przedstawiciele szeroko rozumianego świata kultury: działacze organizacji pozarządowych, animatorzy, kuratorzy i koordynatorzy festiwali, artyści zaangażowani w promowanie twórczości muralistycznej, przedstawiciele przedsiębiorstw realizujących murale komercyjne oraz inne osoby zajmujące się tą dziedziną sztuki.

Urzędnicy to pracownicy instytucji publicznych, sprawujący różne funkcje, odpowiedzialni za finansową i merytoryczną podstawę działalności muralistycznej w Polsce.

Odbiorcy to osoby objęte badaniem ankietowym odbywającym się w przestrzeni miast, w bezpośrednim sąsiedztwie murali. Dziesięć murali w każdym z miast (Trójmiasto zostało tu zaklasyfikowane jako jeden ośrodek), w których okolicy pracowali badacze, zostało wybranych ze względu na następujące kryteria. Oto one.

Lokalizacja muralu, a więc jego usytuowanie na planie miasta. Badacze przeprowadzali ankiety zarówno pod dziełami znajdującymi się w centralnych, najczęściej ruchliwych częściach miasta (np. mural Blu w Śródmieściu Warszawy), jak i oddalonych od ścisłego centrum (np. mural Axela Voida w dzielnicy Szopienice na obrzeżach Katowic). Ważne było zróżnicowanie lokalizacji: uwzględniono zarówno murale na zabytkowej zabudowie (np. na elewacji kamienic na terenie Głównego Miasta w Gdańsku), na terenie blokowisk (m.in. gdańska Zaspą czy osiedle Gaj we Wrocławiu), jak i w podwórkach kamienic (np. przy ulicy Ruskiej 46 we Wrocławiu). Wzięto pod uwagę także prace obecne w specyficznych miejscach, jak elewacja instytucji kultury (np. *Klepsydra* Stanisława Dróżdża na tymczasowej siedzibie Muzeum Współczesnego Wrocław) czy szkół i uczelni (mural *Próg* Michała Frydrycha na Gimnazjum nr 145 im. Jana Pawła II w Warszawie; mural grupy The Krasnals na rektoracie Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach).

Forma – murale, które zostały poddane analizie, różnią się formą; większość z nich jest wprowadzie wielkoformatowym malowidłem na ścianach rozmaitych budynków, zwykle w układzie pionowym. W badaniu wzięto pod uwagę także murale o mniejszych rozmiarach (np. *Sąsiedzie, pożycz szklankę cukru* Anny Szejdewik „Coxie” przy ulicy Jedności Narodowej 59a we Wrocławiu) i dzieła monumentalne, (np. mural przy Piotrkowskiej w Łodzi autorstwa Design Futura czy mural *Think* autorstwa SpY-a w Katowicach). Brano także pod uwagę dzieła o nietypowej formie, pokrywające znaczną część elewacji budynków, takie jak mural Swanskiego na budynku Capital Parking w Warszawie czy mural autorstwa Raspazjana i Mony Tusz na Domu Aniołów Stróżów w Katowicach). W zestawieniu znalazły się również murale stworzone w różnych stylach, i figuralnym (większość), i abstrakcyjnym. Badacze pytali respondentów zarówno o murale realistyczne (np. mural Zbioka przy ulicy Floriana 8 w Katowicach), w formie abstrakcji geometrycznej (mural Eltono przy ulicy Złotej w Warszawie), oparte na typografii (np. mural Jana Bajtlika na rogu Starowiejskiej i 3 maja w Gdyni), wykonane w konwencji komiksowej (mural chopinowski przy Tamce w Warszawie) czy graffitiarskiej (mural Tats Cru przy ulicy Żwirki w Łodzi). Zwracano także uwagę na różnorodność technik – m.in. sgraffito Oteckiego w ramach projektu Ogarna 2.0 oraz nawiązująca do fresku realizacja autorstwa Krzysztofa Jaśkiewicza przy ulicy Piotrkowskiej w Łodzi.

Rodzaj muralu, czyli klasyfikacja na podstawie funkcji i genezy pracy, pozwalająca wyróżnić następujące kategorie:

- **mural artystyczny** – mural powstały najczęściej w ramach festiwalu lub projektów artystycznych, charakteryzujący się bezinteresownym przekazem;
- **mural „miejski”** – mural powstały z inicjatywy lub na zlecenie miasta, najczęściej w celach promocyjnych lub upamiętniających, np. *Brama do Nadodrza* Michała Węgrzyna;
- **mural instytucjonalny** – powstały z inicjatywy różnych instytucji publicznych, najczęściej mający promować ich działalność – np. *Generalnie dramat* we Wrocławiu, związany z obchodami 250-lecia Teatru Powszechnego w Polsce i stworzony przez kolektyw DWA ZETA;
- **mural reklamowy** – mural reklamujący, sprzedający, np. mural reklamujący Coca-Colę przy Tamce w Warszawie.

Treść – do pewnego stopnia kategoria ta pokrywa się z poprzednią, lecz w tym wypadku istotne jest nie zaplecze finansowo-organizacyjne, ale sam przekaz. Wyróżnione zostały następujące ogólne typy treści:

- **artystyczna** – np. mural *Turystka* Anny Reinert w Sopocie czy mural Os Gemeos i Aryza w Łodzi;
- **upamiętniająca oraz historyczno-patriotyczna** – np. mural ku czci trzech Powstań Śląskich Magdy Drobczyk w przejściu pod torami między Mielęckiego a Wojewódzką w Katowicach; mural *Pamiętamy* w Warszawie, ulica Przyrynek, autorstwa Wielkich Fanatyków Stolicy, czy mural *Wałęsa i Papież* Rafała Roskowińskiego na gdańskim osiedlu Zaspą;
- **społeczno-polityczna** – np. mural Łukasza Surowca *Tato nie płacz* w Załężu w Katowicach czy mural *Don't think* Petera Fussa przy ul. Wincentego Pola w Katowicach;
- **komercyjna** – np. mural reklamujący hurtownię stali przy ulicy Drzewnej 7 we Wrocławiu.

Zgodnie z zasadami wpisanymi w konstelację teorii i metod, przyjętą przez zespół badawczy, celem całego przedsięwzięcia było uzyskanie jak najpełniejszego oglądu środowiska muralistycznego w Polsce, bez jakichś apriorycznych założeń, mogących determinować ogląd terenu, oraz bez aspiracji do wpływania na jego funkcjonowanie. Niemniej ważnym elementem projektu są rekomendacje dotyczące instytucjonalno-organizacyjnego wymiaru twórczości muralistycznej w naszym kraju, powstałe na ostatnim etapie prac, po gruntownej analizie zgromadzonego materiału.

Zastosowano następujące narzędzia z zakresu badań jakościowych: kwerendę źródeł zastanych, siedemdziesiąt siedem indywidualnych wywiadów pogłębionych (pięćdziesiąt z artystami, dziesięć z urzędnikami, siedemnaście z organizatorami), wykonanie i analizę materiału fotograficznego (pięćdziesiąt murali). Ponadto wykorzystane zostały metody badań ilościowych: przeprowadzono tysiąc sześć ankiet (około dwustu w każdym z ośrodków miejskich), analizowanych następnie przez naukowców wyspecjalizowanych w badaniach ekonomiczno-społecznych. Dzięki zróżnicowaniu technik badawczych możemy z pełną odpowiedzialnością mówić o spełnieniu kryterium triangulacji, ograniczającej możliwość popełnienia zasadniczych błędów i otwierającej pole dla różnych interpretacji uzyskanych wyników.

Efektom wszystkich wspomnianych działań jest niniejszy raport, prezentujący interdyscyplinarne spojrzenie, inspirowane szeroką gamą stanowisk teoretycznych i doświadczeń badawczych.

Charakterystyka środowiska twórców malarstwa monumentalnego na podstawie wywiadów z artystami

Próbie opisu nierozpoznanego dotychczas środowiska twórców malarstwa monumentalnego rozpoczęliśmy od sportretowania jego głównych aktorów społecznych, a więc twórców, z którymi w ramach badań terenowych przeprowadziliśmy pięćdziesiąt pogłębionych wywiadów. Były to osoby, które z tworzeniem murali powiązane są przede wszystkim w dwóch wymiarach, przyjętych przez nas na potrzeby badania za „obowiązkowe”:

1. ...stworzyły przynajmniej jeden mural. Należy przy tym zaznaczyć, że zdecydowana większość naszych rozmówców zajmuje się tym rodzajem twórczości w sposób systematyczny, określając go jako ważną część codziennej praktyki artystycznej i/lub zawodowej. Staraliśmy się dotrzeć do twórców reprezentujących różne biografie i strategię działalności artystycznej. Rozmawialiśmy więc z osobami, które mają wieloletnie doświadczenie w tworzeniu murali, a także osobami, które swoje pierwsze realizacje wykonały w ciągu ostatnich kilku lat. Wielość perspektyw uzupełniały portrety osób z różnych względów wyróżniających się na tle grupy, a więc zarówno twórców najbardziej aktywnych, których murale możemy liczyć w dziesiątkach, jak i tych, którzy z różnych względów odeszli lub odchodzą od tego rodzaju działalności w przestrzeni publicznej.

2. ...stworzyły przynajmniej jeden mural na terenie badanych przez nas miast, czyli Katowic, Warszawy, Wrocławia, Łodzi, Gdańska, Gdyni lub Sopotu. Nie znaczy to jednak, że nasi rozmówcy pochodzili wyłącznie z tych ośrodków – rozmawialiśmy z mieszkańcami miast z całej Polski.

Badani twórcy są osobami młodymi – 75% z nich znajduje się w przedziale wiekowym między dwudziestym szóstym a trzydziestym piątym rokiem życia. Możemy więc w tym wypadku mówić o kategorii późnej młodości, w ramach której nasi respondenci w zdecydowanej większości funkcjonują już na rynku pracy i mają liczne doświadczenia zawodowe. Pozostała część z nich to twórcy starsi, a więc znajdujący się w przedziale wiekowym 36–45 lat. Tylko jeden z naszych respondentów deklarował wiek poniżej dwudziestu sześciu lat, podobnie jak jeden – powyżej czterdziestu pięciu.

Ważniejsze jednak od określenia obecnego wieku naszych rozmówców jest umiejscowienie na osi czasu początków ich aktywności twórczej związanej z malarstwem monumentalnym. Znaczna część z nich swoje pierwsze doświadczenia w tym zakresie sytuuje w latach 2003–2010. Kilku naszych starszych rozmówców początki swojej działalności muralistycznej wyznacza w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, szczególnie u ich schyłku, a nawet latach osiemdziesiątych. W toku badań okazało się jednak, że określenie momentu wykonania pierwszego muralu dostarcza wielu twórcom niemałych trudności, a w rezultacie bywa nieprecyzyjne. Dzieje się tak dlatego, że wielu z nich w odpowiedzi na to pytanie opisuje po prostu swoje pierwsze twórcze „wejście” w przestrzeń publiczną, stosunkowo rzadko związane z muralami. W większości wypadków

ta inicjacja odbyła się w czasach rozkwitu graffiti w Polsce, a więc w latach dziewięćdziesiątych.

Należy także scharakteryzować wykształcenie badanych osób. Są to w zdecydowanej większości osoby deklarujące wykształcenie wyższe (81% badanych), a następnie średnie (19%). Warto zwrócić uwagę na fakt, że prawie wszyscy badani z wykształceniem wyższym odebrali wykształcenie plastyczne (aż 92% respondentów), przede wszystkim kończąc kierunki takie jak malarstwo i projektowanie graficzne. W wielu wypadkach wyższa edukacja plastyczna była poprzedzona nauką w liceum plastycznym. Mimo że w dzisiejszych czasach wykształcenie artystyczne nie jest warunkiem koniecznym prowadzenia szeroko pojętej działalności artystycznej, warto zauważyć, że osoby sięgające w swoich poszukiwaniach twórczych po mural to w zdecydowanej większości osoby, których umiejętności plastycznej udokumentowane są dyplomem. Zdecydowana większość respondentów swoje życie zawodowe umiejscawia w szeroko rozumianej sztuce. Kilku jest nauczycielami (najczęściej na akademiach sztuk pięknych), inni zajmują się malarstwem, grafiką, ilustracją lub projektowaniem. Nieobce są im doświadczenia pedagogiczne, animatorskie czy kuratorskie. Twórca murali dość rzadko wykonuje pracę zarobkową zupełnie niezwiązaną z twórczością artystyczną.

Zapytaliśmy też artystów, w jaki sposób sytuują malarstwo monumentalne w polu swojej działalności artystycznej – czy jest jego główną osią, czy może dodatkiem do innych przedsięwzięć, odbywających się niekoniecznie w otwartej przestrzeni miejskiej. Znaczna część artystów deklaruje, że działalność muralistyczna stanowi około połowy czasu przeznaczanego na aktywności w dziedzinie sztuki. Czasami jest to naturalnie związane z cyklem pór roku, a także – chociaż nie zawsze – z kalendarzem polskich i zagranicznych festiwali muralu.

Są także artyści, którzy tworzeniem murali zajmują się rzadziej. Zidentyfikowaliśmy trzy główne powody tego stanu rzeczy: (1) nie jest to znacząca część ich twórczości artystycznej, tym samym realizują mniej prac wielkoformatowych, skupiając się przykładowo na malarstwie studyjnym; (2) artyści nie dostają na te realizacje zleceń lub z różnych powodów nie uczestniczą w festiwalach malarstwa monumentalnego; (3) z różnych powodów odchodzą od tego rodzaju twórczości – ponieważ wyczerpali możliwości medium, skupiają się na innej działalności zarobkowej lub są zniechęceni zbyt dużą popularnością muralu w Polsce.

Biorąc pod uwagę udział w naszej próbie kobiet tworzących malarstwo wielkoformatowe (siedem przedstawicielek na pięćdziesięcioro badanych), można stwierdzić, że kobiety w środowisku polskiego muralu są zdecydowanie słabiej reprezentowane. Respondentki nie czują się jednak z niego wykluczone czy dyskryminowane w nim. Są to najczęściej malarki, które wyjdzie w przestrzeń publiczną tłumacząc przede wszystkim chęcią rozwoju i poszerzenia spektrum artystycznych poszukiwań. To właśnie w opowieściach artystek pojawia się szczegółowa i refleksyjna analiza własnych motywacji, drogi, organizacji. Malarstwu monumentalnemu przypisują one wiele funkcji, w których najważniejsze to wyrażanie i przekazywanie emocji, a także komunikacja z drugim człowiekiem za pomocą kolejnego środka wyrazu.

No jest to taka praca nad sobą, jak już stoję pod tą ścianą, zmierzam się z moimi fizycznymi siłami, różnymi stereotypami, z miejscem, z ludźmi [A 07 Lit].

Łączy się z tym wielozmysłowe odczuwanie materii i otoczenia twórczego. Należy zauważyć, że w środowisku twórców murali, wyraźnie zdominowanym przez mężczyzn, pomimo faktu, że

jego większość stanowią absolwenci wyższych szkół artystycznych, a więc uczelni o wyraźnie sfeminizowanym gronie studenckim, kwestie wynikające z kulturowego znaczenia płci mają istotny wpływ na postrzeganie własnych działań artystycznych. Kobiety z większym zaangażowaniem opowiadają o znaczeniu materii, faktury dzieła, o sensualnym wymiarze pracy nad murem. Mówią o pędzlu jak o przedłużeniu ręki, opisują chropowatość ścian, lejący się z nieba żar, brud na ciele po skończonej pracy czy dźwięki otoczenia, które towarzyszą malowaniu w mieście. Z kolei rzadko w swych opowieściach artystki odnoszą się do wspomnień o młodości, wandalistycznych praktykach i ulicznej graffitiarskiej wspólnotowości – na ulice wychodzili raczej ich przyjaciele, znajomi czy partnerzy, którzy „malowali wcześniej”, z czasem stając się przewodnikami kobiet po „świecie ulicy”.

Ktoś mi w tym pomógł, wprowadził – ta osoba trochę dłużej się już tym zajmowała, street artem, a wcześniej graffiti. Ten świat był dla mnie pociągający, a on gdzieś mnie zmotywował do tego, „a może wejdziemy i pomalujemy coś razem?”, i po prostu załapałam bakcyła, stało się [A 39 Fil].

Charakterystyczna dla muralu skala czy popularna technika malowania sprejem, nierozdzielnie związana przecież z „męskim” etosem graffiti, nie są przez kobiety fetyszizowane, a ulica traktowana jest raczej jako „zewnętrzna pracownia” niż przestrzeń działalności na granicy prawa.

Z pewnością nie jest to dla mnie zaznaczanie terenu. Nie kręcą mnie końcówki sprejów [A 07 Lit].

Mimo że kobiety przedstawiają działalność muralistyczną jako momentami wyczerpującą fizycznie, nie mówią tego w kontekście nierówności płciowych i nie porównują się w tym zakresie do mężczyzn. Płeć nigdy nie jest przez nie identyfikowana jako przeszkoda, raczej jako specyfika widoczna na polu działalności w przestrzeni publicznej, często związana ze zmaganiem się z własnymi lękami i ograniczeniami. W opiniach artystek tworzących murale odtwarzane są pewne stereotypowe, tradycyjne sposoby percepcji ich modelu wrażliwości, a co za tym idzie strategii twórczych. Jednocześnie z wypowiedzi tych można wnioskować również, że działalność muralistyczna może być odbierana jako praktyka wzmacniająca pozycję twórczyni.

Być może kobiety są bardziej wrażliwe i na przykład mają większy problem z tym, żeby wyjść w przestrzeń publiczną. Jak sobie malujesz obrazek w domu, to możesz go sobie schować, a jak już malujesz gdzieś na zewnątrz i on zostaje i nie jesteś w stanie nic z tym zrobić, po prostu mogą go zobaczyć wszyscy, mogą sobie ludzie robić z nim zdjęcia, wiesz, to będzie krążyło po internecie do końca istnienia internetu. Więc to być może wynika z takiej mniejszej śmiałości kobiet, z takiej większej wrażliwości [A 42 Mak].

Autodefinicje

Środowisko twórców malarstwa monumentalnego zarysowane zostanie także dzięki samo-identyfikacji jego przedstawicieli. Większość badanych definiuje się lub opisuje w kategoriach artystycznych – umiejscawiając własną twórczość (nie tylko w przestrzeni publicznej) jako ważny element biografii. Badani najczęściej mówią o sobie jako o twórcach czy artystach, czasa-

mi także zwracając uwagę na ważny, techniczno-manualny wymiar swojej pracy, opowiadają o muralach raczej przez pryzmat umiejętności, technik i doświadczenia niż „artyzmu”.

Istotną wydała nam się także odpowiedź na pytanie, jak badani będą definiować pojęcie „muralisty” oraz czy będą się z nim utożsamiać.

Większość respondentów muralistę opisuje jako osobę, która tworzy murale, a więc dzieła malarskie w dużej skali w przestrzeni publicznej. By to zrobić, musi posiadać do tego odpowiednią wiedzę i umiejętności.

Muralistą jest ten, który to potrafi zrobić [A 30 Ols].

Muralista to jest ktoś, kto maluje wielkoformatowe obrazy w przestrzeni publicznej [A 26 Kar].

Być muralistą, no, to znaczy robić murale. Tylko tyle [A 45 Mak].

Dającą się zauważyć w wielu wypowiedziach niechęć związana z określaniem się mianem „muralisty” wydaje się wypływać ze strachu przed ograniczeniem i przypisaniem do jednego rodzaju ekspresji. Dlatego najczęściej bycie muralistą pozostaje jedną ze specyfik bycia artystą, malarzem, animatorem kultury czy historykiem sztuki. Nie jest to kategoria nadrzędna, a tylko jeden z odcieni pracy twórczej. Kwestie przynależności do „świata muralistów” są więc słabo obecne, a tożsamość twórcza jest konstruowana raczej jakby obok indywidualnej działalności artystycznej w przestrzeni publicznej.

Maluję wielkie formaty, to pewnie jestem muralistą, ale to nie jest podstawa mojej twórczości, to jest jakiś element. Więc tak, w tym sensie, jak maluję wielki format, to tak [A 06 Fil].

To jest bardzo ciężkie pytanie, bo w sytuacji, gdybym malował tylko murale, tobym się uznawał za muralistę, a w sytuacji, kiedy ja też robię inne utwory artystyczne, głównie obrazy, akwarele, to uważam się bardziej za artystę, gdzie tam nadrzędną dla mnie formą przekazu jest mural. Ciężko mi mówić, że jestem tylko muralistą [A 32 Kac].

Ja się uważam za grafficiarza z tego względu, że większość moich działań w przestrzeni to są działania graffi-ciarskie, więc uważam się za grafficiarza, który czasem robi mural, więc bycie muralistą to malowanie głów-nie murali. Jest to ułamek tego, co tworzę [A 19 Kac].

Droga do medium

Rozmówców pytaliśmy o drogę prowadzącą do pierwszych realizacji na polu malarstwa monumentalnego. Dlaczego w ogóle sięgnęli po to medium? Obecnym twórcom murali trudno jest jednak uchwycić moment przejścia od mniejszych nielegalnych form do większych form, kojarzonych z murałem i będących punktem wyjścia do malarstwa prawdziwie monumentalnego.

Dla wielu osób malarstwo monumentalne jest kontynuacją nielegalnych działań związanych z graffiti, szablonem, rysunkiem czy malarstwem w przestrzeni publicznej. Starsi z naszych rozmówców te początki osadzają nawet w latach osiemdziesiątych, szczególnie w okresie schyłku

PRL-u, kiedy to ich działalność uliczna wyrażała sprzeciw wobec panującej sytuacji politycznej, najczęściej przy pomocy opozycyjnych i antysystemowych szablonów i napisów na murach.

Wiesz co, no zaczęło się właśnie w tym 1987 roku, jak malowałem szablony i właśnie takie mniejsze, wtedy jeszcze nie było o street artie mowy, tylko o graffiti, myśmy byli grafficiarzami, ewentualnie szabloniarzami, a nie ten. I to był wtedy sposób na ominięcie cenzury i na wykrzywienie swojej niezgody na zastaną rzeczywistość [A 28 Mak].

No ja to miałem dosyć specyficzną historię z tym wszystkim i początki, gdyż jak gdyby to jeszcze były ostatnie lata przed okrągłym stołem i taka ekspresja pisania haseł na murach, no, była, jakby jednoznacznie określała światopoglądowo, prawda, osoby piszące, że to był sprzeciw przeciwko, to nie były litery ani rzeczy, takie litery jak w graffiti, takie, itd., czy rzeczy estetyczne. To był po prostu konkretny, ostry przekaz przeciwko ówczesnej sytuacji, również wówczas także już przeciwko kościołowi, ale też podane w takim nieco surrealistycznym, dadaistycznym sosie, prawda. My pisaliśmy na murach, np. wszyscy pisali „precz z komuną”, my robiliśmy napisy „precz z komuną”, prawda, czy „uwolnić Matkę Teresę”, czy dalej „Wojciech I na tron”, to był tego rodzaju przekaz i on się jak gdyby wiązał z chęcią rozpiardolenia po prostu ówczesnej rzeczywistości, to się nie ma co oszukiwać, to z tego wynikało [A 24 Kac].

W miarę pojawiających się możliwości i rozwoju artystycznych zainteresowań twórcy zaczęli sięgać po większe, a następnie monumentalne formy.

Pokaźna grupa twórców za aktywność twórczą inicjującą ich późniejszą działalność muralistyczną uznaje graffiti. W swoim rozkwicie, a więc w latach dziewięćdziesiątych, opisywane jest jako pierwszy sposób eksplorowania miasta. W opowieściach tych ma najczęściej charakter wspólnotowy (crew), a jednocześnie, po pewnym czasie, zbyt ograniczający, bo skupiony głównie na proliferacji podpisów i przestrzeganiu kodeksu.

Graffiti powstało, by być owocem nieskrępowanej wolności, a zadusiło się własnymi zasadami, własnym kodeksem, kanonem, który się stworzył, co do tego, że muszą być to litery wykonane sprejem, odpowiedni system tak zwanych outline'ów, inline'ów, backline'ów, highlightów, to wszystko prawie że podręcznikowo musiało być tak skonstruowane. Ktokolwiek próbował poza to wykroczyć, spotykał się, w najlepszym wypadku, z zupełnym niezrozumieniem [A 48 Lit].

W połowie lat dziewięćdziesiątych, tylko wtedy nazywaliśmy to graffiti, chociaż już wtedy stylistycznie ludzie, którzy że tak powiem, robili ortodoksyjne graffiti, nie do końca nas za grafficiarzy uważali. My się po prostu gdzieś tam wyłamywaliśmy, ale to była kwestia tylko form, których używasz, i po prostu zaczęliśmy od klasycznego graffiti, gdzie później akurat ja stwierdziłem, że malowanie liter nie jest do końca moim tematem. Bawiłem się w tak zwane charaktery, czyli postacie. Ale z tymi postaciami też przeżyłem jakiś romans i później zmieniałem formy, gdzie po prostu była to droga jakiejś ewolucji [A 15 Lit].

Ta działalność grafficiarska, wspomniana w wielu biografiami, ewoluuje z czasem od *writingu* do tworzenia „jakichś obrazów w przestrzeni”, „czegoś innego na ulicy niż graffiti” czy działalności „około-graffiti”, a więc bardziej „malowania” przedstawień niż „pisania” liter. To właśnie chęć wyjścia poza zasady i przyjętą stylowość popchnęła wielu naszych rozmówców do częstszego stosowania figurywności i narracyjności oraz innego, z czasem coraz większego, for-

matu. Rozwój arsenału działań w przestrzeni publicznej nie skutkował jednak zawsze całkowitym odejściem od graffiti – dalsze jego, choć zdecydowanie rzadsze, praktykowanie deklaruje wielu naszych respondentów. Wpływ tego młodzieżowego zazwyczaj okresu twórczości ma dla dzisiejszych muralistów ogromne znaczenie, które ujawnia się choćby przy okazji objaśniania etymologii własnych ksywek, często pochodzących właśnie z czasów graffitiarskiej aktywności.

Początki działalności muralistycznej nie wywodzą się jednak tylko z działalności zaangażowanej politycznie czy graffitiarskich doświadczeń. Wielu, szczególnie młodszych twórców, zaczynało od rysunków czy malunków w przestrzeni miejskiej, na pustostanach, albo w ogóle nie doświadczyło działalności nielegalnej. Czasami pierwsze murale wykonywane były na studiach (np. w ramach pracowni malarstwa ściennego czy sztuki w przestrzeni publicznej) i wychodziły od zainteresowania historią sztuki, komiksem czy działaniami plastycznymi w kontekście architektonicznym (np. fresk, polichromia).

Opis środowiska

Liczne rozmowy, które odbyliśmy podczas badań terenowych z twórcami mieszkającymi w różnych miastach Polski, pozwoliły nam na opis środowiska składającego się z osób o różnicowanych artystycznych doświadczeniach, których artystyczna działalność w przestrzeni publicznej trwa od kilku do ponad trzydziestu lat. O opis własnego środowiska poprosiliśmy jego współtwórców, co pozwoliło nam podjąć próbę zdefiniowania jego struktury, a także opisać odbywające się w jej ramach wzajemne relacje i zależności.

Przed wszystkim respondenci zwracają uwagę na fakt, że środowisko osób zajmujących się malarstwem monumentalnym nie jest liczne. Badani mówią zwykle o liczbie od dziesięciu do czterdziestu osób, mając jednak najczęściej na myśli artystów najbardziej znanych, popularnych, aktywnych albo należących do grona ich najbliższych znajomych.

W jakimś stopniu na pewno trzymamy się razem, jest to jakby taka wzajemna przyjaźń – nie ze wszystkimi, wiadomo, że to są jakieś różne grupy, też wszystkich nie znam. Ale na pewno nie jest to też duże środowisko, bo ile jest tych osób malujących ściany w Polsce, dwadzieścia, trzydzieści? Nie wiem, nawet nigdy tego nie liczyłem, ja znam z dwadzieścia osób. Pewnie ich jest czterdzieści [A 36 Mak].

Bo to jest dla mnie grupa kumpli, no nie. Tak naprawdę, jeśli ty rozmawiasz z tymi pięćdziesięcioma osobami, podejrzewam, że większość znam i pewnie dwudziestu z nich to moi koledzy. I jakby z nimi się trzymam, i to jest dla mnie środowisko muralistów. Z resztą się nie trzymam, ale pewnie też są tym środowiskiem. I jakby tyle. Natomiast w dalszym ciągu podejrzewam, że jest to jednak niszowa sprawa. Akurat teraz o tym rozmawiamy dlatego, że gdzieś tam jest na to bum, jest to dosyć rozpowszechnione, może nawet modne, o zgrozo. Ale w dalszym ciągu to jest nisza, to są, wiesz, znajomi, znajomi znajomych [A 48 Lit].

W wypowiedziach respondentów potwierdza się opinia, że środowisko zbudowane jest z wielu podgrup, których członków wiąże sympatia i wyznawane wartości, a także wzajemny szacunek dla prezentowanych podejść twórczych. Grupy te konsolidowały się podczas tworzenia pierwszego wspólnego muralu i najczęściej dzielą wspólne graffitiarskie, streetartowe czy akademickie doświadczenia.

Badani twórcy, opisując środowisko, zwracają uwagę przede wszystkim na jego niejednorodną strukturę, która nie wyróżnia żadnych prostych do definicji cech, np. tradycyjnych kodów subkulturowych (obecnych w graffiti), wspólnych wzorców zachowań (nie istnieje „kodeks” muralisty) czy jasnych referencji ideologicznych. Biorąc dodatkowo pod uwagę fakt, że twórcy rzadko swoją jednostkową tożsamość budują na podstawie aktu twórczego związanego wyłącznie z murałem, można stwierdzić, że konstrukcja identyfikacji grupowej jest złożona.

Proszeni o opis środowiska polskiego muralu, badani odnoszą się przede wszystkim do dwóch wyznaczników. Po pierwsze, do najbardziej znanych jego uczestników, a więc osób, które uznaje się za „czołówkę sceny”. Tę grupę stanowią twórcy, którzy cenieni są za konsekwencję w rozwijaniu własnego stylu, perfekcyjne opanowanie warsztatu, świadomość twórczą oraz – w wielu wypadkach – sukcesy międzynarodowe. Drugi sposób opisu odbywa się na zasadzie odniesień do najbliższego otoczenia twórcy. W takim rozumieniu środowisko formują osoby, które utrzymują bezpośrednie, i najczęściej przyjacielskie, relacje. Te kręgi towarzyskie wytwarzają się niezależnie od miasta, spotykając się przy okazji środowiskowych wydarzeń czy komunikując się za pośrednictwem internetu.

No nie wiem, jeżeli się dzieje jakiś problem, to każdy do siebie dzwoni, jeżeli [...] jest jakaś wystawa czy coś, no to na przykład dzwonię i sonduję albo o czymś rozmawiamy. [A 36 Mak].

Na podstawie rozmów i analiz biografii twórców można podjąć próbę jeszcze jednego opisu środowiska. Podział ten jest determinowany sposobem wejścia w przestrzeń publiczną: (1) grupa byłych lub nadal praktykujących graffitiarzy, a więc osób zaznajomionych z nielegalną działalnością na ulicy; (2) grupa wywodząca się z działalności streetartowej; (3) grupa osób o żadnym lub nikłym doświadczeniu w działalności w przestrzeni publicznej. Mimo że przedstawiciele każdej z powyższych grup najczęściej posiadają wykształcenie artystyczne, do trzeciej grupy często zaliczani są młodzi artyści akademicy, których spotkanie z przestrzenią publiczną czasami uznawane jest za „nieautentyczne”, bo nieobudowane wcześniejszym nielegalnym doświadczeniem.

To to [...] też te takie stricte właśnie wywodzące się z akademii różnych środowisko artystów malujących murale jest jakimś takim innym polem niż ci wywodzący się z graffiti. Pewnie to się wiele razy łączy, bo wiele osób poszło przecież na akademię i ją kończyło, ale jakby z mojej osobistej strony, to jakby nie znam tego środowiska aż tak mocno. I nie było wielu punktów, w których moglibyśmy się zintegrować czy zrobić coś wspólnie [A 37 Lit].

No to są ludzie, którzy z jednej strony wychodzą bezpośrednio ze środowisk graffitiarskich, streetartowych i rozwijają cały czas, od bardzo dawna, te swoje style i są z tym bardzo głęboko związani. Ale są też osoby takie, które w ten mural weszły dość późno. [...] No, im się to oczywiście podoba, jest to dla nich fajna zajawka, że oni malują po ścianach, ale z drugiej strony oni nie mieli doświadczenia takiego, żeby biegać z szablonem i farbą w spreju po mieście i unikać policji. No po prostu to nie była ich działka [A 45 Mak].

Zdecydowana większość twórców posiada jednak doświadczenie w nielegalnej działalności w przestrzeni publicznej. Łączenie tych wspólnych doświadczeń jest swego rodzaju kodem, zawierającym w sobie szereg praktyk i sposobów rozumienia rzeczywistości.

Ja znam tylko parę osób malujących i tak naprawdę te osoby, które ja znam, z którymi się kumpluję, to się jakoś tak pierwotnie wywodzą ze środowiska grafficiarzy albo takich streetartowców, którzy coś tam nielegalnie przyklejali. Więc to są ludzie, z którymi się dogaduję, bo mamy podobne doświadczenia, podobne spojrzenie na świat [A 19 Kac].

No, nie ukrywałbym, że jest to dosyć istotne, że to buduje taką nić porozumienia, taką niewidzialną. Ja mam np. taką relację w jednym gronie, gdzie my wszyscy jesteśmy gdzieś tam dotknięci po graffiti, no i jednak bardzo dobrze się rozumiemy w pewnych rzeczach, ten język, który gdzieś tam został w nas zakodowany, on cały czas gdzieś jest i my potrafimy do niego wrócić i przez co się bardziej rozumiemy [A 06 Fil].

Osobom, które zajęły się murałem stosunkowo niedawno i weszły w tę działalność bez doświadczeń streetartowych lub grafficiarskich, podziały środowiskowe są dobrze znane. Z przyjęcia do grona wyklucza ich brak udziału w dzieleniu konsolidującego grupę doświadczenia. W takim wypadku trudno więc o przenikanie się tych dwóch światów.

Ja jestem dość tak przypadkowo w tym. Jest ta ekipa, która gdzieś tam od wielu lat malowała razem pociągi, potem zaczęli robić murale, oni się znają, lubią, itd. No, ja nie malowałem z nimi pociągów [A 05 Mak].

Jak koledzy ich uczyli w sumie malowania, posługiwania się puszką i to też, jak w każdym środowisku, inaczej patrzysz na ludzi, z którymi malowałeś, których znasz osobiście, znasz ich historię, wiesz, jaką drogę przeszli, jak się np. zmieniali w stosunku do innych ludzi, niż kiedy znasz tylko i wyłącznie ich prace [A 22 Lit].

Większość rozmówców mówi o widocznej hermetyczności środowiska, do którego trudno dostać się „tylnymi drzwiami” i zostać przyjętym bez potwierzonego statusu, który pozwala tworzyć na murach w świetle akceptacji i ogólnie przyjętych norm środowiskowych. Współdzielenie kapitału kulturowego¹ odnoszący się do subpola sztuki, czyli w wypadku muralizmu np. wiedzy, umiejętności i postaw, tworzy dystynkcje między „wtajemniczonymi” i „nieautentycznymi” członkami grupy, decydujące o poczuciu akceptacji i potwierdzenia statusu przynależności. Jak widać, świat muralu także podziela tak silnie obecną w street artcie „narrację autentyczności”.

Tworzą książkę, osoby które nigdy wcześniej nie zajmowały się tym, zaczęły pisać książkę o street artcie, nie mając pojęcia o sztuce, tak w sensie wiesz, jakby bez żadnego backgroundu [...]. Potem robią swój festiwal [A 33 Lit].

No, zdarzają się takie osoby nielubiane. Np. jest taki typ streetartowca, który nigdy nie zrobił żadnej pracy nielegalnej, sam z siebie, tylko wszystko murale na zlecenia. Jest gościem po ASP, jedzie na takim flow streetartowym. To takie nieszczerze. Wyklucza to jakby od podstaw to, co robi. Tylko tam skończył szkołę grzecznie i bawi się w street art [A 27 Gra].

Z drugiej strony część twórców dostrzega potrzebę zasilania środowiska nowymi członkami, którzy wnieśli do niego nowe pomysły i świeżość.

¹ P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006 oraz P. Bourdieu, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, Universitas, Kraków 2001.

Więc bardzo małe środowisko, bardzo hermetyczne, co dla mnie jest straszne, nie ma nikogo nowego praktycznie. Nie ma nikogo nowego dobrego, może tak. [...] I to jest najgorsze, że ten, to środowisko powinno się zwiększać cały czas, powinni dochodzić nowi ludzie, powinna być nowa krew, żeby wreszcie te dzieciaki pokazały nam, że można to lepiej zrobić. Nie ma czegoś takiego [A 10 Mak].

Mimo że artyści nie wyróżniają silnych i charakterystycznych „miejskich scen”, grupy te formują się najczęściej wokół pewnych ośrodków, reprezentujących określone postawy, idee, ale też określone stylistyki. W tej „konwencji” wymieniane były m.in. osoby skupione wokół warszawskiego Vlepnutu czy Gdańskiej Szkoły Muralu, a także wrocławscy twórcy pozostający pod wpływem Zbioka². Nie dominują one jednak w skali ogólnopolskiej i są jedynie elementami tej zróżnicowanej konstelacji, z rzadka, ale okresami nawet antagonizującymi w ramach jednego ośrodka miejskiego.

Środowisko poznaje się m.in. przez udział w festiwalach i innych związanych z murałem inicjatywach. Imprezy te mogą być postrzegane w różny sposób, jednak komponent towarzyski, a więc poznanie innych malujących lub spotkania się i spędzenia czasu ze znajomymi, jest zawsze konotowany w sposób zdecydowanie pozytywny.

Myślę, że ludzie związani z murałem orientują się, kto w jakim mieście maluje, wiele osób poznało się osobiście na różnego rodzaju festiwalach czy jakichś takich imprezach organizowanych, czy nawet poza takimi akcjami. Wydaje mi się, że to są ludzie, którzy mniej więcej się kojarzą tak, albo znają, albo bywają u siebie nawzajem. [A 16 Kac].

Są też twórcy, którzy pozostają na uboczu środowiska, dość rzadko uczestnicząc w aktywnościach festiwalowych. Zwykle realizują model bardziej indywidualnych działań twórczych, który zawiera w sobie także działalność nielegalną.

Tak jak wspomniałem, trochę żyję w swoim świecie. Mam rodzinę, mam dużo obowiązków, więc nie promuję się jako muralista i nie szukam kontaktów [A 24 Kac].

Nie lubię brać udziału w takich imprezach [...]. Większość moich prac powstała nielegalnie, sam decydowałem, co zrobić, gdzie zrobić i jak zrobić. Wyjście w przestrzeń publiczną, bez kuratorów, sponsorów, itp., daje mi swobodę działania i właśnie ta niczym nieskrępowana swoboda jest jednym z głównych powodów, dla którego działam, jak działam [A 09 Lit].

Definiowanie muralu

Murale opisywane są i definiowane przez naszych rozmówców najczęściej jako wielkoformatowe malarstwo w przestrzeni publicznej. Twórcy zwracają uwagę przede wszystkim na kilka jego aspektów.

W wypowiedziach artystów kluczowe okazuje się odwołanie do charakterystycznej dla muralu techniki – najczęściej opisywany jest jako „malarstwo”, „rodzaj malarstwa” lub „malunek” w przestrzeni publicznej, wykonany na ogół farbami akrylowymi lub sprejem. Z rzadka, ale za-

² Sławek Zbiok Czajkowski, artysta i wieloletni kurator wrocławskiego Międzynarodowego Biennale Sztuki Zewnętrznej OUT OF STH. Obecnie nie mieszka już we Wrocławiu.

znacza się także, że prace można wykonywać w technikach typowych dla klasycznego dekoracyjnego malarstwa ściennego, takich jak sgraffito, fresk czy polichromia.

Pojawiają się także wątpliwości związane z przypisywaniem murali wyłącznie do techniki malarzkiej. Twórcy przywołują przykłady innych rodzajów ingerencji w architekturę budynków, takie jak na multimedialne mappingi³ czy różnego rodzaju trójwymiarowe instalacje, które to techniki często nazywane są muralami, mimo że – według wielu twórców – nie do końca słusznie.

Poniższe wątpliwości respondenta pokazują, że problem definicji wynika z poszukiwań rozwiązań formalnych.

Wydaje mi się, że kiedyś miałem odpowiedź na pytanie, czym jest mural, a teraz już tak do końca nie jestem pewien, ponieważ tak jak ze wszystkimi formami w sztuce, coś może pozostać tą samą formą, np. pozostać malarstwem, a znajdować się w przestrzeni trójwymiarowej, stąd też wyobrażam sobie, że mural, który normalnie się robi na ścianie, może też zostać w jakiś sposób przekształcony i znaleźć się w innego rodzaju przestrzeni, także innego rodzaju przestrzeni mentalnej. Z drugiej strony, co zrobić [...] z jakimiś takimi formami trójwymiarowymi, które się czasami montuje na ściany – czy to wtedy też jest mural, czy to jest instalacja? [A 08 Lit].

Kolejną cechą definicyjną jest wielkoformatowość lub monumentalność pracy. Dla większości respondentów duża skala jest cechą dystynktywną muralizmu. Warto jednak zaznaczyć, że sami twórcy mają poważne wątpliwości związane z określeniem wielkości pracy, która może być uznana za mural. W większości definicji powinna mieć ona kilka metrów i wymagać użycia podnośnika lub rusztowania.

Mural zaczyna się wtedy, kiedy dostajesz podnośnik. To jest też jakby ta granica [A 46 Lit].

Bo nie ma jakby określonej definicji, od kiedy się zaczyna mural wielkościami, a od kiedy jest to dalej praca małoformatowa, tak, chyba że jest, chyba że gdzieś nie doczytałem, ale jeżeli nie ma, no to ciężko jest mi sprecyzować, co jest pracą monumentalną, a co jest pracą taką, wiesz, powiedzmy, średniej wielkości. No właśnie, jest to jeszcze niesklasyfikowane i warto by było określić ramy jakieś, że np. mural zaczyna się od formatu dwa na dwa i więcej, tak, i jeżeli ma takie gabaryty, to możemy to nazwać murałem, jeżeli nie, no to nie. Wydaje mi się, że mural powinien mieć przynajmniej, a może nawet więcej jak dwa metry, nie będę teraz określał, bo nie chcę się zajmować tym od naukowego punktu widzenia, bo jestem jakby twórcą, więc tylko zaznaczam, że fajnie by było, żeby to sklasyfikować, czym jest właśnie mural wielkościami [A 31 Mak].

Znaczą ciężko stwierdzić, gdzie jest granica między realizacją na ulicy a murałem [...]. Od jakiej wielkości powinno się mówić raczej o muralu, chociaż to jest płynne pojęcie jakby, są ludzie, którzy robią malutkie płócienniki i robią murale na cały blok. I u nich ta granica jest jasna. Ale to nie jest moje motto w życiu, żeby się dowiedzieć, czym co jest. Robię swoje [A 25 Lit].

Według części twórców kategoria muralu obejmuje jednak dużo szersze spektrum formatów, a więc są to wszystkie działania występujące na ściennym w przestrzeni publicznej, najczęściej z wyłączeniem klasycznego graffiti.

3 Projekcje na fasadach budynków.

Dla mnie mural jest właśnie wszystkim tym, co pojawia się na ścianie [A 16 Kac].

Na dzień dzisiejszy wydaje mi się, że to jest wszystko, co jest namalowane na ścianie tak naprawdę. No może poza wyjątkiem takich tradycyjnych liter czy tagów, tak jak w graffiti mamy [A 21 Kac].

Za mural uznaje się więc czasem także mniejsze działania, które wykonywane są „na wyciągnięcie ręki”, na drabinie, a więc malunki w przestrzeni publicznej, których nie determinuje ogromna skala. Takie rozumienie muralu łączy się naturalnie ze specyfiką bardziej spontanicznych działań artystycznych, np. nielegalnych malunków na pustostanach.

Kolejną wymienioną cechą malarstwa monumentalnego jest jego naściennosc, a więc wykonanie go na ścianie bądź murze. Tutaj także pojawia się jednak kwestia sporna – niektórzy artyści dopuszczają także inne rodzaje podłoża, np. murki charakterystyczne dla graffiti, filary mostów, przestrzenie pustostanów czy inne architektoniczno-infrastrukturalne elementy miasta.

Raczej jak mówi się o muralach, myśli się o tych dużych realizacjach. Ale też co to znaczy duże? Czy ściana od śmietnika już jest murem? No więc nie ma reguł tak naprawdę [A 48 Lit].

Na pewno jest to taka praca, która jest na murze, tak, może być na murze lub na jakiejś elewacji, ścianie... no bo właśnie często natrafiam na sytuacje, kiedy są np. jakieś deski, na których malują ludzie różne prace, i nazywają to murem, a nie jest to mur. Jeżeli on jest pokryty chociażby elewacją, no to wtedy ma już jakieś symptomy muru, chociaż w klasyfikacji budowlanej wydaje mi się, że nie jest też murem, ale powiedzmy sobie, że w moim jakby odczuciu, to musi być to mur, który byłby formatu przynajmniej pięć metrów kwadratowych [A 31 Mak].

Znaczące jest także miejsce prezentacji muralu, a więc przestrzeń publiczna, do której odniesienia pojawiają się w większości wypowiedzi respondentów. Traktowana jest najczęściej jako przestrzeń wspólna i co ważne, dostępna dla każdego użytkownika miasta.

Jednak jest związany z przestrzenią publiczną, z pewną dostępnością. No właśnie, to jest zasadnicza kwestia – ekspozycji. Przestrzeń wystawiona na ekspozycję w odróżnieniu od rzeczy, które są robione w mieszkaniu, itp. Nie trzymałbym się tego, że mural powstaje na ścianie, murze, tylko raczej, że jest wielkoformatowe i publiczne. Tak w najprostszym rozumieniu [A 18 Lit].

Rozmówcy zaznaczają, że dla muralu charakterystyczny jest także kontekst miejsca, w którym się znajduje, czyli relacje, które łączą go z zastaną architektoniczno-urbanistyczną, a także historyczną i społeczną tkanką.

Wiadomo, że mural rządzi się swoimi prawami. [...] Jak malujesz na płótnach, to możesz to sobie kompletnie wyjąć z rzeczywistości i możesz to sobie powiesić na ścianie. Wiadomo, nie wszędzie będzie to pasowało, ale mimo wszystko. A mural zostaje w jednym miejscu i trzeba wziąć pod uwagę, to co jest dookoła [A 35 Lit].

No tak, jest to dużo większa forma, jest ona wpisana w jakiś kontekst miejski, no i to, co fajnie wygląda na kartce, niefajnie wygląda na ścianie [...]. Tworzy się mural na pewno z myślą o tym kontekście [A 05 Mak].

Pojawiają się także głosy, że mural może występować również we wnętrzu, np. przestrzeni półpublicznej (np. przestrzeń metra), prywatnej (np. mieszkanie), czy hybrydycznej (np. na terenie centrów handlowych), a więc w przestrzeniach na różny sposób ograniczonych, jeśli idzie o swobodny dostęp.

Kolejną kwestią podnoszoną przez naszych respondentów przy próbie definicji malarstwa monumentalnego jest jego legalność, a więc system uzgodnień, które muszą zostać spełnione, by dzieło mogło zaistnieć w przestrzeni publicznej. Dla wielu z naszych rozmówców właśnie ta kwestia odróżnia murale od innych spontanicznych działań, które prócz artystycznego gestu nie potrzebują niczego, by zostać wprowadzone w miasto. Badani nie są jednak tu jedno-myślni. Owszem, legalność jest według nich immanentną cechą dzieł o dużej skali, najczęściej związanych z festiwalami lub szeroko pojętymi zamówieniami, jednak nie jest według części naszych rozmówców cechą konieczną prac wykonywanych w mniejszym formacie.

Muralem jest już [...] interwencja gdzieś w zapyziałej przestrzeni i zapomnianej, i jakby zawsze krępujące i takie złożone są te murale już właściwe, docelowe, legalne, i wymagają jakichś przepraw, które niekoniecznie sprzyjają jakiejś wolności [A 40 Lit].

Czuję jednak, że nie spotkałem się z określeniem nielegalnego muralu zbyt często. Więc chyba jest to rzadkość. Murale też bardzo kojarzą mi się z podnośnikami, nie wiem dlaczego, ale one są jakby nieodzownym narzędziem, dzięki którym powstają. Mało jest takich sytuacji czy może możliwości, żeby podnośnik został wynajęty na noc, do nielegalnego malowania. Nielegalnie można zrobić z tak zwanego wałka, czyli z teleskopowego wysięgnika z wałkiem, namalować coś w dużym formacie, ale to są wszystko formy uproszczone i powstające w bardzo krótkim czasie. Czy są muralami? No pewnie są [A 37 Lit].

Pojawiają się także definicje murali związane z ich rolą w mieście. Przez swoją funkcję opisywane są murale artystyczne, dekoracyjne, propagandowe, reklamowe, okolicznościowe czy kommemoratywne. Te typologie rozpatrywane są przez pryzmat indywidualnych strategii twórczych, a także zapotrzebowania szeroko pojętych mecenasów czy zleceniodawców, a więc samorządów, festiwalu, instytucji kultury i sztuki, firm, osób prywatnych, itd.

Motywacje twórców

Prześledziliśmy drogi prowadzące artystów do działań w przestrzeni publicznej, które najczęściej wiązały się z twórczym rozwinięciem bardziej spontanicznych form aktywności. Dlaczego jednak mural stał się medium, którym zainteresowali się badani przez nas artyści? Wśród odpowiedzi udało się wyodrębnić kilka wyrazistych wątków.

Tworzenie murali jest dla wielu naszych rozmówców przede wszystkim sposobem na twórczą ekspresję. W tym modelu malowanie wielkoformatowych dzieł w przestrzeni publicznej pozwala na wyrażenie siebie, uzewnętrznienie własnego „ja” i komunikowanie stanów wewnętrznych.

Dla mnie jest to też mój środek wyrazu, własny, osobisty, z czegoś, co wykonuję w domu często, co mam w myśli i w głowie, to też mogę przenieść po prostu na coś większego [A 49 Fil].

Motywacja jest taka chyba bardzo pierwotna cały czas, czyli chęć wyrażenia siebie, a to, że akurat w tych czasach dobrą drogą było i łatwo dosyć też wyrazić siebie i pokazać innym, po prostu wyjść na ulicę, dlatego taką drogą poszedłem [A 41 Kac].

Mural jako komunikat wizualny w przestrzeni publicznej stanowi także emanację poglądów artysty – część twórców używa go do przekazywania ważnych dla siebie treści. Mural staje się w tym momencie narzędziem komunikacji z odbiorcą, ponieważ po pierwsze, znajduje się w ogólnodostępnej przestrzeni publicznej, po drugie, niejako staje na drodze przechodnia, „zmuszając” go do skonfrontowania się z przekazem.

A jak się maluje na ścianie coś, na ulicy, to chcąc nie chcąc, ludzie muszą to oglądać. Narzucam im to. Myślę, że też stąd się bierze ta chęć malowania na ścianach w przestrzeni miejskiej. Chyba nawet to jest główny motyw, bym powiedział [A 27 Gra].

Chęć przedstawienia swojego punktu widzenia jest całkiem spora. Płótno pojawia się w galeriach, a mural zobaczy człowiek przemierzający się po mieście. Staram się nie robić zbyt dosłownych prac, żeby jakoś zmusić odbiorcę do myślenia. [...] ludzie na co dzień olewają te sprawy, no ale jeżeli ktoś się zainteresuje i poszuka czegoś więcej na temat danej pracy w internecie, to będzie jakiś sukces [A 35 Lit].

Należy zaznaczyć, że wielu artystów nie jest zainteresowanych komentowaniem i interpretacją znaczących społecznych treści. Ten wybór każe traktować mural bardziej jako medium służące do odmalowywania i prezentacji własnego uniwersum.

To nie jest tak, że ja krytykuję jakąś sytuację na świecie. Ja bardziej wpływam na emocje ludzi, chcę pokazać swoją wyobraźnię, chcę pokazać jakieś wizje, które mam w głowie. Jakoś nie czuję potrzeby, żeby wyrażać swoje zdanie na te tematy polityczne, społeczne. [A 27 Gra].

Kolejną motywacją twórczą jest wprowadzenie konkretnej zmiany i odbywa się to jakby w dwóch wymiarach. Po pierwsze, zmiana rozumiana jest jako poprawa jakości i estetyki przestrzeni, po drugie, wpływ na odbiorcę, dokonany przez zapewnienie mu przeżycia estetycznego i intelektualnego.

To są dużo głębsze procesy, które się rozpoczynają w tych ludziach, i to mogą być zmiany bardzo długotrwałe, rzutujące na całe ich życie [A 07 Lit].

Na pewno mam własną frajdę wynikającą z tego, że zmienia się kontekst miejsca, i jakby to, że osoba, która w tym miejscu się znajdzie, dostrzeże tę zmianę kontekstu, chyba jest głównym takim motorem i jakby odpowiedzi na to pytanie. Dostrzeżenie tego, że miejsce może się zmienić w sposób abstrakcyjny, taki niespodziewany, lub odnieść odbiorcę do czegoś i zasugerować mu chwilę refleksji [A 13 Mak].

Należy jednak zaznaczyć, że twórcy dystansują się raczej od misyjności artystycznej i są ostrożni w ocenach swojego wpływu na powszechną świadomość odbiorców i jakość przestrzeni publicznej.

Ale maluję dla własnej przyjemności i zdaję sobie sprawę z tego, że nie zmienię świata za pomocą murali [A 35 Lit].

Zawsze podkreślam, że jakby wiem, że sam jeden mural świata nie zmieni [A 28 Mak].

Artyści podkreślają, że faktycznej zmiany mogłyby dokonać raczej długofalowe projekty obliczone na zaangażowanie wspólnoty – współczesny mural w tym kontekście opisywany jest dość krytycznie jako działanie „spadochronowe” albo „śląd”, który może być dopiero antycypacją większych zmian.

Kilku artystów wskazywało także na motywacje egoistyczne, a więc potrzebę podziwu i pokłasku, łączoną często z kwestią monumentalności dzieła, koło którego nie można przejść obojętnie.

Po prostu z uwielbienia dla dużego formatu i tego, żeby być podziwianym [A 50 Kac].

No jestem megalomanem, no jest różnica namalować coś na A4, a coś namalować na jedenastopiętrowym bloku [A 11 Fil].

Kolejna motywacja, a więc symboliczne zawłaszczanie przestrzeni, odnosi do podstawowych funkcji klasycznego graffiti. W tym ujęciu mural nie różni się od pociągu „niosącego” ksywkę graficjarza przez miasto. Roch Sulima w *Antropologii codzienności*⁴ mówi o swojego rodzaju liminalności – tagi graffiti zostawiane na murach to znak ich (nie)obecności, jednak możliwe do odczytania tylko przez własne lub rywalizujące crew – muraliści z kolei za grupę odniesienia uznają całe miasto. Siła komunikatu jest tym większa, że nie pozostają dla niego anonimowi.

Że jest to, wiesz, widoczne w mieście, że masz okazję właśnie umieścić coś swojego tak, znaczącego, w danej przestrzeni, jakby „ja”, na zasadzie, wiesz, coś robię gdzieś. Bo nie ma co ukrywać, że te wszystkie murale i tak dalej, że w większości przypadków moim i kolegów, że to jest „ja”, zawsze wiesz. W graffiti jest jeszcze grupa do której się odnosisz, a w muralu to jesteś już tylko ty [A 46 Lit].

Mural jest duży, na takiej wysokości, że nikt nie jest go w stanie zamalować, i tak dalej, i to jest fajne, bo to jest taki, brzydki to nazwę, ale to jest, wiesz, przedłużenie swojego penisa, tak, szczerze. Co, Pałac Kultury? Fajnie, pokolorować Pałac Kultury, dostać taką możliwość, ale że murale trochę są czymś takim, tak. Nie bójmy się tego powiedzieć [A 33 Lit].

Znaczy chciałbym tu się wspiąć na jakąś elokwencję i powiedzieć coś, co powinno być powiedziane, ale mam wrażenie, że ja i większość moich kolegów, którzy malują murale, no, jest to tak naprawdę taka zawołowana forma obsikowania muru, zaznaczania „moje” (śmiech), i według mnie większość się poza to nie wydostaje, w sensie tak to jest, jest to tak naprawdę bardzo natywne i takie pierwotne w ludzkiej naturze, postawić krzyżyk na murze i powiedzieć, że moje, ja tu byłem, „Tony Halik” [A 05 Mak].

4 R. Sulima, *Antropologia codzienności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2000, s. 64.

Kolejną rzeczą, którą umożliwia mural, jest rozwój artystyczny. Mierzenie się z większą skalą i niestabilnością określającą przestrzeń publiczną wymaga ciągłej pracy nad warsztatem i gotowości na wiele nieprzewidzianych sytuacji, które mogą pojawić się w trakcie pracy nad daną realizacją.

W pewnym momencie płótno nie wystarcza, to chce się zrobić ścianę – kolejne wyzwanie [A 27 Gra].

Tak jak ja się wewnętrznie zmieniam, a zależy mi na moim wewnętrznym rozwoju, tak te prace są moim odbiciem lustrzanym, [...] czuję, że udatuję, m.in. robiąc murale [A 07 Lit].

W tym kontekście mural jest często postrzegany jako niepraktykowane do tej pory medium, które artyści pragną opanować i „przetrenować” za jego pomocą swoją twórczość w innym kontekście i specyficie. Ważnym pozostaje w tej sytuacji to, czy mural pozwoli im na zakomunikowanie czegoś nowego.

Dla mnie robić słuchowisko czy zrobić mural, czy zrobić plakat, czy napisać coś [...] jest często ta sama myśl, tylko inaczej zrobiona, obudowana. Innymi środkami ekspresji wyrażona [A 20 Fil].

Jest to jeden ze sposobów na to, żeby sprawdzić, jak funkcjonuje obraz w przestrzeni miasta. Tak jak komiks czy ilustracja prasowa. To jest dla mnie pewna technika, która pozwala na to, żebym zweryfikował moc obrazu, który tworzę w konkretnej przestrzeni, tym jest dla mnie mural [A 13 Mak].

Malowanie murali traktowane jest także jako wyzwanie. Monumentalna skala jest rodzajem konkretnej próby, z której można wyjść zwycięsko. Towarzyszące procesowi ryzyko (przede wszystkim fizyczne, związane z pracą na wysokości), pozwala porównywać ten rodzaj działalności do sportu ekstremalnego. Nie można zapominać także o mierzeniu się nie tylko z własną fizycznością, ale i samym sobą – ekspozycja dzieła poddana jest nieuniknionej ocenie innych, odbywającej się poza sferą komfortu i bezpieczeństwa, które najczęściej zapewnia praca w pracowni.

Próbujesz coś na zasadzie ekstremalnego sportu. [...] próbujesz zrobić coś, wiesz, dużego, pozornie niewykonalnego, trudnego [A 46 Lit].

Dla mnie jest to po prostu wyzwanie, którego boję się, że coś nie podołam, bo masz krótki okres czasu na zrealizowanie superpracy w jakimś miejscu, z której będziesz dumna i której nie będziesz się wstydzić. [...] i potem nie jest tak, że ci nie wyszło, to się zamaluje. Więc to jest też adrenalina przy tworzeniu tego, musisz wziąć pod uwagę ileś tam czynników [A 33 Lit].

Ponieważ motywacją dla mnie w działaniach w przestrzeni, to się nie zmienia od zawsze, jest właśnie to, że proces jest zupełnie czym innym niż malowanie, takie stacjonarne, przy sztaludze, w pracowni. Tutaj to jest po prostu żyjąca tkanka. Tu za każdym razem to jest absolutnie inny epizod, inne okoliczności, inne warunki, inni ludzie, inne rozmowy, inne reakcje. To jakby żyje cały czas własnym życiem. To jest gdzieś tam zaszczepienie się w tym żyjącym organizmie i działanie w nim, gdzieś tam trochę obok, trochę w nim. To

jest ciekawe, że jakby nigdy tak naprawdę nie wiemy, co się wydarzy, jakie trudności będą po drodze, a jest ich często sporo. Jak to zostanie przyjęte, tak naprawdę. Często jest właśnie, że zupełnie inny efekt osiągniemy, niż chcemy. [...] Więc to jest ciekawe, że to jest po prostu działanie blisko odbiorcy [A 48 Lit].

Tworzenie murali staje się w wypadku niektórych twórców stylem życia, wypełnionym często egzotycznymi podróżami, nawiązywaniem nowych kontaktów i konsumpcją ciągle nowych doświadczeń. Jak powiedział jeden z twórców: *jestemy w miarę wolni, robimy to, co chcemy, i sami sobie dyktujemy wszystko [A 10 Mak].* Często ten model życia jest na tyle atrakcyjny, że nie wymaga, nie zakłada satysfakcji finansowej.

Bo jest to fajne doświadczenie, to jest taka przygoda, zwłaszcza jak jeszcze jedziesz gdzieś indziej, że poznajesz nowych ludzi, oni cię bardzo fajnie traktują, bo dbają o ciebie, masz okazję coś poznać, zobaczyć [A 33 Lit].

A z trzeciej strony jest to tak naturalna droga, robiłem to, mając lat szesnaście, i wtedy to zaczynałem. I wtedy to mnie bawiło i bawi mnie do dzisiaj. I to chyba takie naturalne, po prostu się zajmujesz czymś, co kiedyś nie było twoją pracą, tylko było hobby, i nagle to hobby wskakuje na miejsce pracy. Ciężko powiedzieć, że mam pracę, raczej jestem bezrobotny, ale skoro sprawia mi tyle radości, to nie może być pracą [A 15 Lit].

Jeszcze inną motywacją tworzenia murali jest promocja artysty. Wiąże się ona nie tylko z prezentacją własnego dzieła w przestrzeni publicznej, ale rosnącą rozpoznawalnością twórcy czy wytwarzaniem jego marki. Autorzy murali zwracają uwagę, że pomagają to generować popyt na ich prace i pozytywnie wpływa na ilość zaproszeń na festiwale i zleceń komercyjnych.

Rola muralu

Miejska przestrzeń publiczna, wielowarstwowa i wielofunkcyjna, jest też przestrzenią dynamiczną, w której obrębie definiują się wartości kulturowe i toczą procesy globalizacyjne. Stanowi ona również scenę dla sztuki – oficjalnej i nieoficjalnej – zawsze jednak funkcjonującej w otoczeniu społecznym. Lista funkcji przypisywanych przez artystów sztuce muralistycznej jest długa – jedni wymagają od niej jedynie dekoracyjności i podnoszenia atrakcyjności miejsca, dla innych stanowi instrument pożądanym przemian społecznych. Według niektórych bywa także niejednokrotnie sojusznikiem w procesach miejskiej rewitalizacji, stanowiąc element tożsamościowy miejsca i współtworząc symboliczną ikonosferę miasta. Narracje artystów, nierzadko sięgające także po ujęcia historyczne, pozwoliły zdefiniować szereg ról, które malarstwo monumentalne odgrywa we współczesnych metropoliach.

Tych ról może być tysiące, począwszy od takich ról, jak odgrywały tego wytwory w ustrojach totalitarnych, prawda, miały wymiar czysto propagandowy, agitacyjny, z jednej strony, przez spektrum informacyjne, reklamowe, aż po dostarczanie czegoś, co możemy nazwać jako doznania estetyczne, prawda. Nie wiem, bo chyba wszystkie role już zostały odebrane przez tego rodzaju malarstwo, bo i zarówno piękne nowe elewacje, zarówno sfera reklamy, sfera agitacji, sfera tylko jak gdyby skoncentrowana na doznaniach estetycznych, łatanie rozwalających się fragmentów ścian, pan coś namaluje, będzie ładniej, itd. [A 24 Kac].

Jedną z najczęściej wskazywanych funkcji sztuki muralistycznej jest funkcja estetyzująca, czyli wszelkie działania mają dekorować przestrzeń i poprawiać jej estetykę, zaspokajając odwieczną potrzebę obcowania z pięknem. Jest to jedno z często wykorzystywanych przez artystów podejść twórczych: wprowadzenie w miasto koloru i harmonii.

Ja chyba bardziej jestem w tej stronie estetyzującej, mówię „chyba”, ponieważ teraz tworzę wystawę i to się zmienia, to się przeplata jakoś, ale moje murale są raczej estetyzujące, raczej staram się to miasto jakoś ubarwić. [A 08 Lit].

Mural powinien rozświetlać tych wszystkich ludzi w mieście, te sytuacje, gdzie ludzie chodzą w tym smogu, spalinach i betonowych dżunglach, że nagle widzą coś pięknego, co nawiązuje do natury, czy do piękna samego w swojej formie, i już pojawia się coś pozytywnego, uśmiech, po prostu lepiej spaceruje się po takim mieście [A 07 Lit].

Oczywiście, w wielu wypowiedziach sztuka estetyzująca, kojarzona najczęściej z muralami ilustracyjnymi, niezależnie od swojej warsztatowej doskonałości, oceniana bywa jako naiwna i błaha, a występująca w nadmiarze stanowi zagrożenie dla miasta. Część twórców zaznacza, że funkcja estetyzująca może być „przemycana” w sposób mniej oczywisty. Ta szerzej rozumiana estetyzacja skupia się na pewnej harmonizacji lub kontrze do zastanej przestrzeni, podkreśla jej specyfikę, uwydatnia ogół i detal, a także wprowadza w otoczenie opowieść czy wręcz przeciwnie, geometrię lub abstrakcję.

Kolejnym postulatem w stosunku do sztuki w przestrzeni publicznej jest zadawanie przez artystę ważkich pytań, przedstawianie różnych punktów widzenia i zaangażowanie w dialog z odbiorcą. Sztuka muralistyczna ma diagnozować problemy współczesności, zmuszać do myślenia, kwestionować i prowokować. Wtedy dopiero „jest publiczna, z racji pytań, jakie stawia i jakimi się zajmuje, a nie z powodu swej przystępności i masy odbiorców. Jest to, oczywiście, znacznie trudniejsza i mniej jasna definicja sztuki publicznej, a metody i intencje jej tworzenia oraz krytyki są niełatwe do przewidzenia i uporządkowania. Wymaga zaangażowania się w eksperyment i przekonania, że sztuka publiczna oraz życie publiczne nie są czymś niezmiennym”⁵. Część artystów stara się, by ich prace oscylowały wokół ważnych w ich mniemaniu tematów, pragnąc np. zachęcić odbiorców do refleksji lub wręcz rewizji dotychczasowego myślenia, a nawet zachowania.

Ja ci powiedziałem, że mural musi mieć jakiś przekaz społeczny, bo nie ma sensu naciągać, wiesz sponsorów, gospodarzy ścian, czy tam miasto, do tego, żeby zrobić wańkę-wstańkę swoją. Myślę, że mural musi być społeczny. To jest tak, że jeśli jest w przestrzeni publicznej, to musi odpowiadać na pewne problemy społeczne [A 32 Kac].

Zobaczyłem, że jest to właśnie doskonały sposób do tego, żeby ludziom pewne tematy przybliżyć, bo to jest tak, że jak czegoś nie ma w telewizji czy czegoś ludzie nie widzą, to myślą, że problem nie istnieje, i ja jestem po to, po to te rzeczy robię, żeby pokazywać, że różne problemy są, i jeszcze podsuwam propozycje, jak z tymi problemami można pracować, co każdy z nas może zrobić, żeby jakaś sprawa została załatwiona albo żeby innym się żyło lepiej [A 28 Mak].

5 P.C. Phillips, *Temporality and Public Art*, w: H. Taborska, *Współczesna sztuka publiczna*, Wydawnictwo Wiedza i Życie, Warszawa 1996, s. 14

Część artystów mural traktuje jako narzędzie animacji społeczno-kulturalnej. Wielu twórców bierze udział w tego typu projektach, do rzadkości natomiast należą ci, którzy wpisują je w główną strategię swoich działań w przestrzeni publicznej. Tego rodzaju działalność budzi także wiele zastrzeżeń dotyczących jakości końcowej dzieła, także animacji np. grup ludzi wykluczonych. Zaznacza się zarazem, że tylko konsekwentnie prowadzone, długofalowe działania mają szansę na sensowny efekt końcowy. Dlatego traktowanie muralu jako narzędzia społecznej zmiany jest oceniane przez twórców raczej z rezerwą.

Więc zostałem zaproszony, żeby zrobić pracę z dziećmi, trudną młodzieżą. To też jest dziwne, bo mówi się, że skoro masz to doświadczenie graffiarskie, takie streetartowe, ci ludzie cię kojarzą, więc fajnie, może coś pomożesz tej trudnej młodzieży, a to jest absurd, jeżeli chodzi o same założenia. To nie do końca tak działa i jestem sceptycznie nastawiony do pewnego mechanizmu, robienia pewnych projektów społecznych w ten sposób. Np. przyjeżdżam i ktoś mówi „a robisz warsztaty, no to dostaniesz spreje”, a ja przecież wysłałem wam program, różne projekty, co mogę zrobić, a tam nie ma słowa, że będę cokolwiek malował [...]. Nie wiem, po co są robione te warsztaty przy okazji malowania murali. Jakby nie do końca widzę tego wartość [A 18 Lit].

Często w tym kontekście przywoływany jest *Universal* Grzegorza Drozda i Alicji Łukasiak, najgłośniejsze negatywnie oceniane przedsięwzięcie, zderzające przestrzeń społeczną z elitaryzmem sztuki.

Gorzej jak ktoś później opowiada, że taki mural miał komuś pomóc, np. te czarne kwadraty, to była fatalna opcja. Nie, jak dla mnie taka argumentacja to jest kłamstwo, którego artysta musi się dopuszczać, żeby np. dostać dotację. Może inni w to wierzą, ale ja zupełnie nie. Nie wiem komu może polepszyć życie mural. Chyba tylko artyście [śmiech]. Sam jak pisałem podania, to używałem słów typu: „niekomercyjny”, ale to wszystko było robione po to, żeby otrzymać te pieniądze, ale zawsze robiłem to w ten sposób, że wewnątrz czułem, że nie będę komuś ściemniał, że to ma komuś pomóc. Są osoby, które faktycznie działają oddolnie i robią tak jak Paczkowski [Dariusz], z którym nie do końca się zgadzam, ale on wierzy w to, co robi. Jeździ do domów dziecka, angażuje te dzieciaki, wtedy widać, że to działa [A 35 Lit].

Mural może pełnić także w oczach naszych rozmówców funkcję tożsamościotwórczą, co jak zaznaczają badani, chce realizować łódzki festiwal Urban Forms.

Tutaj w Łodzi murale pełnią dość ważną funkcję społeczną w tej przestrzeni miejskiej [...], może to jest takie zbyt górnolotnie ujęte, ale pomagają stworzyć nowy wizerunek, nową tożsamość miasta. No ludzie się jakoś z tymi muralami utożsamiają, są z nich dumni [A 04 Fil].

Sztuka ma szansę nadać miejscu tożsamość, jeżeli odnosi się do jego kontekstu. Takie murale są *site-specific*, czyli „specyficzne dla miejsca, w którym się pojawiły i przez nie określone. [...] Pojęcie «przynależności do miejsca» obejmuje również tematykę dzieła, odwoływanie się do historii lokalnej, do przeszłości, ale także do przyszłości, planowanej lub wyobrażonej. Dzieło sztuki publicznej, jeśli naprawdę «zaistniało» w określonym miejscu, to je również współtworzy, nadaje mu tożsamość i wyjątkowy charakter”⁶. Takie dzieła mają szansę zaistnieć w lokalnej świadomości i zostać przyjęte przez wspólnotę – wrastają w miejsce.

6 H. Taborska, *Współczesna sztuka publiczna*, Wydawnictwo Wiedza i Życie, Warszawa 1996, s. 9.

Ja podchodzę do tego tak, że murale to część architektury i część miasta, i mogą pełnić taką rolę budowania tożsamości, w takiej może opozycji do tego zglobalizowanego świata. Mówię „może”, bo to też jest trudne zadanie, ale moim takim osobistym programem jest właśnie tworzenie takich murali, które jednak dadzą tym miejscom wartość i będą tym elementem tożsamości, który jest dla mnie taką wartością ginącą [A 17 Fil].

Dzieła takie mogą stać się landmarkami, a więc symbolicznymi znacznikami danej przestrzeni i swojego rodzaju punktami odniesienia, różnicującymi monotonną, pozbawioną charakterystycznych elementów przestrzeń.

Murale są właśnie takimi... oprócz takich znaków geograficznych, takiej mapy geograficznej, to są takie rzeczy, co się widzi w głowie, może się tego nie zauważa, ale jak znikają, wtedy brak, i okazuje się, że one tam były ważne [A 20 Fil].

Jedną z podstawowych funkcji sztuki w przestrzeni publicznej jest umożliwienie odbiorcy obcowania z jej wytworami w przestrzeni codziennego życia. Wielu twórców podkreśla, że jedną z pozytywnych właściwości murali jest fakt, że pozwalają każdemu na kontakt ze sztuką bez konieczności odwiedzania muzeum czy galerii. Ten egalitaryzm powinien łączyć się w tym wypadku z wysoką jakością prezentowanych dzieł, co należy do etosu artysty.

Dziewięćdziesiąt procent ludzi nie pójdzie do muzeum, nie zobaczy obrazu, który będzie się podobał, nie pojedzie np. do Krakowa i nie zobaczy Damy z łasiczką. Nie mówię, że ja tworzę Damę z łasiczką, co nie. [...] Po prostu to jest takie wyjście naprzeciw odbiorcy, o. Wychodzę z moją sztuką naprzeciw odbiorcy [A 11 Fil].

Murale włączają zwykłych ludzi w świat sztuki. Czy to im się podoba, czy nie, to się konfrontują z tym. Nawet jak im się nie podoba, to mówią, że to są jakieś bohomyzy czy coś brzydkiego, to już jakieś emocje to budzi i odciąga od takiego poukładanego życia – wszystko czyściutkie, nagle się pojawia coś nowego. I to już nie zależy, czy się podoba, czy nie, to już ma styczność ze sztuką [A 27 Gra].

Odnoszenie się z kolei do funkcji politycznej muralu opisywane jest przez naszych respondentów raczej w kontekście historycznym. We współczesnej działalności muralistycznej zwracają uwagę bardziej na perswazyjność, która dotyczy w ich mniemaniu murali reklamowych czy niektórych realizacji okolicznościowych. Mówiąc o tego rodzaju twórczości, artyści często wspominają o uwikłaniu, które towarzyszy twórczości związanej z prezentacją idei szeroko rozumianych zleceniodawców (samorządu, władzy, podmiotów komercyjnych, itd.).

Mój ulubiony przykład to, że przed poprzednią kampanią prezydencką, wygraną dla Bronisława Komorowskiego, on sobie robił zdjęcia w Łodzi, przed murem, podczas realizacji. Po prostu przyjechał, rozstawił się z kamerami i udawał, że jest frontem do młodzieży. I to, ja widziałem te zdjęcia z tego, i mi się bardzo lampka zapaliła wtedy. Dla mnie twórczość to jest coś, co przede wszystkim jest definiowane przez niezależność. Niezależność nie tylko od władzy, ale też niezależność ideologiczna, bo bardzo często też twórcy ulegają pewnym izmom [A 20 Fil].

W końcu należy wspomnieć o wymienianej przez większość respondentów funkcji upamiętniającej, stanowiącej jedną z najbardziej rozpowszechnionych w przestrzeni publicznej. Murale

kommemoratywne służą upamiętnianiu historii, wielkich postaci i czynów, a w Polsce szczególnie związane są z drugą wojną światową. Twórcy doceniają ich rolę, narzekają jednak na zbyt dużą konwencjonalność murali, nierzadko niską jakość, nadreprezentację w przestrzeni publicznej, oraz formułują zarzut, że nie wytworzyły alternatywy dla klasycznie rozumianych miejsc pamięci.

A w temacie samych murali okolicznościowych mam z tym problem z powodu głównie jakości tych murali. Bo zrobić coś nie jeden do jednego i w określony sposób i coś, co by dawało do myślenia, super. Można zrobić na każdy temat, może być to też mural okolicznościowy. Ale mam pewien przerost ilości tych murali, które się pojawiają. A najbardziej jakości tych murali. To po prostu nie chodzi, żeby robić w kółko czarno-białe murale z czerwonym kolorem na temat powstania, które w pewnym momencie nie wnoszą nic nowego, same w sobie nie są dobre malarsko, tu jest problem. A kiedy zasypujemy wszystko takimi muralami, to nie będzie dobre. No myślimy też o przestrzeni publicznej i kiedy mural ma mieć jakieś działanie odświeżające dla tej przestrzeni, znajdować się i budować pewną sytuację i oddziaływać na ludzi przechodzących, to zbudowanie stu murali z dzieckiem małym z karabinem na mnie nie będzie działało dobrze, i dlatego może jestem przeciwny. Mówię tutaj akurat o powstańczych muralach, ale jest tych murali okolicznościowych jeszcze wiele rodzajów. Jak choćby kolejny każdy pojawiający się rok danej osoby typu, nie wiem, Herbert, Curie-Skłodowska, cokolwiek. I w tym momencie z tej okazji robienie przez mniejsze miasteczka czy też Warszawę, czy też różne miasta, kolejnego muralu z mniej lub bardziej udaną podobizną, bo niestety nieczęsto wychodzi to poza schemat podobizny, to nie jest ta droga po prostu [A 15 Lit].

Nasycenie przestrzeni publicznej różnymi formami sztuki martyrologicznej oraz duża popularność zamawianych przez samorządy, instytucje czy wspólnoty mieszkaniowe murali okazjonalnych spowodowały dość krytyczne podejście do kwestii kolejnych upamiętnień poprzez mural, widocznych w wypowiedziach niektórych twórców. Jak tłumaczy poniższa wypowiedź, niechęć ta może odbijać się na twórcach tego rodzaju przedstawień:

Murale, które ja maluję, są nieakceptowane przez to środowisko, ponieważ ja np. maluję barwy narodowe, malowałem Żołnierzy Wyklętych [...]. Jakby nie uciekam przed takimi tematami, gdzie środowisko alternatywne, nie wiem, lewicowe czy jakieś, no, po prostu ucieka. [...] Takie treści patriotyczne, wiesz, narodowe, no wiesz, tego typu historie [A 28 Mak].

Ostatnią identyfikowaną przez twórców funkcją murali jest funkcja rewitalizacyjna. W opiniach urzędników i organizatorów obecność sztuki w przestrzeni publicznej może do rewitalizacji wiele wnieść, m.in. pomagać odradzać się zdegradowanej przestrzeni, podtrzymywać i chronić jej tożsamość lub nadawać nową, wzbogacając jej wizerunek kulturowy, dopowiadać, podkreślać i uwypuklać miejsce. Badani artyści do rewitalizującej roli muralu odnosili się jednak w sposób bardziej ostrożny, przekonując, że procesy rewitalizacyjne w muralistycznej praktyce prowadzą się raczej do standardowej estetyzacji i powierzchownej renowacji, zwiększających nawet ryzyko procesów gentryfikacyjnych.

To jest taka trochę atrapa. Po prostu nie rozwiązuje żadnego problemu. A z drugiej strony, też zawsze to, co mi się wydaje, że polityka działa tak, że specjalnie są wybierane takie ściany, bo nikt nie będzie miał proble-

mów, jak... No wiadomo, trzeba ocieplić kamienicę, otynkować i tak dalej. Więc coś idzie w odstawkę. Więc to jest jakby bezpieczne. Zawsze możesz to wyremontować i tego nie będzie [A 33 Lit].

Wiesz mówi się o tych pojęciach, o gentryfikacji przestrzeni poprzez murale, czyli że w brudnej, brzydkiej przestrzeni masz mural. Dzięki naszemu muralowi przestrzeń zyskuje, wiesz, jakby walor, który później może być wykorzystany przez urzędników [...]. Ja się z tym zgadzam, że coś takiego istnieje, bo te ściany naprawdę jakby są bardzo wartościowe dla miast [A 36 Mak].

Rewitalizacja polega na czymś innym, ale graficznie dla ludzi to jest łatwe przekonanie, że teraz został zrewitalizowany, ponieważ postawiliśmy dwa kolorowe rysunki. [...] Przy czym mam świadomość, że też jakby negatywnych pewnych aspektów, ponieważ można spokojnie powiedzieć, że to jest początek pewnej drogi gentryfikacji pewnego terenu. Bo jest. Bo mural jest jakby pierwszym prztyczkiem, który zaczyna pewien proces [A 15 Lit].

Kontekst miejsca

Sztukę muralistyczną można także postrzegać jako wyraz zaangażowania i interwencję artystyczną w wybranym przez twórcę lub wskazanym mu przez organizatorów czy zleceniodawców miejscu. Na to uwarunkowanie wskazuje angielski termin *site-specific*, określający szczególny związek dzieła z zastanym kontekstem architektonicznym, urbanistycznym, historycznym czy społecznym. Sztuka *site-specific* to jednak nie tylko dzieła współgrające z otoczeniem, ale też odnoszące się do niego na zasadzie dysharmonii.

Przestrzeń publiczna jest zaśmiecona – są dźwięki, zapachy, kształty, formy i do tego jeszcze mural, więc to trzeba naprawdę wyważyć to, żeby to dobrze funkcjonowało, żeby to było powiedzmy harmonijne z jednej strony, albo też na tyle wyrachowane w tym wszystkim, żeby to było wręcz przeciwnie, żeby to prowokowało [A 06 Fil].

Większa część badanych artystów uważa, że respektowanie kontekstu miejsca, w którym przyszło im tworzyć, jest podstawowym i obowiązkowym wyznacznikiem działalności w przestrzeni publicznej. Ta grupa stara się poznać najbliższe otoczenie ściany, jej umiejscowienie na mapie miasta, porozmawiać z ludźmi, jednym słowem – dokonać swego rodzaju wizji lokalnej. Odnoszenie się do kontekstu miejsca przybiera różnorodne formy, polega na dopasowaniu kolorystycznym dzieła do otoczenia, poszanowaniu prawideł architektoniczno-urbanistycznych lub wręcz przeciwnie: gdy obraz działa na zasadzie dominanty, kontry.

Pierwsza to jest, aby mural tematycznie zaczepiał się do miejsca. [...] gdzieś wiązał się z miejscem, był jakiś kontekst miejsca. To jest jedna taktyka. Czasami używam drugiej, czyli staram się bardziej graficznie wpisać mural w miejsce, zwracam uwagę na otoczenie, na kolorystykę, na geometrię form architektury. To jest jakby punkt wyjściowy [A 15 Lit].

Wydaje mi się, że bardziej w tym wszystkim chodzi o to, żeby te rzeczy były zlokalizowane w takich miejscach i dostosowane jakoś tam do miejsca [...] żeby zbyt mocno same się nie narzucały, żeby to nie był taki agresor w przestrzeni publicznej [A 43 Mak].

Część twórców dokonuje rewizji tego podejścia. Wiele działań, choćby festiwalowych, nie pozwala na pogłębione poznanie ani okolicy, ani lokalnej specyfiki. Artyści festiwalowi, jeśli pragną wpisać się w kontekst, często muszą oprzeć się co najwyżej na aurze miejsca i zasłyszanych historiach, co oceniane bywa jako ryzykownie powierzchowne; takie ryzyko nie każdy chce podjąć.

Tak jak mówię, łatwo jest oglądać wiadomości o jakichś problemach w danym kraju, pojechać, wypowiedzieć się, wrócić do siebie do domu i żyć własnym życiem, to wydaje mi się, że też właśnie z tego względu nie robię takich prac, wolę, żeby to było rzetelne malarstwo, które wnosi coś nowego do tej przestrzeni [A 02 Kac].

Musiałabyś, nie wiem, przebywać w takim miejscu kilka lat, żeby jakby zrozumieć, jak to wszystko funkcjonuje. I też jakby słuchanie się do końca ludzi, co tam jest fajnego, też nie daje jakby tego pełnego, wiesz, obrazu, bo można się wpakować też w jakiś taki wiesz, banał [A 46 Lit].

Powierzchowne odwoływanie się do kontekstu miejsca może skutkować dosłownością i zamiast uzupełniać oraz wzbogacać je – powielać w nim jakiś stereotyp.

Gdynia jest miastem portowym, wydaje mi się, że malowanie wszędzie czegoś związanego ze statkami byłoby nudne już w pewnym momencie. [...] Warto chyba zwrócić uwagę na coś innego samym murałem [A 02 Kac].

Bo często te murale mają ten kontekst, ale ten kontekst jest taki strasznie powierzchowny, że jest szkoła sportowa, to zróbmy, kurczę, biegnącą postać, nie? I to jest dla mnie najgorsze, co może być. Malować Piotrkowską na Piotrkowskiej to jest właśnie ten przykład [A 10 Mak].

Festiwalizacja w opiniach wielu artystów praktycznie zupełnie uniemożliwia działalność zgodną z duchem *site-specific*. Jednym z czynników wpływających na taki stan rzeczy jest oczywiście ograniczony czas przeznaczony na działania festiwalowe, drugim zaś brak wyczerpującej informacji o danym miejscu i jego otoczeniu.

Wiesz co, z tym to jest trudno. I często jest tak, że gdzieś jedziesz i nie masz do końca tej świadomości, tak, często te festiwale i tak dalej, czy ci ludzie, którzy proponują malowanie tych ścian, oni sami nie wiedzą do końca, tak, gdzie to jest, co to jest. Ale wiesz, jak jadę, to sprawdzam sobie, tak, tam, no nie wiem, google street view, już teraz tyle tych narzędzi różnych, że można sobie obejrzeć tą okolicę mniej więcej. Często się pytam, czy są tam jakieś, wiesz, historie lokalne, [...] ale bardzo rzadko dostaję odpowiedź na te pytania. Że jednak jest to często malowanie dla malowania i albo się, wiesz, faktycznie sprawdzisz i jest gdzieś ten kontekst, albo trafiasz go przypadkiem, albo nie trafiasz zupełnie, nie. [A 46 Lit].

Zdarzają się także strategie twórcze, które z założenia nie biorą pod uwagę kategorii kontekstu miejsca lub wręcz ją odrzucają. Dzieła stanowią wówczas zupełnie osobne, samoistne byty, które nie muszą komentować otaczającej przestrzeni fizycznej i społecznej ani harmonizować z nią. Ulica w tym wypadku traktowana jest bardziej jak płótno, a mural jako autoteliczne dzieło sztuki.

Staram się, tak jak mówiłem wcześniej, żeby ta praca nie miała nic wspólnego z miejscem, a jeżeli miałby jakiś odnośnik, to bardzo delikatny taki, bardziej dla mnie, ale staram się zrobić coś, czego ludzie z reguły ci

nie mają w tym miejscu, [...] będą iść sobie i zobaczą jakąś zupełnie odrealnioną historię, coś, co, tak jak mówiłem, pozwoli im na chwilę zastanowić się nad czymś, [...] o co chodzi w ogóle w tej ilustracji, w tym obrazie [A 10 Mak].

Murale reklamowe

Mówiąc o muralach reklamowych, artyści często odwołują się do polskiej tradycji tego rodzaju malarstwa z czasów PRL-u i zwracają uwagę na jego wysoką jakość artystyczną. Współcześnie pojawiają się nawet działania traktujące je jako istotne dziedzictwo, mające na celu jego utrwalanie, katalogowanie i opisywanie⁷ czy nawet odnawianie⁸. Współczesny polski mural coraz częściej obiera formę komunikatu reklamowego.

Twórcy zdecydowanie krytycznie odnoszą się do kondycji polskiej przestrzeni publicznej, zwracając przede wszystkim uwagę na nagromadzenie w niej komercyjnych komunikatów wizualnych. Krajobraz polskich miast ma determinować „chaos i anarchia reklamowa”, „patologia designerska” czy wszechobecne rezultaty „ery ploteryzmu”, które wpływają negatywnie na estetykę i ład przestrzenny oraz „stępują” zmysły odbiorców.

Krytyczne podejście do nadmiernej ilości i często słabej jakości reklam w przestrzeni publicznej nie odwołuje artystów od twórczości reklamowej. Zdecydowana większość z nich podejmuje się takich zleceń, wpisując je jednak w różny sposób w swoje artystyczne *emploi*. Artyści bardzo często godzą się z rozumianymi przez nich zwykle jako nieuchronne mechanizmami komercji. Oddzielają kwestie personalnych wyborów („trzeba z czegoś żyć”) od krytyki reklam w mieście, wchodząc w aliansy i mariaże z tego typu twórczością. Rozumieją popyt na komercyjne zamówienia, a także podstawy funkcjonowania firm, które zajmują się tymi zleceniami. Krytyka nie oznacza jednak odrzucenia reguł rynku.

Praca jak każda inna, to zależy od człowieka, który tworzy murale, [...] od jego profilu działalności, czy od tego co, na czym się koncentruje. Są artyści, którzy skupiają się tylko na wyrażaniu samych siebie lub uzewnętrznieniu na ścianach swojego autorskiego stylu, a są też twórcy, którzy skupiają się tylko na działaniach komercyjnych, żyją z tego, prowadzą firmy i wykonują projekty i zlecenia komercyjne. Są takie dwa nurty lub dwie gałęzie tej, tej całej działalności, istnieje taki podział, a są ludzie, którzy wykonują jedno i drugie, i w sumie ja do takich należą [A 43 Mak].

Jednym z prezentowanych podejść jest skupienie się wyłącznie na warstwie wykonawczej projektu. Zlecenia te prawie nigdy nie są podpisywane imieniem i nazwiskiem twórcy, artysta wykonuje je dla zarobku.

Głównie po prostu przenoszę gotowe projekty. Dzięki temu może też mam większy dystans do tego. Po prostu zrobię, pojedę, wrócę do domu, dostanę kasę na konto i cześć [...]. Bardziej teraz jestem skupiony na zarobku, więc są to rzeczy, które totalnie mi są obojętne po prostu. [A 21 Kac].

⁷ Opisem i prezentacją dawnych murali reklamowych zajmują się na przykład projekty „Blżej konsumenta” (<http://blzejkonsumenta.pl>) czy „Kódzkie Murale” (<http://www.murale.mnc.pl>).

⁸ Przykładem rekonstrukcja PRL-owskiego muralu, zaprojektowanego przez Emilię Nożko-Paprocką dla PolDrobu, przy warszawskim rondzie Wiatraczna.

Dla części naszych rozmówców tego typu zlecenia pozostają jednak ostatecznością.

No tak jak powiedziałem, ja traktuję mural w dużym stopniu komercyjnie, jako formę zarobkową, ale nie chciałbym robić murali takich, jakie robi Good Looking Studio. Czyli po prostu malowanie billboardów, przekładanie ich na formę muralu. Że to już rzecz, która, no nie wiem, pewnie jak będzie kiepsko z kasą i będę musiał zarobić, no to i tak trzeba się będzie podjąć i takiej chałtury, ale cały czas mam nadzieję, że jednak da się robić to inaczej, lepiej. Znaczącej lepiej w takim sensie, że nie dać sobie narzucić aż tak projektu, który się realizuje [A 45 Mak].

Nawet jeśli komercyjne zlecenia są wyborem, większość naszych rozmówców w sferze deklaratywnej odcina się od pewnych tematów, których realizacji by się z różnych względów nie podjęli. Dotyczy to przede wszystkim przenoszenia na mury reklam firm, które znajdują się z artystami w ideologicznym sporze – np. firm przyczyniających się do degradacji środowiska naturalnego czy wyzyskujących swoich pracowników.

To pewnie zależy od marki, czy to jest coś, co mi odpowiada [...]. To musi być coś, z czym się w miarę identyfikuję [A 19 Kac].

Wiesz co, odmawiam np. malowania reklam rzeczom, które trują ludzi, tak, czyli cała rzecz związana z produkcją GMO, firmami, które po prostu są za aspergenem, sztucznym słodzikiem, żywnością przemysłową, to się nie zgadza z jakąś tam moją ideologią [A 05 Mak].

Artyści zdają sobie sprawę z nieuchronności występowania w przestrzeni miasta murali reklamowych, jednak krytykują te realizacje, które zredukowane są do naśladowania billboardów i polegają na jak najwierniejszym odwzorowaniu projektu na murze. Nasi rozmówcy nie widzą racji istnienia w przestrzeni publicznej tych „malowanych ręcznie płacht”, uważając je za projekty nie tylko bezsensowne, ale i nudne. Bardzo wielu artystów oburza ten imitacyjny charakter murali reklamowych i gdy osoby je realizujące podkreślają wartość ręcznego wykonania. W istocie przy zastosowaniu tej techniki nie ma mowy o oryginalnym działaniu, a jedynie o rzemieślniczym odwzorowaniu, które jest tylko pozornym uszlachetnieniem dzieła.

Ja wolałbym, żeby to nie były grafiki przygotowane w domu mediowym albo w agencji kreatywnej, które są przenoszone za pomocą rzutnika, tylko żeby to było coś, co żeby było widać, że to jest ręcznie robione. To jest właśnie przypadek nowojorskich murali – jak jest reklama piwa, która jest namalowana, to widać, że to jest namalowane. Do tego nawiązują też do pewnej tradycji i to wygląda spoko, i mi się wydaje, że to nie przeszkadza. A jak się robi reklamę, która jest w zasadzie przeniesioną kalką z komputera, to to jest nudne. [A 06 Fil].

Nie mam nic przeciwko temu, żeby mural brał udział w kampanii reklamowej, ale żeby to było jakoś z głową wszystko. Coraz więcej tych murali wygląda jak zwykłe billboardy albo reklamy. To wszystko jest spłyccane. Coraz częściej przez to, że street art jest modny, praca takiego człowieka, który robi mural, jest sprowadzona tylko do machania pędzlem. [...] To mogli zatrudnić robota, a nie artystę. Bardziej właśnie zmierza to w tym kierunku i to mi się nie podoba [A 27 Gra].

Drugi typ murali reklamowych zakłada wykonanie ich według własnego projektu i autorskie podjęcie przez zleceniobiorcę tematu. Te zlecenia, chociaż rzadsze, są chętniej przez artystów

wykonywane, szczególnie jeśli podmiot zlecający odgrywa rolę świadomego „mecenasa ściany” i traktuje udział artysty w projekcie jako wartość dodaną, „kupując” jego nazwisko oraz autorski styl.

Więc ja byłbym za tym, żeby murale komercyjne to było coś takiego, żeby firmy były po prostu mecenasami ścian i powstawałyby autorskie projekty, może z nawiązaniem do tradycji jakiejś firmy, wtedy to by miało sens, a takie przemalowywanie billboardu na ścianę to nie wiem, jaki to ma sens tak naprawdę [A 02 Kac].

Dla mnie to jest częścią po prostu mojej twórczości i nie rozdzielam tego. Wiem, że inni twórcy rozdzielają na malowanie komercyjne i na malowanie dla siebie i najczęściej są to twórcy, którzy malują komercyjnie na życzenie klienta, to znaczy on chce tygrysa, a on mu namaluje tygrysa. Ja nie współpracuję z takim klientami, po prostu nie działam na takim polu, mnie to nie interesuje. Ja wolę być specjalistą właśnie w swojej estetyce, którą sam stworzę, dzięki temu, jak ktoś zamawia mnie, no to zamawia mnie [A 37 Lit].

Głosy krytyczne związane z zaprzędaniem etosu niezależności i komercjalizacją muralu reklamowego pojawiają się zdecydowanie rzadziej niż w stosunku do zjawisk ze sfery street artu. Tworzenie murali reklamowych uznawane jest przeważnie za akceptowalną konsekwencję specyfiki tego medium, które ze strony artystycznej powinno być jednak uprawomocnione talentem i wizją twórcy, świadomym wyborem zleceń i ich wysoką jakością.

Akceptacja jest taka, na zlecenia, na branie pieniędzy. Kiedyś mi się wydaje, że było inaczej. Ale też byłem młodszy i też inaczej na to patrzyłem, bardziej buntowniczo. Ale nie czuję za bardzo takiej presji ze strony kolegów za to, że biorę pieniądze za malowanie. Ale takie zasady jakies... Ja np. nie podpisałbym się pod reklamą, jak zrobiło np. Good Looking Studio. Wziąłbym w czymś takim udział jako robot zwykły, to tak, ale nie zrobiłbym takiej reklamy, nie podpisałbym się. To jest taka moja zasada [A 27 Gra].

Murale „tematyczne”

W jeszcze bardziej sceptyczny sposób twórcy odnoszą się do murali kommemoratywnych, które mają upamiętnić ważne postaci i wydarzenia historyczne, a także murali okolicznościowych, których celem jest promocja miast czy instytucji oraz różnego rodzaju przedsięwzięć.

Ja myślę, że wtlaczanie muralu właśnie w te funkcje, właśnie promocyjno-informacyjno-kommemoratywne, to nie jest dobry kierunek, [...] to zawsze odbija się na jakości artystycznej tego dzieła. Zasadniczo jestem zdania, że należy unikać takich mariaży [A 44 Mak].

Ten dość radykalny pogląd znajduje rozwinięcie w szeregu bardziej wyważonych opinii, które nie negują idei upamiętniania czy promocji, zwracając jednak uwagę na konieczność prowadzenia tych działań na bazie przemyślanych strategii. Twórcy zalecają przede wszystkim umiar i profesjonalizm w podejmowanych pracach. Dotychczasowe doświadczenie z tego typu realizacjami skupia się na opisie przesytu i dość niskiej jakości prac, najczęściej operujących trywialnym kodem, pozostawiającym niewiele miejsca na autorskie podejście do tematu.

Tak, ale często jest tak, że oni też się zgłaszają z pomysłem, czyli że to, co by chcieli mieć zrobione, czyli tak naprawdę oni szukają nie mnie, tylko szukają kogoś, kto im wykona jakiś pomysł. A to jest duża różnica. Ja jakby współpracuję z ludźmi, którzy chcą zaprosić mnie i czekają ode mnie na jakąś rzecz, a nie, że chcą mieć właśnie Kopernika, czy kogoś związanego z danym miastem, itd. [A 36 Mak].

Kwestia murali na zadany temat stanowi niemałe wyzwanie artystyczne. W tym kontekście ważne pozostaje także identyfikowanie się z przesłaniem pracy, szczególnie kommemoratywnej.

Zwykle to jest oczywiście tak, że podlega to interpretacji, więc ten temat, o ile jest tematem akceptowalnym w jakiś sposób dla mnie, to nie ma problemu. Natomiast jest to takie samo zadanie, jak chociażby projekt plakatu, czy zamówienie na obraz. Że każdy artysta ma to w swoim dorobku i w swoim tym, że takie dzieła powstają – dzieła na zamówienie, ale interpretowane w swój własny sposób [A 50 Kac].

Jako antyprzykład nieprzemyślanej strategii upamiętniającej, stawiającej raczej na ilość niż jakość powstających prac, artyści podają warszawskie murale związane z obchodami roku Fryderyka Chopina, Marii Curie-Skłodowskiej czy te o tematyce powstańczej.

No to wszystko poszło z nurtem fejmu muralowego, czyli okazało się, że jest coś, co można robić w przestrzeni miejskiej, coś, co jest kontrastem np. do złego graffiti, i że można jakby tam kierować pieniądze i można sobie jakby dużo punktować w swoich miejskich, wiesz, szczebelkach za zrobienie murali, itd., więc łatwym tematem było po prostu, wiesz, zdobywanie tych punktów poprzez robienie tematycznych murali i narzucania tego tematu i zrobienia tysiąca Polski Walczącej, bo to jakby wszystkim tym, którzy dają te pieniądze, robi dobrze, co nie. To, że ktoś namaluje cokolwiek, to nie robi im dobrze, bo im robi dobrze, jak to jest natchnione, że to jest, wiesz, o wieszczu polskim albo Polsce Walczącej, to te tematy im robiły dobrze, i dlatego zaczęli w to pompować pieniądze, i z tego się stała właśnie taka totalna paranoja, że zasypali ten, to miasto tymi, wiesz, takimi tematycznymi muralami, i to jest totalna kaszana, bo jeszcze w dodatku nigdy, prawie przenigdy, za tym nie szła jakość, co nie, że robili to i że kasztan za kasztanem powstawał [A 41 Kac].

W wypowiedziach uwidacznia się potrzeba bardziej świadomego podejścia do tematyki murali z „zadany” tematem, która powinna zostać przemyślana we wszystkich środowiskach – zarówno zamawiających, jak i wykonujących te realizacje.

Festiwalizacja i współpraca

Stopniowo prowadzenie działalności muralistycznej profesjonalizowało się. Zainteresowanie murem i włączenie go w nurt festiwalowy pozwoliło na wytworzenie mechanizmów działania, ścieżek finansowania, a nawet publikacji edukujących w zakresie wprowadzania murali w przestrzeń publiczną⁹. Powstawanie wielu inicjatyw związane było z rozpoczęciem starań polskich miast o uzyskanie tytułu Europejskiej Stolicy Kultury. W ich kontekście powołano m.in. Festi-

⁹ M.in. „Animator kultury. Realizowanie projektów artystycznych w przestrzeni publicznej” Fundacji Obserwatorium (<https://animatorkultury.files.wordpress.com/2012/01/animator-kultury-publikacja.pdf>).

wal Malarstwa Monumentalnego Monumental Art w Gdańsku¹⁰ czy Katowice Street Art Festival, a także rozwijano i popularyzowano działania związane z przestrzenią publiczną.

Festiwalizacja to fenomen współczesnego życia kulturalnego. Festiwale sztuki muralistycznej dobrze wpisują się w założenia grantodawców i strategie promocyjne miast, są też chętnie wspierane przez samorządy. Festiwalizacja muralu rozumiana jest przez badanych także jako obecność tego medium w wielu innych festiwalowych aktywnościach, niekoniecznie tematycznie związanych ze sztuką w przestrzeni publicznej.

Rozwój sztuki muralistycznej w Polsce nastąpił w dużej mierze właśnie dzięki festiwalom. Respondenci zauważają, że dzięki pierwszym takim inicjatywom usprawnieniu uległa ścieżka legalizacyjno-wykonawcza i zmieniło się też podejście do twórców działających w przestrzeni publicznej, których zaczęto doceniać jako niezbędnych uczestników tych przedsięwzięć. Wielu twórców zaznacza, że przyczyniło się to do podniesienia statusu muralisty, którego zaczęto nawet stawiać w opozycji do „pseudoartystów”, czyli grafficiarzy i wandalii. Proces docierania się wzajemnych urzędniczo-artystycznych relacji, chociaż nadal w wielu wypowiedziach odbiega od idealnego, uległ przez te lata znacznej poprawie.

Sam proces nie był łatwy, bo były to początki styczności urzędów z tym zjawiskiem. Mogę to zilustrować historią spotkania z ówczesnym naczelnikiem [...]. I było to absurdalne spotkanie, ponieważ przyszliśmy tam z projektem, który pokazywał jakby główny concept. Na co niestety musieliśmy prowadzić strasznie głupią rozmowę. Tego słowa użyję. Pod tytułem, czy graffiti nie wprowadza patologii, narkomanii, alkoholizmu na danym terenie. Czy nie obniża wartości działki. Teoria wybitej szyby, i tak dalej. Wszystko. I masę głupot po prostu, masa niezrozumienia. [...] Patrzenie na nas tak jak na chłopców spod budki z piwem, którzy przyszli sobie coś pomalować [A 15 Lit].

Na hasło malowidło ściennie to oni wszyscy byli od razu wkurwieni, bo albo chcesz być wywrotowcem, albo jesteś wandalą, wiesz. Potwornie się przekonywało tych wszystkich urzędników [A 32 Kac].

Obecnie panująca festiwalizacja jest rozpatrywana przez większość naszych respondentów raczej w sposób negatywny. W ich opiniach przyczyniła się do trywializacji zjawiska, a także zbyt daleko posuniętej ingerencji w przestrzeń oddawane pod działania festiwalowe, powodowane zbyt beztroskim podejściem do kontekstu miejsca i brakiem głębokiej strategii kuratorskiej. Na tym tle chwalone są festiwale, których organizatorzy podejmują autorefleksję skutkującą ewolucją programów kolejnych edycji imprez, takie jak na przykład Katowice Street Art Festival czy Traffic Design.

Mimo krytycznego podejścia do wspomnianych procesów festiwale są także uważane za kamienie milowe polskiego muralizmu i sztuki publicznej w ogóle. Głos uznający polskie „święta muralu” za profesjonalnie zorganizowane przedsięwzięcia, które w bardziej lub mniej udany sposób spełniły swoją rolę i wykształciły wiele ciekawych postaw, pozostaje w środowisku twórców bardzo wyraźny.

Co muralom dało to, że są festiwale? Wiesz co, możliwości. [...] Dają ci możliwości, których nie da ci nic innego.

¹⁰ Pierwsze murale powstały na gdańskim osiedlu Zaspą już w 1997 roku z okazji obchodów 1000-lecia miasta Gdańska. Starania Gdańska o tytuł ESK 2016 pozwoliły rozwinąć tę ideę.

I to jest podstawowa zasada, którą powinno myśleć się o festiwalach – dają ci możliwości, których sam nie jesteś w stanie nigdy osiągnąć własnym kosztem, i to jest najważniejsza cecha [...]. Więc wydaje mi się, że dla murali, festiwale są im potrzebne. Że dały dużo. Bo też zdefiniowały, jak one mają wyglądać, możliwości rozwoju [A 33 Lit].

No właśnie, festiwale moim zdaniem są dobrą inicjatywą i dobrą okazją do dyskusji, spotkań, wymiany poglądów, wymiany doświadczeń, no, nie wiem, pozwala to jakby, no nie wiem, skonsolidować środowisko, czy nawet zobaczyć, co w tych działaniach się dzieje, jaka jest kondycja branży [A 04 Fil].

Artyści współpracują w zakresie szeroko pojętej działalności muralistycznej z dużą liczbą podmiotów. Wszystkie te modele opierają się najczęściej na relacjach między twórcami murali, pośrednikami (koordynatorami festiwali, kuratorami, pracownikami fundacji i stowarzyszeń) a urzędnikami, którzy odpowiadają za drogę legalizacji i finansowania podjętych działań. Rodzaje współpracy i ilość zaangażowanych w nią podmiotów zależą także od sposobu finansowania przedsięwzięcia (środki prywatne, konkursy dla organizacji pozarządowych, stypendia, itp.). Wszystkie te czynniki wytworzą określone ramy i możliwości, a także generują przeszkody i konieczność zawierania kompromisów.

Każda tego typu realizacja powstaje inaczej, nie ma jednej metody, reguły, która tutaj może zafunkcjonować, choć jest wiele wygodnych dróg dla nas jako twórców, żeby ułatwić sobie ten system. To jakby odpowiadając tak komplementarnie, tak w pełni, musiałbym powiedzieć tak: zdarzało mi się [...] realizować murale [...] w miejscach, w których nie było żadnego zaplecza, nie było organizatora, nie było pomocy, nie było środków finansowych na to tylko dlatego, że w tym miejscu on miał powstać, i wówczas jakby cały ciężar od a do spadał na mnie i na osoby, które mi pomagały. A zdarzały się sytuacje, gdzie różnego typu instytucje, organizacje czy fundacje wyřęcały mnie w kolejnych różnych krokach, które tu się pojawiają [A 13 Mak].

Inną metodą pracy jest samoorganizacja, która pomaga uniknąć udziału pośredników, takich jak instytucje czy organizacje pozarządowe. Ta ścieżka zapewnia oczywiście relatywnie więcej wolności, jednak twórca w tym wypadku sam szuka odpowiedniej ściany, negocjuje z właścicielem budynku, uzyskuje niezbędne pozwolenia oraz pozyskuje środki finansowe na swoje działanie. W kilku wypadkach wybór tej ścieżki zdeterminowany był nieodpartą chęcią stworzenia pracy na konkretnej wybranej ścianie.

Z takich małych oddolnych działań wychodzą naprawdę czasami bardzo fajne ściany. Teraz właśnie tak mi wyszło. [...] ten budynek, na którym malowałem teraz, gdzieś z dziesięć lat chodzę wokół niego, wyszło w ogóle mega szybko zezwolenie i wyszedł fajny właśnie deal, że miasto daje mi zezwolenie, daje mi ten podnośnik i kompletnie jakby nie ingeruje w projekt, że jakby jak go sobie sam finansuję, ja sobie załatwiam sam farby, sam sobie wszystko dowiozę, logistycznie sobie zrobię, ale jakby się oddzielamy od siebie. Miasto może sobie tą ścianę wykorzystać, zrobić z nią, co chce, mnie to nie interesuje, wiesz, w gazetach czy w promocji miasta, i ja chce zrealizować po prostu swój projekt i być z niego zadowolony, biorę wszystko na siebie, jeżeli będzie źle, czy za mocno, czy kontrowersyjnie, czy się ludziom coś nie będzie podobało, no to ja tylko za to odpowiadam, a nie jakiś urzędnik z miasta [A 36 Mak].

Więc mijam tę ścianę naprawdę często, przy okazji też innych wyjazdów, więc naprawdę bardzo często, często i za każdym razem, jak tamtędy przejeżdżałam, to po prostu czułam, że ona... jakby ten obraz tam był, chociaż go nie było, ale dla mnie on już tam był w mojej głowie i za każdym razem, jak tam przejeżdżałam, to ja go widziałam, tylko fizycznie był nienamalowany. [...] I się spięłam, i jak się spięłam, wzięłam w siebie, to po prostu tam załatwiliśmy wszystkie zgody i wskoczyliśmy na podnośnik i namalowaliśmy po prostu. [...] Było to trudne do sfinansowania, no ale trzeba było to łknąć, bo tam widziałam bardzo silnie moją pracę od pięciu lat [A 26 Kar].

Odrębną kategorią stanowią nieliczni twórcy, którzy finansują swoje murale. Podyktowane jest to najczęściej niechęcią do wchodzenia w relacje z szeroko pojętym systemem i prezentowaniem takiej postawy twórczej, która by pozostać spójna, musi działać poza obiegiem rynkowym i niezależnie od władzy. Ta postawa jest jednak dużo rzadsza od dominującego paradygmatu festiwalowego i projektowego.

Najpierw sprawdzam, czy budynek należy do miasta, z reguły tak jest. Potem staram się o pozwolenia od różnych wydziałów. [...] Wynajmuje się podnośnik, załatwia się farby. To jest fajne, że w związku z tym, że robię to za własne pieniądze, to muszę brać pod uwagę koszty, i ta oszczędność też wpływa na końcowy efekt [A 35 Lit].

Kolejnym rozwiązaniem jest zakładanie przez twórców organizacji pozarządowych, prowadzenie własnej działalności gospodarczej albo włączanie się w działalność innych podmiotów w celu pozyskiwania środków. Wcielanie się twórcy w rolę organizatora projektów jest bardzo pozytywnie oceniane przez beneficjentów tych działań – twórcy organizatorzy realizują je zwykle w sposób przemyślany i poparty doświadczeniem, a także mający swoje źródła w rozpoznaniu specyfiki środowiska.

Współpraca z wszystkimi wymienionymi pośrednikami realizacji muralu (organizatorami, kuratorami i organizacjami pozarządowymi) jest oceniana w sposób zwykle pozytywny. Mimo pojawiających się różnic funkcjonująca struktura wyręcza artystę w procesie organizacji, pozwalając mu skupić się na kwestiach artystycznych. M.in. z tego względu artyści cenią sobie współpracę z profesjonalnie zorganizowanymi festiwalami.

Z drugiej strony kooperacja ta, jak każda inna, zależy od ludzi, których napotka się po drugiej stronie.

Przeważnie się tak narzeka, że u nas taki ciemnogród, a wszędzie indziej jest lepiej. Wcale tak nie jest. Jak zwykle zależy to po prostu od ludzi, od organizatorów. Są ludzie odpowiedzialni, prężnie działający. I są dziwni mitomani, którzy nie kontrolują sytuacji, i wynikają z tego problemy [A 48 Lit].

Kwestia profesjonalizmu organizatora jest weryfikowana szczególnie przy większych festiwalowych przedsięwzięciach. Artyści oczekują nie tylko wsparcia logistycznego (odpowiednia ilość farb, wystarczająco wysokie rusztowanie lub podnośnik, konieczne zezwolenia, itp.), ale też sprawiedliwego traktowania, tym bardziej że festiwalowe sytuacje sprzyjają rozluźnieniu formalnych konwencji. Sytuacja związana z konfliktem między częścią artystów a Festiwalom Urban Forms pokazała¹¹, że złamanie tych reguł nie pozostaje niezauważone przez środowisko.

¹¹ Fundacja sprzedawała gadżety promocyjne ze zmodyfikowanymi muralami artystów. O tym konflikcie można przeczytać m.in. na blogu: <http://www.artique.pl/artystci-vs-fundacja-urban-forms/>

Gadam z gościem, bardzo znany muralista, ilustrator, którego mieli już tam ściągać do Łodzi. I ja mu mówię, rób, jak uważasz. Na twoim miejscu bym tam nie jechał, bo goście robią to i to. On zrobił takie oczy i mówi, dobra, dzięki. I tak to działa. Wiesz, to jest małe środowisko. Jeśli narobisz smrodu, to on się bardzo szybko rozchodzi. Dlatego trzeba grać fair, no bo to ma bardzo krótkie nóżki, takie zagranie [A 48 Lit].

Wielu twórców włącza się także we współpracę z niewielkimi i początkującymi inicjatywami, zwykle kiedy są organizowane przez prawdziwych entuzjastów. Dobra energia wytworzona wokół projektu jest ważniejsza dla wielu artystów od ewentualnych niedogodności. Najważniejsze, że twórca czuje się „zaopiekowany” w ramach dostępnych możliwości i nawet niewielkich środków. W tym kontekście wypowiediano się o projekcie „Forty Forty” Fundacji Sztuki Zewnętrznej, a także wielu pomniejszych inicjatywach.

Mogą być też imprezy robione przez zapaleńców, którzy po prostu otwarcie mówią, stary, mamy to, to, to ale nie mamy żadnej kasy, bo sami dokładamy, prawda, do tego interesu i robimy to dla funu, i ja zawsze się w takie historie angażuję, prawda, bo one wynikają ze szczerych intencji [A 24 Kar].

Z drugiej strony artyści posiadają także doświadczenie we współpracy z niewielkimi, nietypowymi inicjatywami, które organizowane są najczęściej przez przypadkowe osoby, nieorientowane w specyfice malarstwa monumentalnego. Często negocjacje rozpoczynają się od wtłoczenia artysty we wcześniej ustalone ramy, a kartą przetargową ma być dostępna ściana oraz promocja artysty, którą to przedsięwzięcie ma rzekomo automatycznie zapewniać.

Często bywa tak, że organizator, zwłaszcza jak jest to jakaś mała wspólnota mieszkaniowa i jej się wydaje, że to jest jakaś taka, że oni umożliwiają komuś zrealizowanie swojej pasji, co zresztą jest prawdziwe. Natomiast ich wymagania i np. warunki, jakie proponują, są, no, trochę takie zabawne. Bo komuś się wydaje, że przyjadę z własnym rusztowaniem, z własnymi farbami, będę robił projekt o tym, o czym oni sobie życzą, i jeszcze będę z tego po prostu powodu bardzo szczęśliwy. To tak nie działa [A 20 Fil].

No więc to się tam też przekłada na sposób myślenia o artystach. To jest tak, że oni myślą też gdzieś, że jestem po prostu gówniarzem, któremu da się farbę spreju, i to robi. Dokładnie, pomalują warzywniak. Wiesz, to jest mentalnie, wiesz, z warzywniaka. I też gdzieś przez to przechodzisz, chyba każdy przeszedł przez coś takiego, że coś robił za darmo i został gdzieś tam wykorzystany. Ale nie wolno tego robić w późniejszym wieku [A 33 Lit].

Albo wiesz, czy naprawdę dużą promocją jest w regionalnej gazecie news na piątej stronie. Lepiej czasami zrezygnować z tego, stanąć na swoim i zrobić mniej, ale zrobić konkretnie, i lepiej to wychodzi [A 36 Mak].

Zarobki

Niewątpliwa popularność malarstwa monumentalnego, zauważalna w ostatnich latach, oraz jego postępująca festiwalizacja i komercjalizacja skłaniają do pytania o materialną sytuację twórców – czy to oni są beneficjentami tych zjawisk i czy z malarstwa monumentalnego można się dziś utrzymać?

Większość naszych respondentów uznaje utrzymywanie się wyłącznie z wykonywania mu-

rali artystycznych za niemożliwe. W związku z tym ich tworzenie musi być uzupełniane wszelkimi innymi aktywnościami w obszarze szeroko pojętej twórczości artystycznej – wykonywaniem murali „zleconych”, najczęściej komercyjnych (które w wielu wypadkach stanowią główne źródło utrzymania), przenoszeniem na ścianę cudzych projektów, sprzedażą obrazów czy prowadzeniem warsztatów.

Gdy się funkcjonuje tylko i wyłącznie na zasadach takich, że maluje tylko na ścianach w miastach podczas festiwalu, to się nie da z tego żyć. Natomiast jeżeli w jakikolwiek sposób inny potrafi się, że tak powiem, stworzyć sobie rynek, zapotrzebowanie na własne dzieła, to tak [A 50 Kac].

Często spotykany model to łączenie działalności muralistycznej ze sprzedażą obrazów. W takim wypadku twórcy najczęściej dzielą rok na dwie części, w miesiącach cieplejszych uczestnicząc w festiwalach czy wykonując zlecenia w przestrzeniach otwartych, by zimowe poświęcić na pracę w pracowni. Jak przyznają, rozpoznawalność ich murali „napędza” zainteresowanie klientów płótnami, malarstwem.

W moim przypadku bardzo fajnie się to ułożyło, bo tym dochodowym zajęciem jest malarstwo. Mój rok się tak naprawdę dzieli na dwa sezony. Na sezon letni, który właśnie mamy teraz, kiedy wszyscy jeździmy sobie po świecie, podróżujemy, co jest super przyjemnością, i malujemy murale. I sezon zimowy, kiedy zamykamy się w pracowniach i po prostu tworzymy obrazy. A później gdzieś poprzez galerie związane z tym tematem, brzydko to nazywając, wystawami street artowymi, pokazujemy te obrazy. Przy czym jest to oczywiście bzdura, bo ja uważam, że po prostu robimy studyjne malarstwo, a że akurat jesteśmy twórcami, którzy akurat robią na ulicy, no to wykorzystujemy fakt, że jest na to moda teraz, i jesteśmy upychani pod nazewnictwem street art dla mnie [A 15 Lit].

Jednak nawet w wypadku tak szerokiego spektrum działań część z naszych rozmówców utrzymuje się raczej z innej pracy zawodowej, jako graficy czy ilustratorzy, malowanie murali traktując jako aktywność dodatkową lub uzupełniającą.

Inną formą zarobkowania związaną z malarstwem monumentalnym jest wykonywanie prac komercyjnych czy projektowanie i wykonywanie murali na zlecenie, w tym w niektórych wypadkach samo ich wykonawstwo wedle dostarczonego projektu, np. dla agencji reklamowej. Autorskie prace komercyjne, mimo że zwykle dobrze płatne, często wymagają długotrwałych i niełatwych negocjacji z klientami albo pośredniczącymi agencjami reklamowymi. Wiele z takich zleceń w rezultacie w ogóle nie doczeka się realizacji.

Artyści swoje i cudze wybory związane ze zleceniami pozostawiają raczej bez komentarza, traktując je jako kwestię indywidualnej decyzji.

Masz wybór, masz dwie drogi, możesz iść w stronę komercyjną i robić to, co ludzie chcą, i robić tam pieniądze, myślę, że zadowolające, bo znam ludzi, którzy robią pieniądze i żyją na o wiele wyższym standardzie niż ja, albo wybierasz drogę swojego nazwiska i tego, co ty potrafisz, co ty chcesz robić, i te pieniądze schodzą na boczny plan i nie są na tyle ważne. [A 10 Mak].

W środowisku funkcjonuje opinia, że istnieją artyści, którym tworzenie murali zapewnia kom-

fortowe życie pod względem materialnym. Podkreśla się, że jest do tego potrzebny talent, konsekwencja oraz determinacja, a także umiejętność wykreowania swojej marki. Można określić ją jako umiejętność wejścia w przemyślane relacje ze światem pierwszoligowych graczy komercyjnych. W tych wypadkach komfort finansowy pozwala na realizację murali w ramach wydarzeń i inicjatyw gorzej płatnych, ale z różnych względów ciekawych.

Przykłady takich karier są jednak nieliczne. Artyści, którzy w powszechnej opinii odnieśli sukces finansowy, często obalają mity o intratnym życiu muralisty. Wyjaśniają, że działalność muralistyczna musi być przez nich uzupełniana wieloma innymi działaniami, a nawet wtedy nie jest to rzeczywiście atrakcyjnie opłacane zajęcie.

Po pierwsze, ja nie traktuję tego jak pracę, a po drugie, nie wydaje mi się, że można to traktować jako pracę. W moim przypadku też nie można, gdyż nie jest to najbardziej dochodowe zajęcie świata z tego powodu, że większość festiwalu, nawet zagranicznych, a także polskich, odbywa się bez, że tak powiem, honorariów. Przy czym mi to nie przeszkadza. Znaczą oczywiście, ja bym bardzo chętnie dostawał pieniądze za to, co robię, za każdym razem. Ale czasem nie dostaję. Ale nie jest to też największy problem, z tego powodu, że ja dalej chcę traktować to jako coś, co lubię robić, i coś, co jest moim hobby. Więc nie zawsze muszą iść w parze z tym pieniądze. Aby jednak się tym zajmować i móc coś jeść poza własną sztuką, musimy mieć swoje jakieś bardziej dochodowe zajęcia [A 15 Lit].

Artyści uczestniczą w festiwalach nieodpłatnie z wielu powodów, najczęściej biorąc pod uwagę korzyści płynące z podróży (w tym przede wszystkim okazji do poznania nowego kraju i ludzi), a także możliwości wykonania kolejnego ciekawego projektu. Działalność festiwalowa ma również swój wymiar marketingowy, praktyczny, jest formą inwestycji we własną karierę.

Jeżeli ściana jest fajna sama w sobie, format, miejsce, w którym się znajduje, to w ogóle nie wychodzę z czymś takim, że musi być wynagrodzenie, żeby gdzieś pojechał, fajnie, jeżeli ono jest, więc fajnie, jeżeli to jest, ale dzięki muralom ludzie się interesują też tym, co ja robię w studiu, więc ja się utrzymuję ze sprzedaży płócien głównie [A 02 Kac].

Większość festiwalu robisz albo za darmo, albo za jakieś śmieszne pieniądze. Bo to też jakby, no, traktujesz trochę jako tak zwaną promocję [A 46 Lit].

Można to potraktować w inny sposób, można potraktować to jako pewien rodzaj takiej inwestycji w funkcjonowanie na innych polach, tak jak to robią niektórzy twórcy, to znaczy wypromowanie siebie poprzez działania muralistyczne może potem sprzyjać podwyższeniu wartości prac różnych innych, jeśli to będzie tylko i wyłącznie pewien mechanizm, taki propagowania własnej twórczości, to myślę że tak [A 13 Mak].

Co więcej, według naszych rozmówców nadal pokutuje przekonanie, że artyście nie trzeba płacić, a sama możliwość wykonania projektu artystycznego jest dla niego marzeniem twórczym oraz formą promocji. Pojawiają się opinie, że do tej niewygodnej sytuacji przyczyniło się samo środowisko, przez długi czas zgadzając się na niewysokie stawki lub nawet brak wynagrodzenia i przyzwyczajając do tego zlecniodawców.

Jednak daliśmy ciała przez te wszystkie lata, czyli nie domagaliśmy się jakby wynagrodzeń [śmiech], tak że

dalej festiwale są po kosztach albo za, nie wiem, tysiąc euro maksymalnie, w takich obszarach się poruszamy, i dalej jakby to środowisko jakby się nie domaga tego, tak [A 46 Lit].

Słuchaj, żadna tajemnica, no. Najwięcej dostałem dwa tysiące złotych za wielkoformatowy mural, a często jest to czterysta, pięćset złotych. To ekipa Zdzińska, która przyjeżdża ocieplać ściany, myślę, że bierze cztery razy tyle. Chłopcy od muralu przecież wiadomo, że kamienie jedzą, więc tam pomalują za puszki, za chińską zapkę, i wiesz. I też będzie fajnie [A 48 Lit].

Część artystów deklaruje, że podejście do malowania murali w ogóle nie jest związane z sytuacją zarobkową, ale zdają sobie sprawę, że możliwe jest zapewnienie sobie bytu na podstawie tej działalności.

Nigdy nie robiłem tego, co robię, z powodów merkantylnych. Nie interesuje mnie, jakie honoraria kasują inni, czy ktoś z tego żyje – jego sprawa. Na pewno są firmy, które z malowania murali uczyniły ważną część swojej działalności gospodarczej, są fundacje organizujące festiwale murali, itp. – pewnie to im się opłaca [A 09 Lit].

Kondycja muralu w Polsce

Malarstwo wielkoformatowe w przestrzeni publicznej stanowi dziś bez wątpienia jeden z najbardziej popularnych, dostępnych i rozpoznawalnych społecznie rodzajów sztuki w polskiej przestrzeni publicznej. W ramach tego zjawiska rodzimi i zagraniczni twórcy, a także instytucje, organizacje, urzędy i podmioty komercyjne, na długie lata zmieniają nie tylko mury, ale też pejzaż kulturowy naszych miast. Biorąc pod uwagę powyższe, na naszą prośbę artyści dokonali opisu i oceny momentu, w którym znajduje się obecnie mural w Polsce, diagnozując dotychczasowe osiągnięcia i porażki własnego środowiska.

Wysoki poziom polskich muralistów. Mamy zdolnych i uznanych na świecie twórców murali. Najbardziej cenionych przez środowisko artystów charakteryzuje kunszt manualny, zróżnicowanie stylistyczne, profesjonalizm, konsekwencja twórcza, ciągły rozwój. Respondenci wymieniali zwykle kilka powtarzających się nazwisk, zaliczając je do czołówki polskiego muralizmu.

Uważam, że są autorzy w Polsce, którzy są na poziomie światowym, jeśli tak już mówimy, bo w całej rozpiętości ludzi, którzy zajmują się muralami, będzie masa rzeczy słabych, ale jak mówimy o pewnych sylwetkach, ludzie, którzy przepracowali już to intelektualnie i plastycznie, to to jest światowy poziom [A 13 Mak].

Więc tak naprawdę się to trochę ubranżowało, wiesz, trochę ukierunkowało, każdy ma swoją bajkę, ale z drugiej strony jest tego bardzo dużo, i to widać. A sam poziom, no, mi jest ciężko to oceniać, bo ja w tym jestem, może tego nie widzę też jeszcze z boku [...] wiesz, zapraszani jesteśmy na bardzo ważne i galerie czy bardzo ważne momenty dla całego street artu w ogóle, wiesz, światowego. Więc wydaje mi się, że chyba jest okej [A 36 Mak].

Obecność murali w świadomości społecznej. Artyści zwracają uwagę na fakt, że mnogość działań festiwalowych i promocja miast wykorzystująca medium muralu wprowadziły

jego współczesną odsłonę w świadomość społeczną¹². Mimo działań w przestrzeni publicznej bardziej szczegółowa wiedza na ten temat nie jest jednak ugruntowana, a mieszkańcy miast często nie odróżniają działań artystycznych od przekazów reklamowych, traktując w sposób jednakowy wszystkie wielkoformatowe komunikaty wizualne w przestrzeni publicznej. Ten powierzchowny lub wyłącznie afirmatywny stosunek wielu artystów tłumaczy brakiem prowadzonej od najmłodszych lat edukacji estetycznej w Polsce.

Podchodzi ktoś i pyta, czy zajmujesz się wykończeniówką, bo jemu coś odpada na suficie. Później przychodzi pan i mówi, że niby fajne, ale dlaczego nie mogłem namalować tutaj gołej baby z Kanady. I do dzisiaj nie rozumiem tego pytania [śmiech]. I wtedy sobie myślisz, kurde, mogłem malować gołe baby z Kanady zamiast tych rzeczy. Najczęstsze pytanie, przynajmniej w Polsce, które pada, to jest osoba, która podchodzi i ile to kosztuje lub od razu, kto za to płaci, to jest druga część tego pytania. Tylko tak jak mówię, nie ma z tym problemu, ze strony tego typu pytań, które wymieniłem, bo jakby dalej będę, wiesz [...] To nie jest do końca wina tych ludzi, to jest troszeczkę wina braku edukacji plastycznej, estetycznej [A 15 Lit].

Zróżnicowanie jakościowe prac. Wypracowane już w większości mechanizmy wprowadzania w przestrzeń publiczną dzieł malarstwa monumentalnego, a także dostępne wsparcie instytucjonalne i finansowe, pozwalają na relatywnie sprawne zrealizowanie dzieła w przestrzeni publicznej. Na tym gruncie spotykają się osoby pragnące tworzyć (z powodów zarówno artystycznych, jak i finansowych) i przeróżne podmioty i grupy interesów, które dzieło to pragną wykorzystać. W konsekwencji tych zależności i negocjacji powstają także dyskusyjne jakościowo prace, choćby legalne murale kibicowskie czy część murali okolicznościowych, które są przez wielu twórców, szczególnie pod kątem artystycznym, bardzo negatywnie oceniane. W obliczu swego rodzaju deprofesjonalizacji działań muralistycznych coraz częściej podnoszona jest waga kuratorskiej opieki nad danym projektem.

Razem z boomem nie idzie jakaś weryfikacja jakościowa. I właśnie na tym polega ten przerost, że nagle mamy po prostu złe prace jakościowo. Bo kiedy jest wszystkiego dużo i kiedy każde małe miasteczko chce zorganizować festiwal, to nie mamy do tego dobrej, jakby kuratorskiej opieki. I zaczyna być przepuszczane wszystko. Już nie chodzi mi tylko o okolicznościowe murale, ale nawet złe prace same w sobie. To nie są przemyślane prace, to są prace bez kontekstów, spadochronowe. [...] I w tym momencie tak naprawdę wrzucamy je do przestrzeni publicznej. Czyli jednak to robimy, one tam lądują. Co jest ryzykowne, bo może powstać znowu pytanie, znaczy kwestia, że zaśmiecamy znowu tą przestrzeń, która i tak jest zaśmiecona. Więc pytanie o to, jak to kontrolować. Nie mam na to odpowiedzi [A 15 Lit].

Sporo ludzi się za to bierze, którzy fajnie, jakby się za to nie brali. No bo... Wiesz, no są malarze lepsi, są gorsi. I przez to, że jest moda, jest parcie, ktoś potrzebuje mieć mural i nie do końca chce się na tyle zagłębić, żeby temat przebadać, czy mu się nie chce, czy nie ma czasu. I bierze kogoś, kto jest akurat pod ręką, a nie zawsze to jest dobry wybór [A 48 Lit].

¹² Opinia ta znajduje potwierdzenie w wynikach prowadzonych badań ilościowych, które zostały omówione w rozdziale *Ilościowa analiza danych*.

Instrumentalizacja malarstwa monumentalnego. Mural w swoim historycznym rozwoju pełnił szereg funkcji (m.in. propagandowe, kommemoratywne, reklamowe), jednak wykorzystywanie go właściwie w każdym możliwym aspekcie jest oceniane przez twórców jako największe zagrożenie dla tego rodzaju sztuki. Współczesny mural często ma być „standardową estetyzacją”, „alibi”, „liftingiem”, „remontem”, „tubą propagandową”, „plastrem” – w takich sytuacjach traci on swoje znaczenie, a również często artystyczną niezależność, i wikała w niekorzystne i dyskusyjne mariaże.

Mural, ten tworzony legalnie, akceptowany przez urzędników, sponsorów, zleceniodawców, w przytłaczającej większości ma za zadanie spełniać funkcje dekoracyjne, reklamowe czy propagandowe [A 09 Lit].

Zaklinanie rzeczywistości, może i tam w dobrej wierze, ale... Niech to sobie będzie. Nie ma problemu. Niech będą też takie rzeczy, ale niech one będą jakoś zbalansowane... z jakąś problematyką. A jeśli są zbalansowane z jakąś problematyką, to niech ona będzie niezależna, a nie właśnie pod dyktando jakiegoś dyskursu, albo pod dyktando jakiegoś szaleństwa widzenia świata [A 20 Fil].

Tak spopularyzowaliśmy mural, że stało się to wygodnym narzędziem łatania pewnych dziur, żeby zamiast wyremontować kamienice, poprawić jakość życia, to się robi mural, który w zasadzie nic nie wnosi, więc nie będzie klatka wyremontowana, nie będzie ocieplona kamienica, nie będzie nic, a będzie kolorowo, niby ludzie będą mieć lepiej, ale czy będą mieć lepiej? To jest oszustwo [A 06 Fil].

Konwencjonalność estetyczna i brak muralu zaangażowanego. Twórcy, opisując polski krajobraz muralistyczny, zwracają uwagę na przewagę dzieł ilustracyjnych, „obrazkowych” i – jak sądzi wielu – bezrefleksyjnych. Nie wyklucza to oczywiście wysokiej jakości ich wykonania. wielu respondentów twierdzi, że polskiej przestrzeni doskwiera brak przeciwwagi, a więc murali innych niż autoteliczne – dzieł zaangażowanych, krytycznych, zabierających głos w ważnych sprawach, stawiających opór, eksplorujących nieprawidłowości i podsumowujących kondycję współczesności. Mural o funkcjach wyłącznie estetyzujących zaprzepaszcza w tych opiniach swój tożsamościotwórczy i subwersywny potencjał. Co więcej, nie porusza on lokalnych problemów, mimo że jest dość chętnie stosowany w animacji społeczno-kulturalnej.

No teraz dużo nie może chyba mural przez to, że ta instytucjonalizacja i proces legalizowania tych ścian, potem szereg jakichś pozwoleń i cenzur, takich estetyczno-treściowych, powoduje, że staje się tak coraz bardziej... Czy ludzie jeszcze nie są gotowi na bardziej progresywne formy? Nieleżące może niejako w konwencji postrzegania piękna, to może być problem, ale właśnie jest jakaś konwencjonalność tego w tym zjawisku, tej takiej właśnie formy dominującej, że jakichś takich niemówiących zbyt wiele i ilustracyjnych. Takich też estetyzujących strasznie, no, te formy są właśnie estetyzujące, takie mocno bezrefleksyjne. Całokształt tego muralizmu, mam wrażenie, że jest taki uładowany i niskorefleksyjny. Wydaje mi się, że artyści działają na fali tego impulsu i przede wszystkim większość ćwiczyci jakiś tam swój język czy jakiś taki styl, i bardziej skupiają się na tej stylowości, jakiejś takiej estetyzacji tych form, niż na rozwijaniu jakości tego bardziej merytorycznie. I wartości tam prawie nie ma w tym, w tym przypadku jest taka czysta estetyzacja, ale też w większości przypadków taka jakaś pstrokato-infantylna i nadmiernie stylowa [A 40 Lit].

Jeżeli chodzi o Polskę, w Polsce chyba nie ma takich ludzi, którzy by starali się coś jakoś przekazać, jeżeli chodzi o treści społeczne [...] bardziej u nas się w kraju ludzie skupiają na [...] warstwie wizualnej, na ozdobnictwie, na dekoracyjności. Nie ma tutaj mowy za bardzo o jakimś tam przekazywaniu głębokich informacji [A 43 Mak].

Mural mógłby diagnozować lokalne problemy, czy to społeczne, czy czysto artystyczne, czy to lokalne – wszelkie. Natomiast tego nie robi [A 44 Mak].

Mam wrażenie, że mamy często do czynienia z tym, że to jest łatwy sposób, żeby pokolorować miasto, i często te projekty są tego dowodem [...], no to są ilustracje, które mogły się pojawić w gazecie, a nie przestrzeni publicznej, która rządzi się swoimi prawami, do tego jest też bardziej wyeksponowana i też jest, że po prostu oddziałują na ludzi, którzy użytkują tę przestrzeń czy po prostu znajdują się w tej przestrzeni [...] ja oczekuję czegoś więcej, że ja oczekuję, żeby to była sztuka intelektualna, żeby to było interesujące, żeby tam była chociaż jakaś metafora, żeby to wszystko było ułożone [A 06 Fil].

Brak murali ikon. Z wypowiedzi respondentów wynika, że brak w przestrzeni publicznej dzieł, które odnosiłyby się do szerokiego kontekstu, wносиły realną zmianę i pełniły funkcję landmarków. Za takie uważane są np. murale autorstwa włoskiego muralisty Blu, znajdujące się w Krakowie i Warszawie.

No jest średnio, tak. Rzadko powstają prace, które gdzieś tam się zapamiętuje, nie wiem, które są znaczące, wiesz, dla kultury, miasta. Że to wszystko gdzieś jest w takim bagienku i sobie gdzieś tam funkcjonuje, we własnym świecie, i znika, tak, w sumie [A 46 Lit].

Punkty na mentalnych mapach miasta. Według wielu artystów murale znakują przestrzeń, różnicują tkankę miejską i mogą dzięki temu stanowić punkty orientacyjne, którym niekiedy nadawane jest symboliczne znaczenie (np. związane z osobistymi wspomnieniami).

Poza tym jest to kwestia na poziomie samego bycia w mieście. Sam się na tym złapałem np. w Łodzi, są miejsca, w których ciągle nie wiem, jak się nazywają ulice, ale wiem, że przy tym muralu trzeba wysiąść. Więc na poziomie czysto powierzchniowym to może mieć zaletę [A 18 Lit].

Moda na mural. Moda na mural rozpatrywana jest w dwóch kategoriach. Po pierwsze, pozwoliła ona twórcom na realizację wielkoformatowych malowideł na atrakcyjnych ścianach, często znajdujących się w strefach śródmiejskich i wcześniej niedostępnych dla działań artystycznych. Duża ilość zaproszeń oraz zleceń komercyjnych pozwoliła także uczynić z tworzenia murali formę zarobkowania (sporadycznego lub w wymiarze „pełnoetatowym”). Możliwość malowania to także okazja do mierzenia się z nowymi wyzwaniami, rozwijania warsztatu i doskonalenia stylu. Co więcej, dzięki modzie na mural powstało wiele ciekawych inicjatyw oraz wartościowych dzieł, które nie tylko wzbogaciły polską przestrzeń publiczną, ale też stanowiły punkty odniesienia dla krytycznej refleksji. Moda pozwoliła także „odkryć” mural dla szerokiej miejskiej publiczności.

Wiesz, ja zawsze będę jednak odpowiadał z pozycji człowieka, który chce to robić, którego jest to głównym celem, i jakby dla mnie będzie zawsze za mało. Ale mówię to z czysto egoistycznych pobudek, absolutnie. Nie to, żebym dbał o przestrzeń [śmiech]. Wiec ja bym chciał, żeby to trwało. Natomiast na pewno tak nie będzie. I rzeczywiście można łatwo z tym przesadzić [A 46 Lit].

Pozytywnego moda dała to, że my, egoiści, możemy pracować. Możemy się realizować, niekoniecznie właśnie licząc się z zylardem przeszkód, które są, ale są dla nas o wiele mniejsze dzięki temu, że jest moda i ktoś ma siłę przebicia. To widzę pozytywnie. Że jakby jest o wiele więcej możliwości działania [A 48 Lit].

Po drugie jednak, moda na mural uważana jest przez wielu za początek jego końca wedle potocznego przekonania, że każda moda się kiedyś kończy. „Muralowy hurraoptymizm”, a więc wykorzystywanie murali przy każdej możliwej okazji i przez osoby, które nie mają w tym zakresie wiedzy i kompetencji, wytworzył według znacznej części naszych rozmówców wiele patologii miejskich. M.in. przyczynił się do zwiększenia chaosu w tkance miejskiej oraz powstania dzieł nieprzemyślanych i co gorsza, nieakceptowanych przez mieszkańców. Nastąpiło też spływanie znaczenia i roli tego medium, a także „stępienie pazurów” niektórych twórców.

Jest moda na mural i na street art. I właśnie ubolewam nad tym, że street art jest kojarzony tylko i wyłącznie z murem. I jak są wszelkie inicjatywy miejskie z urzędów, inicjatywy jakichś instytucji kulturalnych, to zawsze to musi być mural. Nie oszukujmy się, no tak jest teraz. Jest to moda. Mam nadzieję, że to minie, bo będzie po prostu tak, że na każdym bloku będziemy mieli kolorowe obrazki. Bez przesady, tak [A 21 Kac].

To jest jak rewolucja zjadająca własne dzieci. [...] Już teraz widzę powoli, że tak szczerze mówiąc, chyba Polska staje się największym krajem świata, jeśli chodzi o murale i wszystkie festiwale, że nagle wszystkie miasta kiedyś były przeciwko temu i mówiły, że to banda łobuzów, którzy malują ściany, to teraz każde miasto wojewódzkie chce mieć swój festiwal streetartowy, to trochę kuriozalne się robi. Ale no teraz wszyscy się tym zachłystnęli, niektórzy ludzie, którzy po prostu tylko dla mody to robią, to będą to robili, a później przestaną, bo przestanie to być modne [A 11 Fil].

Zbyt duża ilość murali okazjonalnych. Artyści w zdecydowanej większości krytycznie odnoszą się do tego rodzaju dzieł malarstwa monumentalnego, twierdząc, że nieprzemyślane i występujące w nadmiarze przedstawienia, często skonwencjonalizowane i o słabej jakości artystycznej, niestety dominują w przestrzeni publicznej. Twórcy diagnozują negatywne skutki tak chętnego sięgania przez samorządy po murale upamiętniające; są to obojętność percepcji spowodowana nadmiarem oraz deprecjonowanie znaczeń przez przedstawianie historii „w wersji pop”. Nie pochwalają także epatowania wojenną symboliką (np. poprzez przedstawienia dzieci powstańców czy żołnierzy z karabinami).

W ogóle jest grantozna w kulturze, do której się krytycznie odnoszę, bo to jest tak, że jest Rok Chopina, nagle wszyscy lubią Chopina i nagle wszyscy artyści gdzieś tam interesują, wypowiadają, wiadomo, że chcą jakoś przeżyć i też próbują swoje projekty. Jeśli chodzi o murale albo street art, to chyba było tak, że pewne instytucje czy też pewne organizacje myślały, a pokażemy, że młodzi też się tym interesują tacy grafficiarze, to oni też mogą, też Chopina słuchają [...]. No krytycznie podchodzę do tego, że zrobimy mural, bo to się wiąże z młodymi i młodzi to lubią [A 17 Fil].

No, myślimy też o przestrzeni publicznej i kiedy mural ma mieć jakieś działanie odświeżające dla tej przestrzeni, znajdować się i budować pewną sytuację i oddziaływać na ludzi przechodzących, to zbudowanie stu murali z dzieckiem małym z karabinem na mnie nie będzie działało dobrze, i dlatego może jestem przeciwny [A 15 Lit].

Standardowy mural reklamowy. Krytykowany jest przede wszystkim za „redukcję” techniki do perfekcyjnego przenoszenia projektu na mur. Według wielu osób działanie to sprowadza się do imitowania siatek reklamowych i jest zupełnie pozbawione sensu. Obranie tego kierunku przez firmy komercyjne oceniane jest często jako zaprzepaszczenie szansy na renesans polskiego autorskiego muralu reklamowego.

A są reklamy malowane, odwzorowane po prostu płachty ze względu na zamianę prawa, trudniej jest teraz rzucić płachtę, łatwiej namalować, ale czym to się różni... kiedy jest to idealnie tak samo namalowane, po prostu szkoda mi firmy, która wykonuje te murale, i nie rozumiem, jak oni tak zajeżdżają dobrze potrafia namalować, to czemu nie proponują własnego stylu reklamodawcy, tylko kopiuja idealnie ten sam styl. Niczym to się nie różni od płachty reklamowej obecnie [A 26 Kar].

Powierzchowne traktowanie murali przez media. Moda często skutkuje także powierzchowną i niepogłębioną wiedzą z zakresu murali i innych rodzajów sztuki w przestrzeni publicznej prezentowaną przez media. Przekazy nastawione bywają na tworzenie rankingów, kibicowanie rywalizacji o „polską stolicę muralu” i gonienie za sensacją. Łączy się to z pełnym bałaganem pojęciowym, w którym jednakowo traktuje się wszystkie rodzaje aktywności artystycznej w przestrzeni miejskiej (graffiti, mural, sztuka ulicy, street art, urban art, sztuka publiczna, itd.), a ich nazwy stosuje się wymiennie.

Przekaz medialny jest po prostu „sztuka czy wandalizm”. I to jest cały przekaz medialny. A jak masz jakiś tam artykuł opisujący jakieś wydarzenie, to tam jest cały przekrój słownictwa, wiesz, graffiti, street art, mural, sztuka ulicy, wiesz, to też jest wina trochę mediów, tak, jakby, sposób, w jaki oni to przekazują i te same kretyńskie pytania zawsze, ile np. puszek farby, wiesz, zostało zużyte na ścianę. I bicie rekordów Guinnessa, wielkości ścian, to są takie straszne w sumie opowieści, bo jak przyłożysz do tego nie wiem, malarzy np. sztalugowych, czy jakichkolwiek innych ludzi, którzy zajmują się instalacją, jakoś ich nie dotykają tego typu pytania [...] No i kolejne jest, ile to kosztuje, kto za to płaci. Ale generalnie na tym się kończy cała informacja zazwyczaj, czyli na ilościach, rekordach, a jakby nie ma napisania dwu, trzech zdań więcej, czy o samej osobie, która tam maluje, czy wiesz, czy w ogóle o całym zjawisku, po co, dlaczego [A 46 Lit].

Wspieranie procesów gentryfikacyjnych. Niezależnie od tego, czy artyści postrzegają gentryfikację jako nieunikniony czynnik rozwoju miast, czy też traktują jako zagrożenie, pojawiły się głosy, że murale mogą spełniać na zaniedbanych obszarach rolę swojego rodzaju „pionierów” gentryfikacji. Prace przyczyniają się do wzrostu atrakcyjności otoczenia i nadają mu „artystyczną” aurę, która przyciąga kolejnych ...gentryfikatorów. Stąd już tylko krok do wzrostu cen i stopniowego wypierania z coraz bardziej prestiżowego obszaru dawnych mieszkańców. Za przykład podawana była w tym wypadku warszawska Praga oraz wrocławskie Nadodrze.

Gdzieś tam ostatnio też się nad tym dużo zastanawiałem z tego względu, że gdzieś tam powstała teoria, że ktoś wjeżdża po prostu na jakąś biedną dzielnicę, tak, danego miasta, na kamienicę. Bez pytania ludzi, bez dyskusji z ludźmi robi mural na temat wymyślony przez samego siebie i wjeżdża, tak. No, a miasto się cieszy, bo po jest fajnie, dzielnica robi się modna, ludzie zaczynają przychodzić i to oglądać, mieszkania drożeją, itd. A ci ludzie tak na prawdę mają inne potrzeby. I to jest prawda. [A 21 Kac].

Globalizacja stylu. Według naszych rozmówców nie można mówić o współczesnej szkole lub stylu polskiego muralu. Polski, jak i światowy mural, charakteryzuje się dziś dość zglobalizowanym charakterem, do czego w ogromnej mierze przyczynił się internet, będący dzisiaj przedłużeniem przestrzeni publicznej. Murale z powodzeniem funkcjonują w sieci, a artyści czerpią inspiracje z najbardziej odległych zakątków świata. W świecie muralu występuje pełna mobilność – polscy artyści z powodzeniem tworzą swoje dzieła za granicą, a polskie festiwale zapraszają zagranicznych twórców. Wiąże się z tym „makdonaldyzacja” muralowego doświadczenia, związana z globalnym wymiarem zjawiska – zarówno na etapie tworzenia (podobny wszędzie format festiwalu), jak i odbioru (podobny styl prac, który jest skutkiem festiwalowego „przepływu” artystów).

I powstaje z tego muralu cyfrowy obraz, który można dystrybuować w sieci na całym świecie, w obiegu tego typu obrazów [A 18 Lit].

Wiesz co, mi się wydaje, jeśli chodzi o stan, że jakoś to to jest jedna wielka unifikacja, bo to wszystko wygląda tak jak wszędzie. Oczywiście tym, co to odróżnia, to architektura, a tak mi się wydaje, że wygląda tak jak wszędzie, to tak jak z muzyką, tak jak kiedyś z graffiti, tak samo, jak ze sztuką współczesną te podziały, które były charakterystyczne dla czasów przedinternetowych, bardzo bardzo się zatarty i to się w jedną taką globalną przerodziło [A 06 Fil].

Słaba pozycja artysty. Artyści muszą odnaleźć się w często skomplikowanych relacjach z władzą, z systemem legalizacji, z siecią zaangażowanych w życie muralistyczne aktorów społecznych, z systemem uzgodnień, wreszcie na rynku komercyjnym. To uwikłanie często pozostawia ich z poczuciem sfrustrowania lub niedoceny. Co więcej, artyści często tkwią na tych niewygodnych pozycjach, bezrefleksyjnie albo koniunkturalnie wpisując się w odgórnie organizowane działania, np. godząc się na niekorzystne warunki finansowe czy rezygnując ze swojej twórczej niezależności.

Myślę, że głównym problemem, bardziej ogólnym, jest to, że jako twórcy jesteśmy ostatnim ogniwem, czyli moc symboliczna nawet instytucji, które zapraszają i finansują to, one są jakby dużo silniejsze. A my jesteśmy jakby petentem za każdym razem [...]. No jest to kwestia dostępności, taniości i nieukrywanie łatwiej zaprosić tzw. streetartowca niż artystę, co może źle zabrzmieć. Jeżeli zrobilibyśmy to rozróżnienie, że w sztukę wpisany jest ten krytyczny zamysł, to dla osób, które realizują tylko po to, żeby realizować w dużych formatach, jest to wyjebane. Po prostu. Myślę, że to jest największa trucizna dla tej sceny. Tanio, dużo, dobrze, jest widoczne za granicą, można się tym pochwalić, można zaprosić, nie robią problemów, dopasują się do wszystkiego, nie zadają pytań, a na koniec jak im jebniemy logo, to też nic nie zaprotestują, można zrealizować pracę na dowolny temat, chcecie o powstaniu, to macie o powstaniu [A 18 Lit].

Brak wiedzy o specyfice sztuki w przestrzeni publicznej.

Jest to zarzut stawiany zarówno wobec środowiska twórczego, jak i urzędników czy organizatorów. Według wielu respondentów nie wykazują oni znajomości specyfiki funkcjonowania przestrzeni publicznej, a także znaczenia, form i roli sztuki w niej umieszczanej. Często traktują przestrzeń publiczną jak przestrzeń niczym nieróżniącą się od przestrzeni instytucji sztuki czy kultury. Każdy z graczy reprezentuje własne racje, a wzajemnej komunikacji towarzyszy często niezrozumienie, niewiedza dotycząca mechanizmów, środowisk i wartości. Te konflikty krystalizują się w głośnych medialnie przypadkach, tak jak stało się z projektem *Universal* Grzegorza Drozda i Alicji Łukasik na warszawskim osiedlu Dudziarska, z kontrowersjami dotyczącymi zamalowania przez Instytut Teatralny muralu Blu w Warszawie czy z konfliktem wokół murali stworzonych przez rapera L.U.C-a we Wrocławiu.

Myślę, że jeżeli chodzi o to podwórko, że to jest projekt L.U.C-a we Wrocławiu, czyli Wrocław Stumostów, taki komiks, ale na różnych poziomach jest to bardzo duże nadużycie. Ta kwestia nawet nie estetyczna, jakiś jest pomysł, który nie jest najgorszy, realizacja jest całkiem dobra, bo została zlecona fachowcom z tej graffitiarskiej działki, ale po prostu kwestia wyprodukowania tego i jak się tym posługuje miasto i sam twórca... no to skupia w sobie wszystkie patologie, które mogły wystąpić w tym przypadku. Zrobiono laurkę, która jest sprzeczna z całym założeniem za miejskie pieniądze. Każdy, działając w tej działce, liczy się, że może się tak stać, ale to było po prostu ordynarne [A 18 Lit].

Brak odpowiedzialności artysty. Środowisko krytykuje niektóre realizacje czy schematy w życiu muralistycznym, wskazując na prace degradujące przestrzeń czy nadreprezentujące niektóre tematy. W tym kontekście pojawiają się głosy krytykujące kolegów po fachu, którzy podejmują się tego typu zleceń, przejawiając konformistyczne podejście, „psując rynek” i osłabiając pozycję i rolę artysty. Krytycy postulują większą artystyczną odpowiedzialność wobec przestrzeni wspólnej, która między innymi tym różni się od galeryjnej, że artystyczne wybory i działania środowiska mają realny i długofalowy wpływ na jej jakość.

Ktoś to zamawia i mam wrażenie, że dla wielu twórców nie ma to najmniejszego znaczenia. Czyli chodzi o to, żeby móc realizować swoje prace w wielkich formatach i nieważne, kto za to płaci, jakie ma intencje, jak to wpłynie na przestrzeń, albo jest to ważne w małym stopniu, mało ważne, gdzie się maluje, ważne że się maluje [A 18 Lit].

Utrzymywanie status quo. Twórcy definiują pewne zaniechania, które związane są z rozwojem i modą na malarstwo monumentalne, m.in. niezrozumienie przez twórców i organizatorów kategorii *site-specific*. Poza tym mimo wewnętrznych sporów i środowiskowej autorefleksji nie udało się tych nieprawidłowości ominąć, co być może spowodowane jest dbaniem o partykularne interesy lub zbyt dużą heterogenicznością środowiska. Według części naszych respondentów błędy te „pączkują” na mniejsze miasta, uwidaczniając to, co najgorsze w działalności muralistycznej (aleje sław miasta, murale promujące miasto odnoszące się do najprostszej symboliki, obowiązkowe przejście projektu muralu przez „biurko prezydenta”, itp.).

Uważam, że dzisiejszy świat tej sceny obarczony jest pewnymi patologiami, lata temu nastąpiły pewne zaniechania, bo są jednak osoby jak np. Zbiok, dla których jest to istotne, gdzie się maluje, co spowodowało jego wycofanie na tej scenie. Tzn. nie jest już królem, tylko jednym z wielu. Jednocze-

śnie do tego świata popularnego poprzebijali się twórcy, których lubię towarzysko i osobiście, dla których nie są istotne pewne wartości, które akurat dla mnie są istotne. Mam wrażenie, że wypowiadam się jako mieszkaniec miasta i mi przeszkadzają te patologie jak z Urban Forms w Łodzi [A 18 Lit].

Myślę, że prowincja na pewno ma jakieś duże opóźnienie reakcji, nie wiadomo, czy kiedykolwiek tak pomyślą o tym refleksyjniej, z perspektywy. Nie ma jakiejś świadomości nigdzie w takich ośrodkach urzędniczych, a ciągle dochodzą ich wieści, o jakiejś tam muralizacji miast, i po prostu chcą też w tym uczestniczyć, bo uważają, no, że to jest ładne [A 40 Lit].

Momenty autorefleksji. Według naszych rozmówców w Polsce zaczyna toczyć się już nie tylko i wyłącznie środowiskowa dyskusja na temat kondycji polskiego muralu. Ostatnio wydany zbiór wywiadów z polskimi artystami i kuratorami street artu autorstwa Sebastiana Frąckiewicza nosi znaczący tytuł *Żeby było ładnie. Rozmowy o boomie i kryzysie street artu w Polsce*¹³ i w dużej części jest poświęcony tytułowemu rozważaniu właśnie w kontekście murali. Również niektóre festiwale zapowiadają rezygnację z tej formy wypowiedzi artystycznej lub rozszerzenie spektrum formalnych poszukiwań (np. na rzecz instalacji w przestrzeni publicznej). Pod koniec tego roku w Krakowie została zorganizowana miejska debata pt. „Czy Kraków potrzebuje murali?”, podczas której zaproszeni kuratorzy i organizatorzy z innych miast Polski (często reprezentanci dużych festiwali) zapowiedzieli zupełny lub częściowy odwrót od malarstwa monumentalnego.

Przesyt. Moda na mural nieuchronnie zmienia przestrzeń publiczną polskich miast. Fakt ten można rozpatrywać w wielu kategoriach, biorąc pod uwagę jakość dzieł, wybory kuratorskie, podnoszone tematy i związki muralu ze światem reklamy. Nie da się jednak nie zauważyć nasycenia nimi niektórych przestrzeni, według artystów podkreślanego jeszcze przez ogólnie panujący chaos przestrzenny polskiej przestrzeni publicznej, pełnej reklamowych komunikatów wizualnych.

W tej chwili już np. w Gdyni, czy w Łodzi to jest tak ciasno, że nie da się w jednym kadrze sfotografować muralu, bo wchodzi w kadr inne. I tutaj malowidła zaczynają bardziej wpływać na siebie niż na otaczającą je przestrzeń, one bardziej dialogują ze sobą nawzajem niż z kontekstem, w którym zostały osadzone, więc to jest jakiś błąd moim zdaniem. Miasta nie są z gumy, jakby chcąc pomieścić te wszystkie murale trzeba zacząć je upychać ciasniej [A 44 Mak].

Niech to miasto jakoś funkcjonuje, jakoś wygląda, bo zaczęliśmy iść w pewnym momencie, tak ja to odbieram, w taką skrajność, wiesz, wszędzie styropian i pastelowe, gaciowe kolory, tak, a teraz zaczynamy iść w drugą stronę, bo te szare ściany, brudne, już nie są docieplane, nie ma kolorowych, gaciowych tynków, żyrafek i innych badziwi, tylko są właśnie murale. To nie jest forma upiększania miasta. Po to są architekci, po to są urbaniści, żeby to wszystko miało ręce i nogi. A wydaje mi się, że to bardzo zaburza tę przestrzeń. Absolutnie ludzie z drugiej strony tego tak do końca nie negują. Ale jest już w Polsce tego taki przesyt, że uważam, że mogłoby być to przykrócone po prostu. [A 21 Kac].

13 S. Frąckiewicz, *Żeby było ładnie. Rozmowy o boomie i kryzysie street artu w Polsce*, Galeria Miejska „Arsenał” w Poznaniu, Poznań 2015.

Estetyzacja, (nie)obecność buntu, tryumf upamiętniania na współczesnych polskich muralach

Niniejszy tekst analizuje materiał fotograficzny, ukazujący kilkadziesiąt murali w Łodzi, Katowicach, Trójmieście, Warszawie i Wrocławiu, oraz internetowe i drukowane źródła na temat twórczości muralistycznej w Polsce. Drugą z tych kategorii tworzą zarówno teksty eksperckie, publicystyczne i popularyzatorskie, jak i strony internetowe oraz blogi samych artystów. Efektem jest krytyczny przegląd tematyki i form ekspresji stosowanych przez polskich twórców oraz ich społeczno-instytucjonalnego kontekstu. Omówione zostały problemy często przepracowywane w wielkoformatowym malarstwie w przestrzeni publicznej oraz te zagadnienia, od których twórcy przeważnie się dystansują. Nieobecność pewnych tematów we współczesnych muralach rozważamy z uwzględnieniem skomplikowanego statusu muralu – sztuki o wręcz rewolucyjnej proveniencji, zaadaptowanej następnie przez twórczość służącą animowaniu kultury lokalnej i wspomaganie procesów emancypacyjnych, wreszcie w dużej mierze przechwyconej przez przemysł reklamowy i oficjalną politykę kulturalną. Należy odnotować, że kiedy mówimy dziś o polskich muralach, odnosimy się do sztuki, która zajmując określoną pozycję w sieci ekonomiczno-prawnych zależności, znalazła się w położeniu praktycznie wykluczającym ...nielegalność, będącą przecież strategią walki z głównonurtowym życiem kulturalnym. Nie znaczy to, że polscy artyści zostali pozbawieni krytycznego instrumentarium i że całe zróżnicowane środowisko twórców murali można określić jako *en bloc* milczące w sprawach bieżącej polityki, dynamiki kulturowej i społecznych wstrząsów. Jednak nawet w wypadku artystów zdecydowanie „zaangażowanych”, to nie mural stanowi główny nośnik ich krytycznego przekazu, tę funkcję pełnią łatwiejsze w realizacji formy artystyczne.

Dającą się zaobserwować w ostatnich latach w Polsce eksplozja popularności sztuki muralistycznej stanowi zjawisko, które należy łączyć z tendencjami w polityce kulturalnej. Cecha charakterystyczna tworzonych współcześnie murali to z pewnością heterogeniczność, zarówno na poziomie treści, jak i formy. Rozpiętość tematyczna i estetyczna jest wciąż ogromna: od estetyzujących, nastawionych na spektakularne realizacje, kształtujące atrakcyjność miejsca murali, powstających w ramach projektów Fundacji Urban Forms w Łodzi, i utrzymanych w podobnej konwencji warszawskich obrazów naściennych Swanskiego, przez liczne dzieła Dariusza Paczkowskiego, zorientowane na podnoszenie świadomości społecznej w dziedzinie kultury, zdrowia i polityki, aż po wyraziste prace o wymowie politycznej, jak liczne murale w Katowicach czy antyrasistowski obraz na białostockim osiedlu, namalowany przez Anitę Kitlas i Francesco Cherkosa i przywołujący na myśl słynną książkę Frantza Fanona *Peau noire, masques blancs* („Czarna skóra, białe maski”). Jednocześnie ilość monumentalnych obrazów na murach, ścianach i innych powierzchniach, kariery niektórych artystów, a także formułowane przez samych twórców i instytucje publiczne wizje oddziaływania sztuki na społeczności lokalne, skłaniają do zastanowienia się nad strategiami komunikacyjnymi, potencjałem krytycznym i poglądami artykułowanymi przez murale. Naszym celem nie jest daleko idące uogólnienie zjawiska, wypracowanie sztywnej taksonomii stylów lub jakakolwiek próba zamykania w jednej interpreta-

cji rozbudowanego zbioru praktyk twórczych, odbiorczych i ich kontekstów. Nie da się jednak ukryć, że wielkie miejskie obrazy stały się w ostatnich latach ważnymi komunikatami wizualnymi, zmieniającymi przestrzeń polskich miast.

Niezależnie od tego, czy przyjmimy perspektywę, w której znajdzie się miejsce dla szerokiego kontekstu powstających dzieł: odwołując się do biografii twórców, treści politycznej i uwikłania w mechanizmy rynku, czy pozostaniemy przy swego rodzaju fenomenologii¹, skupiając się na komunikatach wynikających wyłącznie z widzialnej „istoty” murali i rezygnując z części dyskursywnej obudowy, wielkoformatowa sztuka miejska dostarczy nam istotnych informacji. Przedmiotem wielu ważnych analiz, łączących dyskursy kilku dyscyplin humanistycznych, wciąż są sposoby przechwytywania subwersywnych metod i treści sztuki ulicy, adaptowania ich do potrzeb instytucji władzy i gospodarki. Zjawiska te wpisują się w trwające od stulecia, jeśli nie dłużej, przekształcanie awangardy, protestu, oporu i autonomii artystycznej w dyskurs stanowiący rzeczywistość za pomocą polityki głównego nurtu. Stało się ono jedną z podstawowych ingrediencji kulturowego przewartościowania, które z informacji uczyniło złożone pole produkcji, a z kreatywności narzędzie polityczno-ekonomicznej ofensywy. Jak celnie przypomina Marek Krajewski: „Warto zauważyć, że przyspieszenie tempa zmian kulturowych, wchłonięcie radykalnego eksperymentu przez klasę średnią i przekształcenie go w element stylu jej życia, sprawia, iż autonomia i niezależność z konieczności same stają się stylem, a nie możliwą do praktykowania w polu sztuki postawą”². O ile konstatacja ta potwierdza jedynie procesy zachodzące w szeroko rozumianym polu kultury od dawna, o tyle w wypadku street artu wciąż zastanawia i inspiruje. Zachęca bowiem do przyjrzenia się metodom praktykowania owego stylu, naznaczonego dziedzictwem kontestacji oraz strategiami przetrwania i rozwoju w warunkach coraz bardziej skomplikowanego kapitalizmu.

W niniejszym tekście przyjrzymy się artykulacji idei i taktyk poprzez dzieła widoczne w przestrzeni polskich miast. Zastanowimy się także nad przyczynami nieobecności pewnych tematów w tych pracach, a także trajektoriami politycznymi, po których poruszają się twórcy murali.

Dominacja outdooru

Historycznych źródeł muralu można wskazać wiele, wystarczy cofnąć się do renesansowych i barokowych obrazów naściennych, a nawet prehistorycznych malowideł naskalnych. W tym miejscu interesujące są dla nas jednak przede wszystkim nowoczesne odsłony sztuki muralistycznej, dla której szczególne znaczenie mają związki z treściami subwersywnymi, propagandowymi i niekiedy anarchicznymi, komunikowanymi przez przede wszystkim rozmaite formy wielkoformatowego malarstwa zaangażowanego politycznie oraz street art. Wokół relacji tej ostatniej kategorii ze współczesnym murałem powstają pewne wątpliwości. Artyści, badacze i odbiorcy często traktują murale jako część street artu, choć większość wielkoformatowych obrazów w Polsce powstaje przy wsparciu finansowym instytucji publicznych, a profesjonalizacja środowiska twórców jest jednym z najważniejszych zjawisk³. Murale łączą charaktery-

¹ Zob. R. Ingarden, *Wybór pism estetycznych*, Universitas, Kraków 2005.

² M. Krajewski, *Street art i władze(a) miasta*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011, s. 23–24.

³ Więcej na ten temat w tekście *Analiza instytucjonalnych, finansowych i techniczno-prawnych aspektów funkcjonowania sztuki muralistycznej na podstawie wywiadów z urzędnikami i organizatorami*

styczne dla sztuki ulicy techniki, narzędzia i środki wyrazu, jak szablon, sprej i różne formy malstwa, by wymienić tylko kilka. Jednocześnie stają się medium, dzięki któremu elementy undergroundowej estetyki zostają przeszczepione na grunt sztuki „oficjalnej”. Zastanawiając się nad specyfiką krajowego muralu, myślimy też o związku tej dziedziny ze szczególnym, wcale nie endemicznie polskim, środkowoeuropejskim fenomenem, jaki stanowi istna inwazja outdooru. Wszechobecność reklamy zewnętrznej w najrozmaitszych wersjach, będąca efektem relatywnie niskiego kosztu i łatwej dostępności powierzchni, na których może być umieszczana, to znany i krytycznie opisywany⁴ czynnik, kształtujący ikonosferę Polski po zmianie ustrojowej w 1989 roku. Na murale i ich twórców musiał oddziaływać tryumf outdooru. Posłużmy się tutaj szeroką i *ad hoc* sformułowaną – co nie oznacza jednak, że swobodną i nieugruntowaną w dyskursie krytycznym – definicją tej kategorii. Degradującemu oddziaływaniu reklamy zewnętrznej na przestrzeń poświęcony został album *Polski Outdoor*⁵, opublikowany przez Stowarzyszenie Miasto Moje a w Nim. W książce tej została ukazana agresywna wizualna dominacja różnych wytworów, prezentujących reklamy i inne informacje w większych i mniejszych miastach. Stan polskiej przestrzeni⁶ to jeden ze skutków inwazji outdooru, a obecnie warto zastanowić się także nad symboliczną i materialną proliferacją jego cech charakterystycznych na inne elementy pejzażu miejskiego, w tym na murale. Główną stroną aktywną w tym procesie są bez wątpienia „nadawcy”, a więc podmioty (instytucje publiczne, przedsiębiorstwa, itp.) umieszczające w przestrzeni publicznej określone informacje lub przekaz perswazyjny, oraz agencje oferujące swoje usługi (opracowanie koncepcji, kampanii, haseł reklamowych, treści graficznych oraz produkcja reklam, a także sprzedaż i wynajem nośników, itd.). Outdoor może być w tym kontekście rozumiany radykalnie: jako paradygmat estetyczny determinujący ludzkie wybory w zakresie kultury wizualnej. Tania, szybka w produkcji i wyrazista, niekiedy sprawiająca wrażenie wizualnego hegemonu w przestrzeni miejskiej, reklama – pomimo jej antagonizującego potencjału i nieprzychylnych opinii większości pytanych o nią osób – nie jest nagle powstałą naroślą na zdrowej tkance, lecz owocem wielu tendencji w kulturze, i przyczynia się do utrwalenia strategii wspomnianych nadawców, a także interpretacji oraz ocen treści obecnych w środowisku miejskim i nie tylko. Outdoor zatem możemy odczytywać również jako metaforę kondycji kultury wizualnej *hic et nunc*. Murale bywają zresztą postrzegane jako powiew świeżości i przeciwstawiane brzydocie wszechobecnym szyldów i druków, choć wówczas dokonuje się inkorporacji tej sztuki do ...outdooru. Autorka branżowego artykułu zauważa: „Tam, gdzie rynek staje się przesycony, pojawiają się nowe pomysły, które w ciekawy sposób odświeżyć mogą to, co znane i już od dawna stosowane. W przypadku reklamy zewnętrznej są to właśnie murale, które na podstawie moich obserwacji cieszą się pozytywnym feedbackiem w mediach, ludzie publikują je na forach społecznościowych, a przechodnie chętnie zatrzymują się, by podziwiać ciekawe, często monumentalne malowidła”⁷.

4 Spośród wielu specjalistycznych, popularnonaukowych i publicystycznych opracowań można wspomnieć teksty Filipa Springera, w tym głośną książkę *Wanna z kolumnadą. Reportaże o polskiej przestrzeni* (Czarne, Wołowiec 2013), czy komentarze aktywistów ruchów miejskich.

5 E. Dymna, M. Rutkiewicz, *Polski Outdoor. Reklama w przestrzeni publicznej*, Wydawnictwo Klucze, Warszawa 2009.

6 Należy poczynić tu pozornie tylko oczywiste zastrzeżenie, że określenie „bezład przestrzenny” jedynie w części, być może nawet stosunkowo niewielkiej, odnosi się do wszechobecnej reklamy zewnętrznej. Dość powszechnie utożsamia się kryzys lub wręcz niemal nieistnienie polityki przestrzennej w Polsce z cynicznym rozmachem podmiotów zlecających i produkujących wielkoformatowe reklamy oraz z martwymi przepisami dotyczącymi regulacji owego proceduru. Dla podkreślenia wagi debaty oraz działań zmierzających ku nowej jakości w zarządzaniu przestrzenią trzeba zwrócić uwagę na wielokontekstowy charakter tej kwestii, który powinien angażować wiele środowisk: od władz różnego szczebla, przez instytucje reprezentujące podmioty sektora publicznego, prywatnego, pozarządowego, po grupy nieformalne i pojedynczych obywateli.

7 J. Wojciak, *Reklamowy make-up miast*, <http://marketingwpigulce.pl/reklamowy-make-up-miast/> (dostęp: 15.11.2011)

Problem z systematyką stylów i konwencji

Choć współczesnego muralu nie można zaklasyfikować jako dziedziny street artu, pewne próby teoretycznego ujęcia zjawisk zachodzących w obrębie sztuki w przestrzeni publicznej okazują się przydatne w analizowaniu obu tych zagadnień. W odniesieniu do powstających w Polsce murali warto przyjrzeć się systematyce street artu zaproponowanej przez Jakuba Banasiaka, który wyróżnił jego trzy nurty: zaangażowany, projektowy oraz artystyczny⁸. O przynależności do każdego z nich mają decydować nie medium lub technika twórcza, ale dyskursywna podstawa dzieła lub cel, któremu ono służy. Pierwszy nurt ma charakteryzować kontekstacyjne w stosunku do komercjalizacji przestrzeni działanie, w którym ważny jest, jak pisze Banasiak, „ekstremizm” stykający się z ironią właściwą radykalizmowi awangardy. Drugi – projektowy – odznacza się perfekcją warsztatową w realizowanych pracach, która zastępuje niezbędne w nurcie zaangażowanym cele społeczno-polityczne. Sztuka reprezentująca tę orientację ma stanowić też adaptację niezależnego stylu ulicy do strategii reklamowo-sprzedawczych, a więc przykładem będą tu artystyczne działania z zakresu guerilla marketingu, imitujące pierwotną nielegalność, surowość krytyki i autentyczność street artu. Ostatni z wymienianych przez autora nurtów nazwany został „artystycznym” i zdefiniowany jako najbardziej różnorodny, operujący wieloma tradycjami i formami sztuki ulicy. Banasiak określa go mianem „sumy indywidualizmów”⁹. Odznacza się ów nurt zarówno zdystansowaniem wobec ideologicznego zaangażowania, jak i podejmowaniem gier z kontekstami street artu – w tym związanych z jego popularyzacją i urynkowaniem – a więc pewną autotelicznością, prowadzącą ku najwyższemu stopniowi awangardyzmu wśród trzech wyróżnionych prądów.

Zarysowany przez Banasiaka podział odnosi się do sztuki ulicy w jej globalnym wymiarze. Tworzenie kolejnych systematyk, opartych na lokalnych specyfikach, jest zadaniem tyleż możliwym i potencjalnie interesującym, co stosunkowo niewiele wnoszącym do refleksji o street artcie. Wobec tego zdecydowana krytyka zaproponowanego przez historyka sztuki trójpodziału, koncentrująca się jedynie na wycinku twórczości, którego dotyczy, czyli na polskich muralach, w sumie byłaby nietrafiona. Potraktujmy ją wszelako jako jeden z wielu możliwych pretekstów do interpretacji zjawisk decydujących o funkcjonowaniu murali w naszym kraju.

Nurt zaangażowany jest przez Banasiaka łączony z alterglobalizmem i przypisywana jest mu radykalna, kontrkulturowa, a nawet chuligańska, specyfika. Paleta środków używanych przez jego przedstawicieli ma być szeroka i świadczy o wykraczaniu poza właściwe alterglobalizmowi taktyki. W wypadku polskich artystów panorama zjawisk, które można zaklasyfikować jako elementy alterglobalizmu, nie wydaje się konstytutywna dla jakiegś szerszej formacji. Z kolei przykłady indywidualnego przepracowywania tej tematyki skłaniają raczej do pytań o sposoby rozumienia zakresu znaczeniowego alterglobalizmu i wpisanych w niej idei oraz wartości politycznych niż do jednoznacznego przyporządkowywania danych twórców lub ich dzieł do nurtu „zaangażowanego”. Wątpliwości te pozwalają ujawnić znacznie bardziej złożony problem – (nie)polityczność współczesnego polskiego street artu – któremu poświęcimy więcej miejsca w dalszej części tekstu. Uwikłanie w rynek, intencjonalne lub nie, artystów wykonujących murale i wpływ,

8 J. Banasiak, *Street art – ruch zapoznany*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011.

9 Tamże, s. 21.

jaki wywiera ono na ich miejskie obrazy, skłania raczej do poszerzenia definicji nurtu projektowego aniżeli do zgody na pojmowanie go przez pryzmat takich cech dystynktywnych, jak graficzna precyzja, idąca w parze z aintelektualną treścią, i jednoznaczne podporządkowanie regułom przemysłu reklamowego. Analiza murali „warsztatowych”, tworzonych na zamówienie podmiotów o celach komercyjnych, nie wyklucza przecież różnorodnych konfiguracji, nie tylko estetycznych, ale też odnoszących się do postaw muralistów, zarówno wyrażanych *explicite*, jak i metaforycznie.

Jeżeli jednak przystaniemy na diagnozę Banasiaka, który sądzi, że nurt projektowy w powszechnej świadomości utożsamiany jest ze street artem w ogóle, a przez to nadreprezentowany w popularnym dyskursie o sztuce, to znajdziemy sporo przykładów na jej potwierdzenie. Dostarczy ich wymiar ilościowy: *stricte* komercyjnych murali lub zleconych w celu wykorzystania ich czysto estetyzującej funkcji jest po prostu najwięcej. Na płaszczyźnie jakościowej natomiast, tu rozumianej nie tylko jako techniczna doskonałość, ale też atrakcyjność uzyskiwana dzięki określonym motywom, korespondującym z aktualnymi modami lub popularnymi elementami popkulturowego uniwersum, również mamy do czynienia z pewną przewagą nad innymi nurtami, rzeczywistymi lub potencjalnymi. Trzecia z zaproponowanych tendencji, artystyczna, która ma wyróżniać się największą autorefleksyjnością i heterogenicznością, a także oscylowaniem między językami street artu i sztuki galeryjnej oraz największym przywiązaniem do kulturowego znaczenia sztuki, rodzi istotne kontrowersje, jeśli myślimy o jej autonomii. Nie na tym z pewnością polegać ma jej sens, lecz eksplikacja autora rozważanego tu trójpodziału sztuki ulicy pod pewnymi względami pozwala lokować ją blisko idei sztuki dla sztuki. W opisie nurtu artystycznego podkreślona została bardzo wyraźnie jego ponowoczesna specyfika, z którą ów klasyczny model może być zarówno kompatybilny, jak i sprzeczny. Przypomnijmy tylko na marginesie stanowisko Waltera Benjamina, który w jednym ze swych najświetniejszych esejów traktował ideę *l'art pour l'art* jako element teologii sztuki – refleksji ukierunkowanej do wewnątrz, odrzucającej społeczne zaangażowanie¹⁰. Dla sztuki muralistycznej tego rodzaju izolacja wydaje się czymś wręcz niemożliwym, ponieważ stoi w sprzeczności z podstawowymi założeniami street artu, rozumianymi nie jako koherentny program, ale zbiór wartości dla tego nurtu najważniejszych. Wśród nich wchodzenie w dialog z rzeczywistością społeczną i opatrywanie jej oryginalnym komentarzem zajmują miejsce szczególne, co nie oznacza wcale, że wyrazista polityczność stanowi warunek niezbędny. I chociaż autoteliczność polskiego street artu na przykładzie murali jest zauważalna, jednoznaczne utożsamienie jej z artystowską ironią i podkreślaniem przynależności do artystycznego *milieu* byłoby błędem. Elementy nurtu artystycznego odnajdziemy więc w wielu, często dalekich od siebie postawach i drogach twórczych.

Systematyzowanie murali ze względu na ich tematykę, sposób i czas wykonania lub rozmaite konteksty jest jedną z możliwości opowiadania o nich, choć prawdopodobnie nie najlepiej służy uchwyceniu ich aktualnego znaczenia. Skupiając się na tym, co widać i czego nie widać w wielkoformatowym malarstwie w przestrzeni publicznej, nie sposób pominąć zasygnalizowanego już ograniczonego zainteresowania twórców formułowaniem krytycznego przekazu o wydźwięku politycznym. Przyczyn takiego stanu rzeczy jest przynajmniej kilka, a do najważniejszych zaliczyć trzeba system finansowania kultury w Polsce, trendy w polityce kulturalnej (szczegól-

¹⁰ Ze względu na pominięcie w polskim przekładzie eseju Benjamina *Dzieło sztuki w dobie możliwości jego reprodukcji technicznej* autorstwa Janusza Sikorskiego fragmentu na temat omawianego zagadnienia korzystam z tłumaczenia na angielski dokonanego przez Harry'ego Zohna: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/benjamin.htm> (dostęp: 19.11.2015).

nie na poziomie lokalnym, samorządowym) oraz deideologizację znacznej części twórczości artystycznej w kraju, w istocie oznaczającą oddanie pola zasadom wpisanim w obowiązujący idiom polityczny. Zjawisko to stanowi również jeden z powodów nieobecności street artu w jego pierwotnym rozumieniu, a więc jako sztuki realizowanej poza kontrolą i wpływem instytucji, podważającej pewne normy i na różne sposoby krytycznej w stosunku do świata społecznego. Choć wiele jest w przestrzeni polskich miast przykładów murali, a w szczególności graffiti, przekazujących treści o charakterze subkulturowym, a nawet – przynajmniej w zamierzeniu ich twórców – zmierzających w kierunku kontrkulturowym, odtwarzają one idee konserwatywne i nacjonalistyczne. Nie pojawia się w nich na ogół krytyka systemu wolnorynkowego, neoliberalnego kapitalizmu ani innych zagadnień ekonomicznych czy też zinstytucjonalizowanej religijności. Najczęściej nie są one również obecne w dziełach nieodwołujących się do treści historyczno-patriotycznych. W istocie z postulowanym przez Banasiaka alterglobalizmem, jako wyróżnikiem jednego z nurtów, powiązać można zaledwie pojedyncze prace. W dodatku niektóre z nich to dzieła artystów zagranicznych, „wizytujących” i tworzących obrazy w różnych krajach. Tak jest w wypadku słynnego włoskiego Blu, którego murale można oglądać w całej Europie, obu Amerykach i na Zachodnim Brzegu. Jego wielkich rozmiarów praca zrealizowana na ścianie budynku przy ulicy Siennej w Warszawie przedstawia żołnierzy marionetki, a na ich mundurach widnieją symbole amerykańskiego dolara i euro, również w wersji połączonej z sierpem i młotem. Żołnierze są ślepi, bowiem na ich oczy nachodzą hełmy, co razem z linami, na których są podwieszani, symbolizuje niesamodzielność – są tylko narzędziami służącymi realizacji czyichś zamierzeń. Mural ten z jednej strony stanowi krytyczny komentarz do globalnych związków militarystyki i kapitału, z drugiej można go odczytywać, jako wypowiedź dotyczącą Warszawy, historycznie naznaczonej wojną i będącej miejscem starcia interesów ekonomiczno-politycznych.

Przywołany wyżej dystans wobec ideologii i krytyki zorientowanej na sprawy ekonomiczno-społeczne jest niewątpliwie tendencją zauważalną, lecz posiadającą wiele niezwykle ważnych i wymownych wyjątków. Dlatego błędem byłoby określanie twórczości polskich muralistów jako całkowicie abstrahującej od tej problematyki, czego dowodem są choćby znane prace Petera Fussa czy artystów prezentujących swe murale podczas ostatniej edycji Katowice Street Art Festival (zostaną one omówione dalej). Na uwagę zasługują także pojedyncze obrazy poruszające tematy okołoreligijne, a dokładniej rolę kościoła katolickiego. Interesującym przykładem jest tu mural Michała Frydrycha na ścianie warszawskiego gimnazjum noszącego imię Jana Pawła II. Obraz przedstawia bezgłową sylwetkę papieża, który wykonuje gest przypominający udzielanie komunii innej postaci, otaczanej przez figury mogące kojarzyć się z psychodelią lat sześćdziesiątych. Obfitująca w niedopowiedzenia praca wzbudziła kontrowersje wśród nauczycieli i innych członków szkolnej społeczności, którzy dostrzegli w niej aluzje o charakterze seksualnym lub obrazoburcze podteksty. Gra z wizerunkiem Jana Pawła II i jego społecznym znaczeniem może być odczytywana na wiele sposobów, co pozostaje w zgodzie z intencją Frydrycha. Na swojej stronie internetowej artysta wyjaśnia: „Miejsce Papieża Polaka w panteonie narodowych (super)bohaterów jest bezpieczne, zapragnąłem więc przeobrazić jego wizerunek w taki sposób, by mógł zaistnieć także na innych płaszczyznach wyobraźni, zbiorowej, jak i indywidualnej. Jego uaktualniona wersja, już jako *Niezwyciężony*, ujawnia prawdę, którą mogłaby ukazać światu osoba pokroju Siostry Faustyny. Jan Paweł II włada supermocą pod postacią

tryskających z oczu promieni Prawdy. Tego, co dzieje się poza obrazem, możemy się tylko domyślać, lecz pozostawione przez Papieża Polaka wskazówki sugerują, że za ich pomocą rozprawia się z cywilizacją śmierci, która oczywiście promieniami Prawdy nie dysponuje”¹¹.

Bunt (nie)obecny i zwycięstwo pamięci

Ślady streetartowego „dziedzictwa” w dzisiejszych muralach pojawiają się zatem głównie na płaszczyźnie stylistycznej. Klasyczne, ograne i zakorzenione w wąskim i zachowawczym rozumieniu sztuki pozagaleryjnej pytanie dotyczące graffiti, wlepek, czy szablonów – sztuka czy wandalizm? – wydaje się w kontekście wielkich malowideł na miejskich ścianach zupełnie niezasadne. Niezalegalizowane interwencje artystyczne w miejską przestrzeń w formie murali, realizowane bez konsultacji z odpowiednimi instytucjami oraz bez wsparcia materialnego z ich strony, zdarzają się dość rzadko. Profesjonalizacja i włączanie twórczości muralistycznej w ramy oficjalnej polityki kulturalnej musi znacząco oddziaływać na postawy artystów. Niekoniecznie wiąże się to jednak z ewolucją postawy twórców od antysystemowego radykalizmu do konformizmu. Wśród polskich muralistów większość stanowią bowiem osoby z wykształceniem artystycznym, które wcześniej nie zajmowały się kontestacją dającą się przyporządkować do sfery street artu. Liczna grupa praktykowała co prawda graffiti, co samo w sobie nie oznacza jednak jeszcze uprawiania krytyki poprzez sztukę.

W przeciwieństwie do dyskursu krytycznego dotyczącego aktualnych problemów polityczno-społecznych zdecydowaną popularnością cieszy się sfera pamięci, a dokładniej: upamiętniania postaci i wydarzeń historycznych. Z jednej strony tendencja ta związana jest z zapotrzebowaniem instytucji publicznych, a w wielu wypadkach także społeczności lokalnych, na prace poruszające te kwestie, z drugiej natomiast sami artyści interesują się kommemoratywnymi przekazami. Instytucjonalno-społeczna mobilizacja dotycząca polityki historycznej, którą obserwujemy od dłuższego czasu, spowodowała ogromny wzrost zainteresowania sposobami reprezentacji pamięci poprzez kulturę popularną. Dynamiczny rozwój tego trendu łączy się z otwarciem w 2004 roku Muzeum Powstania Warszawskiego, a szerzej: z boomem na historię w wersji pop. Przedsięwzięcia wpisujące się w ten fenomen przynajmniej od kilkunastu już lat realizowane są zarówno przez podmioty oficjalnie odpowiedzialne za dostarczanie usług kulturalnych, jak i w ramach oddolnych inicjatyw różnych środowisk społecznych. Symbol Polski Walczącej stał się więc popularnym motywem i pojawia się na muralach, w pracach graffitiarskich, a także na odzieży sportowej i niezliczonych gadżetach. Trudno powiedzieć, ile łącznie znajduje się obecnie w Warszawie murali stworzonych „oficjalnie” oraz tych zrealizowanych nie pod auspicjami miejskich lub narodowych instytucji, choćby spontanicznie przez grupy kibicowskie lub na ich zlecenie. Murale te powstawały w różnych latach, wspólnym mianownikiem jest ich wymowa martyrologiczna, lecz podejmują one różne konteksty zrywu zbrojnego przeciw niemieckim okupantom z 1944 roku. Sama grupa Warsaw FanaticS (WFS), związana ze społecznością kibiców Legii Warszawa, zrealizowała w stolicy kilka murali o tematyce powstańczej (oraz zapewne znacznie więcej graffiti). Wspomniane muzeum udostępnia artystom Mur Sztuki, na którym powstały dzieła utrzymane w innej stylistyce. Murale kultywujące pamięć o powstaniu można zresztą zobaczyć w niemal całej Warszawie. Rosnącą popularnością cieszy się także

¹¹ <http://michalfrydrych.com/tag/mural/> (dostęp: 14.11.2015).

tematyka martyrologiczna dotycząca tzw. żołnierzy wyklętych. Choć łatwo byłoby zaklasyfikować to zjawisko jako efekt zwrotu konserwatywnego czy po prostu nasilenia wpływu tradycjonalizmu i nacjonalizmu w polskiej kulturze lub wojny kulturowej o miejsce określonych narracji historycznych, należy uwzględnić szerszy wymiar tej kwestii. Jest nim europejska *Erinnerungskultur*, czyli specyficzna konstelacja praktyk upamiętniania, ich interpretacji i reprezentowania przeszłości. Podstawą interdyscyplinarnej dyskusji o kulturze pamięci stały się przede wszystkim zagłada Żydów, nazizm, komunizm, przemoc wojenna, a w dalszej kolejności inne konstytutywne dla europejskiej ponowoczesności niezwykle trudne fragmenty dziedzictwa historycznego¹². Jej ekstensją, a jednocześnie materia, którą żywi się dyskurs akademicki, stały się podążające w bardzo różnych kierunkach popkulturowe formy podejmowania kwestii pamięci. Niesprawiedliwością byłoby jednak opisywanie nurtu upamiętniającego w sztuce muralistycznej jako całkowicie zawłaszczonego przez upolityczniony dyskurs martyrologiczny. Przykładem innego podejścia są realizacje warszawskiego duetu XOLOR na Muranowie, dzielnicy symbolizującej zagładę Żydów. Kulturowanie pamięci miejsca dokonywane jest tu przede wszystkim za pomocą sugestywnego użycia symbolu i koloru oraz odwołania do mniej eksponowanych w tematyce murali lub zapośredniczonych przez świadectwa historyczne wątków, jak choćby powstańcze dzieje kobiet, żydowskich artystek i intelektualistek. Koncentracja upamiętniających murali na Muranowie zaowocowała powstaniem swego rodzaju lokalnej opowieści i wydaje się zapewniać temu obejmującemu fragmenty dwóch warszawskich dzielnic pewien nowy wymiar rozpoznawalności. Jednak w przestrzeni Muranowa znajduje się lub znajdowało także wiele innych wielkoformatowych malowideł, w tym do niedawna *Monkey Business* autorstwa Etam Cru (ślepa ściana kamienicy została już zabudowana) i operujący nieco jowialną, nawiązującą do „baśniowej” stylistyki konwencją wizualną mural duetu Niebieski Robi Kreski i Lis Kula, poświęcony głównie ludziom kultury związanym z ulicą Leszno, by wymienić tylko dwa najbardziej znane. Rozwijanie tożsamości miejsca przez tworzenie skupiska murali z punktu widzenia instytucji kultury posiada ewidentne zalety. Pozwala na realizację efektownych projektów artystycznych w przestrzeni publicznej, którym często towarzyszą przedsięwzięcia o charakterze animacyjnym. Jednakże znaczna liczba wielkoformatowych malowideł na stosunkowo małym obszarze skłania do zastanowienia się nad ich funkcją. W opisywanym wypadku wydaje się, że zaczynają przeważać cele promocyjne – kształtowanie atrakcyjności miejsca dla osób je odwiedzających. Jest to, oczywiście, istotna wartość, lecz w dłuższym okresie może prowadzić do spłykania treści powstających dzieł i w pewnym sensie masowej „produkcji”, odrywającej sztukę od głębszego kontekstu społecznego.

Popularność kommemoratywnych murali generowana jest w dużej mierze przez wspomnianych wcześniej „nadawców”, lecz artyści profesjonalni nie przejawiają zauważalnej skłonności do opracowywania radykalnych kontrpropozycji. Można stwierdzić, że polskie murale stanowią istotny element mody na popularne przetworzenia i reprezentacje pamięci historycznej. Ta ostatnia jawi się więc jako konsekwencja debaty o europejskiej tożsamości, o jej stosunku do innych kultur, o napięciu między ideą państwa narodowego a projektami federalistycznymi, itd. Pomimo swej złożoności stwarza ona okazję do formułowania prostych sądów na temat toczących się sporów i lokowania ich na osi „my-oni”. Studia nad pamięcią stanowią niezwykle dy-

¹² Na ten temat zob. np. K. Kończal (red.), *(Kon)teksty pamięci. Antologia*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014; M. Saryusz-Wolska, R. Traba (red.), *Modi Memorandi. Leksykon kultury pamięci*, Scholar, Warszawa 2014.

namicznie rozbudowujący się nurt humanistyki, w ciekawy i nowatorski sposób rozwijany w odniesieniu do historii lokalnych czy stosunków międzykulturowych. Swoista presumpcja demokratyczna, która wielu intelektualistom pozwoliła postrzegać ponowoczesny ład jako rugujący z przestrzeni publicznej wielkie konflikty na tle tożsamościowym, w dużej mierze bazowała na odejściu od konserwatywnej wizji skrajnie zdyscyplinowanego przemysłu wiedzy i na otwarciu się filozofii. Dzisiejsza kondycja omawianego projektu uwidacznia przede wszystkim jedną sprawę o kluczowym znaczeniu: wstrząsy wywołane kryzysem ekonomicznym i społecznym przetrwał skorodowany paradygmat ekonomiczny, a nie idea kulturowej wspólnoty refleksyjnej, choć wieszczenie jej rychłej śmierci wydaje się przesadą.

Między podporządkowaniem marketingowi a refleksją polityczną

Bez wątplenia, podmiotem, który w bliskiej przyszłości będzie przechodził metamorfozy, czy to wywołane intensyfikacją jedynych akceptowalnych dla ortodoksji wolnorynkowej zasad ekstrakcji wartości, czy to w wyniku związanych z tymi pierwszymi wojen kulturowych, będzie wspólnota społeczna. Niezależnie od stopnia jej wewnętrznego zintegrowania, stoi ona w obliczu istotnych wstrząsów, których perspektywa podaje w wątpliwość spostrzeżenia Nicolausa Bourriauda na temat sztuki w przestrzeni miejskiej, której sensem ma być spotkanie wielu modalności społecznych. Francuski teoretyk pisze w odniesieniu do historii sztuki współczesnej: „O ile dzieło sztuki w przestrzeni miejskiej przez długi czas stanowiło symbol senioralnego bogactwa (rozmiary dzieł i mieszkań odróżniały ich właścicieli od pozostałych mieszkańców), o tyle przeobrażanie się funkcji dzieł i sposobu ich prezentowania stanowi świadectwo urbanizacji krzyżującej się z doświadczeniem artystycznym. Na naszych oczach rozpada się fałszywie arystokratyczna koncepcja posiadania dzieła sztuki, związana z wrażeniem podbijania terytorium. Innymi słowy, nie można już dłużej traktować dzieła sztuki jako przestrzeni do przebycia («obieg właścicieli» ma cechy podobne do obiegu kolekcjonerskiego). Odtąd jawi się ono jako pewna trwałość, której należy doświadczyć – jako wstęp do niedającej się ukończyć dyskusji. Miasto umożliwiło i upowszechniło doświadczenie bliskości. Jest namacalnym symbolem i historyczną ramą stanu wspólnotowości”¹³.

Choć w przytoczonej wypowiedzi Bourriauda znajdziemy wiele ważnych konstatacji na temat związków miast ze sztuką, ich przemian, a także *implicite* wyraz demokratycznych aspiracji ponowoczesnego projektu, problem „arystokratycznego” posiadania przestrzeni zdaje się dziś nie tracić na aktualności i powraca w różnych formach. Natomiast „spotkanie” ma stanowić oficjalnie wspieraną wartość wyłącznie w ściśle określonych ramach, przy utrzymaniu hierarchicznych relacji i inności w wersji *light*, sytuującej się gdzieś między etnograficzną ciekawostką a figurą unizonego sługi. Położenie sztuki i obywatelskiej krytyki wobec instytucji publicznych i prywatnych w Polsce przywodzi na myśl rozmaite wyróżnione przez Halla warianty wielokulturowości, a więc sytuacji społecznej, w której różnorodność jest postrzegana i dyscyplinowana w określony sposób. Krzyżują się tu więc: wielokulturowość liberalna, napędzana ideą integracji mniejszości do „głównego nurtu” społeczeństwa za pomocą powszechnego obywatelstwa i tolerująca różnicujące praktyki kulturowe jedynie w sferze prywatnej; komercyjna, postulująca ekonomistyczne podejście do różnicy – wykorzystanie jej potencjału do tworzenia oferty ryn-

13 N. Bourriaud, *Estetyka relacyjna*, tłum. Ł. Białkowski, MOCAK, Kraków 2012, s. 43.

kowej ma rozpuszczać konflikty dzięki konsumpcji; wreszcie, korporacyjna, której celem, zarówno w wypadku podmiotów publicznych, jak prywatnych, jest „zarządzanie» różnicami kulturowymi mniejszości w służbie interesów «centrum»”¹⁴. Wielogłosowość świata staje się więc powszechnie docenianą materią dla ekspresji twórczej, lecz sposoby jej wykorzystywania przez nadawców oraz samych twórców mogą odznaczać się wyraźnie zachowawczą wymową polityczną lub abstrahowaniem od polityki w ogóle. Wyłaniają się więc dogodne warunki dla konsensu wokół rozumienia przestrzeni miejskiej jako terenu, który winna zagospodarować „logika projektowa” w wersji neoliberalnej. W takiej sytuacji wszystkie strony społecznego procesu kształtowania przestrzeni zdają się przystawać na opisany przez Moore charakter miejskich wyzwań, zdefiniowany na tej ideologicznej płaszczyźnie: „Centralnym zagadnieniem tego nowego podejścia do zarządzania miastem został marketing miejsca, skutkujący włączeniem specjalistów od marketingu i zewnętrznych konsultantów w proces rewitalizacji. Promocja miasta stała się intensywnym ćwiczeniem PR-owym, wraz z rozwojem «odpowiedniego wizerunku», służącego przyciągnięciu «odpowiedniego typu ludzi» o nadrzędnym znaczeniu. Z łatwością można dowieść, że zrozumienie wagi tworzenia lub przebudowy wizerunku jest kluczem do rozwoju i zarządzania miastem w XXI wieku, ponieważ podlega dziś ono, podobnie jak każdy inny towar, mechanizmom urynkowania i sprzedaży”¹⁵.

Jakkolwiek trywialnie brzmiałaby w 2015 roku konstatacja irlandzkiej badaczki, na poziomie praktyki zarządczej, czyli w sferze kreowania postaw dostawców usług, a takimi są przecież zamawiane realizacje artystyczne, nadawanie kategorii promocyjnej atrakcyjności zasadniczego znaczenia jest powszechne. Liberalno-marketingowa różnorodność kulturowa, rozumiana jako możliwość korzystania z bogactwa wielości tradycji, wzorów i gustów dla realizacji stosunkowo prostych i krótkoterminowych, lecz obarczonych ogromną presją ekonomiczną celów, stwarza ramy dla wsparcia sztuki muralistycznej w Polsce. Na obrzeżach tego systemu, a także w opozycji do niego, powstają dzieła często bardzo od siebie odmienne, lecz ich twórcy wydają się pozostawać pod wyraźnym wpływem tendencji w obrębie „oficjalnej” sceny. Istnieje jednak kilka ciekawych wyjątków. Wśród nich na uwagę zasługują działania dwóch artystów reprezentujących bardzo odmienne stanowiska polityczne. Element wspólny zainteresowań Simpsona i Łukasza Surowca stanowią polityka i przejawianie się polityczności w codzienności. O muralach Simpsona nie sposób mówić bez odniesienia do publikowanych na jego blogu wyjaśnień i komentarzy do własnej twórczości. Dbałość o dokładne wyłożenie przesłania danego muralu związana jest w jego wypadku z ideologiczną pryncypialnością – artysta deklaruje się jako libertarianin. Choć libertarianizm stanowi szeroką panoramę koncepcji i rozwiązań politycznych, jego fundamentem jest skrajny woluntaryzm, gloryfikacja własności prywatnej i krytyka państwa, które jawi się adherentom tej filozofii jako najbardziej opresyjna ze struktur politycznych. Simpson manifestuje poglądy radykalnie wolnorynkowe, a więc pozostające w całkowitej zgodzie z interesami wielkiego i mniejszego kapitału, lecz akcentuje również poparcie dla całkowitej wolności jednostki w kwestiach obyczajowych i paradoksalnie niechęć do międzynarodowych korporacji. Libertarianizm, którego zwolennicy często pozostają związani z najbardziej dochodowymi i wpływowymi sektorami gospodarki, instytucjami lobbującymi na rzecz tych

14 S. Hall, *Conclusion: the Multi-cultural Question*, w: B. Hesse (red.), *Unsettled Multiculturalisms. Diasporas, Entanglements, Transruptions*, Zed Books, London–New York 2000, s. 210.

15 N. M. Moore, *Valorizing Urban Heritage? Redevelopment in a Changing City*, w: N. Moore, Y. Whelan (red.), *Heritage, Memory and the Politics of Identity. New Perspectives on the Cultural Landscape*, Ashgate, Aldershot–Burlington 2007, s. 97–98.

pierwszych, a także kultywującymi mit self-made mana, podstawową dla ich ideologii kwestię bezwzględnej wolności wydają się rozumieć przez pryzmat skrajnie uproszczonego kantyztu¹⁶ oraz ekstremalnie idealistycznej wizji woli ludzkiej. Ma ona bezwzględnie ciążyć ku obiektywnemu dobru, o ile tylko zapewni się jej odpowiednie warunki. O tych decydować ma zwłaszcza nieistnienie państwowej przemocy, biurokracji oraz tego, co reprezentujący przeciwny biegun doktrynalny Althusser nazwał ideologicznymi aparatami państwa¹⁷. Dla świadomego politycznie twórcy street artu operowanie libertariańskim przekazem pozwala wejść w ciekawą grę z estetycznymi i politycznymi konwencjami. Za przykład niech posłuży mural *Consumuj** w Mysiadle – utrzymana w charakterystycznej dla Simpsona stylistyce praca mogłaby zostać uznana za lewicowy manifest antykonsumpcyjny, lecz zamieszczony na blogu artysty komentarz wraz z dokumentacją fotograficzną, przedstawiającą zasłaniające jego dzieło płachty reklamowe, dowodzi innej wymowy. Problem konsumpcji wiąże Simpson z interwencjonizmem państwowym i stanowiskiem ekonomicznym Johna Maynarda Keynesa, które mają stanowić bezpośrednią przyczynę nadmiernego zadłużania się społeczeństwa i nieracjonalnego wydawania pieniędzy¹⁸. Inny mural omawianego twórcy, *Kręcone lody*, umieszczony na ścianie budynku na warszawskiej Ochocie, został na polecenie władz samorządowych, a więc reprezentujących odrzucane przez autora państwo, zamalowany w związku z jego statusem prawnym.

Łukasz Surowiec zrealizował w 2015 roku na ścianie familoka na katowickim Załężu głośny mural, stanowiący wielkoformatowe odwzorowanie rysunku sześciolatniej Zosi Tadiś-Hubki, córki górnik z zagrożonej likwidacją Kopalni Węgla Kamiennego „Sośnica-Makoszowy”. Artysta stwierdził, że w pracy dziewczynki poruszyło go zderzenie emocji: uśmiechu i łez jednocześnie pojawiających się na twarzach górników, choć autorka wyjaśniła w prasowym wywiadzie: „Dziadek i tata pracują w kopalni i nie chcą, żeby ją zamknęli, dlatego płaczą. Uśmiechają się, bo mi się pomyliło”¹⁹. Najmocniejszym elementem muralu Surowca pozostaje jednak sama jego koncepcja – przeniesienie obserwacji i uczuć dziecka uwikłanego w wielką ekonomiczno-polityczną rozgrywkę do wielkiego formatu. To powiększenie należy rozumieć zarówno metaforycznie, jak i dosłownie: rysunek Zosi Tadiś-Hubki zyskał potężne rozmiary, stając się dyskutowanym w całym kraju komunikatem o dramatycznych perspektywach śląskich rodzin i całej społeczności lokalnej wyrosłej na przemyśle wydobywania węgla. Choć wykorzystanie dziecięcej wrażliwości bywa taktyką artystycznej demagogii, w tym wypadku nie może być o tym mowy. Surowiec zrealizował swój projekt w ramach tegorocznej edycji Katowice Street Art Festival, której tematem było „Miasto w kryzysie”. Mural powstał na fali mobilizacji społecznej, na którą złożyły się strajki, demonstracje i publiczna debata wokół przyszłości śląskich kopalń, odnawialnych źródeł energii i losów wspólnoty w wymagającej radykalnej metamorfozy lokalnej strukturze gospodarczej. Warto przytoczyć dłuższy fragment tekstu przewodniego kuratora imprezy Michała Kubieńca: „Żyjemy w czasach fascynacji miastem i miejskością. Celebруем je i odmieniamy przez wszystkie przypadki. Moda na miejskość dotarła również do nas. Pojawiły się ruchy miejskie, lokalni aktywiści czy hipsterzy ze swoimi placykami. Chcemy jeździć rowe-

16 Należy poczynić tu ważne zastrzeżenie: jedna z najbardziej znanych i wpływowych teoretyczek libertarianizmu (choć sformułowaną przez siebie doktrynę obiektywizmu odróżniała zdecydowanie od libertariańskiej), pisarka i aktorka Ayn Rand, miała do Immanuela Kanta wręcz wrogi stosunek.

17 L. Althusser, *Ideologie i ideologiczne aparaty państwa*, tłum. A. Staroń: <http://www.nowakrytyka.pl/spip.php?article374> (dostęp: 20.11.2015)

18 <http://www.simpson00.com/blog/mysiadlo-okupacja/> (dostęp: 21.11.2015).

19 http://katowice.wyborcza.pl/katowice/1,35063,18180057,Mural_z_gornikami_robi_furore__a_autorka_komentuje_.html#ixzz3sG9n97vB (dostęp: 21.11.2015).

rami, spotykać się w eko-kawiarniach i współtworzyć przyjazną przestrzeń dookoła. Chcemy przyjemnie żyć, korzystając z uroków życia w mieście. I wszystko to może być ważnym elementem całości. I wszystko to może mieć pozytywną wartość. Gdyby tylko ta całość, jaką jest miasto, nie była w kryzysie. Gdyby tylko miała jeszcze jakiś sens. Jak twierdzi Krzysztof Nawrotek: «(...) miasto to jedno wielkie kłamstwo. Bo wcale nie jest już potrzebne — to nie ono współcześnie jest głównym ośrodkiem produkcji przemysłowej, a odkąd mamy internet, to nie tu powstają języki i kody kultury». Miasto stało się miejscem przepływu kapitału, który coraz trudniej kontrolować. To nie ono produkuje, wytwarza i gromadzi kapitał, również społeczny i polityczny. Straciło swoją podmiotowość, oddając władzę w ręce deweloperów i wielkich korporacji, stając się przy okazji przestrzenią skomercjalizowaną i sprywatyzowaną. Przestrzeń publiczna nie ma już znaczenia. Związek miasta z jego mieszkańcami został poważnie zachwiany i ogranicza się tylko i wyłącznie do konsumpcji. Miasto nie jest już wspólnotą swoich mieszkańców. Jest tylko zlepkiem ich indywidualnych interesów. Jego społeczny i polityczny wymiar uległ degradacji²⁰.

Katowice Street Art Festival stanowi jeden z nielicznych przykładów zorganizowanej w porozumieniu z instytucjami publicznymi i przy ich wsparciu materialnym szerokiej prezentacji sztuki w przestrzeni publicznej, formułujących bezkompromisowy przypis do negatywnych zjawisk w miejskiej współczesności. Mural nie jest jedynym medium wykorzystywanym podczas imprezy, jednak wielkoformatowe malowidła ściennie stały się jego wizytówką. W 2015 roku wzięło w katowickim festiwalu udział także dwoje innych polskich twórców, dla których komentarz społeczny jest podstawowym narzędziem w pracy artystycznej: Coxie i Mariusz Libel, czyli jeden z założycieli grupy Twożywo (doskonale rozpoznawalne streetartowe realizacje Twożywa to kamień milowy w dziejach murali w naszym kraju). Coxie posługuje się poetyką modnych ilustracji czy szatą graficzną pism lifestylowych (nasycone, przyciągające wzrok kolory, niekiedy oniryczna atmosfera lub absurd). Używając zakorzenionych w medialnej ikonosferze symboli, artystka snuje opowieść o wyraźnie feministycznym przekazie i dekonstruuje stereotypową „dziewczęcość” wspomnianej konwencji estetycznej. Libel z kolei, podobnie jak w czasach Twożywa, chętnie wykorzystuje hybrydy wizualno-językowe oraz wielowymiarowy potencjał słowa jako medium. Wśród stworzonych lub współtworzonych przez niego murali znajdziemy i takie, które każą tego artystę umieścić w relatywnie wąskiej grupie muralistów krytykujących kapitalizm. Libel, występując pod pseudonimem „Surdabs”, umieścił tego rodzaju pracę (*Kwadrat wiecznego debetu*) w warszawskiej Galerii Tybetańskiej. Prezentowane tam prace, podobnie jak namalowane w kilku pobliskich punktach warszawskiej Woli murale operujące bezpośrednim przekazem dotyczącym uzależnień, namawiające do korespondencji z więźniami lub mające rozwijać empatię w stosunku do osób niepełnosprawnych, również są społecznie zaangażowane. Jednak od wcześniej wspomnianych odróżnia je zdecydowanie to, że odwołują się do powinności obywatelskich lub podstawowych ludzkich emocji, bez dyskursywnego zniuansowania.

Najprawdopodobniej najbardziej znanym polskim autorem murali konsekwentnie podążającym w poprzek dominujących tendencji jest operujący wyraźnie antysystemowym przekazem Peter Fuss, pochodzący z Trójmiasta. Choć wykonane przez niego murale prawdopodobnie nie są tak emblematyczne dla jego strategii ideowych i twórczych, jak *ad busting* (głównie w postaci umieszczania swych prac na billboardach i innych powierzchniach zajętych przez plakaty

20 M. Kubieniec, *Miasto w kryzysie*, <http://katowicestreetartfestival.pl/festiwal/> (dostęp: 18.11.2015).

reklamowe), to takie prace jak *Don't think*, namalowana w ramach Katowice Street Art Festival w 2013 roku, lub *Look Where Is Your Empire Today*, znajdująca się na ścianie częściowo zatopionego, zniszczonego bunkra na gdyńskim Orłowie, dobrze ilustrują nastawienie tego artysty. Piotr Zańko umieszcza Fussa wśród twórców posługujących się „prowokacją kulturową”²¹. Określenie to jawi się jako całkowicie adekwatne do podejmowanych przez Fussa tematów, zazwyczaj nieobecnych w dyskursie publicznym lub prezentowanych wyłącznie przez pryzmat narracji dominujących, jak historia relacji polsko-żydowskich, konflikt izraelsko-palestyński, globalizacja czy stanowisko kościoła wobec ważnych problemów społecznych. Fuss należy też do szerokiego grona twórców wykorzystujących słowo jako jedno z głównych narzędzi. Do tej grupy należy znaczna część artystów wspomnianych w niniejszym eseju, lecz w wypadku Fussa słowo stanowi składnik decydujący o treści prac. Festiwal w Katowicach stał się zresztą okazją do stworzenia przynajmniej kilku murali eksponujących słowo, koncentrujących się na jego oddziaływaniu nie tylko poprzez treść, ale i efekt wizualny, jak w wypadku *Think* autorstwa SpY. Sugestia czy wręcz rozkaz skierowany do odbiorcy podkreślany jest przez masowość murali i bezkompromisowe wkraczanie w przestrzeń ulicy Krakowskiej.

Dbłość o komfort wspólnoty

W stosunku do murali pojawiających się w Katowicach i Górnośląskim Okręgu Przemysłowym w ramach Katowice Street Art Festival zupełnie odmienne projekty symbolicznego nasycenia przestrzeni stanowią estetyzujące murale, masowo realizowane w Łodzi, oraz Kolekcja Malarstwa Monumentalnego na gdańskiej Zaspie. W raporcie na temat łódzkich dzieł, zatytułowanym *2015 Projekt Off Galeria – Dialogi wokół murali*, zrelacjonowano dyskusje, które udowadniają, jak silnemu dyscyplinowaniu podlega sztuka muralistyczna, gdy sprawdza się jako instrument polityki kulturalnej i stosunkowo łatwy środek komunikacji z mieszkańcami w ramach działań animacyjnych. Stworzono nawet katalog cech muralu idealnego, do których zalicza się: odpowiedni podkład w postaci ładnej, specjalnie przygotowanej ściany, wielobarwność, zdolność do przykuwania uwagi, realistyczny, zrozumiały motyw, o pozytywnym przekazie²². Właściwości te mają decydować o poczuciu własności pracy u wspólnoty lokalnej. Przypomnijmy, że w projekcie w łódzkiej dzielnicy Polesie chodzi o odtwarzanie (i przetwarzanie) na ścianach obrazów znajdujących się w zbiorach Muzeum Miasta Łodzi. Tego rodzaju gra z dziedzictwem artystycznym, choć może prowadzić do bardzo interesujących rezultatów, wydaje się jednak typowym przejawem ogólnie realizowanej strategii, w której sam akt wyrażania opinii przez mieszkańców traktowany jest jako zamówienie na realizację usługi artystycznej. Pomimo zastosowania form warsztatowych i bliskiego kontaktu z odbiorcami murali, które mają stać się integralnymi elementami codziennego otoczenia, podejmuje się najprostszy możliwy wybór. Jest nim połączenie dydaktycznego przekazu, skierowanego w stronę społeczności, i działania, które nie narusza jej strefy komfortu, nie uruchamia głębszej refleksji. Zarzut ten można łatwo odeprzeć, przypominając rolę określonych instytucji kultury, a także fakt, że zadaniem sztuki w przestrzeni publicznej nie musi, a być może nawet w zdecydowanej większości przypadków nie powinien być atak na odbiorcę. Jednakże między atakiem a czystym estetyzmem, obudo-

21 P. Zańko, „Zabijemy was słowami”. *Prowokacja kulturowa w przestrzeni miejskiej i w internecie*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012, s. 97–102.

22 E. Jagiełło, N. Modnicka, *2015 Projekt Off Galeria – Dialogi wokół murali*, Fundacja Urban Forms, Łódź 2015.

wanym stosownym przekazem urzędniczym, istnieje jeszcze sporo miejsca. Również pozytywny odbiór powstających treści nie powinien rozleniwiać podmiotów kreujących politykę kulturalną. Choć Off Galeria stanowi tylko jeden z przykładów łódzkiej mody na murale, wpisuje się ona w skłonność do traktowania muralu jako fasady służącej zakrywaniu tego, co „brzydkie” i zniszczone. Uzyskane w ten sposób pozytywne opinie, formułowane na fali zbiorowego entuzjazmu z powodu nowości: świeżego muralu, są niezwykle ważne. Jednak największy potencjał wspólnototwórczy w kontekście sztuki w przestrzeni publicznej w mieście pełnym nierówności, ścierających się strategii modernizacyjnych oraz konfliktów politycznych, tkwi w dialogu sięgającym głębiej, często ryzykownym i nieprzynoszącym szybkich, jednoznacznych rezultatów.

Gdańska Zaspą jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych miejsc w Polsce, których wizerunek nierozzerwalnie łączy się z muralami. Tamtejsze monumentalne obrazy dały asumpt do pewnej profesjonalizacji lokalnego środowiska: wywodzący się z osiedli przewodnicy, Gdańska Szkoła Muralu (finansowana ze środków publicznych) i murale upamiętniające rozmaite rocznice historyczne oraz inne ważne wydarzenia stworzyły specyficzną „muralową infrastrukturę miejsca”. Prezentowane tu dzieła pełnią przede wszystkim, choć nie wyłącznie, estetyzującą i kommemoratywną funkcję w przestrzeni publicznej i odznaczają się bardzo różną jakością estetyczną. Wokół Zaspą powstała jednak spójna opowieść, w której murale stanowią główny wątek. Skądinąd określenie „galeria zewnętrzna” dobrze oddaje charakter wypracowanego tu podejścia: sam obraz jest w jego centrum, a upodmiotowienie poprzez sztukę lub pobudzenie społecznej debaty schodzą na dalszy plan.

Od konformizmu ku alternatywie?

Uzasadnianie konformizmu twórców murali wyłącznie czynnikami ekonomicznymi, jak wspomnieliśmy na początku, nie jest całkowicie trafne. Ekonomia sztuki nie jest bowiem tożsama z rynkowym obrotem, a nadawcy dobrze rozumieją swoistość procesu wytwarzania wartości poprzez ofertę kulturalną, choć eksponują wyłącznie ten jej wymiar, który można ujmować w wartościach pieniężnych. Dave Beech zauważa, próbując przekroczyć dotychczasowe wykorzystywanie narzędzi ekonomicznych do analizy sfery sztuki, która według niego: „nie powinna być ograniczona do wielkiej lub nieudanej sztuki, tylko do sztuki na rynku lub w sektorze publicznym. Sztuka nie staje się ekonomiczna poprzez fakt, że jest sprzedawana (koszty wytworzenia czynią ją taką bez względu na sprzedaż) (...). Ekonomia sztuki nie powinna być zawężana do spotkania sztuki i pieniędzy, czy to w wersji wolnorynkowej, czy za pośrednictwem państwa, lecz musi uwzględniać całą wolną pracę wchodzącą w skład produkcji artystycznej, całą gamę sposobów konsumowania sztuki za darmo, wartości konkurujące z wartością ekonomiczną w sytuacji podejmowania decyzji w świecie sztuki, a także pejoratywne użycia terminów w rodzaju «komercyjny» lub «sprzedać się»”²³. Choć wielu badaczy proponuje teorię wartości sztuki wykraczającą poza metody opisywania jej przede wszystkim przez pryzmat kosztów, obiegu galeryjno-kolekcjonerskiego i znaczenia kanonu dla ustalania cen dzieł, Beech podejmuje wysiłek szczegółowego przeanalizowania relacji łączących sztukę z kapitałem, odwołując się do teorii ekscjepcjonalizmu ekonomicznego. Dowodzi on wyjątkowości eko-

23 D. Beech, *Art and Value. Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*, Brill, Leiden–Boston 2015, s. 24–25.

nomicznego profilu sztuki i aktywności twórczej, posługując się przy tym terminologią ekonomiczną i unikając spekulacji o publicystycznym rysie, dość często spotykanych w badaniach z zakresu ekonomii kultury. Beech wychodzi naprzeciw teoretykom, których krytyka stosunków między artystami i wykonywaną przez nich pracą a gospodarką kapitalistyczną sugeruje, że sztuka tworzona w odpowiednich warunkach, a więc gdy nie występuje presja ze strony – jak ich wcześniej nazwaliśmy – nadawców, jest wolna od czynników charakterystycznych dla kapitalistycznych relacji. Oznaczałoby to istnienie „stanu naturalnego”, w którym ekonomia „nie zniekształca” sztuki i funkcjonuje właściwie od niej niezależnie. Celem Beecha nie jest jednak rozprawa z domniemaną pierwotną „niewinnością” sztuki, lecz prześledzenie jej wewnętrznej ekonomiki. Tej nie określa wyłącznie zjawisko powszechnego utowarowienia, którym próbuje się niekiedy całościowo wyjaśniać położenie artystów i ich dokonań. Nie oznacza to również, że autor książki *Art and Value* zamierza dyskredytować sztukę i obnażać jej zinstytucjonalizowaną hipokryzję. W miejsce tak częstego, powierzchownego wartościowania o moralizatorskiej wymowie Beech usiłuje wprowadzić rzetelną analizę ekonomiczną procesów właściwych sferze sztuki i przeciwstawia się pojmowaniu ich jako odpowiedników zjawisk charakterystycznych dla ekonomii kultury. Stanowisko Beecha może pomóc zrozumieć wielowymiarowość źródeł obecnego stanu sztuki w Polsce, która w wielu wypadkach przybiera formę jakby konfekcjonowanej reprezentacji buntu, „alternatywy”, estetycznego „undergroundu” o zgoła antybuntowniczych celach. Sztuka odznacza się – przekonuje Beech – ekonomiczną wyjątkowością (*economic exceptionalism*), której początkiem i końcem nie jest przychodząca z zewnątrz komercjalizacja i podporządkowanie grze rynkowej. Równie ważną rolę odgrywa swoistość procesu twórczego wraz z jego kontekstami²⁴. Także te czynniki uczestniczą w wytwarzaniu specyficznej ekonomiki, a w połączeniu z kulturowym zapotrzebowaniem – wyraźnie artykułowanym także poprzez politykę kulturalną – przynoszą oznaki nowości i świeżości, zarówno na płaszczyźnie estetycznej, jak i na przykład w sferze reprezentacji historii, gdy utrwalają relacje w układzie instytucjonalno-rynkowym.

Za kompromisem artystycznym nie stoją ani wyłącznie motywacje zarobkowe, ani tylko światopoglądowe lub estetyczne wybory twórców. Polska sztuka muralistyczna jako zjawisko kulturowe stanowi odzwierciedlenie konglomeratu idei i zależności społecznych, które w odniesieniu do street artu oznaczają skonwencjonalizowanie oporu i wygładzenie debaty. Pozytywnie waloryzowana jest więc przede wszystkim nie „sztuka, która wzbudza niepokój”, by przytoczyć tytuł książki Andrzeja Turowskiego, ale ta dostarczająca ukojenia, również za pomocą języka uprzednio właściwego przekazom o innej wymowie. Wytwarzane przez instytucje publiczne, rynek i społeczeństwo obywatelskie reguły funkcjonowania sztuki w przestrzeni publicznej nie są dane raz na zawsze i od pewnego czasu możemy w Polsce obserwować ich dynamiczną ewolucję. Generalizujące spojrzenie na pojawiające się w Polsce murale skłania do stwierdzenia, że dominacja reklamy i upamiętniania na poziomie treści i formy sprawia, że „oswojona” odłona street artu dryfuje i zmierza na wody dalekie od strategii nie tyle awangardowych, co po prostu krytycznych. Techniczne i finansowe wymogi związane z realizacją murali pozornie czynią je łatwiej przechwytywalnymi dla „nadawców”. Jednak zdaje się to wynikać przede wszystkim z monumentalnej formy – dzięki niej tak rozpoznawalne są chociażby murale reklamowe Coca Coli, często sąsiadujące z pracami o innym charakterze, jak w Warszawie i Gdańsku. Wlepki,

24 Tamże.

szablony i instalacje w miejskiej przestrzeni oddalają się od „szczegółności”, którą wspomniany Turowski definiuje następująco: „Szczegółność rozumiana jako swoistość, ale nie swojskość, charakteryzuje sztukę zanurzoną w polityczności. Toteż w przeciwieństwie do tego, czego chcieliby niektórzy, nie jest ta sztuka z polityką tożsama. Nie chodzi jednak ani o artystyczną autonomię, ani polityczne zaangażowanie, lecz specyficzne miejsce w przestrzeni publicznej (heterotopia). Utopie i dystopie są miejscami bez rzeczywistej przestrzeni. Heterotopie pasyżujące na utopiach są próbą ich przestrzennej lokalizacji, wpisując przestrzeń w porządek mityczny lub polityczny, który wiąże przestrzeń z czasem i ludźmi. (...) Sztuka szczególna nie jest z polityką tożsama, ponieważ jest przerwą w ciągłości politycznego i artystycznego czasu, jest luką między realnością historycznego dokumentu a fikcją artystycznej wyobraźni (...) Nie dopuszcza, aby wyobraźnia polityczna realizowana w sztuce i rzeczywistość polityczna demokracji mówiły jednym głosem, jest zawsze rozdźwiękiem, rozziwem, pęknięciem pozytywności. Sztuka szczególna jest anarchicznym, a przez to politycznym wtrętem demokracji. (...) Sztuka szczególna nie rozwiąże problemów politycznych, lecz zanurzając się w polityczności konfliktów społecznych i historycznych, może – powtórzę – podważać racjonalizujące lub fałszywe odpowiedzi na współczesne pytania (o wojny, o biedę, o pochodzenie, o aspiracje, o sprawiedliwość, o marzenie, o prawo, o szczęście, itp.)”²⁵.

Propozycji znanego historyka sztuki nie należy traktować jako onnipotentnej, adekwatnej do wszelkich zadań, jakie mogą być wyznaczane sztuce w przestrzeni publicznej. Jednakże stopień ostrza krytycznego i częsta współbieżność tematyki z radykalnymi przedstawieniami polskiej historii sygnalizują ważne procesy, określające postawy artystów wobec rynku, sfery publicznej i polityczności. Może stanowić też pretekst do dyskusji nad zupełnie innymi rozwiązaniami.

25 A. Turowski, *Sztuka, która wznieca niepokój. Manifest artystyczno-polityczny sztuki szczególnej*, Książka i Prasa, Warszawa 2012, s. 44–45.

Analiza instytucjonalnych, finansowych i techniczno-prawnych aspektów funkcjonowania sztuki muralistycznej na podstawie wywiadów z urzędnikami i organizatorami

Niniejszy tekst stanowi analizę instytucjonalnych, finansowych i techniczno-prawnych aspektów funkcjonowania sztuki muralistycznej w Polsce. Jego podstawą były wywiady pogłębione. Analizie zostały poddane opinie przedstawicieli instytucji publicznych, którzy biorą udział w procesie decyzyjnym dotyczącym powstawania murali lub zarządzają środkami finansowymi przeznaczonymi na realizację tego rodzaju projektów (konserwatorzy, plastycy miejscy, pracownicy wydziałów/biur kultury); organizatorów – osób odpowiedzialnych za powstawanie murali (kuratorzy, koordynatorzy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, instytucji czy firm). Łącznie przeanalizowano dwadzieścia siedem wywiadów przeprowadzonych w siedmiu miastach (Gdańsk, Gdynia, Katowice, Łódź, Sopot, Warszawa i Wrocław). Materiał uzupełniony został informacjami na temat źródeł i sposobów finansowania działań muralistycznych w Polsce. Zostały one pozyskane z oficjalnych stron internetowych samorządów badanych miast, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz urzędów marszałkowskich. Były to głównie dokumenty strategiczne, wpływające na organizację przestrzeni publicznej, ogłoszenia o otwartych konkursach ofert i stypendiach. Przeanalizowano także strony instytucji i organizacji pozarządowych realizujących projekty muralistyczne, a także strony festiwalu odbywających się w badanych miastach. Wykorzystane w badaniu dane dotyczą okresu od 2014 do 2015 roku.

I. Postrzeganie roli muralu w przestrzeni miejskiej i lokalnej polityce kulturalnej przez urzędników

Wzrost popularności murali, który można zaobserwować w ostatnich latach, skłania do refleksji nad sposobem, w jaki ta dziedzina sztuki wpisuje się w lokalną politykę kulturalną w Polsce. Problemem jest jednak samo rozumienie tej ostatniej kategorii, co potwierdzają wypowiedzi osób objętych badaniem. Stosunek urzędników do polityki kulturalnej jest bardzo różny, niekiedy widać tu garść skrajnie sprzecznych opinii. W instytucjach publicznych, działających w oparciu o dokumenty strategiczne dedykowane rozwojowi szeroko rozumianej oferty kulturalnej, termin „polityka kulturalna” wydaje się rozumiany lepiej, w bardziej pogłębiony sposób. Jednak kompatybilność projektów muralistycznych z założeniami lokalnej polityki kulturalnej nie jest oczywista. W niektórych wypadkach odnotowujemy jej istnienie na podstawie intuicyjnego, subiektywnego odczytania specyfiki murali: *Murale jak najbardziej wpisują się w politykę kulturalną miasta, bo dla mnie wszystko to, co się, tak jak mówię, dzieje na zewnątrz, i to, co jest elementem takiej sztuki przestrzeni, a murale według mnie tak właśnie też funkcjonują, to też jest znakomity element takiego projektu właśnie na przestrzeń miejską [U 06 Ols].*

Inni urzędnicy upatrują zgodności murali z miejską polityką kulturalną w ich potencjale komunikacyjnym: *Murale są kanałem dialogu miasta z mieszkańcami, w dużej mierze wpływają na estetykę i tożsamość miasta, dlatego wpisują się w politykę kulturalną miasta jako jej ważny element* [U 01 Lit]. Pojawiają się również opinie bardzo ogólnie traktujące politykę kulturalną, bazujące na definicjach wynikających z urzędowych dokumentów: *Powstawanie murali można zakwalifikować do sztuk wizualnych, które to są wymienione w polityce kulturalnej miasta. Ponadto współpraca z organizacjami pozarządowymi także jest zawarta w polityce kulturalnej miasta* [U 05 Mak].

Celem niniejszego opracowania nie jest analiza percepcji kategorii polityki kulturalnej. Jednakże ze względu na znaczące upowszechnienie sztuki muralistycznej w ostatnim czasie i afirmatywny stosunek do niej, przejawiany przez samorządowe instytucje odpowiedzialne za kulturę, skłania do zaryzykowania kilku tez. Po pierwsze, niezależnie od stopnia skodyfikowania miejskiej polityki kulturalnej, moda na murale i właściwości wielkoformatowego malarstwa bywa określana jednoznacznie pozytywnie, choć respondenci opisują je w zróżnicowany sposób. Po drugie, atrakcyjność i spektakularność murali wydaje się stawiana wyżej od założeń kreatorów polityki kulturalnej. Po trzecie wreszcie, niezależnie od ocen faktycznie wdrażanych programów polityki kulturalnej, istnieje jej podstawowy, praktyczny wymiar, który tworzą mniej lub bardziej spontaniczne działania władz i ich partnerów, związane z rozwojem życia kulturalnego. Jest to sfera wymykająca się założeniom strategicznym, czasem stojąca w opozycji do nich, innym razem do pewnego stopnia współbieżna z nimi, ale często też będąca naturalną konsekwencją nieistnienia lub nieskuteczności długofalowych planów rozwoju kultury na poziomie lokalnym. W tym kontekście wspieranie powstawania murali zdaje się zaspokajać kilka istotnych potrzeb instytucji publicznych, a także odbiorców ich działań, czyli wspólnot lokalnych. Powstają dzieła znacznych rozmiarów, angażujące uwagę mieszkańców i przyjezdnych, umożliwiające wypracowanie wielokontekstowej interpretacji, a przez swą materialność i widoczność stanowiące świadectwa realnej interwencji w przestrzeń miejską za pomocą praktyk twórczych.

Autorzy raportu badawczego *Miejskie polityki kulturalne*, opracowanego w ramach przedsięwzięcia „DNA Miasta”, wyróżniają trzy podstawowe definicje polityki kulturalnej podawane przez urzędników:

- sposób gospodarowania zasobami w celu realizacji potrzeb kulturalnych mieszkańców;
- określona wizja kultury, narracja, z której wynikają konkretne działania w obszarze kultury;
- narzędzie zmiany społecznej, integracji mieszkańców, działania ukierunkowane na tworzenie tożsamości lokalnej¹.

Wszystkie z powyższych sposobów określania polityki kulturalnej umożliwiają łatwe włączenie w jej obręb intensywnego wsparcia dla murali. Mogą one zostać wykonane na „gotowych” elementach miejskiego krajobrazu przy relatywnie niewielkich nakładach finansowych, mogą stanowić realizację strategii lub ideologicznej wizji oraz odwoływać się do tematów społecznych czy angażować mieszkańców w proces powstawania dzieła. Ze wspomnianego wyżej

¹ *Miejskie polityki kulturalne. Raport z badań*, Warszawa 2013, s. 15.

badania i wypowiedzi naszych respondentów wynika, że promocja miasta pozostaje najważniejszym celem miejskiej polityki kulturalnej. W tym kontekście mural jawi się jako znakomity instrument polityki w jej najprostszym znaczeniu: urzeczywistnienie zamierzeń władzy za pomocą wyrazistego przekazu, choćby tylko na poziomie formalnym.

Warto także poczynić kilka uwag dotyczących zjawiska festiwalizacji, ogarniającego wiele dziedzin życia kulturalnego. Dość nowa w Polsce kategoria interdyscyplinarnego festiwalu kulturalnego, w którego finansowaniu i przeprowadzeniu biorą udział podmioty reprezentujące różne sektory gospodarki, przyczyniła się do znaczącego wzbogacenia lokalnych scen kulturalnych, do rozwoju współpracy międzynarodowej i otwarcia na nowe zjawiska w sztuce. Z drugiej strony, festiwal kulturalny szybko stał się względnie nieskomplikowanym narzędziem marketingowym, pozwalającym wykazać kooperację międzysektorową, wkład w wysiłki promocyjne władz lokalnych i gotowość do podejmowania (pozornie) nowatorskich działań. Ilościowy wzrost festiwali w Polsce zaczął skutkować powtarzalnością ich programów i przeniesieniem uwagi z kwestii długofalowych ram rozwoju kultury lokalnej na działania akcyjne, wyraziste pod względem potencjału rynkowego, lecz dalekie od potrzeb wspólnot lokalnych. Festiwalizacja sztuki muralistycznej jest jedną z tendencji życia kulturalnego w kraju. Jest ona dostrzegana przez objętych badaniem urzędników, a jej oceny są bardzo różne. Festiwalizacja muralu uwiadacza problem o kapitalnym znaczeniu: marginalizowanie głębszego kontekstu lokalnego i idei *site specific art* na rzecz temporalnej atrakcyjności. Jednak ramy, jakie stwarza organizacja festiwalu, stają się oparciem dla podmiotów odpowiadających za tworzenie oferty kulturalnej. Napięcie między funkcją promocyjną a znaczeniem murali dla animacji społeczno-kulturalnej i interdyscyplinarnego umocowania sztuki wydaje się podstawowym zagadnieniem w odniesieniu do festiwalizacji malarstwa monumentalnego.

W ramach badania przeprowadzono wywiady z dziesięcioma urzędnikami. Dodatkowo przedstawiciele czterech urzędów przekazali zdawkowe informacje drogą elektroniczną lub pocztową. Osiem urzędów w ogóle nie wzięło udziału w badaniu, mimo wielokrotnych prób kontaktu.

Urzednicy okreslaja murale jako:

- *malowidlo scienne duzych rozmiarow umieszczone na obiekcie architektonicznym, np. budynku czy murze [U 01 Lit];*
- *wielkoformatowa grafika na scianach budynkow [U 05 Mak];*
- *obraz w przestrzeni publicznej. Tak to nazwijmy, natomiast nie zawsze malowany – moze miec rozne formy, moze byc mozaika, moze byc sgraffito, moze byc sprejowany od szablonu czy malowany po prostu pędzlem [O 11 Kac];*
- malarstwo monumentalne lub architektoniczne;
- formę wypowiedzi artystycznej;
- dzieło sztuki, które jest elementem tożsamości miasta;
- narzędzie do upiększania miasta.

Podawane przez urzędników definicje wymieniają trzy podstawowe cechy: wielkoformatowość murali, ich obecność w przestrzeni publicznej oraz forma naścienna – murale pojawiają się na budynkach. Niektórzy urzędnicy podkreślają także, że mural dobrze komponuje się z przestrzenią miejską, w przeciwieństwie do graffiti, z którym nie jest tożsamy.

Powszechnie wyczuwany jest także trójpodział murali ze względu na ich funkcje. Wyróżniane są więc dzieła o charakterze artystycznym, reklamowym i okolicznościowym (jako formy upamiętniania wydarzeń lub bohaterów historycznych). Urzędnicy dzielą też murale na legalne i nielegalne. Niekiedy pojawiają się podziały, w których wspomniane kryteria są łączone: *Mural jest dla mnie formą wypowiedzi artystycznej, przy czym chyba te murale można podzielić na różne kategorie według mnie, to znaczy takie, których wykonanie jest zainicjowane przez jakieś instytucje kultury, instytucje artystyczne, i to ma jakieś ściśle określone ramy, i takie bardziej dzieła, na pewno, no i takie już zupełnie akty wandalizmu wręcz nieraz* [U 02 Ols]. Jeden z respondentów zasugerował nawet, że popularność murali może zachęcać młodzież do działań o charakterze wandalizmu (tworzenie graffiti), które zaburzają harmonię wizualną i utrudniają odbiór wielkoformatowych malowideł.

Z niektórych wypowiedzi wynika, że mural jest zaliczany do street artu, a termin „sztuka w przestrzeni publicznej” jest traktowany jako jego zamiennik. Problem takiego klasyfikowania murali należy sytuować w szerszym kontekście historii sztuki w przestrzeni publicznej i jej relacji z oddolnymi dziełami, często anarchicznymi, tworzonymi poza oficjalnym obiegiem. Częściowa bliskość estetyczna street artu i tej sztuki w przestrzeni publicznej, która odznacza się swego rodzaju „oficjalnością”, a więc posiada zaplecze instytucjonalne, może niekiedy utrudniać rozpoznanie różnic między nimi, a tendencja ta jest widoczna nie tylko w dyskursie urzędniczym, ale też w wielu innych.

Według urzędników istotną cechą muralu jest jego temporalny charakter, skądinąd nietrwałość to właściwość uniwersalnie przypisywana wielkoformatowemu malarstwu w przestrzeni miejskiej.

Funkcje murali według urzędników

Przedstawiciele urzędów publicznych wskazują estetyzującą funkcję murali jako najistotniejszy powód wspierania tej dziedziny sztuki przez ich instytucje: *zmieniają nudne oblicze miasta* [U 08 Kac] i *pełnią funkcję [...] upiększają przestrzeń* [U 10 Mak].

Murale mają też na pewno na celu, bo na to też patrzymy, żeby jednak był wzrost atrakcyjności miasta od strony takiej estetyzacyjnej, czyli nie wiem, mamy brzydką ścianę, no to możemy ją wykorzystać na mural, bo wtedy ona się staje bardziej atrakcyjna, a jednocześnie mamy właśnie prezentację nowej formy [U 06 Ols].

Zadanie murali to ożywić i wzbogacać wizualnie przestrzeń miejską. Estetyzacja jawi się w wypowiedziach objętych badaniem pracowników administracji publicznej jako funkcja w pewnym sensie nadrzędna. Pozostałe przypisywane muralom formy kulturowego oddziaływania niejako z niej wynikają: podnoszenie walorów estetycznych miasta wydaje się traktowane jako kluczowe dla procesu integracji społecznej, „odnowy” przestrzeni czy zwiększenia dostępności oferty kulturalnej. Podkreślana jest także wartość różnorodności estetycznej cechującej murale.

Zawsze taka interwencja sztuki w przestrzeń publiczną odmienia tę przestrzeń na bardzo różne sposoby, zależnie, o co chodzi, żebyśmy my zrobili sobie założenia, na jakie to ma być sposoby, tak. Na bardzo różne sposoby, inne murale robi L.U.C., inne jeszcze robi Biuro Promocji, i z tego się jakaś mozaika w mieście robi, i zasadniczo o to chodzi. To musi być świat różnorodny, a nie pod jakiś jeden styl. To nie może być jednakowo [U 03 Fil].

Jeden z urzędników zwrócił również uwagę na ozdowieńczy potencjał muralu w odniesieniu do estetycznego chaosu panującego na wielkomiejskich osiedlach, borykających się m.in. z pastelozą²: *ostatnio powstały dwa takie murale na bloku, no, na osiedlu mieszkaniowym, na dwóch wieżowcach dziesięciopiętrowych w bezpośrednim swoim sąsiedztwie, więc to może się rozlewać właśnie w takim kierunku, że zamiast malować dziwne wzorki, to można się tam pojawić po prostu z murałem [U 10 Mak].*

W kontekście estetycznego potencjału murali pojawia się również termin „rewitalizacja”. Bywa on stosowany w odniesieniu do zamalowywania ścian budynków znajdujących się w złym stanie i uznawanych za brzydkie czy ponure. Należy jednak podkreślić, że niektórzy respondenci podkreślają znaczenie „maskującej” funkcji murali i negatywnie oceniają używanie malowideł do przykrywania estetycznych i technicznych niedoskonałości: *jest jakaś niezagospodarowana albo w złym stanie przestrzeń miejska i czasami jest tak, że ten mural się traktuje jako po prostu remedium na każdego rodzaju problemy akurat jakichś tam fragmentów miasta, więc to jest chyba to negatywne oddziaływanie [U 10 Mak].*

Mural sprzyja w jakiś sposób rewitalizacji. To jest coś, co jest oczywiście bardzo powierzchowne, no bo to jest tak naprawdę warstwa farby, i sam mural rewitalizacji nie spowoduje. Natomiast jest to jakiś tam krok do ożywienia przestrzeni, to na przykład na Pradze mamy często taki efekt w przestrzeni, która znajduje się po prostu w jakimś takim stanie degradacji, widać od dekad, w której nic się nie dzieje, i nagle mamy coś bardzo ożywczego. I wydaje mi się, że to psychologicznie, to oczywiście zależy, jaką formę wybierzemy tego muralu, można stworzyć mural, który będzie bardzo depresyjny i będzie wręcz pogłębiał ten efekt degradacji, ale na pewno może być taki efekt pozytywny i w przypadku, kiedy łączy się z wieloma innymi czynnikami, to to ma efekt, na pewno taki już też głębszy [U 09 Lit].

W rewitalizacji murale mogą odegrać jedną z głównych ról, ze względu na możliwość podnoszenia tematyki specyficznej dla miejsca, jego historii i kontekstu społecznego. Poza tym mogą służyć do chwilowej zmiany estetyki jeszcze niezrewitalizowanych miejsc [U 01 Lit].

Urzędnicy dostrzegają także społeczne oddziaływanie murali. Według nich więź, jaką członkowie wspólnoty lokalnej mogą czuć z malowidłami (najczęściej w miejscu zamieszkania czy pracy), może przekładać się na wzrost odpowiedzialności za to otoczenie. Murale mają również sprzyjać zacieśnianiu więzi sąsiedzkich. Pojawiają się również opinie, w których zbiega się kilka wątków: *Murale mają za zadanie zwiększenie motywacji mieszkańców Łodzi do pracy i spędzania wolnego czasu w tym mieście poprzez budowanie pozytywnego wizerunku Mia-*

² Pastelozą, czyli „kolorowanie” bloków, to termin, który Filip Springer proponuje w swojej książce *Wanna z kolumnadą*. Pastelozę opisuje jako chorobę, która trawi polskie blokowiska.

sta wśród łodzian oraz na arenie ogólnopolskiej i międzynarodowej [U 05 Mak]. W powyższej wypowiedzi pojawia się supozycja, że współczesne murale posiadają szczególne właściwości perswazyjne czy wręcz propagandowe (motywowanie do pracy). Jednak podkreślenie w tym samym miejscu ich potencjału promocyjnego oraz znaczenia dla wizualnej atrakcyjności przestrzeni miejskiej każe interpretować tę wypowiedź jako świadectwo przypisywania wielkoformatowemu malarstwu miejskiemu szeroko rozumianej funkcji animacyjnej: wspomaganie integracji społecznej, wzmacniania lokalnych tożsamości, motywowania do działania na rzecz miasta czy też zwyczajnie poprawiania nastroju. Także rola projektów muralistycznych we wzmacnianiu społeczności ubogich lub marginalizowanych jest dość często podnoszoną kwestią.

Również ten cel, taki społeczny, bierzemy pod uwagę, bo wszędzie tam, gdzie murale powstają poza ścisłym centrum, i czasami to są właśnie jakieś troszkę biedniejsze dzielnice czy ulice, to też naprawdę bardzo pozytywnie wpływają społecznie, że ludzie się utożsamiają, że coś pozytywnego, tak, coś ciekawego zdarzyło się na tym brzydkim, brudnym bloku czy kamienicy, która była odrapana od lat, czy dziesiątek lat, nagle się stało coś fajnego i potem się nagle okazuje, że ktoś zaczyna dbać o otoczenie, zamiata podwórko, maluje tam drzwi, żeby to wszystko po prostu lepiej wyglądało, także ten aspekt się tutaj dość istotnie wiąże też z tą taką działalnością kulturalną i artystyczną [U 06 Ols].

Według urzędników murale odgrywają istotną rolę edukacyjną. Niektórzy określają ją mianem „edukacji artystycznej”, inni wymieniają przede wszystkim wartość płynącą z komunikowania pewnych treści młodemu pokoleniu (choć nie tylko).

Siła oddziaływania muralu na przestrzeń publiczną jest ogromna. Komunikująca się nie tylko z osobami młodymi. Bardzo często wydawałoby się, że osoby starsze będą przeciwko muralom, będą negowały zaburzenie tam jakiejś harmonii, ale z opinii pozytywnych, które miasto dostaje, o dziwo, większość to są osoby pięćdziesiąt pięć plus [U 09 Lit].

Czyli pokazuje to to, że [...] jeżeli projekt jest przemyślany, że jeżeli nawet jest rocznicowy, my tak nie bardzo tam jeszcze z poprzednich czasów lubimy takie operatywki rocznicowe i obchody, bo to różnie bywało i jeszcze czasami niezbyt dobrze się kojarzy, ale to właśnie wręcz przeciwnie, tak, bo to pokazuje, że nowa forma wyrazu jest w stanie ponownie zainteresować na przykład młode pokolenia, czyli forma komiksu, forma filmu animowanego, muralu, jakiejś ciekawej wystawy interdyscyplinarnej [U 06 Ols].

Kontekst miejsca

Z powyżej wskazanymi zagadnieniami łączy się kontekst miejsca, czyli symboliczna kompatybilność muralu z najbliższym otoczeniem. Jest on uznawany przez wielu respondentów za jeden z warunków sukcesu dzieła malarstwa monumentalnego.

Kontekst miejsca dla powstania muralu jest ważny. Miejsce wybierane jest pod kątem estetycznej harmonizacji z przestrzenią. Podstawowymi zasadami są dopasowanie do otoczenia, treść, brak dysonansu pomiędzy dziełem sztuki a powagą miasta i jego godła. Ma to znaczenie ze względu na kontekst dzieła i jego percepcję [U 01 Lit].

Miejsce powstawania muralu ma bardzo duże znaczenie. Pod uwagę brane są miejsca, w których projekty będą dobrze wyeksponowane i zwracać będą na siebie uwagę. Oczywiście zwraca się także szczególną uwagę na estetyczną harmonizację z przestrzenią miejską. Komisja konkursowa rozpatruje te aspekty w ocenie całości zadania konkursowego [U 05 Mak].

W wielu miastach można zaobserwować koncentrację murali w obrębie centrum, a dopasowanie wielkich miejskich malowideł do architektonicznej, funkcjonalnej i historyczno-symbolicznej specyfiki danego miejsca wydaje się dla instytucji publicznych szczególnie ważne właśnie w tych lokalizacjach. Poza obszarami śródmiejskimi aspekt ten traktowany jest mniej rygorystycznie, co potwierdzają wypowiedzi niektórych respondentów.

Jeżeli jest to ściana czy budynek, który nie jest w ścisłym centrum, czyli podlega pod opiekę konserwatora miejskiego, czyli gdy są to jakieś obrzeża miast albo inne dzielnice i ściany prywatne, nie ma to dla miasta aż takiego znaczenia [U 08 Kac].

Przykładem działania, w którym twórca w niewłaściwy sposób odniósł się do kontekstu miejsca, jest znany przypadek Grzegorza Drozda i Alicji Łukasiak i ich projektu *Universal* na Osiedlu Dudziarska. Murale na ścianach trzech bloków, w których władze Warszawy umieściły głównie osoby reprezentujące grupy wykluczone i marginalizowane, wykonano bez należytego porozumienia z mieszkańcami oraz urzędnikami. Przedsięwzięcie to można traktować jako nieudane właśnie z powodu złego podejścia do lokalnej specyfiki. Sprawa ta wspomniana została przez osobę reprezentującą warszawski magistrat.

*Na osiedlu przy ulicy Dudziarskiej, w zaniedbanym miejscu Warszawy, Grzegorz Drozd stworzył mural pt. *Universal*, który spotkał się z bardzo negatywną reakcją mieszkańców. Na skutek ich działań oraz interwencji Urzędu Miasta artysta zgodził się na zmianę koncepcji artystycznej. W tym wypadku Grzegorz Drozd nie wziął pod uwagę korelacji projektu artystycznego z miejscem, w którym miało powstać dzieło, oraz sytuacji społecznej mieszkańców osiedla [U 01 Lit].*

Połączenie powszechnej sympatii dla głównych nurtów muralistycznej estetyki i ich spektakularności, relatywnie niskie koszty oraz znaczna liczba twórców gotowych podjąć się ich wykonania dostarcza dosyć prostych rozwiązań dla instytucji publicznych odpowiedzialnych za działania kulturalne. Ich efekty są przeważnie bardzo pozytywnie oceniane przez respondentów: *ta seria murali była niewątpliwym hitem na mieście, nawet w kontekście całej Polski, także czy miasto jest zadowolone? Myślę, że jest szczęśliwe [U 10 Mak].*

Kontekst miejsca czy też charakter *site-specific art*, jaki wydaje się właściwy dla wielu murali, zwłaszcza tam, gdzie w proces powstawania dzieła angażowana jest wspólnota lokalna, bywa więc często sprowadzany do kwestii promocji tego miejsca. Oznacza to najczęściej promocję całego miasta: *Był to, jak mówiłem, strzał w dziesiątkę i w pewnym momencie był to nawet taki, że tak powiem, towar eksportowy, więc jeżeli to tak dobrze zadziałało, no to myślę, że jak najbardziej murale wpisują się w tożsamość miasta, może nie wszystkie, ale powiedzmy w dziewięćdziesięciu albo osiemdziesięciu procentach [U 10 Mak].*

Murale na zabytkach

Konserwatorzy zabytków, z którymi nawiązano kontakt podczas prowadzonych badań terenowych, w większości ograniczają się do stwierdzenia, że ich rolą jest wyłącznie opiniowanie ewentualnych wniosków o zezwolenie na wykonanie muralu na obiektach lub na obszarach wpisanych do rejestru zabytków i/lub chronionych zapisami w planie zagospodarowania przestrzennego. Urzędy nie otrzymują wielu takich wniosków. Jeden z respondentów, reprezentujący referat ochrony zabytków, stwierdza, że: *malarstwo monumentalne jest formą obcą dla budynków zabytkowych i jednocześnie dla przestrzeni historycznej, niepodnoszącym wartości historycznej oraz architektonicznej budynku (przestrzeni)* [U 11 Lit]. Z tego powodu zgodę na ewentualną lokalizację, tematykę, format, itp., uzależnia się od cech indywidualnych danego obiektu, takich jak jego wartość historyczna czy architektoniczna, ale też otoczenie czy ekspozycja. Kwestia lokalizacji pozostaje zresztą jednym z kluczowych elementów procesu decyzyjnego: *No nie wszędzie się one mogą pojawiać i nie powinny się wszędzie pojawiać, i to nie znaczy, że konserwator jest przeciwnikiem tego typu formy wyrazu artystycznego, ale no, tak jak mówię, nie wszystko wszędzie może być* [U 02 Ols]. Pewne niejasności, które pojawiły się podczas analizy treści wywiadów, związane były z wypowiedzią przedstawicielki Biura Konserwatora Zabytków w Warszawie, która stwierdziła, że nie spotkała się z przypadkiem umieszczenia murali na zabytkowej architekturze w stolicy. Murale na zabytkach jednak powstają, czego przykładem jest zmieniający się co jakiś czas mural reklamowy na ścianie Domu Towarowego Braci Jabłkowskich, mural autorstwa NeSpoon na budynku liceum przy ulicy Grójeckiej 93 czy mural poświęcony Marii Skłodowskiej-Curie na siedzibie muzeum jej imienia (Freta 16). Budynki te są wpisane do gminnej ewidencji zabytków m.st. Warszawy.

Profesjonalizm twórców murali

Urzędnicy stanowczo opowiadają się za realizacją murali przez osoby o odpowiednich kwalifikacjach, „prawdziwych artystów”, których wyraźnie oddzielają od twórców „nieprofesjonalnych”. Przychylnością urzędników cieszą się także projekty z udziałem artystów zagranicznych. Od twórców murali oczekują oni odpowiednich umiejętności i wiedzy technologicznej, najlepiej popartych wykształceniem artystycznym, co zapewnić ma spełnienie jednego z podstawowych kryteriów (trwałość muralu przez cały okres jego ekspozycji w przestrzeni publicznej).

Jakość i profesjonalizm to na pewno wykonanie na odpowiednim poziomie, takim technicznym, artystycznym, takich przedstawień na budynkach. To znaczy wykonanie jakiegoś podkładu, no i sama jakość wykonania tego, bo to raczej chyba problem polega na tym, że jak się już coś pojawi w przestrzeni publicznej, na elewacji budynku, no to będzie to jednak podejrzewam, że parę lat, to nie będzie tak, że będzie to zamalowane za chwilę, tylko nawet jeżeli są obietniczki, że to zaraz się zmieni, zniknie, coś tam się stanie z tym, to jednak powinno to być na wysokim poziomie, jeżeli chodzi o jakość, technologiczną wykonania [U 02 Ols].

Zdarzają się również opinie, że profesjonalna realizacja obrazu musi wiązać się z udziałem zagranicznego artysty: *Profesjonalizm w działalności muralistycznej podlega na zatrudnieniu do realizacji poszczególnych projektów znanych artystów z całego świata oraz na trwałym i estetycznym wykonaniu murali* [U 05 Mak].

Pojawiają się także dosyć stanowcze definicje profesjonalizmu: *Jakość i profesjonalizm w działalności muralistycznej to warunek przyznania środków na jego realizację* [U 01 Lit].

Przeszkody w powstawaniu murali i czynniki dyskwalifikujące projekty muralistyczne według urzędników

Nie wszystkie murale mogą powstawać w wybranych przez organizatorów czy artystów lokalizacjach. Przeszkodą może być przede wszystkim ich tematyka, np. nieadekwatna do charakteru danej lokalizacji (bliskość cmentarza, kościoła, miejsc pamięci). Odrzucane są też projekty, które w ocenie urzędników nie odznaczają się odpowiednim profesjonalizmem, niekiedy definiowanym w oparciu o bardzo wysokie wymagania.

Chyba jest tak jednak, że czasami te rzeczy, które się pojawiają, są po prostu nie do zaakceptowania. Więc my staramy się interweniować wtedy, jeżeli widzimy, że rzeczywiście dana forma jest po prostu słaba – czy technicznie, czy w jakimkolwiek innym, na jakimkolwiek innym poziomie. To jest trudne bardzo, bo wtedy wchodzimy już w pewną swobodę twórczą kogoś, ale to muszę powiedzieć, że to, to najczęściej jest w sytuacji, kiedy ten mural ma jednak jakiś przekaz, i też bardzo często pojawia się w sytuacji, kiedy ten mural jest tworzony przez kogoś, kto nie jest w ogóle, kto nie ma przygotowania artystycznego, bo też tak się zdarza. I to też niestety widać [U 09 Lit].

Problemy z niską jakością proponowanych prac są wspomniane przez urzędników częściej niż choćby spory o kontrowersyjny przekaz. Urzędnicy przeważnie deklarują, że nie chcą ingerować w treść dzieł, szanują wolność wypowiedzi artystycznej, i uznają, że odpowiedzialność za konsekwencje artystycznego działania leży również, a może przede wszystkim, po stronie twórcy. Niektórzy chcieliby jednak, aby poczucie odpowiedzialności było u muralistów większe i dotyczyło nie tylko samego przekazu, lecz również środków publicznych, dzięki którym mało-widło mogło powstać:

Marzyłoby mi się, żeby z drugiej strony artysta miał też poczucie, że nie jest to usługa dla prywatnej firmy, tylko że zawsze za tym idą pieniądze publiczne – moje, twoje, wszystkich nas naokoło. Żeby jednak podejście do tego i też takie poczucie misji w znaczeniu oczywiście nie, że robię coś za darmo, ale że mam do czynienia z pieniędzmi, które są pieniędzmi publicznymi, zawsze to mu w jakiś sposób przyświecało [U 08 Kac].

Wymowa murali i ich odbiór społeczny należą mimo wszystko do kluczowych czynników, nad którymi urzędnicy pragną zachować kontrolę: *Nie biorę w stu procentach odpowiedzialności za to, bo przede wszystkim odpowiada za to sam artysta, ale jak najbardziej, coś opiniując, mam na pewno w głowie, jaki to będzie odbiór społeczny, i chciałbym, żeby był on pozytywny, a nie negatywny* [U 10 Mak].

Kompetencje urzędów

Malarstwo monumentalne w różnym stopniu znajduje się w kompetencjach badanych przez nas urzędów. Konserwatorzy, plastycy miejscy czy pracownicy wydziałów estetyki zajmują się

głównie tymi muralami, które do tych urzędów „trafiają” – wówczas opiniują i wydają opinie na prośbę zgłaszającego, niekiedy proponują alternatywne lokalizacje czy krytykują któryś z elementów projektu. Nierzadko pełnią także doradczą funkcję wobec innych urzędów, instytucji czy podmiotów zainteresowanych wprowadzaniem dzieł malarstwa monumentalnego w przestrzeń publiczną. Z kolei inne urzędy, takie jak biura kultury, zajmują się także dofinansowaniem lub finansowaniem murali w ramach konkursów ofert dla organizacji pozarządowych oraz inicjowaniem powstawania murali związanych z obchodami konkretnego wydarzenia. Biuro Kultury m.st. Warszawy było inicjatorem akcji „Fryderyk w Warszawie – 200 lat od Wielkiej Przeprowadzki Chopina”, w ramach której powstało kilka okolicznościowych murali. Z kolei w Gdyni Urząd Miasta zlecił wykonanie muralu związanego z upamiętnieniem masakry robotników w grudniu 1970 roku.

Mimo podejmowanych działań niewielu rozmówców posiada wiedzę o tym, czy mura-
le są jakoś wpisane w politykę kulturalną miasta. Jeden z urzędników swoją niewiedzę tłumaczy brakiem czasu na analizowanie polityki miasta, inny deklaruje, że terminu polityka kulturalna nie znosi. Pojawiła się także wypowiedź, że skoro w ramach otwartych konkurs ofert dla organizacji pozarządowych można pozyskać fundusze na realizację murali, to z konieczności muszą być one wpisane w politykę kulturalną. Takie odpowiedzi, sugerujące dość niepogłębione lub wręcz negatywne podejście do kwestii polityki kulturalnej, mogą wzbudzać ogólną obawę o realizację założonych przez miasta celów w dziedzinie kultury.

Regulacje prawne: rejestry i bazy danych

Większość urzędów nie prowadzi rejestru ścian, które mogłyby być przeznaczone na działania muralistyczne. Częściową funkcję w tym zakresie mogą pełnić rejestry zabytków, które zarazem stanowią ewidencję miejsc trudniej dostępnych dla tego rodzaju twórczości. W miastach objętych badaniem nie są też opracowywane rejestry istniejących murali. Niektóre urzędy dysponują co najwyżej spisami prac zrealizowanych podczas festiwali muralu, zainicjowanych przez urząd lub dofinansowanych ze środków publicznych. Potrzebę zmiany tego faktu zgłosił jeden z urzędników, tłumacząc także, że większa wiedza na ten temat pozwoliłaby na lepszą i sprawniejszą koordynację prowadzonych działań.

Tego nam na pewno brakuje – na pewno byłoby świetnie, jakbyśmy mieli wiedzę o wszystkich ścianach w mieście [U 09 Lit].

Procedura wydawania pozwoleń, decyzji, opinii

Nie istnieją przepisy regulujące czas trwania procedury przyznawania pozwoleń na realizację muralu. Według naszych respondentów w praktyce proces ten może trwać od kilku dni do kilku miesięcy. Co więcej, nie istnieją osobne regulacje prawne dotyczące pozyskiwania wszystkich potrzebnych dokumentów. Niektóre przepisy wpływające na działalność muralistyczną zawarte są w planach zagospodarowania przestrzennego (przykładem plan zagospodarowania tak zwanej południowej dzielnicy w Katowicach, wykluczający wykonywanie murali na elewacjach budynków).

Należy podkreślić, że urząd publiczny nie może ingerować w powstawanie murali na obiektach prywatnych (jeżeli nie są wpisane do rejestru zabytków). Natomiast w większości miast przyjęto grzecznościową formę konsultacji projektów z miejscowym konserwatorem zabytków lub plastykiem miejskim (jeżeli taka funkcja istnieje). Jednakże zarówno konserwator, jak i plastyk miejski, mogą wydawać opinie, a nie prawomocne decyzje. Otrzymanie negatywnej opinii nie zamyka drogi do stworzenia muralu. W tym miejscu należy również dodać, że organizator przedsięwzięcia, w ramach którego ma powstać mural, zanim zgłosi się po opinię lub decyzję do odpowiedniej komórki urzędu miasta, jest zobowiązany do uzyskania zgody właściciela lub zarządcy nieruchomości.

Wydział Estetyki m. st. Warszawy, wydając opinię, bierze pod uwagę obiekt i jego kontekst przestrzenny. Zazwyczaj nie zgłasza się zastrzeżeń do murali zaplanowanych na ścianach bez szczególnego znaczenia dla estetyki miejsca. Brak zgody pojawia się wtedy, kiedy mural zakłóca formę architektoniczną. W wypadku innych powierzchni, murków, magazynów czy skrzynek na transformatory, rozpatruje się, czy praca pasuje do danego miejsca i czy nie zaburza przestrzeni. Projekty murali reklamowych konsultuje się też z zapisami planów miejscowych. Obszary zdefiniowane przez urzędników jako posiadające szczególne znaczenie, na przykład tworzące ważny krajobraz kulturowy, nie zawsze mogą stać się areną działań twórców murali.

Według informacji otrzymanej z Biura Kultury Urzędu Miasta Łódź proces zatwierdzania projektów muralistycznych trwa kilka tygodni i jest zależny od wyrażenia zgód przez zarządców poszczególnych miejsc i późniejszej akceptacji plastyka miejskiego. Bardziej szczegółowe informacje podaje biuro łódzkiego plastyka miejskiego. Jeden z respondentów przy rozpatrywaniu wniosków o pozwolenie na realizację muralu bierze pod uwagę następujące kryteria:

Kompozycja, barwa, bo mimo wszystko, że to jest jakby odrębne dzieło, to fajnie, jak współgra z architekturą, na której się znajduje [...]. Kieruję się przede wszystkim osiągnięciami człowieka [U 10 Mak].

Podstawowe wartości estetyczne, wspomniany już profesjonalizm twórców oraz kontekst miejsca to kluczowe kryteria dla większości decydentów uczestniczących w badaniu. Wykluczone jest wydawanie zezwoleń na prace mogące obrażać uczucia religijne lub przekazywać treści dyskryminujące jednostki i grupy społeczne. Urzędnicy na ogół zdecydowanie deklarują, że nie jest ich zamiarem ingerowanie w warstwę znaczeniową planowanych murali. Podobnymi przesłankami kierują się w odniesieniu do przedsięwzięć muralistycznych decyzyjni urzędnicy w różnych miastach, niezależnie od piastowanego stanowiska lub reprezentowanej instytucji. Nie wszędzie funkcjonują instytucje tego samego typu, choć w uwzględnionych w badaniu miastach proces zatwierdzania projektów murali wygląda dość podobnie. W Katowicach nie ma stanowiska miejskiego plastyka, jego funkcję pełni osoba nadzorująca reklamy w przestrzeni publicznej, a znaczącą rolę w lokalnej polityce kulturalnej odgrywa specjalny podmiot: Instytucja Kultury Katowice – Miasto Ogrodów. Miasto Ogrodów opiniuje projekty murali i świadczy pomoc ich organizatorom w zakresie uzyskiwania odpowiednich dokumentów.

Kontrowersje

Według urzędników kontrowersji związanych z muralami pojawia się niewiele. Rzadko wpływają zażalenia i skargi dotyczące wielkoformatowego malarstwa w przestrzeni publicznej. Sami respondenci reprezentujący objęte badaniem instytucje zazwyczaj wysoko oceniają istniejące w ich mieście murale. Wspominają jednak rozmaite przypadki krytyki lub sporów wokół pojedynczych projektów:

Były zastrzeżenia do samego miejsca wykonania jednego z murali, bo to było [...] w bezpośrednim sąsiedztwie z miejscem upamiętnienia Romów. Nie pamiętam dokładnie, co to jest za miejsce, ale to właśnie był ten kontekst, że może nie do końca w tym miejscu powinien on powstać. Zwróciliśmy się z pytaniem właśnie do gminy romskiej która nie miała z tym absolutnie żadnego problemu, więc mural powstał [U 10 Mak].

Sporadycznie zgłaszane były negatywne opinie dotyczące murali w innych miastach, choćby głośnej pracy *Tato, nie płacz*, zrealizowanej na katowickim Załężu. Z kolei w Gdyni do urzędu wpływały krytyczne uwagi dotyczące koncentracji murali na jednym obszarze i zaniedbywania innych dzielnic. Pod względem liczby kontrowersji wyróżnia się Warszawa, gdzie oprócz przywołanej sprawy projektu *Universal* należy wspomnieć o konfliktach wokół obrazu Conora Harringtona na Pradze, któremu radny Pragi Północ zarzucił promowanie przemocy, a także komercyjnego muralu wykonanego na prywatnym śródmiejskim budynku na zlecenie koncernu Coca-Cola, lub społecznym sprzeciwie wobec planów umieszczenia innej pracy na wielkich rozmiarów dziele włoskiego artysty Blu na ścianie budynku przy Siennej. Ten ostatni przypadek wydaje się szczególnie interesujący ze względu na fakt, że dopiero plan zniszczenia muralu pozwolił urzędnikom zrozumieć rzeczywiste nastawienie społeczne do tego obrazu, od lat wpisane w przestrzeń centrum Warszawy. Jeden z respondentów zauważa:

Byłoby świetnie, jakbyśmy znali ocenę opinii publicznej poszczególnych murali oraz lepiej znali instytucje, które zajmują się tworzeniem tych murali. Może wtedy trochę lepiej czulibyśmy ich środowisko i pomysły, i pewnie można by to lepiej koordynować. A nawet pewną politykę stworzyć w tej dziedzinie. Może jakiś rodzaj takiego zespołu należałoby stworzyć w ogóle, to o tym już myślimy od czasów Blu [U 09 Lit].

II. Opinie organizatorów działalności muralistycznej

Badane przez nas grono organizatorów cechuje się heterogenicznością w zakresie doświadczeń zawodowych, opinii o sztuce w przestrzeni publicznej oraz rodzaju wykonywanych obowiązków. Wielu przedstawicieli tej grupy ma na koncie karierę lub doświadczenie artystyczne artystyczne, z kolei drogi innych przecinają się z drogami urzędników. Szczególnie ważne wydają się głosy kuratorów i koordynatorów festiwalu muralu. W kilku fragmentach niniejszego raportu wspominamy o znaczeniu festiwalu dla kondycji malarstwa muralistycznego w Polsce. Problemy dostrzegane przez osoby odpowiedzialne za program i organizację, stawiane przez organizatorów diagnozy stanu sztuki w przestrzeni publicznej w znacznym stopniu pokrywają się z naszymi krytycznymi wnioskami. Jednocześnie należy wyraźnie zaznaczyć, że pojemna kategoria „organizatorów” obejmuje osoby o różnie funkcjonujące w świecie sztuki i czasami

mające rozbieżne wizje przyszłości muralu w Polsce. Wśród naszych rozmówców znaleźli się zarówno organizatorzy rozpoznawalnych, cieszących się popularnością imprez dedykowanych sztuce w przestrzeni miejskiej, jak i lokalni aktywiści, wkładający wiele pracy w animowanie scen kulturalnych danej dzielnicy czy jakiejś części miejskiego terytorium. Pomimo często bardzo znacznych różnic czynnikiem decydującym o współpracy organizatorów jest ich pozycja w procesie przygotowywania projektów i wydarzeń związanych z muralami. Pozostają oni zależni od decyzji urzędników, odgrywają ważną rolę w sferze merytorycznej i logistycznej, choć akcenty rozkładają się tu rozmaicie, w zależności od imprezy, miasta czy instytucji. Głos organizatorów wydaje się szczególnie wartościowy, jeśli chodzi o wskazywanie problemów i określanie kondycji malarstwa muralistycznego w Polsce. Ta różnorodna grupa stanowi jednocześnie ogniwo między artystami a władzami publicznymi (reprezentowanymi przez instytucje kultury), z drugiej jest autonomicznym elementem, którego aktywność ma wielką wagę dla sytuacji sztuki w polskiej przestrzeni publicznej.

Definicja muralu według organizatorów życia muralistycznego

Organizatorzy sztuki muralistycznej określają mural następująco:

- *Mural jest malarstwem naściennym w przestrzeniach publicznych, w przestrzeniach otwartych [O 15 Mak];*
- *Mural jest malowidłem ściennym, niekoniecznie zewnętrznym, może być również wewnętrznym [O 14 Fil];*
- *Mural dla mnie to nie jest street art, to nie jest graffiti, [...] jest profesjonalną, raczej profesjonalną, realizacją w przestrzeni publicznej na zewnętrznej ścianie [O 16 Kac];*
- *Malarstwo wielkoformatowe na ścianie, stworzone jedną z przyjętych technik malarskich;*
- *Malarstwo eksperymentalne łamiące kanony;*
- *Wielkopowierzchniowy obraz ścienny, legalny i poprzedzony procesem projektowym [O 09 Lit].*

W definicjach formułowanych przez większość respondentów wyróżniane są rozmaicie artykułowane cechy dystynktywne tej formy artystycznej:

- malarstwo wielkoformatowe;
- sztuka w przestrzeni publicznej;
- otwarta płaszczyzna do rozmowy;
- sztuka zaangażowana;
- komunikat wizualny;
- mała lub duża forma;
- znak typograficzny;
- sztuka ulotna i efemeryczna.

Istotna część organizatorów, a więc najczęściej koordynatorów i kuratorów wydarzeń muralistycznych, wywodzi się ze środowisk graffiti i street artu. Często podają oni bardziej rozbudowane, szczegółowe definicje muralu, podbudowane wiedzą z zakresu sztuki oraz działań

kulturalnych w przestrzeni miejskiej. Zazwyczaj podchodzą do funkcji murali w sposób bardziej refleksyjny od urzędników, co wynika, rzecz jasna, z charakteru ich zaangażowania i doświadczeń. Jeden z respondentów szeroko analizuje rolę wielkoformatowego malarstwa w przestrzeni publicznej, nawiązując do jego historycznej ewolucji i pewnych sprzeczności, które dziś mają określać twórczość muralistyczną:

Historycznie murale przeważnie były albo reklamowe, albo propagandowe. Jakiś czas temu dopiero, właśnie w momencie, kiedy graffiti zaczęło wychodzić poza swoje ściśle określone, trzydzieści lat temu, ramy, zaczęło wychodzić na coraz większe powierzchnie. Mural [...] z jednej strony otrzymał rolę dekoracyjną, a z drugiej strony w wielu przypadkach [...] dostał rolę pełnowartościowego dzieła sztuki, które komunikuje jakiś problem. I tak, ja bym chciał, żeby murale były przede wszystkim artystyczne, żeby były dobrze wykonane, żeby dawały coś do myślenia. Z drugiej strony, żeby były ciekawe estetycznie [...]. Większość murali jest jednak propagandowych przede wszystkim [O 14 Fil].

Organizatorzy wygłaszają również opinie odnoszące się do zupełnie innych właściwości obrazów w przestrzeni publicznej. Jeden z kuratorów projektów muralistycznych podkreśla rolę murali w zakresie budowania potencjału turystycznego i atrakcyjności miasta dla przyjezdnych:

Jest bardzo dużo osób które, które interesują się powstawaniem murali, wyjeżdżając do innych miast, wiedząc już, że w tym i w tym mieście np. jest praca tego i tego artysty tu i tu, praca tego i tego artysty tu i tu, i zamiast chodzić po mieście, nie wiem, oglądać kościoły, muzea i tak dalej, typowe takie, klasyczne, konserwatywne, że tak powiem, atrakcje turystyczne, to nagle poszukują ogromnych prac na ścianach, chodzą z aparatami, robią sobie zdjęcia i tak dalej [O 01 Mak].

Przeciwstawną diagnozę formułuje inna osoba, związana z organizacją projektów muralistycznych, która krytycznie odnosi się do wykorzystywania murali w celach promocyjnych:

Nie ma w Polsce spójności, jeśli chodzi o jakość i sens robienia tych prac. Wiadomo, Warszawa czy my, czy Łódź, to był zamysł artystyczny, odkrycie zjawiska, które już istnieje w świecie sporo czasu i do nas przyszło, a my nie uczymy się na cudzych błędach. To jest niebezpieczne, że te miasta, które dopiero teraz odkrywają moc street artu, będą to wykorzystywać w bardzo zły sposób. Czyli jako funkcję promocyjno-reklamową, a nie jako coś, co autentycznie może zmienić, a nie ozdabiać [O 07 Lit].

Wielu organizatorów przywołuje kwestię głębokiego zintegrowania murali z przestrzenią jako fundamentalny element ich funkcjonowania. Pojawia się nawet stanowisko określające wysokiej jakości mural jako część architektury:

Dobrze zrobiony mural jest częścią miasta po prostu, dobrze wpisany w odpowiedni kontekst. Jest to część architektury [O 13 Kac].

Autor powyższej wypowiedzi interpretuje mural jako dzieło, które musi odznaczać się oryginalnością formy, autorskim charakterem, a nie stanowić odwzorowanie plakatu reklamowego. Jego zdaniem nie każde wielkoformatowe dzieło malarskie w przestrzeni publicznej należy

nazywać murałem, respondent zarazem dopuszcza funkcję dekoracyjną, jak i zaangażowaną społecznie treść, jako „pełnoprawne” cechy murali.

Organizatorzy na ogół krytycznie wypowiadają się o przykładach instrumentalnego traktowania murali czy sztuki w przestrzeni publicznej przez instytucje publiczne lub podmioty komercyjne, np. jako składników „eventów” i działań marketingowych. W niektórych wypowiedziach wyraźnie krytykowana jest moda na murale, spłycająca ich znaczenie i negatywnie wpływająca na jakość artystyczną powstających dzieł. Jeden z rozmówców zauważa szereg potencjalnie pozytywnych i negatywnych sposobów oddziaływania murali na przestrzeń miejską:

Może też być uzupełnieniem pewnych niekonsekwencji architektonicznych w mieście. I teraz trzeba rozdzielić to na wiele rodzajów muralu. Może być też refleksją, może zmuszać też do myślenia zwykłego mieszkańca, a może być czysto dekoracyjną akcją. Mural może być uzupełnieniem pracy projektowej architekta, może też psuć miejsce, może też działać negatywnie w przestrzeni miejskiej, może tę przestrzeń dominować, może zaburzać ład architektoniczny, psuć pejzaż miejski, i to jest też całkiem nierzadkie [O 16 Kac].

Problemy w sferze twórczości muralistycznej według organizatorów

Organizatorzy wskazują liczne przeszkody w realizacji projektów muralistycznych. Mają one zarówno podłoże instytucjonalne (działania administracji publicznej, niejasności prawne, niedofinansowanie działalności kulturalnej, itp.), związane ze ścieraniem się interesów różnych grup społecznych (np. zjawiska związane z zawłaszczaniem przestrzeni przez podmioty komercyjne), kulturowe (brak akceptacji dla określonych treści, nierozumienie sztuki, itp.). Wymieniane są też czynniki losowe i niezależne od działań podmiotów zaangażowanych w proces powstawania murali, jak dłuższe okresy złej pogody, utrudniające pracę na zewnątrz.

Do najważniejszych problemów według organizatorów należą:

- ograniczenia wynikające z systemu finansowania – brak możliwości planowania działań długofalowych;
- brak jasnych regulacji dotyczących odpowiedzialności za opiekę nad powstałym murałem i jego konserwację;
- źle przygotowane konkursy i zbyt krótkie okresy na realizację działania;
- brak wystarczających środków na finansowanie wielu wartościowych projektów;
- próby ingerowania w swobodę wypowiedzi artystycznej przez urzędników, sponsorów i inne podmioty zewnętrzne;
- niska jakość wielu prac;
- brak zainteresowania mediów lub niewystarczająca wiedza dziennikarzy o muralach;
- zawłaszczanie estetyki muralu przez środowiska nacjonalistyczne, kibicowskie, skrajnie prawicowe;
- trudności w komunikacji z urzędnikami, właścicielami i zarządcami nieruchomości;
- niewielka i powierzchowna wiedza o muralach w społeczeństwie;
- instrumentalne wykorzystywanie murali do celów promocyjnych, politycznych i kommemoratywnych.

III. Finansowanie murali

Poniżej przedstawiamy omówienie głównych form finansowania murali w Polsce. Należy przy tym pamiętać, że finansowanie dzieła przez artystę z własnych środków jest sytuacją bardzo rzadką. Zaawansowanie przedsięwzięcia muralistycznego wymaga środków finansowych związanych nie tylko z zakupem farb i materiałów, ale przede wszystkim wynajęciem podnośnika lub rusztowania. Większość dzieł malarstwa monumentalnego w Polsce jest więc finansowana ze środków publicznych.

Otwarte konkursy ofert

Jako główną formę finansowania działalności muralistycznej urzędnicy wskazują otwarte konkursy ofert dla organizacji pozarządowych. Konsekwencje tego stanu rzeczy są wielorakie, szczególnie z punktu widzenia twórców murali. Przede wszystkim w tym systemie nie mają oni możliwości wnioskowania o fundusze publiczne osobiście – by zdobyć dofinansowanie na mural, muszą włączyć się w działania organizacji lub przyjąć zaproszenie do uczestnictwa w przedsięwzięciu zaplanowanym przez jakiegoś organizatora. Mogą także założyć własne stowarzyszenie lub fundację, co łączy się z kolei z koniecznością poświęcenia czasu i energii na zarządzanie organizacją i pozyskiwanie funduszy na jej działalność. Brak konkursów dedykowanych sztuce w przestrzeni publicznej, a tym bardziej malarstwu monumentalnemu, wymaga także od twórców poszukania środków w różnych innych obszarach – nie tylko kultury i sztuki, ale i związanych z edukacją czy projektami społecznymi. Mural w tym wypadku staje się narzędziem realizacji działań o charakterze edukacyjnym, animacyjnym czy integracyjnym. To zresztą stało się doświadczeniem wielu twórców i organizacji i często przynosi pozytywne efekty. Zdarzają się jednak sytuacje, kiedy autor muralu, nie znajdując innych sposobów na realizację własnego dzieła, dopasowuje swoją koncepcję do możliwości grantowych.

Jak zatem wygląda finansowanie projektów, których celem bądź elementem jest stworzenie muralu? Warszawa to jedyne z badanych miast, które przez kilka kolejnych lat ogłaszało konkursy dedykowane działaniom artystycznym w przestrzeni publicznej³. W konkursie Biura Kultury „Sztuka w przestrzeni publicznej” środki były przyznawane zarówno na projekty muralistyczne, takie jak m.in. festiwal Street Art Doping Fundacji Do Dzieła!, Galeria Tybetańska Fundacji Klamra czy ŻoliGaraż Stowarzyszenia Inicjatyw Społecznych i Kulturalnych „Stolica-Dzielnica-Ulica”, jak i działania związane z szeroko pojętą sztuką w przestrzeni publicznej i street artem (np. rzeźbą, instalacjami, szablonem i działaniami performatywnymi). Kwoty przeznaczone przez Biuro Kultury na wszystkie projekty w przestrzeni miejskiej wynosiły w roku 2011 – milion zł, w roku 2012 – osiemset tysięcy zł, w 2013 roku – trzysta trzydzieści pięć tysięcy zł, a w latach 2014–2015 (projekty dwuletnie) – łącznie milion zł. Należy jednak pamiętać, że tylko część dofinansowanych projektów dotyczyła malarstwa monumentalnego – w ostatnich latach np. na działania dwuletnie związane z Festiwałem Street Art Doping przeznaczono łącznie dwieście dziewięć tysięcy zł, na Galerię Tybetańską sto dziesięć tysięcy zł, a Galerię 40/40 – sto dwa-

³ W 2015 roku konkurs został zlikwidowany.

dziesiąta tysięcy zł. Nie był to jednak jedyny konkurs, w którym organizacje próbowały pozyskać środki na realizację murali. Dofinansowania szukano także m.in. w ramach trzyletniego konkursu „Realizacja festiwalu i wydarzeń artystycznych o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym” (lata 2011–2013), w którym dofinansowano na przykład cykl Updates Fundacji Vlepvnet kwotą czterystu tysięcy zł. Kolejną ze ścieżek jest szukanie środków w konkursach dzielnicowych, choć należy zaznaczyć, że organizacje realizujące projekty muralistyczne rzadko korzystają z tej ścieżki dofinansowania. Pozyskiwanie środków wygląda jeszcze inaczej w wypadku realizacji projektów, w których mural stanowi tylko jeden z elementów przedsięwzięcia. Możliwości dofinansowania poszukuje się wtedy w innych konkursach Biura Kultury, takich jak „Edukacja kulturalna” czy „Współpraca międzynarodowych środowisk twórczych”. W wypadku niewielkich budżetów organizacje korzystają także z tzw. małych grantów; funkcjonuje tu uproszczona procedura przyznawania funduszy, jednak wnioskować można maksymalnie o dziesięć tysięcy zł. W innych badanych miastach organizacje, które chcą pozyskać środki na tworzenie murali, muszą zgłaszać projekty do konkursów w dziedzinie kultury o bardziej ogólnym charakterze. W Gdańsku środki w tym obszarze pozyskuje głównie Fundacja Gdańska Szkoła Muralu, a w Łodzi Fundacja Urban Forms.

Problemy

W ramach badania poddano analizie systemy finansowania działań z zakresu sztuki w przestrzeni publicznej, w szczególności tych, w ramach których powstają murale. Analiza objęła m.in. wszystkie ogłoszone w latach 2014–2015 otwarte konkursy ofert, w których możliwe było pozyskanie środków na te działania. W toku badania okazało się, że możliwość dotarcia do informacji o finansowaniu projektów dotyczących tworzenia murali jest bardzo ograniczona. Tematyka konkursów jest najczęściej na tyle ogólna, że mogła obejmować różnorodne projekty z szeroko pojętego obszaru kultury i sztuki. To, czy dany projekt dotyczy muralu, na poziomie wyników można domniemywać jedynie po jego tytule (który często nie zawiera słowa „mural”) bądź charakterystyce organizacji, która projekt składała. Nie dziwi zatem fakt, że urzędnicy, z którymi były przeprowadzane wywiady, w większości nie orientowali, jak wiele w danym roku muralistycznych projektów jest wspieranych przez dany samorząd. Co więcej, w pozyskanych danych zdarzyła się nieścisłość – w informacjach uzyskanych bezpośrednio z Biura Kultury m.st. Warszawy pojawił się błędny zapis, jakoby Fundacja Puszka otrzymała dofinansowanie na realizację muralu chopinowskiego z okazji 200-lecia urodzin Fryderyka Chopina (fundacja nie otrzymała tych środków, a nawet nie aplikowała o nie). Dodatkowe utrudnienie stanowi także dotarcie do wyników konkursów dotacyjnych – tylko warszawski urząd przygotował przejrzystą informację na ten temat.

Brak konkursów dedykowanych tworzeniu murali i projektów realizowanych w przestrzeni publicznej powoduje, że organizacje często zmuszone są do rozbudowywania swoich projektów o inne działania bądź realizowania inicjatyw, w ramach których murale są narzędziem czy efektem działań animacyjno-edukacyjnych. W ten sposób działa np. Fundacja Klamra, realizująca projekty edukacyjne, animacyjne, ekologiczne, na rzecz tolerancji, itp., w których mural stanowi jedną z form przekazu i jest najczęściej skutkiem przeprowadzonych warsztatów. Nie wszystkie organizacje chcą realizować tego typu projekty; nie wszystkie też wiedzą, jak napisać program, by realizować własne cele, a zarazem spełniać wytyczne danego konkursu.

Finansowanie projektów związanych z malarstwem monumentalnym odbywa się głównie na poziomie samorządów lokalnych. Zdarza się, że środki na ten cel organizacje pozyskują w ramach konkursów organizowanych przez urzędy marszałkowskie. Kolejnym źródłem finansowania mogą być programy Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Programem dotacyjnym, z którego najczęściej korzystają organizacje i instytucje realizujące projekty w tym temacie, jest program „Sztuki wizualne”. Należy jednak podkreślić, że niewiele projektów związanych ze sztuką w przestrzeni publicznej uzyskuje dofinansowanie. W 2015 roku było to kilka instytucji, w tym Instytut Kultury Miejskiej z Gdańska, który pozyskał środki na dwa projekty („NARRACJE Instalacje i Interwencje w Przestrzeni Publicznej” i „Festiwal Malarstwa Monumentalnego Monumental Art”), Instytucja Kultury Katowice – Miasto Ogrodów (na Katowice Street Art Festival 2015) i Fundacja Sztuki Zewnętrznej (projekt „Wydanie, promocja medialna i dystrybucja publikacji albumowej *Graffiti i sztuka na ulicach w Polsce 1940–2015*”). W ciągu ostatnich dwóch lat nie zdobyły funduszy tak doświadczone organizacje jak Fundacja Vlepvnet czy Fundacja Do Dzieła! Ze zmiennym szczęściem aplikuje z kolei Fundacja Urban Forms (Festiwal Galeria Urban Forms 2014 – dofinansowany w 2014 roku – oraz Festiwal Energia Miasta – projekt odrzucony w 2015 roku). Podmioty zajmujące się omawianą tematyką aplikują także do innych programów ministerialnych, takich jak np. „Edukacja kulturalna”, „Edukacja artystyczna” czy „Wydarzenia artystyczne – Promocja kultury polskiej za granicą”. Na projekty związane z szeroko pojętą sztuką w przestrzeni publicznej aplikują do nich, z różnym rezultatem, m.in. Instytut Kultury Miejskiej, Fundacja Vlepvnet czy Fundacja Urban Forms. Niestety, podobnie jak w wypadku konkursów samorządowych, nie ma technicznej możliwości wyodrębnienia projektów dotyczących jedynie sztuki w przestrzeni publicznej czy samego malarstwa monumentalnego. Szukanie po nazwie podmiotu i/lub tytule projektu jest niestety niewystarczające, gdyż pozwala na identyfikację inicjatyw już znanych, rozpoznawalnych. Łatwo w tym wypadku przeoczyć projekty, których tytuły nie nawiązują bezpośrednio do murali, przestrzeni publicznej, street artu, urban artu, itd.

Finansowanie murali w trybie pozakonkursowym

Ścieżka konkursowa, choć stosunkowo popularna, nie jest jedyną formą finansowania projektów muralistycznych przez samorządy. W niektórych miastach są organizowane stypendia dla artystów i twórców kultury. Do powstawania murali może przyczynić się także głos mieszkańców poprzez mechanizm budżetu partycypacyjnego. Inną formą są zadania realizowane bezpośrednio przez samorządy, gdzie w ramach akcji kulturalno-artystycznej, bądź o charakterze promocyjnym, zamawia się stworzenie murali. Inną procedurą jest przekazywanie dotacji celowej (bądź zarezerwowanie środków w dotacji podmiotowej) samorządowym instytucjom kultury, przeznaczonej na organizację konkretnych wydarzeń, w ramach których powstają murale.

1. Stypendia

Indywidualne stypendia dla artystów, ale też animatorów, którzy wykorzystują murale do realizacji celów społecznych, mogłyby stanowić ciekawą alternatywą dla otwartych konkursów ofert, dającą możliwości realizacji projektów bez nadmiernej biurokracji. Tak choćby powstał

mural przy ul. Zajęczej 8 w Warszawie. Należy jednak podkreślić, że nie wszystkie samorządy finansuje działania kulturalno-artystyczne w taki sposób. Spośród analizowanych samorządów w ostatnich dwóch latach stypendia w obszarze kultury i sztuki przyznawały np. Gdańsk, Kraków, Łódź i Warszawa. O stypendia można też zwracać się do Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego (są tu dwie ścieżki: Fundusz Promocji Twórczości oraz stypendia z Budżetu Państwa).

2. Procesy partycypacyjne

Interesującą ścieżką umożliwiającą tworzenie murali jest zgłaszanie własnych projektów w ramach tzw. budżetów partycypacyjnych. Projekty, jako jedne z wielu innych, poddawane są pod głosowanie mieszkańców. To oni wybierają przedsięwzięcia, na które zostaną przeznaczone środki z budżetu samorządu. Mechanizm ten najlepiej rozwinął się w Warszawie, gdzie tylko w ostatnim roku mieszkańcy wybrali do realizacji mural z postaciami polskich lotników na Gocławiu, mural dla Ochoty (przedstawiający najważniejsze wydarzenia i miejsca oraz postacie z historii dzielnicy), powstały niedawno mural z kadrami z filmów z udziałem Jana Himilbsbacha i Zdzisława Maklakiewicza, mural z Tytusem, Romkiem i A'tomkiem przy Szkole Podstawowej nr 87 we Włochach oraz mural poświęcony Armii Krajowej na Żoliborzu. Innym przykładem partycypacji mieszkańców we wspieraniu działalności muralistycznej jest finansowanie społecznościowe – dzięki crowdfundingowi powstał na mural *Tolerancja* Sebastiana Bożka na krakowskim Zabłociu (zebrano 2182 zł).

3. Działania własne samorządów

Od pewno czasu samorządy zaczęły wykorzystywać murale do promocji pewnych wydarzeń, projektów, obchodów rocznicowych oraz promocji samego miasta. W Warszawie zajmowało się tym głównie – niedawno zlikwidowane – Biuro Promocji, które zleciło wykonanie murali upamiętniających Fryderyka Chopina czy powstanie warszawskie. Wydział Kultury Urzędu Miejskiego Wrocławia sfinansował z kolei mural *Brama do Nadodrza*, który według założeń konkursu miał stać się wizytówką Wrocławia – Europejskiej Stolicy Kultury. Inną formą wspierania murali przez samorządy jest dofinansowywanie konkretnych działań czy projektów, realizowanych przez samorządowe instytucje kultury, poprzez zwiększanie dotacji podmiotowej bądź przyznawanie dotacji celowej. Tą drogą idą m.in. Gdańsk, gdzie za realizację Festiwalu Malarstwa Monumentalnego Monumental Art odpowiada Instytut Kultury Miejskiej, oraz Katowice, gdzie Miasto Ogrodów od pięciu lat realizuje Katowice Street Art Festival.

Fundacja Vlepvnet – przykład dywersyfikacji źródeł finansowania działań streetartowych

Vlepvnet jest jedną z głównych organizacji działających w obszarze szeroko pojętej twórczości w przestrzeni publicznej, takiej jak graffiti, street art i pokrewne nurty sztuki. Analizując działalność Fundacji, uwagę zwraca z jednej strony różnorodność źródeł finansowania, z drugiej pomysłowość tematyki. Vlepvnet realizuje zatem projekty mające na celu stworzenie prac, w tym murali, w przestrzeni miejskiej. Był to np. cykl *Updates*, dzięki któremu przestrzeń stolicy zyskała murale autor-

stwa Blu, Roa czy Eltono, a także betonową rzeźbę autorstwa Krystiana Trutha Czaplickiego. Fundacja organizuje też międzynarodowe spotkania artystów street artu, prezentacje ich prac w Warszawie oraz promocję polskiego street artu podczas branżowych wydarzeń (np. Europejskich Targów Street Art Stroke w Monachium). Vlepvnet prowadzi też projekty typowo edukacyjne, nastawione na naukę różnych technik street artowych, skierowane zarówno do dzieci, młodzieży, jak i innych dorosłych. Równocześnie fundacja realizuje projekty animacyjne, w ramach których mural czy inne techniki street artu są narzędziem do osiągnięcia innych celów, takich jak: rewitalizacja społeczna, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu czy wyrównanie szans mieszkańców terenów wiejskich w możliwościach czynnego odbioru sztuki współczesnej. Fundacja pozyskuje środki zarówno z funduszy dedykowanych działalności streetartowej (Konkurs Urzędu Marszałkowskiego województwa mazowieckiego „Sztuka w przestrzeni publicznej”, konkurs Biura Kultury m.st. Warszawy „Sztuka w przestrzeni publicznej” czy Program Sztuki Wizualne Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego), grantów przeznaczonych na wspieranie organizacji festiwalu (konkurs Biura Kultury m.st. Warszawy „Realizacja festiwalu i wydarzeń artystycznych o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym”) czy w konkursach na realizację projektów edukacyjnych i animacyjnych (Urząd Miasta Bydgoszcz „Realizacja projektów z zakresu edukacji i animacji kulturalnej”, konkurs Biura Kultury m.st. Warszawy „Realizowanie programów dotyczących edukacji kulturalnej dla dzieci i młodzieży”). Na działania o charakterze międzynarodowym fundacja pozyskiwała środki m.in. z Funduszu Wymiany Kulturalnej, w ramach tzw. Funduszy Norweskich, czy Fundacji Współpracy Polsko-Niemieckiej. Jeszcze innym źródłem były granty fundacji korporacyjnej, a konkretnie Fundacji Orange. Działalność Fundacji Vlepvnet pokazuje, że projekty w szeroko rozumianym obszarze street artu i sztuki w przestrzeni publicznej można realizować ze środków pochodzących z bardzo różnych źródeł.

Oddzielne zagadnienie stanowią murale reklamowe, które są finansowane przez zleceniodawców. Projektujące i/lub wykonujące je firmy, te od działalności jednoosobowej po znanego polskiego monopolistę, „zasilają” najczęściej osobami, które w swojej działalności w przestrzeni publicznej obracają lub obracały się w obszarze graffiti, street artu czy muralu. Od ich intencji i strategii wpisowania się w prawa rynku komercyjnego, który przecież coraz chętniej sięga po wielkoformatowe medium, zależy w dużej mierze wygląd przestrzeni publicznej polskich miast.

[...] otwarcie mówiliśmy i od początku mówiliśmy zawsze, że jesteśmy firmą komercyjną i że działamy na rynku reklamowym. Nigdy nie próbowaliśmy stworzyć z siebie jakiegoś tworu stricte artystycznego, natomiast towarzyszy nam artyzm dlatego, że również robimy takie projekty i że forma reklam, jakie wykonujemy, jest w jakiś sposób związana ze sztuką, natomiast bardziej przedstawiamy to jako rzemiosło malarskie [...]. Zdarzyły się też i takie zlecenia, których odmówiliśmy, więc nie jest tak, jak ktoś myśli, że dla pieniędzy zrobimy wszystko. Znow to podkreślę, że jesteśmy firmą i powstaliśmy po to, żeby zarabiać pieniądze, chociaż powstaliśmy z pasji, natomiast też potrafimy powiedzieć „nie”. I chyba nie chciałbym wymienić, czego byśmy odmówili, ale mamy swój kodeks działania [O 17 Fil].

Ilościowa analiza danych

Opis badania

Badanie opisane w niniejszym raporcie odbyło się w okresie od czerwca do sierpnia 2015 roku w pięciu ośrodkach miejskich w Polsce (Trójmiasto, Katowice, Łódź, Wrocław, Warszawa). Polegało ono na przeprowadzeniu ankiet na temat malarstwa monumentalnego w oparciu o przygotowany wcześniej kwestionariusz. Pytania w ankiecie miały formę zamkniętą oraz otwartą. Sprawdzane było, jak badani oceniają swoją wiedzę dotyczącą murali, oraz poziom ich wiedzy na temat murali i ich autorów. Zbadano również opinię respondentów na temat konkretnych murali i obecności murali w mieście w ogóle. Przeprowadzeniem badania zajęli się przeszkoleni ankieterzy, którzy jednocześnie przekazywali swoje opinie na kartach rekonesansu oraz kartach obecności w terenie. Dla wszystkich miast zgromadzono odpowiedzi 1006 respondentów. W każdym z miast ankietowanym zadawano pytania dotyczące 10 murali, co daje w przybliżeniu 200 osób dla każdego z miast i 20 osób dla każdego muralu będącego przedmiotem badania. Kryterium wyboru murali opisane zostało w metodologii projektu, a zdjęcia wszystkich prac, które wybrano do badania, znajdują się w rozdziale *Materiał fotograficzny*.

Celem badania było poznanie poziomu wiedzy dotyczącej malarstwa wielkoformatowego w przestrzeni publicznej w Polsce oraz opinii społecznej na temat obecności murali w mieście.

Niniejszy raport podzielony został na trzy części. Pierwsza zawiera szczegółowe informacje dotyczące respondentów biorących udział w badaniu. Dla każdego z miast przedstawione zostały w pierwszej kolejności podstawowe statystyki charakteryzujące specyfikę próby (płeć, wiek, wykształcenie respondentów) na tle miast, w których przeprowadzono badania.

W części drugiej raportu omówiono odpowiedzi respondentów na pytania badające poziom ich wiedzy na temat murali i ich autorów oraz pytania przedstawiające opinie respondentów na ich temat. Zbadano również czy występują różnice w odpowiedziach ze względu na płeć, wiek lub wykształcenie badanych.

Wreszcie, w trzeciej części podsumowano najważniejsze obserwacje i zaproponowano rekomendacje dla dalszych działań badawczych.

Część I – Charakterystyka próby

Tysiąc sześćseto respondentów biorących udział w badaniu skontrolowano pod kątem płci, wieku, wykształcenia oraz odległości miejsca zamieszkania od danego muralu. We wszystkich miastach udało się uzyskać obserwacje dla grup respondentów relatywnie zbliżonych pod kątem charakterystyk – dlatego w niniejszym podrozdziale zdecydowano się na omówienie łącznych charakterystyk próby, uwzględniając, gdy to konieczne, różnice zaobserwowane dla poszczególnych miast. Szczegółowe statystyki dotyczące miast znajdują się w tab. 1.

Tab. 1. Dane dotyczące gęstości zaludnienia, płci, wieku oraz wykształcenia w miastach objętych badaniem.

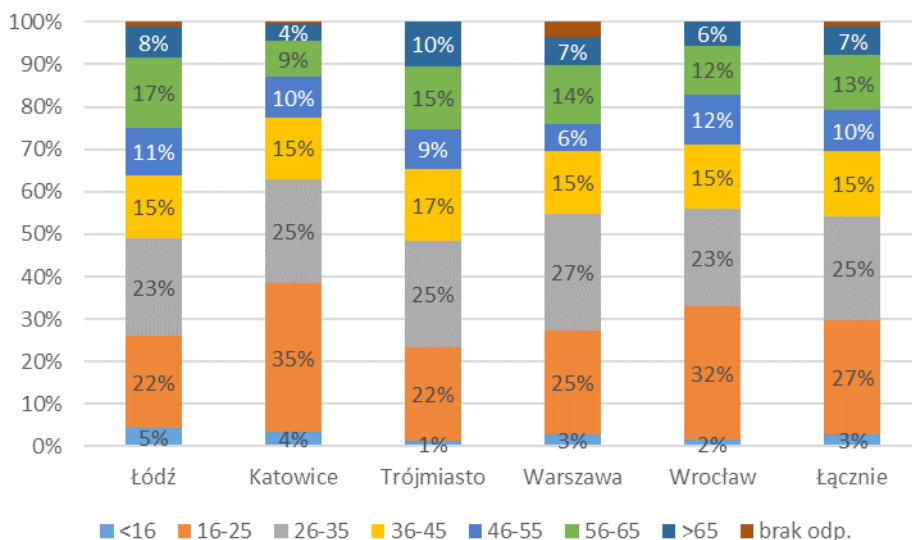
Miasto		Łódź	Katowice	Trójmiasto	Warszawa	Wrocław	Średnia
Gęstość zaludnienia		2408	1833	1803	3355	2167	2313
Płeć	Kobiety	55%	52%	53%	53%	53%	53%
	Mężczyźni	45%	48%	47%	47%	47%	47%
Wiek	<15	12%	12%	13%	14%	13%	13%
	15-24	9%	10%	10%	8%	9%	9%
	25-34	15%	16%	16%	17%	19%	17%
	35-44	15%	14%	15%	16%	15%	16%
	45-54	12%	13%	11%	11%	11%	11%
	55-64	17%	16%	15%	15%	15%	15%
	>64	20%	19%	18%	19%	18%	19%
Wykształcenie	Podstawowe	21%	18%	16%	12%	15%	17%
	Średnie	55%	57%	55%	48%	53%	54%
	Wyższe	23%	25%	29%	40%	32%	30%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych na dzień 01.11.2015.

Jak można zauważyć, w miastach, w których przeprowadzone zostało badanie, średnio 53% mieszkańców to kobiety, natomiast 47% to mężczyźni. Przeważającą grupą wiekową są osoby starsze (powyżej 64. roku życia), nie mniej jednak nie można stwierdzić, aby któraś z grup dominowała w strukturze wiekowej analizowanych miast. Jeśli idzie o wykształcenie, aż 54% mieszkańców posiada wykształcenie średnie, 30% zaś wyższe, przy 17% osób posiadających jedynie wykształcenie podstawowe. Badane miasta można uszeregować również ze względu na gęstość zaludnienia, od Warszawy (3355), przez Wrocław i Łódź (odpowiednio 2167 oraz 2408), po Trójmiasto i Katowice (1803 i 1833). Znajomość powyżej wspomnianych statystyk pozwala zdecydować o reprezentatywności próby zgromadzonej do badania (porównania charakterystyk zgromadzonej próby z ogólnymi wynikami dla miast), co zostanie opisane dalej.

W próbie zgromadzonej do badania, w przybliżeniu 49% respondentów to kobiety, a 51% mężczyźni. W podziale dla poszczególnych miast odsetek kobiet w próbie wynosił odpowiednio: od 43% we Wrocławiu, przez 48% w Łodzi, 50% w Warszawie, 53% w Trójmieście, po 54% w Katowicach. Przeważającą grupą wiekową stanowiły osoby w wieku od 16 do 35 roku życia (52% respondentów, w tym 27% badanych w wieku od 16. do 25. roku życia, a 25% od 25. do 35.). Osoby ankietowane były więc relatywnie młode, na tle struktury wiekowej anali-

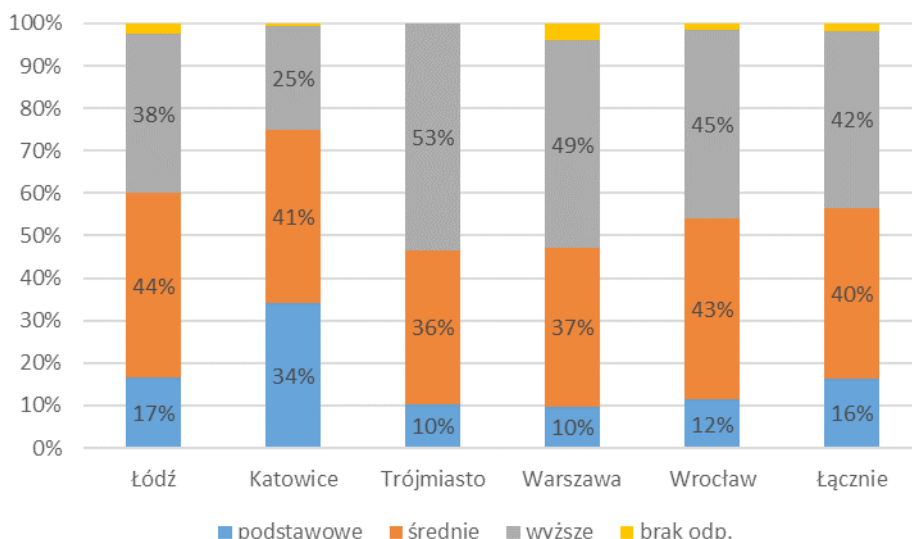
zowanych miast. Pozostałe grupy wiekowe miały nieco niższy udział w badanej próbie. Taką strukturę próby respondentów, którzy zgodzili się wziąć udział w badaniu, wydaje się wyjaśniać m.in. fakt, że osoby młode statystycznie częściej podejmują się uczestnictwa w różnego rodzaju ankietach oraz sondażach¹. Wiek respondentów biorących udział w badaniu w podziale na miasta przedstawiono na rys. 1.



Rys.1. Wiek respondentów w podziale na miasta biorące udział w badaniu.

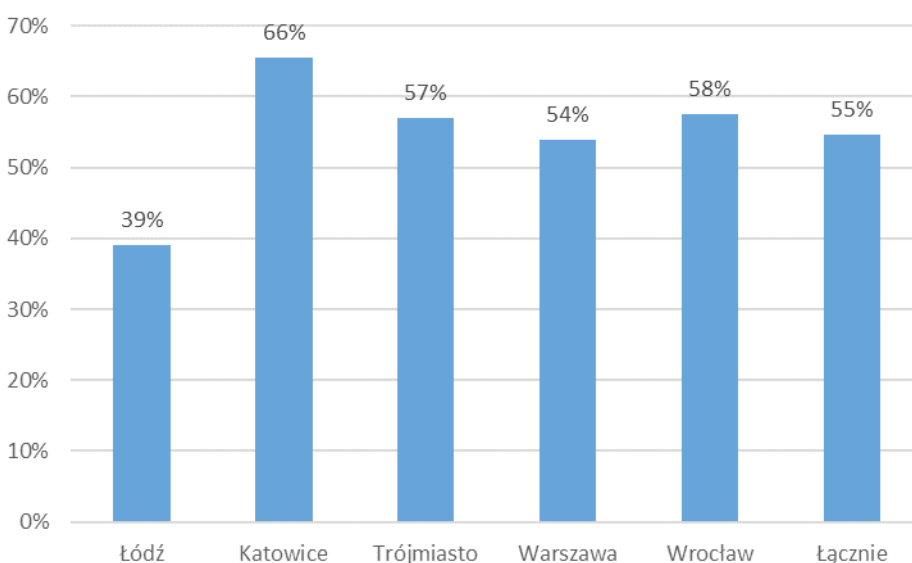
W wypadku poziomu wykształcenia respondentów odnotowano niewielkie różnice między strukturą badanej próby w poszczególnych miastach. Wśród osób biorących udział w badaniu znalazły się głównie osoby z wykształceniem średnim lub wyższym. W Trójmieście, Warszawie, Wrocławiu oraz Łodzi zaobserwowano relatywnie wysoki odsetek osób z wyższym wykształceniem (odpowiednio 53%, 49%, 45% oraz 38%) podczas gdy w Katowicach było to zaledwie 25% badanych na rzecz 34% z wykształceniem podstawowym. W pozostałych miastach odsetek osób z wykształceniem podstawowym oscylował w granicach od 10% (Trójmiasto, Warszawa, Wrocław) do 17% (Łódź). Nie zaobserwowano znaczących różnic w zakresie wykształcenia średniego (zróznicowanie od 36% dla Trójmiasta, do 44% dla Łodzi). Szczegółową strukturę wieku badanych przedstawia rys.2.

¹ <http://nastrazysondazy.uw.edu.pl/metodologia-badan/metodologia/metody-zbierania-danych/> Dostęp 31.10.2015.



Rys. 2. Wykształcenie respondentów w podziale na miasta biorące udział w badaniu.

Badanie przeprowadzone zostało w bliskim otoczeniu rozważanych murali (ankieterzy przeprowadzali wywiady z respondentami pod danym muralem bądź w miejscu, z którego był on widoczny), z tego względu istotną z punktu widzenia badania statystyką może być pytanie dotyczące odległości miejsca zamieszkania respondenta od danego muralu. Około 55% badanych osób wskazało, że mieszka w bliskiej odległości od analizowanego malunku, przy czym była to ocena subiektywna. Wyniki nie różniły się znacząco między miastami (od około 54% dla Warszawy, do 66% w Katowicach), za wyjątkiem Łodzi (39%). Wynik ten jest nieco zaskakujący, biorąc pod uwagę duże nasycenie centralnej przestrzeni tego miasta dziełami malarstwa wielkoformatowego, tworzącymi miejski szlak spacerowy. Autorzy raportu podejrzewają, iż ze względu na subiektywny charakter oceny badani w różny sposób mogli ocenić rzeczoną odległość. Odpowiedzi na pytanie *Czy mieszka Pan/Pani w najbliższej okolicy?* przedstawia rys. 3.



Rys. 3. Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie *Czy mieszka Pan/Pani w najbliższej okolicy?*

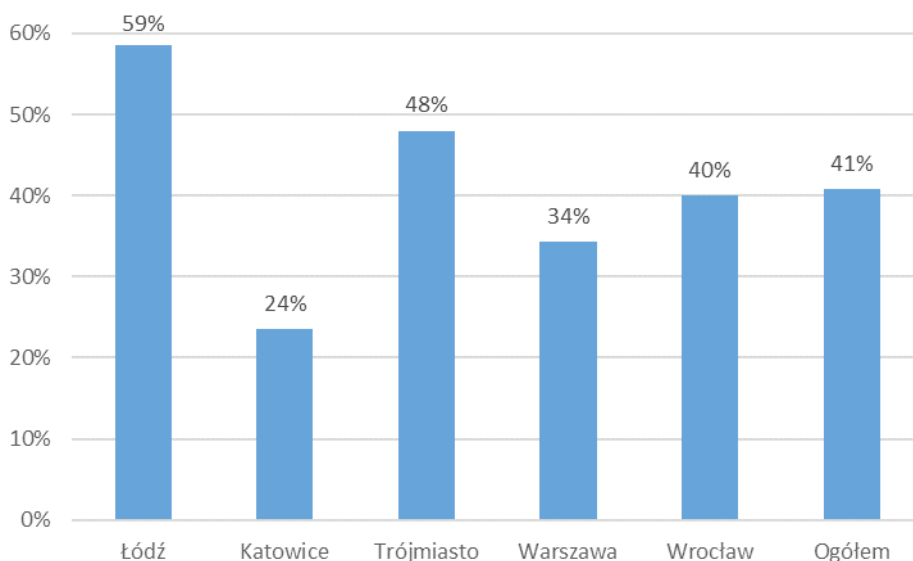
Powyższe statystyki mogą okazać się szczególnie istotne ponieważ to, czy dana osoba ma szansę często widywać dany mural, oraz to, że może pamiętać daną okolicę zarówno przed, jak i po powstaniu danego dzieła, może mieć wpływać na ocenę danego muralu, co zostanie pokazane w części II niniejszej pracy.

Podsumowując, zgromadzona w badaniu próba jest reprezentatywna dla badanych obszarów. Co więcej liczba respondentów, którzy wzięli udział w projekcie jest bardzo wysoka, w porównaniu do innych opracowań na temat malarstwa wielkoformatowego². Jest to też zgodnie z wiedzą autorów pierwsze opracowanie, które oprócz metod jakościowych (wywiadów pogłębionych, deliberacji) uwzględnia pierwiastek ilościowy, co pozwala na poznanie szerszego kontekstu badanego zagadnienia.

Część II – Wiedza i opinie badanych na temat murali

Wiedza dotycząca zagadnienia murali

Pytania sprawdzające wiedzę uczestników badania na temat murali pokazały, że jest ona relatywnie niska. Pierwszą zaobserwowaną tendencją jest generalny brak wiedzy o samej nazwie muralu.



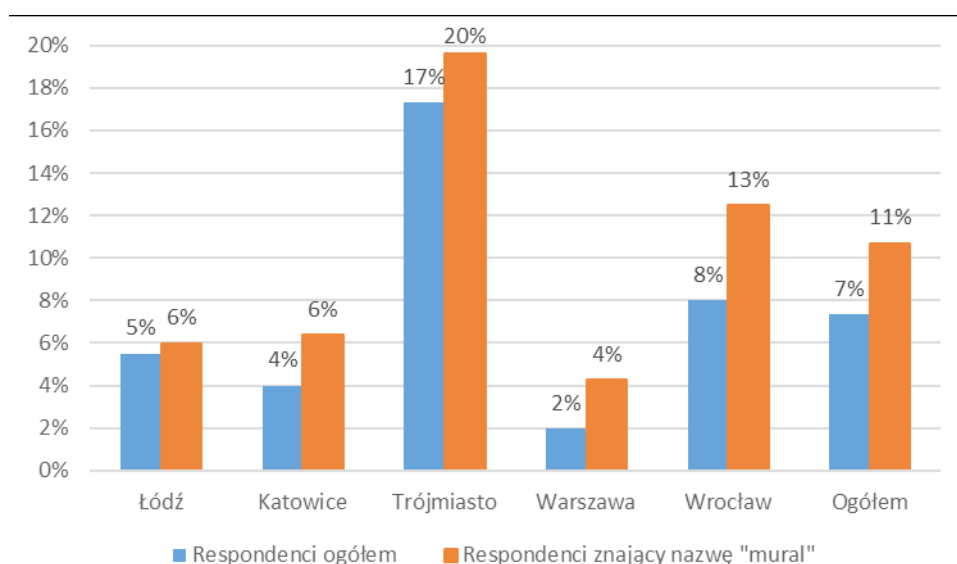
Rys. 4. Czy respondent podał poprawną nazwę muralu?

Wśród badanych tylko 41% osób podało poprawną nazwę (mural), przy czym najniższy odsetek poprawnych odpowiedzi odnotowano w Katowicach (24%), najwyższy zaś w Łodzi (59%). Większa świadomość ankietowanych w Łodzi co do nazewnictwa malarstwa wielkoformatowego zdaje się potwierdzać przypuszczenia autorów badania – Łódź uznawana jest za miasto, gdzie zagadnienie murali jest relatywnie dobrze znane mieszkańcom dzięki aktywnemu działaniu Fundacji Urban Forms, która za zadanie stawia sobie *nasycenie łódzkiej tkanki miejskiej, kreatywną, wielowymiarową, nowoczesną sztuką* [...]³. Błędne odpowiedzi mogły wynikać z nieodróżniania murali od innych artystycznych i paraartystycznych działań w przestrzeni pu-

2 Np.: http://urbanforms.org/userfiles/Dialog_wokol_murali_raport.pdf Dostęp 31.10.2015.
3 <http://www.urbanforms.org/about/pl/> Dostęp 31.10.2015.

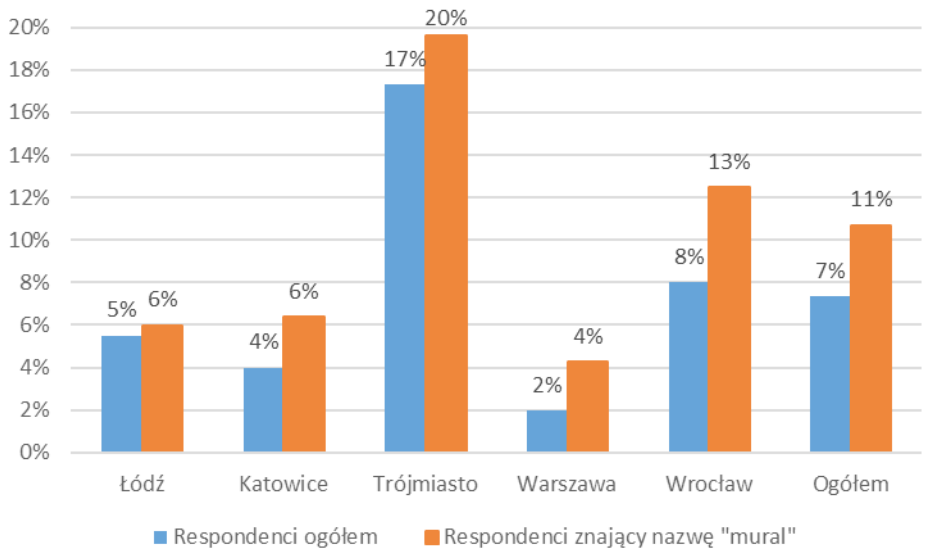
blicznej, najczęściej graffiti (24% błędnych odpowiedzi), choć zamiast nazwy „mural” pojawiały się również odpowiedzi takie jak: sztuka uliczna, street art, malunek. Zestawienie odpowiedzi respondentów na pytanie o poprawną nazwę z odpowiedziami na pytanie, jak często widzą dany mural, wykazało ponadto, że częstszy kontakt z murałem nie ma wpływu na znajomość poprawnego nazewnictwa. Można więc przypuszczać, że sama obecność murali w mieście nie przyczynia się do wzrostu wiedzy na ich temat.

Jeszcze niższy odsetek poprawnych odpowiedzi uzyskano dla pytania o autora danego muralu, gdzie prawidłowej odpowiedzi udzieliło jedynie 7% osób (dla całej próby). Wynik ten silnie różnił się między miastami (od około 2% w Warszawie do blisko 20% w Trójmieście). Co ciekawe, znajomość tytułu muralu wpływała nieznacznie na odsetek poprawnych odpowiedzi o nazwę autora: jeśli dany respondent potrafił określić daną sztukę jako mural, to statystycznie częściej odpowiadał poprawnie na pytanie o nazwisko lub pseudonim autora, choć zmiana ta była niewielka, co prezentuje rys. 5. Ponadto, również w wypadku tego pytania, częstotliwość kontaktu z murałem nie miała wpływu na znajomość autora muralu.



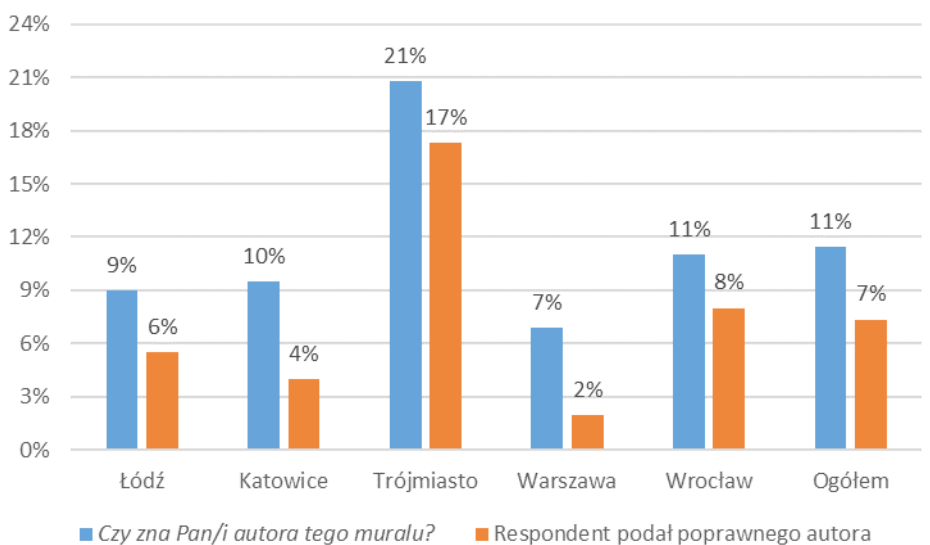
Rys. 5. Odsetek poprawnych odpowiedzi na pytanie o autora muralu dla respondentów, którzy potrafili rozpoznać mural, oraz dla tych, którzy go nie znali.

W badaniu poddano analizie zarówno subiektywną, jak i obiektywną wiedzę badanych. Respondenci w pierwszej kolejności pytani byli o to, czy wiedzą, jakie jest nazwisko autora, i mogli odpowiedzieć „tak” lub „nie”. Następnie proszono ich o podanie nazwiska bądź pseudonimu artysty. Badani często kojarzyli pewne fakty na temat autorów (narodowość, liczbę autorów, okoliczności powstania muralu), natomiast nie potrafili podać konkretnego nazwiska. Analizując odpowiedzi respondentów na tak zadawane pytania, można było uchwycić efekt mylnych oczekiwań badanych co do swojej wiedzy. Dla wszystkich miast zaobserwowano relatywnie wysoką różnicę między deklaracją wiedzy dot. murali a jej faktycznym stanem, co przedstawia rys. 6. Inaczej mówiąc, w wielu wypadkach badani deklarowali znajomość zagadnienia, które w rzeczywistości było im nieznane.



Rys. 6. Odsetek pozytywnych odpowiedzi na pytanie *Czy zna Pan/i autora tego muralu?* oraz prawidłowe odpowiedzi.

Po zbadaniu wiedzy respondentów na temat konkretnego muralu poddano analizie wiedzę ankietowanych o muralach w ogóle. Dlatego kolejne pytanie brzmiało: *Czy zna Pan/i jakieś inne murale w mieście?* W tym wypadku odpowiedzi twierdzącej udzieliło średnio aż 76% badanych. Ponownie najwyższy odsetek odnotowano w Łodzi (85%), natomiast najniższy w Warszawie (69%). Na pytanie *Czy zna Pan/i jakichś innych autorów murali?* twierdząco odpowiedziało 13% badanych, co daje wynik wyższy niż dla pytania o autora konkretnego muralu, pod którym przeprowadzany był wywiad, ale nadal o wiele niższy niż dla pytania o znajomość innych murali w mieście.

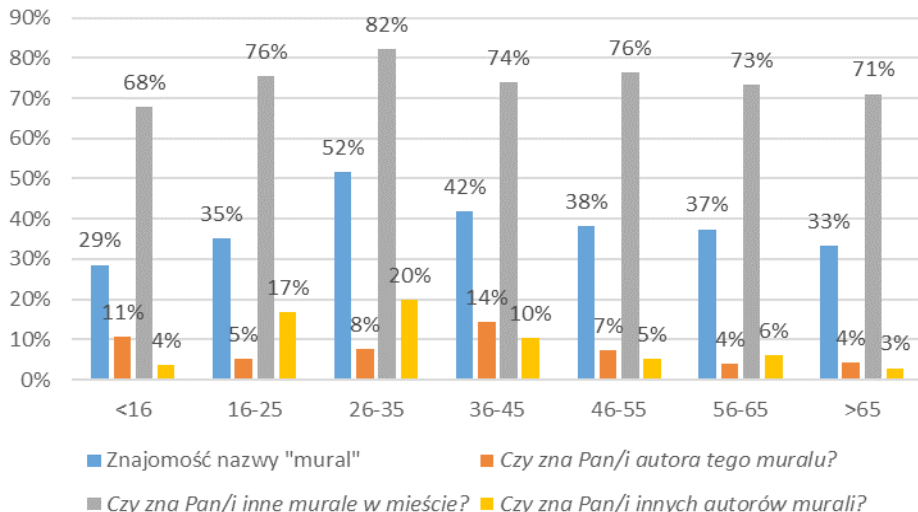


Rys.7. Odsetek pozytywnych odpowiedzi na pytania o inne murale.

Zdecydowanie wyższa liczba osób znających inne murale w mieście, w porównaniu do liczby osób używających prawidłowego nazewnictwa, świadczy o powszechnej świadomości ist-

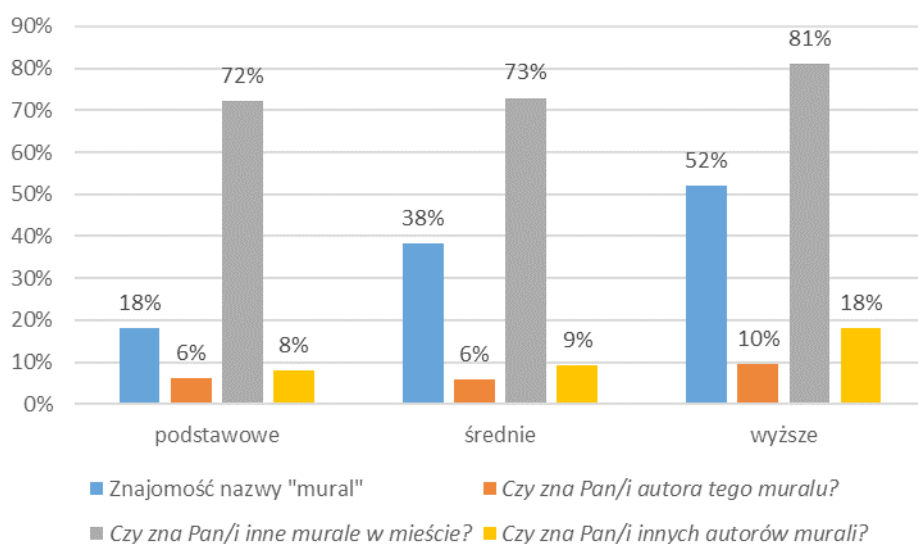
nienia malarstwa wielkoformatowego wśród badanych, nawet jeżeli nie potrafią oni wskazać szczegółów z nim związanych lub nie wiedzą, czym ono jest. Niemniej powyższe dane świadczą o ogólnie niskiej wiedzy społeczeństwa na temat murali. Co prawda większość badanych uważa, że zna murale w mieście, w którym mieszka (76%), jednak już mniej niż połowa (41%) umie poprawnie je nazwać. W wypadku bardziej szczegółowych danych, takich jak np. nazwisko autora danego muralu, bardzo niewielki odsetek osób jest w stanie podać prawidłową odpowiedź, niezależnie od tego, czy zna poprawną nazwę muralu, czy nie (odpowiednio 11% i 7%).

Analizując wspomniane wcześniej pytania, należałoby również zastanowić się, czy odpowiedzi respondentów różnią się ze względu na wiek, wykształcenie, płeć lub fakt zamieszkania w bliskiej odległości od danego muralu. Rys. 8 pokazuje, że chociaż nie występują znaczące różnice w poziomie wiedzy dotyczącej murali ze względu na wiek, można zauważyć nieznacznie wyższy odsetek osób znających nazwę „mural”, wśród osób w wieku od 26 do 35 roku życia. Co więcej, również w tej grupie wiekowej najwięcej osób zadeklarowało znajomość innych murali oraz autorów murali. Takie wyniki mogą wskazywać na potencjalną grupę wiekową najbardziej zainteresowaną tematyką malarstwa wielkoformatowego. Autorzy raportu podkreślają jednak, iż różnice między poziomami odpowiedzi między różnymi przedziałami wiekowymi respondentów wydają się małe, i dlatego powyższe stwierdzenie należy traktować bardziej jako przypuszczenie niż niezbity wniosek z niniejszej analizy.



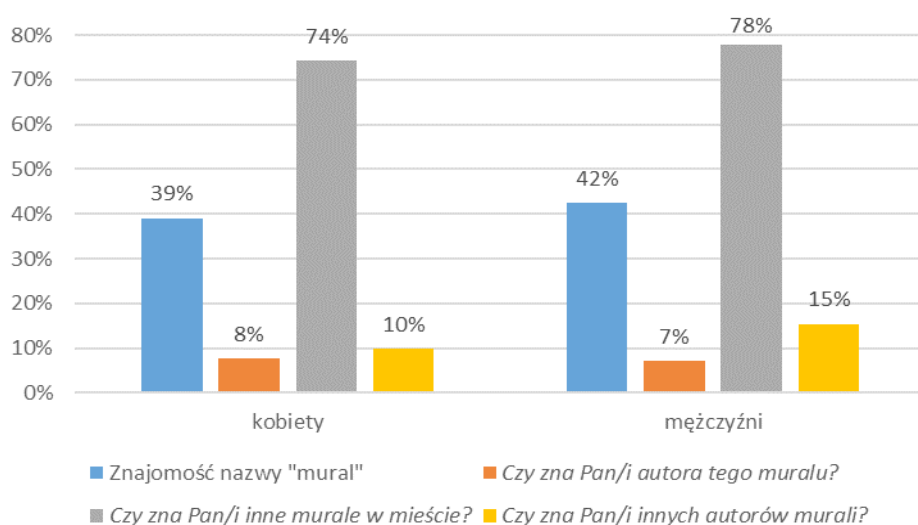
Rys. 8. Odsetek pozytywnych odpowiedzi na pytania w podziale na grupy wiekowe.

Rys. 9 pokazuje zróżnicowanie wiedzy respondentów ze względu na poziom wykształcenia. Odsetek poprawnych odpowiedzi na wszystkie pytania nieznacznie się zwiększa wraz ze wzrostem wykształcenia badanych. Najsilniejsze różnice można zauważyć w wypadku pytania o nazwę muralu. Tylko 18% osób z wykształceniem podstawowym potrafiło użyć słowa „mural”, podczas gdy wśród osób z wykształceniem wyższym było to już 52%. Można więc stwierdzić, iż wyższy poziom wykształcenia pozytywnie wpływa na znajomość zagadnienia „mural”.

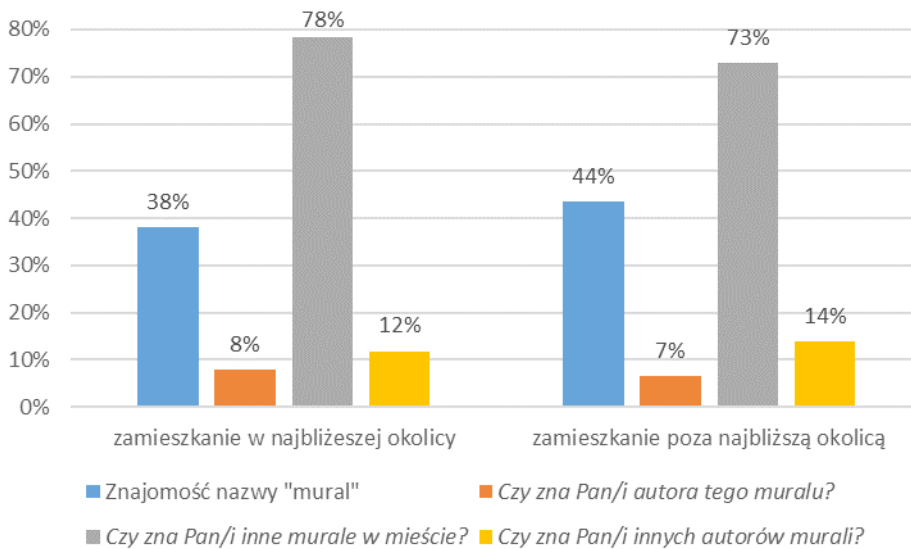


Rys. Odsetek pozytywnych odpowiedzi na pytania w podziale na poziomy wykształcenia.

O ile można wnioskować o wpływie wykształcenia i wieku respondenta na znajomość zagadnienia murali, nie ma podstaw, aby stwierdzić jakiegokolwiek wpływ płci czy odległości miejsca zamieszkania od danego muralu na wiedzę respondentów (rys. 10 oraz 11).



Rys. 10. Odsetek pozytywnych odpowiedzi na pytania w podziale na płeć.

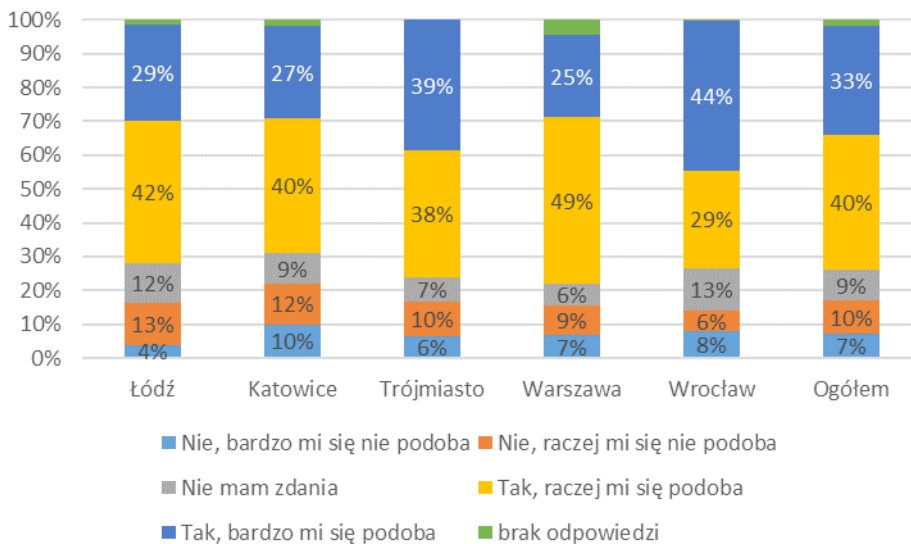


Rys. 11. Odsetek pozytywnych odpowiedzi na pytania w podziale na miejsce zamieszkania.

Podsumowując niniejsze, można określić wiedzę społeczną dotyczącą murali jako relatywnie niską. Niewiele osób potrafi poprawnie podać nazwę „mural”, nadto badani mylą malarstwo wielkoformatowe z graffiti. Jeśli chodzi o wiedzę dotyczącą autorów murali, jest ona bardzo niska, sięgająca zaledwie kilku procent. Niemniej jednak świadomość społeczna co do obecności murali w mieście jest raczej wysoka. Po wyjaśnieniu badanym, czym jest mural, względnie wysoki odsetek osób deklaruje znajomość innych murali w swoim mieście zamieszkania. Na poziom wiedzy dotyczącej murali pozytywnie wpływa poziom wykształcenia, można również wskazać osoby młode (w wieku od 26. do 35. roku życia) jako grupę posiadającą najwyższą wiedzę dotyczącą murali. Płeć czy też usytuowanie muralu w bliskiej odległości względem miejsca zamieszkania nie wpływają w istotny sposób na odpowiedzi badanych.

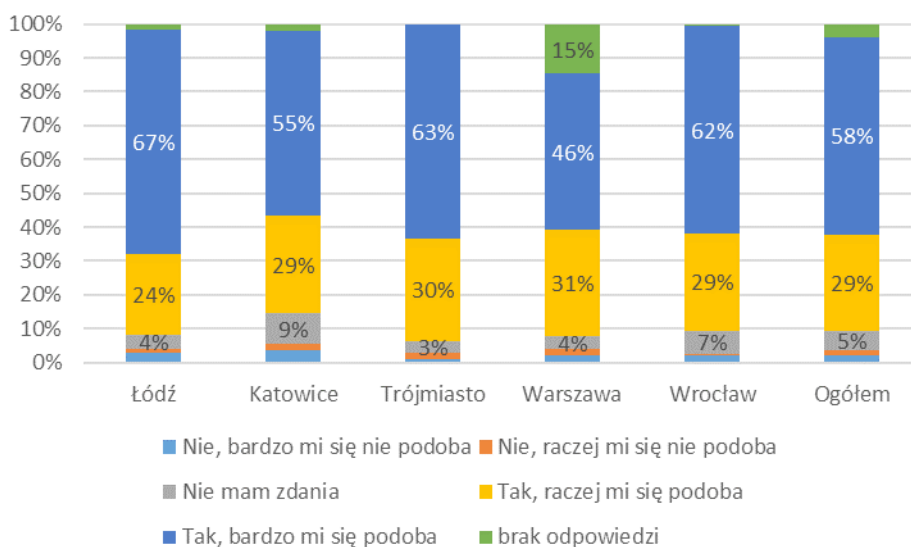
Opinie dotyczące zagadnienia murali

Druga część pytań dotyczyła opinii respondentów na temat murali. Proszono badanych o odpowiedź na dwa pytania: jedno dotyczące odczuć co do muralu, pod którym przeprowadzono badanie (*Czy podoba się Panu/Pani ten mural?*), oraz drugie, na temat ogólnej obecności murali w mieście (*Czy podoba się Panu/Pani obecność murali w mieście?*). Badani w obu wypadkach mogli dokonać odpowiedzi, wybierając liczbę na pięciostopniowej skali (gdzie 1 oznaczało najniższą ocenę, a 5 najwyższą). Respondenci w większości wypowiedzieli się pozytywnie na temat murali. Na pytanie *Czy podoba się Panu/Pani ten mural?* pozytywnie odpowiedziało 73% respondentów (łączny odsetek odpowiedzi *tak*, *raczej mi się podoba* i *tak, bardzo mi się podoba*). Wartości te różniły się nieznacznie między miastami, przyjmując najniższą wartość dla Katowic (67% odpowiedzi pozytywnych), a najwyższą w Trójmieście (77%). Co interesujące, Łódź uznawana za miasto najbardziej przyjazne malarstwu wielkoformatowemu, wypadła poniżej średniej – pozytywnych odpowiedzi udzieliło 71% respondentów. Ponadto, podobnie jak w wypadku znajomości nazewnictwa muralu i jego autora, zestawienie odpowiedzi na pytanie *Jak często widzi Pan/i ten mural* z odpowiedziami na powyższe pytanie wykazało, że nie istnieje żadna zależność między częstotliwością kontaktu z murałem a oceną jego atrakcyjności.



Rys. 12. Odpowiedzi na pytanie *Czy podoba się Panu/Pani ten mural?*

Jeszcze wyższy wskaźnik pozytywnych odpowiedzi zaobserwowano dla pytania *Czy podoba się Panu/Pani obecność murali w mieście?* Twierdzącej odpowiedzi udzieliło ogółem 87% badanych. Najniższą wartość odnotowano w Warszawie (77% pozytywnych odpowiedzi), należy jednak zwrócić uwagę, że taki wynik może być spowodowany stosunkowo wysokim (15%) odsetkiem braku odpowiedzi na pytanie wśród respondentów w stolicy. Najwyższą wartość ponownie odnotowano w Trójmieście (93%). Łódź tym razem była powyżej średniej, z wynikiem 91%.

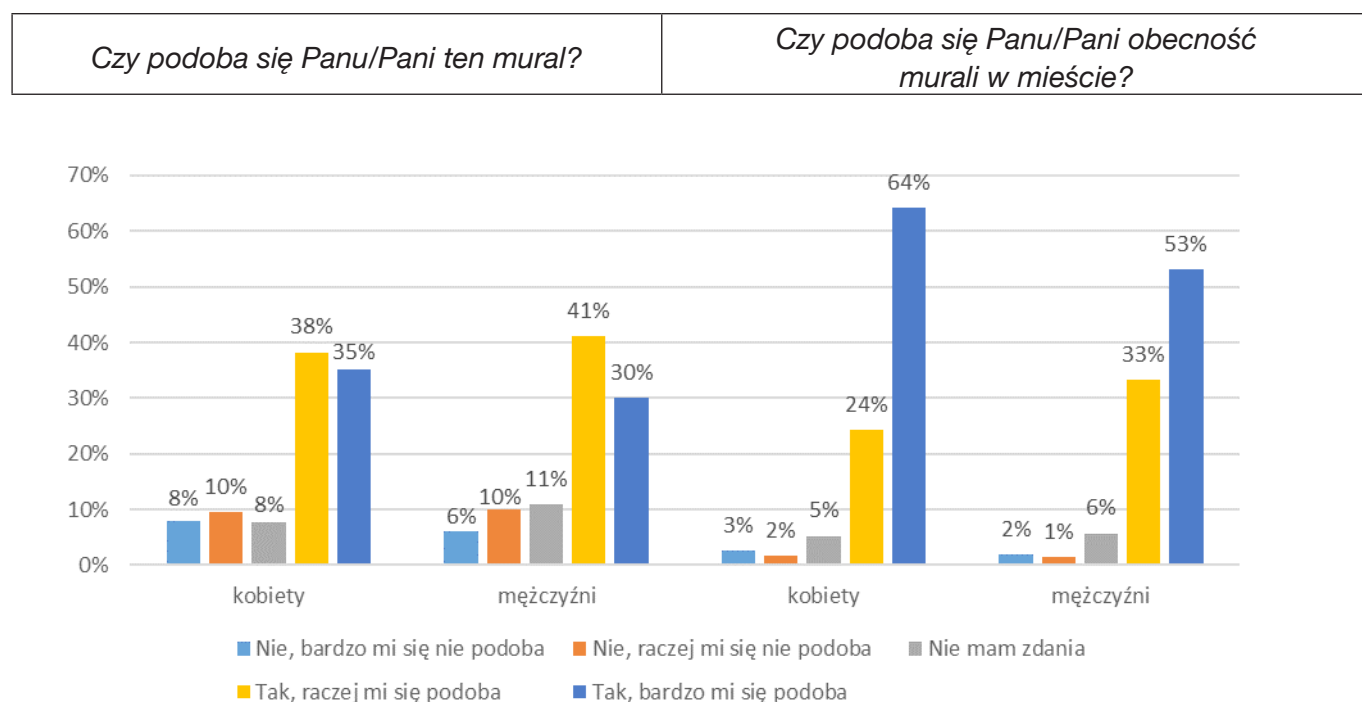


Rys. 13. Odpowiedzi na pytanie *Czy podoba się Panu/Pani obecność murali w mieście?*

Większa liczba pozytywnych odpowiedzi na pytanie o obecność murali względem pytania o ocenę wizualną konkretnego muralu może być determinowana trzema czynnikami. Po pierwsze, możliwe jest, że murale, pod którymi przeprowadzane było badanie, zdaniem ankietowanych są mniej atrakcyjne niż inne murale, co w sposób bezpośredni przełożyło się na niższą ocenę. Drugie wyjaśnienie opiera się na rozróżnieniu preferencji ujawnionych od deklarowanych. Preferencje ujawnione w badaniach opinii publicznej opisują rzeczywiście dokonywane wybory

(np. obserwujemy, czy dana osoba rzeczywiście kupiła dany towar). Niestety ten rodzaj preferencji, choć oddaje istotę wyboru, jest najtrudniej zaobserwować (jak zweryfikować, czy badanym rzeczywiście podoba się obecność murali w mieście?), i dlatego we wszystkich badaniach, gdzie respondenci pytani są o swoje hipotetyczne decyzje lub opinie, otrzymuje się wyniki opisane przez preferencje deklarowane. Preferencje te opisują jedynie to, co respondenci deklarują w danym badaniu. Możliwe więc, że badani ogólnie pozytywnie odnoszą się do obecności murali w mieście, w związku z czym zapytani o to w sytuacji, kiedy nie muszą ich jednocześnie oceniać, odpowiadają twierdząco (preferencje deklarowane). Jednak część z respondentów, zapytana wprost o ocenę danego muralu, ma okazję do weryfikacji swojej deklaracji i okazuje się, że malarstwo wielkoformatowe nie podoba im się tak, jak uważali (preferencje ujawnione). Trzecią możliwością jest sytuacja, w której respondenci nie lubią tego typu sztuki, ale są tolerancyjni i zdają sobie sprawę, że innym może się ona podobać. W związku z tym, nie chcąc generować negatywnego efektu społecznego, zapytani o to, czy podoba im się dany mural, odpowiadają przecząco, ale jednocześnie nie mają nic przeciw, aby znajdował się on w ich mieście.

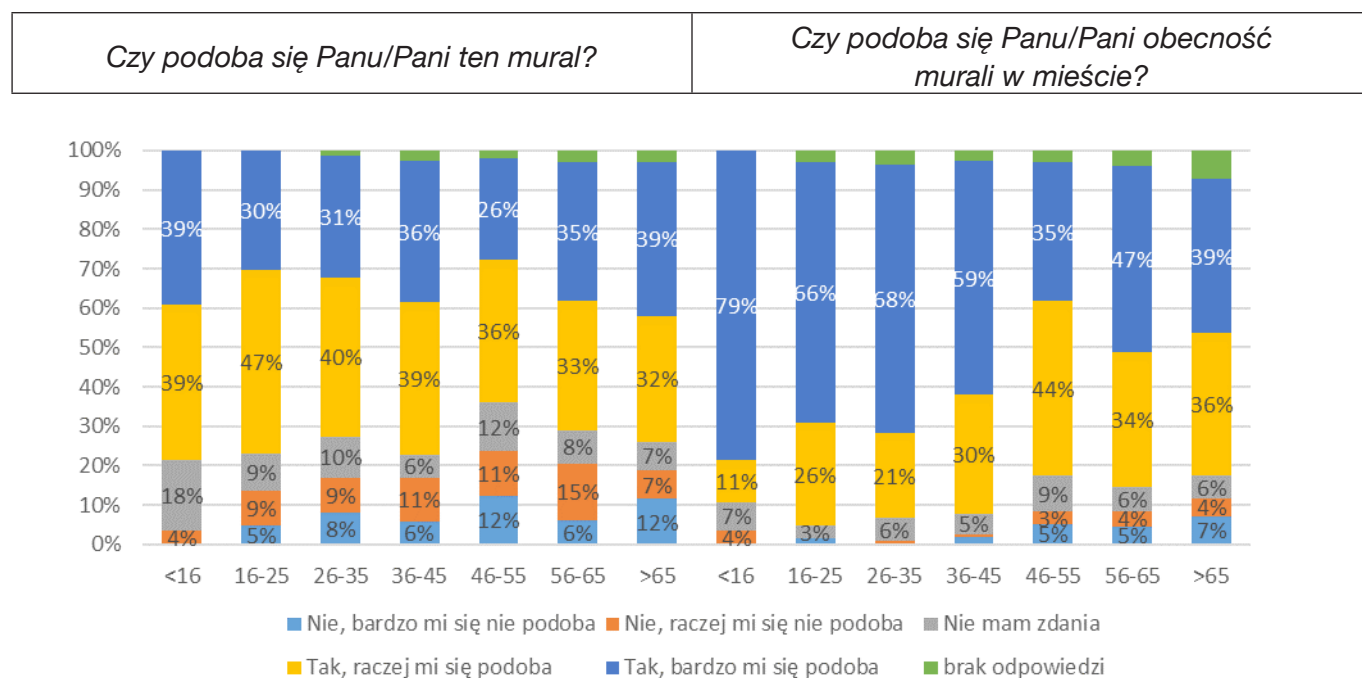
Analizując oba opiniujące pytania ze względu na płeć, nie zauważono znaczących różnic. Jediną obserwowalną tendencją jest inna struktura pozytywnych odpowiedzi w związku z obecnością murali w mieście. Chociaż łączny odsetek odpowiedzi (*Tak, bardzo mi się podoba i Tak, raczej mi się podoba*) nie różni się znacząco dla kobiet i mężczyzn (odpowiednio 88% i 86%), to wśród kobiet występuje istotnie wyższy odsetek osób twierdzących, iż obecność murali w mieście bardzo im się podoba (64%), w porównaniu do mężczyzn (53%). Może to oznaczać, że kobietom rzeczywiście nieco bardziej podoba się malarstwo wielkoformatowe, lub też, że są one bardziej wrażliwe na ogólne preferencje społeczne i wyrażają opinię bardziej przychylnie. Wyniki prezentuje rys. 14.



Rys. 14. Odpowiedzi na pytania w podziale respondentów ze względu na płeć.

Nieco większe różnice występują dla różnych grup wiekowych, chociaż ponownie wyłącznie dla pytania o ogólną obecność murali w mieście. Przede wszystkim można powiedzieć, że im starsze są

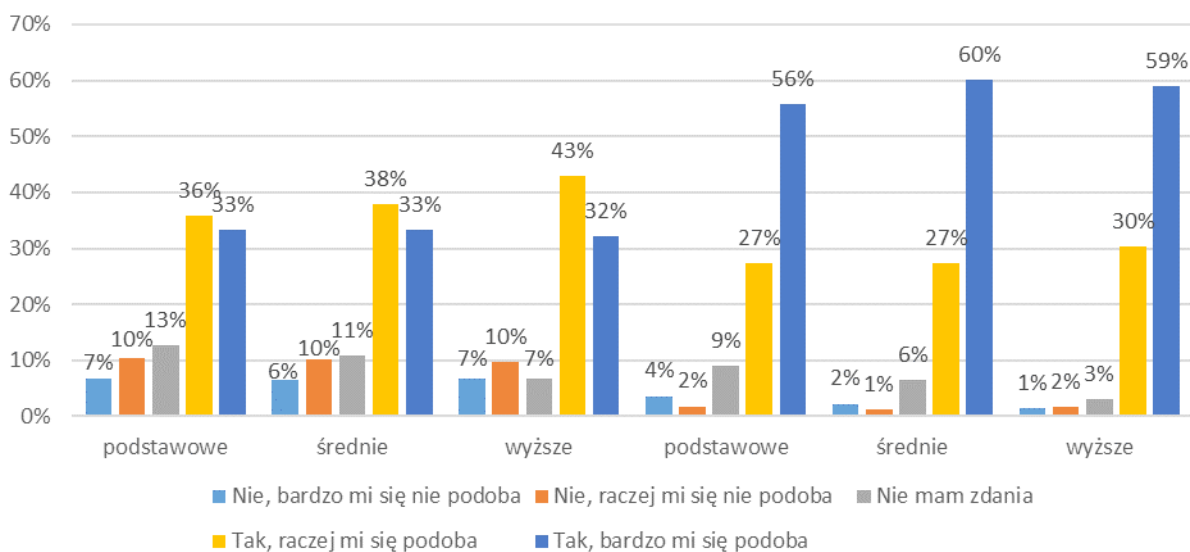
osoby badane, tym wyższy był odsetek braku odpowiedzi. Może to oznaczać, że wraz ze wzrostem wieku badani mniej chętnie wyrażali swoją opinię. Przełożyło się to również na odsetek pozytywnych odpowiedzi, który wynosił w przybliżeniu około 90% dla grup wiekowych do 45. roku życia i 70% dla osób powyżej tego progu. Zdecydowanie najbardziej entuzjastycznie do obecności murali w mieście podchodziły osoby młode – poniżej 16. roku życia (79%). Powyższe dane prezentuje rys. 15.



Rys. 15. Odpowiedzi na pytania w podziale respondentów ze względu na wiek.

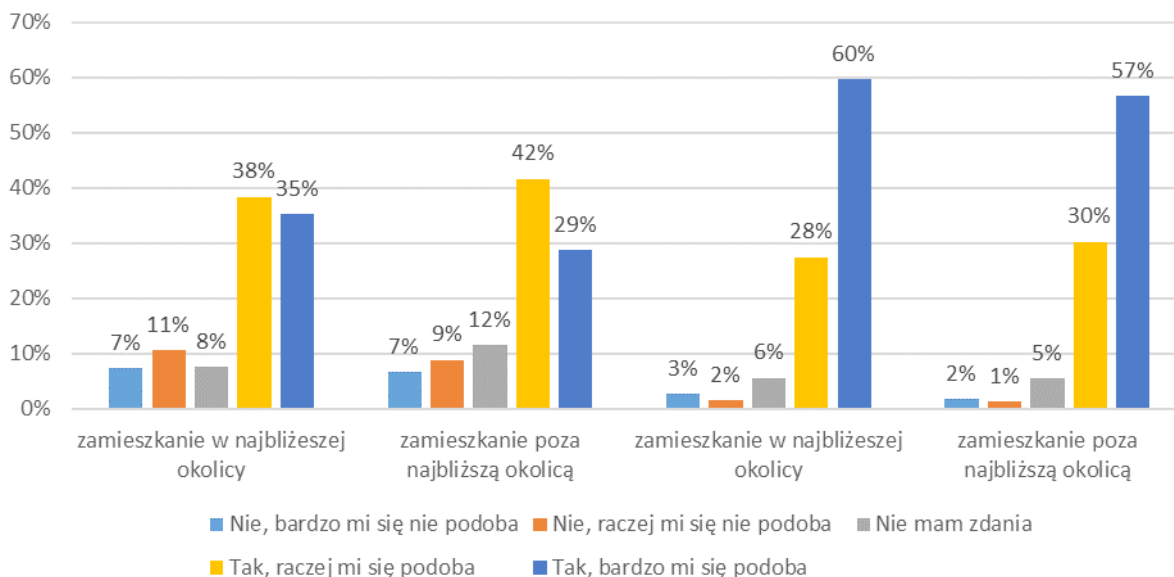
Próba analizy pytań opiniujących w podziale na grupy wykształcenia i odległość miejsca zamieszkania od danego muralu nie przyniosły statystycznie istotnych rezultatów – nie zauważono różnic w opiniach badanych osób dla różnych grup wykształcenia czy też różnej odległości miejsca zamieszkania od miejsca powstania muralu (rys. 16 i rys. 17).

<i>Czy podoba się Panu/Pani ten mural?</i>	<i>Czy podoba się Panu/Pani obecność murali w mieście?</i>
--	--



Rys. 16 Odpowiedzi na pytania w podziale respondentów ze względu na wykształcenie.

<i>Czy podoba się Panu/Pani ten mural?</i>	<i>Czy podoba się Panu/Pani obecność murali w mieście?</i>
--	--



Rys. 17. Odpowiedzi na pytania w podziale respondentów ze względu na miejsce zamieszkania.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie pokazuje, że duża część mieszkańców miast ma świadomość istnienia malarstwa wielkoformatowego. Na pytanie o znajomość innych murali w mieście niż ten, przy którym prowadzone było badanie, twierdząco odpowiedziało 76% respondentów.

Bardziej szczegółowe pytania wykazały, że poza ogólną wysoką świadomością istnienia murali mieszkańcy badanych miast wiedzą bardzo niewiele na temat tego typu sztuki. Na pytanie o poprawną nazwę jedynie 41% osób użyło w odpowiedzi słowa „mural”. Miastem, które pozytywnie wyróżniało się pod kątem znajomości nazewnictwa, była Łódź (59% poprawnych odpowiedzi), natomiast najgorzej wypadły Katowice (24%). Respondenci, którzy udzielili błędnej odpowiedzi, najczęściej mylili murale z graffiti (24% błędnych odpowiedzi).

Mieszkańcy miast posiadają również bardzo niską wiedzę na temat twórców murali. Na pytanie o autora muralu, pod którym przeprowadzane było badanie, jedynie 7% respondentów podało poprawną odpowiedź. Odsetek poprawnych odpowiedzi mocno różnił się w poszczególnych miastach, przyjmując najwyższą wartość w Trójmieście, a najniższą w Warszawie (odpowiednio 17% i 2% poprawnych odpowiedzi). Różnica wynikała prawdopodobnie z faktu przeprowadzania badania pod względnie bardziej i mniej znanymi muralami w poszczególnych miastach, co potwierdza niewielki rozstrzał twierdzących odpowiedzi na pytanie o znajomość innych autorów murali. I tak innego artystę potrafiło podać 13% respondentów.

Analiza odpowiedzi pod kątem cech socjodemograficznych badanych wykazała, że największą wiedzę na temat murali posiadają osoby młode, w wieku 26–35 lat, z wykształceniem wyższym. Osoby te zdecydowanie lepiej radziły sobie z odpowiedziami na wszystkie pytania dotyczące wiedzy na temat murali, z wyjątkiem pytania o autora danego muralu. Płeć ani odległość miejsca zamieszkania od muralu objętego badaniem nie wpływała w statystycznie istotny sposób na poziom wiedzy respondentów.

Pytania dotyczące preferencji mieszkańców co do murali wykazały bardzo wysoką akceptację społeczną dla malarstwa wielkoformatowego. Na pytanie o to, czy respondentowi podoba się obecność murali w mieście, odpowiedzi *Tak, raczej mi się podoba* i *Tak, bardzo mi się podoba* udzieliło łącznie 87% badanych. Najwyższy poziom akceptacji odnotowano w Trójmieście (93% pozytywnych odpowiedzi), natomiast najniższy w Warszawie (77%), co jednak mogło wynikać z piętnastoprocentowego braku odpowiedzi na to pytanie w stolicy.

Drugim pytaniem o opinie respondentów na temat murali było pytanie, czy badanemu podoba się mural, pod którym przeprowadzane było badanie. Odpowiedzi twierdzącej (*Tak, raczej mi się podoba* i *Tak, bardzo mi się podoba*) udzieliło 73% badanych. Najwyższy wynik ponownie odnotowano w Trójmieście (77%), natomiast najniższy w Katowicach (67%). Ogólnie niższy wynik pozytywnych odpowiedzi na to pytanie względem pytania o obecność murali w mieście może wynikać z trzech faktów. Po pierwsze, murale, które zostały uwzględnione w badaniu, mogły odstawać od ogółu, jeśli idzie o atrakcyjność wizualną. Po drugie, respondentom osobiście mogła nie podobać się taka forma przekazu artystycznego, ale nie mieli nic przeciw jej istnieniu w przestrzeni publicznej. Trzecim powodem może być to, że pytani o opinię co do ogólnego istnienia murali w mieście, odpowiadali, że malarstwo wielkoformatowe im się podoba, jednak kiedy dochodziło do oceny danego muralu, okazywało się, że dzieło to mimo wszystko nie trafia w ich gusta.

Analiza preferencji respondentów pod kątem wpływu cech socjodemograficznych na odpo-

wiedzi wykazała, że nie istnieją prawie żadne zauważalne tendencje. Płeć, wykształcenie czy miejsce zamieszkania nie są powiązane z rozkładem odpowiedzi na pytania, czy badanym podoba się dany mural lub obecność murali w miastach. Jedynie wiek w pewnym stopniu wpływa na ocenę malarstwa wielkoformatowego. Najbardziej pozytywnie odnoszą się do murali osoby młode, poniżej 16. roku życia (16% odpowiedzi *Tak, bardzo mi się podoba*, na pytanie *Czy podoba się Panu/Pani obecność murali w mieście*), natomiast najmniej osoby powyżej 65. roku życia (jedynie 39% odpowiedzi *Tak, bardzo mi się podoba*). Niemniej uwzględniając obie pozytywne odpowiedzi (*Tak, bardzo mi się podoba* oraz *Tak, raczej mi się podoba*), odsetek osób w najstarszej grupie wiekowej, którym podoba się obecność murali, sięga 75%, co jest wynikiem bardzo wysokim.

Wyniki badań pokazały dwa najważniejsze fakty. Wiedza na temat murali jest w społeczeństwie dość niska. Mieszkańcy zdają sobie sprawę z istnienia malarstwa wielkoformatowego, jednak nie potrafią go nazwać i nie znają artystów tworzących tę sztukę. Jednocześnie akceptacja społeczna murali jest bardzo wysoka. Znacznej większości respondentów podoba się malarstwo wielkoformatowe w miastach.

Murale z perspektywy historii sztuki

Murale stanowią jedną z najczęściej spotykanych w przestrzeni publicznej ingerencji artystycznych. Ostatnia dekada to okres ich zauważalnej gołym okiem ekspansji. Malarstwo monumentalne zostało zinstytucjonalizowane, nie tylko przez władze lokalne i samorządowe – w planach projektowych wielu fundacji i stowarzyszeń z powodzeniem funkcjonują zapisy o realizacji murali, a festiwale i galerie sztuki zewnętrznej organizują kolejne edycje swoich imprez. Co więcej, murale pojawiły się w dyskursie publicznym i przeniknęły do mediów – a co za tym idzie, stały się (błędnie) synonimem street artu. W tekstach prasowych przedstawiane są zazwyczaj jako narzędzia budowania wysokiej pozycji Polski w światowym artworldzie¹, a także miejskie „ciekawostki”, oferujące przechodniom zaskoczenie i oderwanie od szarości miasta czy zaniebdanych ścian budynków. Stają się one nośnikami znaczeń czytelnymi dla każdego, takich jak estetyzacja przestrzeni miejskiej, zabawa formalna czy złudzenie optyczne, i pełnią funkcje sprowadzane jedynie do kwestii wizualności. M.in. ze względu na to murale zostały sprawnie odsunięte na margines historii sztuki, a ich (nie)obecność w kanonie została zrekompensowana przez liczne badania antropologów kultury i socjologów, zajmujących się społecznym oddziaływaniem sztuki. Jednakże historyczny rodowód murali jest zgoła odmienny.

Murale i przestrzeń publiczna. Próba definicji

Określenie „mural” jest stosowane najczęściej do opisu wielkoformatowego malarstwa naściennego, realizowanego w przestrzeni miejskiej, będącej w tym wypadku obszarem ogólnodostępnym, czyli publicznym. To obiekty artystyczne pozostające w sferze celowo kształtowanego dobra wspólnego, przeznaczonego do użytku wspólnego lokalnej społeczności, i służące zaspokojeniu głównie potrzeb estetycznych mieszkańców. Murale mają monumentalny charakter – często zajmują płaską powierzchnię ściany wielkości kilkudziesięciu, a nawet kilkuset metrów kwadratowych. Zazwyczaj są malarskim przeniesieniem powstałej uprzednio grafiki. Artyści realizują je za pomocą narzędzi ruchomych i statycznych rusztowań oraz wielu innych technik budowlanych. Narzędziami wspomagającymi mogą być rzutniki i szablony. Stosuje się przeróżne techniki malarskie, od technik piktoralnych poprzez klasyczne malowanie farbami, a także sprejem. Z racji swoich rozmiarów murale bardzo rzadko są realizowane nielegalnie i zazwyczaj powstają na zlecenie władz miejskich lub instytucji. Bardzo trudno zaklasyfikować je jako rodzaj street artu, nie są również przedmiotem zainteresowania historii sztuki (świadczą o tym może brak hasła „mural” we wznowionym w 2007 roku *Słowniku terminologicznym sztuk pięknych*²). Zazwyczaj kluczem do ich analizy staje się pojęcie „przestrzeni publicznej”, z którym są nierozdzielnie związane.

Przestrzeń publiczna, ze względu na swój charakter, jest wypadkową interesów wielu podmiotów, więc także lokalnych władz, korporacji i reklamodawców. Jej oficjalna definicja brzmi: „obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokajania potrzeb mieszkańców, poprawy jakości ich

¹ <http://edition.cnn.com/2013/11/11/travel/bigger-than-banksy-polish-street-art-goes-large/>, data dostępu: 30.11.2015

² *Słownik terminologiczny sztuk pięknych*, K. Kubalska-Szulkiwicz (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

życia i sprzyjający nawiązywaniu kontaktów społecznych ze względu na jego położenie oraz cechy funkcjonalno-przestrzenne; określony w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy” (Ustawa, 2003)³. Od wieków przestrzeń publiczna funkcjonuje jako jedno z miejsc prezentowania sztuki, więc umieszczanie w niej powiększonych obrazów o różnym charakterze i sposobie oddziaływania jest konsekwencją wielowiekowej historii, którą pokrótce opiszemy dalej.

Współcześnie przestrzeń publiczną od innych punktów eksponowania sztuki różni sytuacja komunikacyjna i oddziaływanie przez wszystkich jej aktorów. Mówiąc o świadomości odbioru przestrzeni, należy zwrócić uwagę, że ten odbiór odbywa się „w” – w przestrzeni, w mieście, w świecie⁴. Jak pisze Anna Cudny, świadomość postuluje podmiot, który znajduje się w danym miejscu, a świadomość odbioru przestrzeni jest świadomością relacyjną. Według autorki to zaznajomienie się z rozlokowaniem elementów przestrzennych w skali makro (np. budynków w mieście) i w skali mikro (elementów małej architektury, zieleni, itd.), wartościowanie tworzące hierarchie, które kształtują codzienne, cotygodniowe i sporadyczne zachowania przestrzenne, świadomość upływu czasu, więc także świadomość zmiany, co wpływa też na interpretacje (człowiek nie ma tyle czasu, co miasto), oraz możliwość nazywania i interpretacji, czyli relacji między „ja” a tym, kto ma moc narzucania konwencji i wymuszania na innych takiego języka, który uzna za uniwersalny⁵. Anna Cudny uważa, że społeczeństwo kształtuje oraz użytkuje przestrzeń na trzy sposoby: nadając jej określone materialne kształty, nadając tym kształtom określone funkcje i wartości oraz przyjmując takie, a nie inne formy zachowania w stworzonych przez siebie ramach przestrzennych⁶.

Zlecenie wykonania muralu z pewnością można zaliczyć do procesów związanych z oficjalnym (i mniej lub bardziej świadomym) kształtowaniem przestrzeni publicznej, pozostającej poza ekskluzywnym obiegiem galerii i muzeów. To jedna z wielu przyczyn, dla których murale znajdują się poza kanonem historii sztuki, łączącej je bezpośrednio ze street artem.

Według Jakuba Banasiaka street art to nurt nierozpoznany przez współczesną historię sztuki, a większość książek dotyczących tego zagadnienia to pozycje pisane dla fanów i przez fanów, gdzie materiał ilustracyjny przeważa nad tekstowym⁷. Badacz zauważa, że street art jest wprawdzie obecny w szeroko pojętym dyskursie dotyczącym sztuki najnowszej, jednak krytyczna recepcja tego nurtu właściwie nie występuje, a większość tekstów powiela klisze wypracowane przez fanów egzegetów⁸. Banasiak twierdzi, że analiza zjawiska powinna się opierać na nie tyle – jak ma to miejsce obecnie – na klasyfikacji jego powierzchniowych form, czyli estetyk, lecz intencji, jakie przyświecają osobom wykonującym daną interwencję w przestrzeni publicznej⁹.

Street art to niezależny ruch artystyczny, który kształtował się od lat siedemdziesiątych XX wieku i jest związany z ruchami emancypacyjnymi zaznaczającymi w ten sposób swoją obecność w przestrzeni publicznej. Murale – ze względu na swoją specyfikę, w tym wypadku przede

3 A. Cudny, *Żonglerka, czyli refleksja nad przestrzenią publiczną w świetle rozwoju kapitału społecznego*, „Kultura Popularna” 2012, nr 4 (34), s. 38–43.

4 Ibidem.

5 Ibidem.

6 Ibidem.

7 J. Banasiak, *Street art – ruch zapoznany*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011, s. 14.

8 Ibidem.

9 Ibidem.

wszystkim wielkość i sposoby realizacji – są pozbawione najważniejszych aspektów sztuki ulicy, czyli spontaniczności i autonomiczności. Jednocześnie ze względu na efemeryczny charakter, funkcjonowanie na styku dyscyplin i nierzadko hołdowanie prostej stylistyce ilustracyjnej oraz brak odniesień do teorii wizualności murale od lat skutecznie zapełniają liminalny teren między historią sztuki a socjologią, znajdując się na marginesie tej pierwszej.

Murale a historia sztuki. Proweniencja. Historia murali

Jak dotąd współczesna historia sztuki, mimo przewrotu metodologicznego związanego z powstaniem NAH (*New Art History*) w latach siedemdziesiątych¹⁰, nie wykształciła narzędzi badawczych do analizy i opisu zarówno murali, jak i street artu. Formalizm rozwinięty jeszcze w XIX wieku przez Heinricha Wölfflina w pewnym momencie okazał się niewystarczający również do analizy obrazów na płótnie czy rzeźb, a poprzez ikonologię Panofsky'ego badacz mógł podejmować nieskuteczne próby odszukania głębokich znaczeń i tworzenia nowych kontekstów kulturowych do nieadekwatnie prostych, często propagandowych lub komercyjnych czy reklamowych przekazów, którymi murale są przesycone. Jednak te dwie metodologie doskonale sprawdzają się w wypadku badań nad wielkoformatowym malarstwem wszystkich epok, których dalekie echa można odnaleźć we współczesnych muralach.

Choć historycznym pierwowzorem murali były realizacje Diego Rivery z lat dwudziestych i trzydziestych XX wieku, to jednak niektórzy badacze, ze względu na rodzaj podłoża, uznają murale za pierwotną formę ekspresji artystycznej. Pierwsze murale to prehistoryczne malowidła naścienne z jaskiń krasowych (Altamira, Lascaux), datowane na okres paleolityczny. W toku badań nad sztuką przeszłości pojawiają się kolejne przykłady, mogące stanowić pierwowzory dla realizacji na płaszczyznach wielkich ścian – egipskie hieroglify, freski pompejańskie, renesansowe sgraffita na fasadach budynków czy barokowe, niezwykle spektakularne malarstwo iluzjonistyczne, realizowane we wnętrzach kościołów¹¹. Terminologia i metodologie badań historii sztuki doskonale sprawdzają się w wypadku wyżej wymienionych przykładów – jednak pozostają bezużyteczne w kontekście murali. Dlaczego?

Z pewnością jest to związane z (błędnym) umiejscowieniem murali w obszarze street artu, a nie sztuk wizualnych jako takich, z całą różnorodnością i wielością narzędzi. Monumentalne prace Diego Rivery miały bardzo polityczny charakter, artysta chciał dzięki nim „przebudować” społeczeństwo według określonych wzorców. Za historyczne początki zaangażowanego malarstwa muralowego uznaje się działalność tzw. „wielkiej trójcy” - Diego Rivery, José Clemente Orozco i Davida Alfaro Siqueirosa. Najśłynniejszym – i najbardziej wpływowym z nich – pozostaje Rivera, wokół którego skonstruowano mit komunisty buntownika, powielany wielokrotnie przez różne teksty kultury popularnej. Obecnie uznaje się go za jednego z najważniejszych artystów XX wieku, który poprzez swoje dzieła przekazywał często niezwykle kontrowersyjne treści. Swoją edukację artystyczną rozpoczął w Akademii Sztuk Pięknych San Carlos w Meksyku. W 1907 roku wyjechał do Paryża, gdzie poznał wpływowych twórców awangardy: Pabla Picassa, Marca

¹⁰ Więcej na ten temat: A. D'Allea, *Metody i teorie historii sztuki*, Universitas, Kraków 2005.

¹¹ Co ciekawe, największy zachwyt dziennikarzy i użytkowników mediów społecznościowych budzą te murale, które charakteryzują się mimetyzmem i fotorealnością lub przenoszą widza w świat fantasy.

Chagalla i Pieta Mondriana. Jego pierwsze prace nawiązywały do kubizmu i postimpresjonizmu – artysta odniósł w Europie duży sukces, z czasem również komercyjny.

Przełomowymi wydarzeniami, które ukształtowały jego światopogląd, były rewolucja meksykańska (głównie wydarzenia z lat 1914–1915) oraz rosyjska rewolucja październikowa 1917 roku. Po podróży do Włoch, gdzie Rivera po raz pierwszy zetknął się z monumentalnymi freskami Giotta i Michała Anioła, zaczął realizować projekty adaptacji wielkoformatowych malowideł do współczesnych wzorców, zarówno formalnych, jak i tych dotyczących treści. Według Hilary Nordholm, „europejski” okres Rivery miał charakter przygotowawczy do jego późniejszej twórczości – w tamtym czasie twórca poszukiwał własnego języka artystycznego¹². Jego prace z lat 1907–1922 są pozbawione charakterystycznego dla jego późniejszej twórczości politycznego wymiaru. Rivera namalował około dwustu kubistycznych obrazów¹³, które zostały bardzo pozytywnie przyjęte przez krytyków sztuki.

Po powrocie do Meksyku w 1922 roku Rivera zaczął realizować wielkoformatowe, monumentalne murale na zlecenie władz. Jego prace były wynikiem fascynacji wspomnianymi wcześniej włoskim freskami oraz naściennymi kompozycjami z czasów sztuki prekolumbijskiej. Rivera kolekcjonował obiekty z tamtego okresu¹⁴, inspiracji szukał również w lokalnym muzeum etnograficznym. Uważał, że po rewolucjach i wojnie należy wypracować nowy rodzaj sztuki, który będzie dostępny dla mas. Pisał: „Nowa sztuka [...] nie będzie obecna tylko w muzeach czy galeriach, ale w miejscach, do których ludzie mają dostęp na co dzień: w urzędach pocztowych, kinach, stacjach kolejowych, budynkach użyteczności publicznej¹⁵”. Jego podejście do sztuki w przestrzeni publicznej było zbieżne z poglądami José Vasconcelosa, szefa departamentu edukacji publicznej w nowym porewolucyjnym rządzie. Jednym z zadań Vasconcelosa było popularyzacja idei republikańskich wśród ludzi często niepotrafiących czytać i pisać. Murale zdawały się idealnym rozwiązaniem, w dodatku niezwykle silnie osadzonym w lokalnej tradycji.

Pierwszy mural Rivery zrealizowany w Meksyku przedstawiał kobietę z dzieckiem siedzącą na balkonie (*Balkon na Jukatanie*) – impresjonistyczny temat miał przybliżyć mieszkańcom miasta sztukę mówiącą o codziennych, zwykłych sprawach. Kolejny, namalowany już wspólnie z grupą artystów w audytorium Escuela Nacional Preparatoria, stanowił uniwersalną opowieść o ludzkiej historii, bazującą na cierpieniu Meksykanów. W podobnym duchu były utrzymane kolejne realizacje artysty, które często budziły wielkie kontrowersje: uznawano je za „brzydkie”, „skandalizujące” i „obraźliwe”, co artysta kwitował stwierdzeniem, że były „zbyt metaforyczne i subiektywne dla mas¹⁶”.

Jego prace powstawały wieloetapowo – od papierowych szkiców, poprzez kolejne studia przygotowawcze, aż po wielkoformatowe kompozycje, realizowane bezpośrednio na ścianie budynku. Oprócz Rivery w ten sam sposób malowali Orozco i Siqueiros, którzy przejmowali większość rządowych zleceń. Ilość murali, ich niezwykła popularność i intensywna obecność w przestrzeni publicznej pozwala mówić o meksykańskim renesansie muralowym (Mexican Mural Renaissance), który trwał w latach 1920–1970. Jego najsilniejszy okres przypadał na lata 1920–

12 H. Nordholm, *Diego Rivera: Constructing a Myth*, University of Missouri–Kansas City 2011, s. 20.

13 S. Wood Foard, *Diego Riviera. The Great Hispanic Heritage*, Chelsea House Pub, Chelsea 2003, s. 50.

14 M. A. González, *Diego Rivera: Art and Revolution*, Mexico, 1999, s. 212

15 S. Wood Foard, *Diego Riviera. The Great Hispanic Heritage*, Chelsea House Pub, Chelsea 2003, s. 46.

16 Op. cit., s. 57–58.

1950, kiedy to Meksyk przechodził okres największej industrializacji. Obecnie stanowią ważną część meksykańskiej tożsamości, a ich specyficzna forma, łącząca wzorce kubo-futurystyczne z etnicznymi tradycjami stała się podstawą do realizacji późniejszych prac, już poza Ameryką Środkową.

Po okresie powojennej odbudowy w latach pięćdziesiątych w Europie i wraz ze zmianami społeczno-politycznymi w drugiej połowie lat sześćdziesiątych murale powoli stały się jednym ze sposobów ekspresji sztuki zaangażowanej społecznie.

W odniesieniu do tamtego okresu mówi się o wielkim ruchu muralistycznym, który został zapoczątkowany w Chicago w biedniejszych dzielnicach, zamieszkałych głównie przez Afroamerykanów. Murale były wówczas wyrazem społecznego buntu przeciw nierówności, rasizmowi i biedzie, a ich gigantyczne rozmiary i jaskrawa kolorystyka pozwalały na spektakularne wejście w przestrzeń publiczną interesom grup marginalizowanych. Ówczesne murale „oznaczały” przestrzeń, upolityczniały ją i upubliczniały palące problemy społeczne. Stanowiły również element gettyzacji przestrzeni, która dzięki nim zyskiwała nową tożsamość.

W latach sześćdziesiątych i na początku lat siedemdziesiątych murale miały ewidentnie polityczny wydźwięk. Były wynikiem potężnych zmian społecznych, które wówczas nastąpiły: rewolucji seksualnej, powstania ruchu Nowej Lewicy, protestów przeciw wojnie w Wietnamie, drugiej fali feminizmu, rozwoju kontrkultury oraz wyzwolenia czarnej ludności Ameryki. Stanowiły wizualną materializacją problemów oraz walki z władzą i nieprzyjaznym społeczeństwem i manifestację określonych poglądów. Prace tworzone były głównie przez artystów amatorów¹⁷, którzy uważali wówczas, że sztuka powinna zostać przywrócona lokalnych społecznościom, czyli zupełnie innej grupie interesariuszy niż bywalcy galerii sztuki i muzeów. Od samego początku muraliści przeciwstawiali się instrumentom świata sztuki (a co za tym idzie, również narzędziom jej historii), czyli hegemonii instytucji, „terrorowi” rynku, dyktaturze krytyków, brakowi szans wystawiania w galeriach oraz niemożności utrzymania się z pracy twórczej. Nowa, awangardowa i kontestacyjna sztuka istotnie zaczęła „wychodzić” z pracowni i galerii, a artyści podejmowali liczne próby poszukiwania szerokiej rzeszy odbiorców w otwartej i dostępnej dla wszystkich przestrzeni społecznej. Twórcy murali uważali – za Rivierą – że sztuka jest ważnym narzędziem walki politycznej, a monumentalne, imponujące swoimi rozmiarami i brutalnością murale były dla nich doskonałym medium. Mogły być też realizowane kolektywnie, przez grupę (nierzadko anonimowych) twórców o wspólnych poglądach, którzy poprzez sztukę budowali swoją własną społeczność.

Pierwsze polityczne, zaangażowane murale pojawiły się północnej części Europy (Wielka Brytania, Skandynawia, Holandia) w latach siedemdziesiątych. Najciekawsze przykłady malarstwa monumentalnego tego typu znajdują się na terenach o niejednorodnej „tożsamości” oraz na obszarach konfliktów religijnych czy społecznych. Licznych przykładów wykorzystywania muralu jako medium politycznego dostarczają najnowsze dzieje konfliktu wokół zjednoczenia Irlandii. W okresie nazywanym na Wyspach Brytyjskich „The Troubles”, przypadającym na lata 1968–1997, spór między republikanami, opowiadającymi się za przyłączeniem Irlandii Północnej do

¹⁷ Rozumiem przez to twórców, którzy nie zdobyli wykształcenia na akademii sztuk pięknych lub na innych uczelniach artystycznych.

Republiki Irlandii, a protestanckimi lojalistami, pragnącymi zachować brytyjskiego rządu, uległ umiędzynarodowieniu nie tylko na płaszczyźnie politycznej, ale też kulturowej. W czasie rozpadania się imperiów kolonialnych i walk narodowyzwoleńczych kwestia irlandzka nabierała szczególnego znaczenia, ponieważ była geograficznie najbliższym dawnego dominium przykładem procesów zachodzących w postkolonialnej rzeczywistości. Artystyczne reprezentacje konfliktów politycznych i religijnych w Irlandii mają długą tradycję, jednak murale, przede wszystkim w Belfaście, a w nieco mniejszym stopniu w Derry i innych miastach, odegrały szczególną rolę w upowszechnianiu wiedzy o wydarzeniach w Irlandii, lecz przede wszystkim stały się podstawą wizualnej organizacji przestrzeni publicznej stolicy Irlandii Północnej.

Największa koncentracja murali w Belfaście występuje w jego zachodniej części (choć wiele innych znajduje się także na pozostałych obszarach miasta), na dwóch długich ulicach i terenach w ich bezpośrednim sąsiedztwie: w sercu społeczności protestanckiej Shankill Road i położonej tuż obok katolickiej Falls Road. Większość prac została wykonana w podobnym stylu i ich polityczno-religijna afiliacja nie wprowadza różnic na tym poziomie. Istnieją również murale, których treść odwołuje się do tożsamości klasowej, mającej przecinać podziały wyznaniowe, jak jeden z obrazów przypominających strajk dokerów i furmanów z 1907 roku, w którym protestanci i katolicy zjednoczyli się w obronie wspólnych interesów pracowniczych. Ogólnie rzecz biorąc, poza pewnymi wyjątkami, w republikańskich muralach częściej pojawiają się treści lewicowe, czasem połączone z etnoreligijnymi (w tym wypadku katolickimi), natomiast po stronie lojalistycznej dominują przekazy prawicowe, tradycjonalistyczne i monarchistyczne. Konflikt w Irlandii Północnej i niewielka odległość dzieląca najbardziej zaangażowane politycznie osiedla republikańskie i lojalistyczne z czasem doprowadziły do wzniesienia przez władze wielkich murów zwanych „ścianami pokoju”, mających zapobiegać starciom i militaryzacji miasta (liczne zasieki, opancerzone wozy policyjne, patrole wojskowe, itd.). Od kilku lat „ściany pokoju” są wykorzystywane w projektach integracyjnych i powstają na nich murale o apolitycznej treści, a mury mają zostać zlikwidowane w ciągu najbliższej dekady.

Pomimo estetycznego podobieństwa, kluczowego w północnoirlandzkich muralach, i dominacji funkcji kommemoratywnej (np. malowidła ku czci angielskich królów i członków lojalistycznej Ulster Volunteer Force lub republikańskich więźniów zmarłych w wyniku strajków głodowych, jak słynny Bobby Sands, wybrany podczas głodówki do Izby Gmin bojownik IRA) komunikacyjna funkcja murali bywała różnie interpretowana po obu stronach politycznej barykady. Lojalistyczne malowidła znacznie częściej wydają się przemawiać do wewnątrz wspólnoty probrytyjskiej i cementować jej tożsamość poprzez przywoływanie historii i wymiar martyrologiczny. Choć republikańskie wykorzystują mechanizmy te z równą intensywnością i bezpośredniością, w ich przypadku, walka różnych zbrojnych i politycznych ugrupowań często ukazywana jest jako element globalnego, internacjonalistycznego procesu. Dlatego na terenach zamieszkałych głównie przez zwolenników przyłączenia Północy do Irlandii zobaczyć można murale poświęcone walce Palestyńczyków, Basków, ruchowi Czarnego Wyzwolenia i innym inicjatywom emancypacyjnym. Badacz północnoirlandzkich murali Bill Rolston stwierdza, że balansowanie między nacjonalizmem i lokalizmem a postrzeganiem siebie jako globalnej „wspólnoty oporu” stanowi element długo-

letniej strategii republikanów, w której ważną rolę odgrywa wysłanie w wymownego komunikatu obrazującego lokalną walkę przeciw imperialnemu hegemonowi panującego lub posiadającego ogromne wpływy w wielu rejonach świata¹⁸. Twórcy współczesnych murali wydają się kultywować to podejście. Obecnie murale w Belfaście i Derry stały się jednymi z największych atrakcji turystycznych, a wykorzystywane we wspomnianych działaniach na rzecz pokojowej koegzystencji zwaśnionych społeczności stają się również narzędziami osvajania zmilitaryzowanej przestrzeni nie na zasadzie radykalnego cięcia, lecz zachowania znanego języka wizualnego, składowej lokalnej ikonosfery – nasyconego symbolicznie malarstwa ściennego w przestrzeni miejskiej.

Mural polityczny jest również lokalnym fenomenem w miejscowości Orgosolo na Sardynii. Choć nie tak sławne jak w przypadku Belfastu, malowidła na ścianach tego miasteczka stanowią główny instrument lokalnej narracji historycznej, koncentrującej się wokół oporu społecznego. Podobnie jak w stolicy Irlandii Północnej, malowidła w Orgosolo mają realistyczny charakter, operują wyrazistą symboliką polityczną i łączą przedstawienia lokalnej historii z odwołaniami do znaczących w globalnej skali wydarzeń i postaci. Murale w Orgosolo pojawiają się od późnych lat 60. Większość tych prac wciąż wykonywanych jest za pomocą tradycyjnych technik malarzkich. Powstawanie tych dzieł, choć obecnie tworzą je również profesjonalni artyści przybywający na Sardinie z całych Włoch i innych krajów, jest specyficzną praktyką ludową, która ma kapitalne znaczenie dla lokalnej tożsamości. Niemal wszystkie prace posiadają związek z proletariacką, czy ogólnie lewicową orientacją polityczną. Źródłem takiej identyfikacji są dzieje Orgosolo, miasta dotykanego wielokrotnie przez ekonomiczne kryzysy, w którym ludność przez lata wykształciła specyficzną świadomość wspólnotową i niechęć do władzy centralnej, która na różnych etapach próbowała narzucić mieszkańcom rozmaite formy podporządkowania, a nawet zbudować w pobliżu poligon wojskowy. Murale na ścianach sardyńskiego miasteczka przedstawiają sceny z lokalnego życia: kobiety na schodkach do kamienicy, miejscowe rodziny, jak i przedstawienia strajków oraz demonstracji, a także wspomnianych już wielkich wydarzeń historycznych, jak protesty na pekińskim placu Tiananmen w 1989 roku. Murale stały się tu integralną częścią pejzażu wizualnego i trwałym budulcem przestrzeni publicznej. Na poziomie formalnym, tutejsze malowidła operują zarówno ludową stylistyką nieprofesjonalnego malarstwa, jak i odwołaniami do kubizmu, surrealizmu i innych nurtów awangardowych. Na płaszczyźnie treści, sąsiadujące ze sobą murale mogą odwoływać się do tradycyjnych wartości, jak rodzina i stabilność wspólnoty lub opiewać społeczny bunt, myślenie i praktykę rewolucyjną oraz walkę z niesprawiedliwością.

Murale polityczne nierzadko pełnią również funkcję kommemoratywną, wynikającą z polityki historycznej lub jej kontestacji. Stanowią tanią, relatywnie szybką i niezwykle efektowną alternatywę dla pomników, ustawianych na cokółach w ważnych punktach miasta – stąd wiele wydarzeń upamiętnianych poprzez murale należy do historii społecznej.

18 B. Rolston, „The Brothers on the Walls”: *International Solidarity and Irish Political Murals*, „Journal of Black Studies” 39 (3), 2009, s. 449-450.

Monumentalne malarstwo w przestrzeni publicznej jest często wykorzystywane jako jeden z elementów rewitalizacji miasta. Przykładem takiego działania może być udany proces „muralizacji” Lyonu, dzięki któremu dawny ośrodek przemysłowy wzmocnił swoją pozycję jako turystyczne centrum regionu i otworzył nieprzystępne wcześniej przestrzenie przemysłowe dla mieszkańców. Lyon ma rzymską genezę – pierwsza osada Lugdunum była lokowana na wzgórzu Fourvière w 43 r. p.n.e¹⁹. Po upadku Cesarstwa Rzymskiego osada została opuszczona, a kolejne nowe założenia zajmowały obszar położony niżej – nad rzeką Saoną, a następnie na półwyspie pomiędzy Saoną i Rodanem²⁰. Rozwój XIX-wiecznego ośrodka związany był z ekspansją na lewym brzegu Rodanu i właśnie wówczas przypadał okres największej industrializacji miasta²¹.

Lyon jest tradycyjnym ośrodkiem włókienniczym, największym we Francji. Nazywany był często w przeszłości i w literaturze „światową stolicą jedwabiu”, jednak przemysł włókienniczy w Lyonie nigdy nie zdominował struktury społeczno-gospodarczej miasta²². Największym obszarem przemysłowym w centrum miasta jest dzielnica Confluence, która zajmuje przeszło 150 ha. Proces jej rewitalizacji został rozpisany na 30 lat, zaczęto go wdrażać w latach 90. XX wieku. Rewitalizacja La Confluence prowadzona jest od końca lat 90. Projekt zakładał likwidację drogi szybkiego ruchu prowadzącej wzdłuż Rodanu, gruntowną przebudowę węzła kolejowego, stworzenie parku miejskiego w południowej części półwyspu, powstanie nowych mieszkań, biur, centrów handlowych, muzeów i zbiornika wodnego połączonego z Saoną²³. Murale były jednym z elementów dekoracyjnych tkanki miejskiej, które w założeniu miały wizualnie łączyć ze sobą najodleglejsze części Lyonu, wzbogacać jego wygląd, zaskakiwać przechodniów i nadać miastu nową tożsamość. Realizowano je na ścianach zrujnowanych, XIX-wiecznych, często poprzemysłowych kamienic i innych obiektów znajdujących się zarówno w dzielnicy Confluence, jak i w wielu innych częściach miasta. Łącznie wykonano ponad 60 murali – wszystkie z nich stworzyła grupa CitéCréation, która przy ich projektowaniu ściśle współpracowała z okolicznymi mieszkańcami.

Prace przypominają iluzjonistyczne freski, tak są też nazywane przez samych twórców. Mają „historyczny, tożsamościowy, społeczny, wychowawczy i innowacyjny”²⁴ charakter, są pracami typu site-specific, bardzo ściśle współgrają ze swoim najbliższym otoczeniem. W fotorealistyczny sposób, wykorzystując zabiegi trompe l’oeil i inne złudzenia optyczne, artyści przedstawili lokalne bazyry, punkty usługowe i gastronomiczne, sklepy, kręte uliczki i pejzaże miejskie. Pojawiła się również przeskalowana biblioteka, mieszkańcy wyglądający ze swoich okien, portrety osób odgrywających dużą rolę w historii miasta, a także kompozycje alegoryczne odnoszące się do robotniczej tradycji okolicy. Poprzez iluzjonistyczne „freski” płaskie ściany betonowych molochów zamieniono w bogato zdobione fasady XIX-wiecznych kamienic, a na jedną z nich przeniesiono słynny obraz Petera Brueghela „Wieża Babel”.

Sami twórcy piszą na swojej stronie internetowej o kulturotwórczej roli swoich prac: „[Murale w Lyonie] kładą nacisk na historię i tożsamość miasta, eliminują brzydotę, tworzą subtelny, estetyczny wymiar renowacji dzielnic, sprawiają, że ich mieszkańcy mogą czuć się dumni z życia

19 J. Kaźmierczak, *Wpływ rewitalizacji terenów poprzemysłowych na kształtowanie nowej miejskiej przestrzeni turystycznej. przykład Manchesteru i Lyonu*, *Turyzm* 2012, 22/1, s. 16

20 Ibidem.

21 Ibidem.

22 Ibidem.

23 <http://lodz.wyborcza.pl/lodz/56,35153,14314091,la-confluence-w-lyonie,,4.html>, data dostępu: 30.11.2015.

24 <http://cite-creation.com/eng/murals-frescos-walls-lyon-france/>, data dostępu: 30.11.2015

w konkretnym miejscu, zaznaczają obecność miasta w skali międzynarodowej, przyciągają turystów i inwestorów”²⁵.

W Polsce, ze względu na restrykcje systemu politycznego, murale krytykujące porządek społeczny w przestrzeni publicznej nie istniały aż do lat dziewięćdziesiątych. Według Rafała Roskowińskiego, postaci ważnej dla rozwoju polskiego muralizmu w omawianej dziedzinie, pierwsze polskie murale powstawały głównie w obszarach staromiejskich w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych i stanowiły jeden z „elementów” odbudowy kraju po zniszczeniach wojennych²⁶. Artysty zazwyczaj pracowali w niewielkich kolektywach, po kilka osób – to sposób pracy doskonale znany z realizacji meksykańskich czy amerykańskich. Rekonstrukcje sgraffito i dekoracji architektonicznych wykonywano w Polsce stosunkowo krótko, natomiast kolejne dekady przyniosły ogromne ilości murali reklamowych, często zaprojektowanych przez wybitnych grafików. „Przemysł reklam ściennych” ruszył w latach sześćdziesiątych XX wieku, a najwięcej murali powstało w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych.

Codzienną rolą murali czasów PRL-u było obwieszczenie obywatelom, że określona fabryka istnieje i zajmuje się produkcją „reklamowanego” asortymentu²⁷. Celem była tu rzetelna informacja, bez wzbudzania w odbiorcy konsumpcjonizmu²⁸. Na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych artyści zorientowali się, że zamawiający rzadko potrafią kompetentnie ocenić wartość ich projektów, i dlatego projektanci realizację zamówionych reklam zaczęli traktować jako tworzenie własnych wizytówek, swoisty popis sztuki²⁹. „Pozwalali sobie na dużą swobodę, spychając funkcję informacyjną na dalszy plan. [...] Pierwszej oceny projektu dokonywał zamawiający, zjednoczenie, zakład lub przedsiębiorstwo. [...] Drugim etapem była komisja artystyczna złożona z wykładowców uczelni artystycznych i rzeczoznawców ze Związku Polskich Artystów Plastyków. Ostatecznie projekt zatwierdzał plastyk miasta albo inna osoba odpowiedzialna za estetykę danego terenu. Dopiero projekt opatrzony siedmioma pieczęciami i podpisami mógł przejść do etapu realizacji”³⁰.

Współczesne murale łączą wszystkie opisane wyżej funkcje – od (coraz rzadziej) społeczno-politycznej, poprzez upamiętnianie ważnych wydarzeń, szybki i tani sposób na rewitalizację zaniedbanych przedmieść, aż do estetyzacji. Ta ostatnia pojawia się zdecydowanie najczęściej – murale przestają być kolektywnie wykonanymi ideologicznie zaangażowanymi malowidłami, a stają się spektakularnymi realizacjami artystów gwiazd. Samorządy i organizacje pozarządowe wyczuwają (i kreują) ogromny popyt na taką formę ekspresji artystycznej, co przekłada się na kolejne realizacje, nawet w przestrzeniach hybrydycznych. Co ciekawe, dzisiejsza nomenklatura i próba organizacji sceny muralu bezpośrednio wzoruje się na języku świata sztuk wizualnych – powstają „galerie sztuki zewnętrznej”, festiwale i szkoły malarstwa monumentalnego. Mimo wszystko w znakomitej większości murale ciągle nie są uznawane za sztukę, lecz za element „alternatywnej” kultury wizualnej – która ze względu na daleko posuniętą instytucjonalizację ma z nią zresztą niewiele wspólnego.

25 <http://cite-creation.com/eng/murals-frescos-walls-lyon-france/details/>, data dostępu: 30.11.2015

26 M. Rutkiewicz, *Murale*, w: E. Dymna, M. Rutkiewicz, *Polski Street Art. Część 2. Między anarchią a galerią*, Carta Blanca, Warszawa, 2012, s.

27 T. Sikorski, M. Rutkiewicz, *Graffiti w Polsce 1940–2010*, Carta Blanca, Warszawa, 2011, s. 28.

28 <http://www.murale.mnc.pl/info.htm>, data dostępu: 30.11.2015

29 T. Sikorski (...) Ibidem.

30 Ibidem.

Rekomendacje

Mural jest obecnie najbardziej widoczną i najczęściej wprowadzaną do przestrzeni publicznej formą sztuki. Liczba wielkoformatowych malowideł w polskich miastach zdecydowanie o tym świadczy. Moda na murale ma wiele źródeł i generuje rozmaite problemy, czego dowodzą przytoczone w niniejszym raporcie wypowiedzi artystów, urzędników, organizatorów życia kulturalnego oraz mieszkańców miast, czyli odbiorców twórczości wkraczającej w ich codzienność. Jeżeli instytucje publiczne działające w sferze kultury oraz szerokie grono reprezentantów różnych środowisk wyrażają poważne zainteresowanie sztuką muralistyczną i finansują realizację takich prac, należałoby stwierdzić, że potrzebna jest adekwatna do skali popularności murali refleksja o ich teraźniejszości i przyszłości w przestrzeni publicznej. Innymi słowy, intensywność zjawiska, jakim jest „muralizacja” widoczna w wielu polskich miastach, powinna skłaniać do takiego traktowania murali, jakie praktykowane jest wobec innych dziedzin kultury – mających ważne znaczenie społeczne i liczną publiczność – jak teatr i film. Rzecz jasna, murale przemawiają do odbiorców innym językiem i znajdują się w przestrzeni otwartej, podczas gdy obcowanie z filmem i spektaklem zazwyczaj odbywa się w przestrzeniach wydzielonych. Z pewnością wskazane byłoby uruchomienie podobnego jak w wypadku tych „tradycyjnych” muz, które potężnie oddziałują na sferę społeczną, **arsenału krytycznego**. Zjawisko masowe, które nie jest poddawane krytyce, łatwo może ulec wypaleniu lub karykaturalizacji. Nasze badanie wykazało, że we wszystkich środowiskach mających wpływ na sztukę muralistyczną pojawiają się obawy co do jej przyszłości i zauważany jest pewien jej przesyt w przestrzeni publicznej. Wielu respondentów dostrzega problem instrumentalnego wykorzystywania murali, które stają się łatwym i stosunkowo niedrogim środkiem pozwalającym realizować spektakularne działania, określane następnie jako osiągnięcia lokalnej polityki i animacji kulturalnej oraz nowoczesny sposób na promocję miasta. Publiczna refleksja nad systemem finansowania, wyborem projektów, jakością artystyczną i koncepcyjną wielkoformatowego malarstwa miejskiego wydaje się nieproporcjonalna do skali powodzenia, jakim cieszy się to ostatnie.

Rekomendacje, które przedstawiamy poniżej, dotyczą różnych aspektów funkcjonowania murali w przestrzeni publicznej. Jednak podstawowym wnioskiem płynącym z naszego projektu badawczego jest potrzeba **wzmocnienia i poszerzenia całego systemu instytucjonalnych i społecznych praktyk**, które kształtują charakter sztuki w przestrzeni publicznej i jej znaczenie dla kultury współczesnej w Polsce. Skuteczna formalna i nieformalna edukacja, ukierunkowana na podnoszenie wiedzy i rozumienia sztuki, jest co prawda stale obecnym wyzwaniem i taka diagnoza sama w sobie wnosi niewiele nowego do dyskursu o społecznej roli działań artystycznych. Jednakże sztuka w przestrzeni publicznej, a więc i murale, jako jej najbardziej widoczny wytwór, nie może być już traktowana jako marginalny składnik polityki odpowiedzialnej za kreowanie środowiska miejskiego, w którym żyjemy. Popularność murali przemawia zatem za podniesieniem rangi debaty o niej, jej celach i możliwym długofalowym oddziaływaniu. Sformułowane przez nas rekomendacje zebrane zostały w czterech blokach, odnoszących się do: **1. zagadnień edukacyjnych, 2. jakości realizowanych projektów, 3. finansowania i warunków pracy artystów oraz 4. miejsca muralu w działaniach rewitalizacyjnych**. Wszystkie te obszary mają fundamentalne znaczenie dla przyszłości sztuki w przestrzeni publicznej i jej umocowania w rozwoju polskich miast.

Edukacja. Nie będzie przesadą stwierdzenie, że murale są obecnie w Polsce tworzone masowo, a więc podobny charakter powinny mieć działania na rzecz kształtowania odpowiedniej wrażliwości, kompetencji kulturowych i pobudzania w społeczeństwie refleksji związanej ze sztuką. Trudno wyobrazić sobie realną zmianę w zakresie jakości powstających dzieł, ich kompatybilności ze środowiskiem miejskim oraz rozumienia ich przez uczestników przestrzeni publicznej. Nie sposób więc wysuwać konkretnych propozycji dotyczących działalności muralistycznej, abstrahując od wyzwań z zakresu edukacji artystycznej i kulturalnej. W dobie wyraźnego przesunięcia akcentów polityki edukacyjnej i gospodarczej (na cele związane z rozwojem kompetencji technologicznych) oraz utrzymujących się merytorycznych deficytów polityki kulturalnej, zarówno na centralnym, jak i lokalnym szczeblu, sztuka w przestrzeni publicznej znajduje się w krytycznym położeniu. Traktowanie jej jako dziedziny oddzielonej od procesów modernizacyjnych i przypisywanie jej stereotypowej izolacji, jaka miałyby cechować artystów i ich aktywność twórczą, jest stanowiskiem błędnym i rodzącym bardzo poważne konsekwencje dla rozwoju społecznej kreatywności. Z jednej strony, odpowiedzią na te zagrożenia powinno być rozpoczęcie rzetelnej debaty nad powrotem do edukacji plastycznej już na poziomie szkół podstawowych i nadaniem jej adekwatnego do współczesnych warunków charakteru. Programy nauczania powinny prowadzić do rozwijania talentów artystycznych i zarazem przygotowywać do odbioru sztuki, także tej wypełniającej przestrzeń życia codziennego. Z drugiej natomiast, niezbędna wydaje się zmiana postrzegania twórców, ich pracy oraz jej społecznego oddziaływania. Tworzenie sztuki w przestrzeni publicznej nie jest typową profesją o ściśle wyznaczonych ramach, która powinna podlegać mechanizmom gry rynkowej. Poprawa sytuacji materialnej artystów działających w przestrzeni publicznej, w tym twórców murali, i podniesienie świadomości w obszarze budowania połączeń między aktem artystycznym a społecznym kontekstem nie zostaną wypracowane, jeżeli wieloletni proces edukacyjny nie będzie zorientowany na kształtowanie dojrzałego myślenia o sztuce u wszystkich uczestniczących w jej tworzeniu i odbiorze.

Świadomość i jakość artystyczna. Znaczna część respondentów biorących udział w badaniach wyraża negatywne opinie o części murali i sposobie ich powstawania w polskich miastach. Wskazywane tu problemy mają przede wszystkim wymiar strukturalny: system organizacji i finansowania sztuki w przestrzeni publicznej, umasowienie murali i dominacja dzieł o czysto estetycznej funkcji skutkują powstawaniem projektów powierzchniowych pod względem koncepcyjnym i wymuszają bardzo szybkie tempo realizacji. Możliwość przeciwstawiania się temu zjawisku przez artystów jest bardzo ograniczona ze względu na ich zależność od finansowego i logistycznego wsparcia instytucji publicznych, w mniejszym stopniu pozarządowych i prywatnych. Niezbędne jest zwiększenie nakładów finansowych na sztukę w przestrzeni publicznej (szerzej piszemy o tym w kolejnym punkcie) przy jednoczesnym zapewnieniu odpowiedniego systemu weryfikacji projektów i ich kwalifikacji do realizacji, a więc wydatkowania środków publicznych. Głos interdyscyplinarnych komisji eksperckich musi stanowić kluczowy element w tym procesie. Konsultacje społeczne powinny stanowić czynnik komplementarny w stosunku do opinii specjalistów, a nie cel sam w sobie. Mieszkańcom ulicy, osiedla czy dzielnicy, w której ma powstać mural, powinno się zapewnić możliwość zapoznania się z rozpatrywanymi projektami i dać narzędzia pozwalające zrozumieć treść dzieła, artykulację jego związku z daną przestrzenią oraz wymiar estetyczny.

Prowadzenie konsultacji powinno przy tym przekraczać właściwe wielu przedsięwzięciom z zakresu animacji kultury czy działaniom instytucji publicznych „wycinkowe” próby uwzględnienia opinii mieszkańców. Z kolei podkreślenie roli głosu eksperckiego nie ma na celu wprowadzenia paternalistycznego instrumentu, lecz zapewnienie sztuce w przestrzeni publicznej odpowiedniego umocowania w lokalnej polityce kulturalnej. Urzędnicy, z którymi przeprowadzaliśmy wywiady, często stwierdzali, że nie występują w roli cenzorów i nie ingerują w treść murali. W rzeczywistości rolę cenzorską odgrywa cały system kwalifikacji projektów, często nieuporządkowany, arbitralny i zazwyczaj pozbawiony „pierwiastka” eksperckiego. Podsumowując, nowy dialog o muralu wymaga oparcia oceny projektów na opiniach ekspertów w dziedzinie sztuki w przestrzeni publicznej i uszytego na miarę podejścia do konsultacji społecznych.

Efektywne wsparcie dla krajowych twórców murali o różnym doświadczeniu musi iść w parze z dobrze pomyślanymi interwencjami instytucji publicznych, dzięki czemu w Polsce możliwa stanie się odpowiednio zabezpieczona finansowo i merytorycznie realizacja różnorodnej sztuki w przestrzeni publicznej przez uznanych artystów, także światowych. Choć sztuka murali z natury musi wpisywać się w krajobraz lokalny, funkcjonuje w sieci globalnych zależności i międzynarodowego przepływu tendencji artystycznych. Pojawienie się w przestrzeni polskich miast większej liczby dzieł uznanych twórców stanowiłoby istotny potencjał w zakresie pobudzenia debaty o roli wielkoformatowego malarstwa, zarówno poprzez afirmację, jak i krytykę. Wzmocniłoby również znaczenie działań artystycznych w rozwoju polskich miast, korzystne dla wielu interesariuszy kreujących miejską rzeczywistość. Już od pewnego czasu w polskich miastach, głównie przy okazji festiwali, powstają prace najbardziej znanych twórców współczesnego muralu, a Polska jest rozpoznawalna jako arena ważnych w skali światowej wydarzeń dotyczących tej dziedziny sztuki. Jednakże niejasna przyszłość wielkoformatowego malarstwa miejskiego, które w obecnej masowej formule doświadcza już problemów strukturalnych, skłania do zastanowienia się nad możliwościami nowych interakcji działalności muralistycznej ze sztuką składającą do poszukiwania nowej jakości artystycznej.

Finansowanie i warunki pracy artystów. Kultura pozostaje najgorzej opłacaną branżą w polskiej gospodarce. W 2014 roku średnia wynagrodzeń całkowitych wyniosła w niej trzy tysiące zł, co oznacza, że była o nieco ponad tysiąc zł niższa od mediany wynagrodzeń uwzględnionych w całym badaniu. Należy podkreślić, że dane statystyczne dotyczące zarobków w kulturze często nie uwzględniają dochodów uzyskiwanych na podstawie pozakodeksowych form zatrudnienia oraz niestabilności płac wielu twórców. Kultura jest też na szczycie listy źródeł oszczędności, a więc cięć w budżetach instytucji kultury dokonuje się stosunkowo łatwo. Jak wykazało nasze badanie, twórcy murali najczęściej źle oceniają ekonomiczną stronę działalności muralistycznej i narzekają na niskie stawki, niewspółmierne do wysiłku i kompetencji, jakich wymaga stworzenie dzieła. Postrzeganie finansowania murali wyłącznie przez pryzmat kosztów, które należy jak najbardziej zredukować, prowadzi do nasilania się problemów materialnych w środowisku muralistycznym i braku możliwości utrzymywania się z tej dziedziny sztuki. Zwiększenie nakładów instytucji publicznych na projekty muralistyczne jest nieodzowne, jednak celem powinna być tu jakość, a nie ilość realizacji, do czego odnieśliśmy się wyżej.

Zdecydowanie negatywnie oceniamy przedsięwzięcia instytucji publicznych i organizacji pozarządowych, w których koszt zakupu materiałów, wynajęcia sprzętu i innych usług, niezbęd-

nych przy realizacji muralu, ujmowany jest jako środki przekazywane artyście w ramach ...wynagrodzenia. Zarobki twórców murali są wyjątkowo niskie i niedopasowane do tak wymagającej dyscypliny, jaką jest wielkoformatowe malarstwo w przestrzeni publicznej. Innymi słowy, oszczędzanie na muralach będzie pogłębiać istniejące problemy i spowoduje, że dziedzina ta stanie się wyłącznie tanim instrumentem dla bylejakich pomysłów na lokalne działania kulturalne.

Ważnym zagadnieniem jest bezpieczeństwo pracy artystów, którego zasady bardzo często nie są przestrzegane, również w projektach finansowanych ze środków publicznych. Przeszarżowane podnośniki i brak odpowiednich zabezpieczeń dla pracujących na wysokości powinny być zabronione. Zapisy regulujące standardy pracy muszą być włączane do regulaminów konkursów na dofinansowanie działań w przestrzeni publicznej i innych projektów, w ramach których powstają murale.

Mural nie jest receptą na rewitalizację. Wokół rewitalizacji narosło w ostatnich latach wiele niejasności. Nierzadko myli się rewitalizację z renowacją, włączając do tej pierwszej kategorii wszelkie działania związane z podnoszeniem jakości estetycznej elementów przestrzeni. Specyfika murali predestynuje je do stawiania się częścią przedsięwzięć rewitalizacyjnych o różnej skali, jednak zjawiskiem, któremu należy stanowczo się sprzeciwić, jest wykorzystywanie wielkoformatowych obrazów do maskowania technicznych, estetycznych i funkcjonalnych mankamentów budynków. W wypowiedziach artystów, organizatorów, a także urzędników, można znaleźć słowa krytyki wymierzone w praktyki tego rodzaju. Mural nie jest *ersatzem* i nie powinien występować w tej roli. Jedną z konsekwencji problemów z odróżnieniem muralu od street artu jest wiązanie tego pierwszego z działaniami artystycznymi dedykowanymi przestrzeniom zdegradowanym, ubogim dzielnicom lub społecznościom wykluczonych. Choć mural może odgrywać ważną rolę w procesie integracji społecznej przez sztukę, sam w sobie nie jest rozwiązaniem w tym zakresie i sprowadzanie go do tej funkcji pozbawia go artystycznego i krytycznego potencjału. Opowiadamy się więc za wspieraniem przez władze samorządowe przemysłanych projektów w różnych przestrzeniach miasta. Jeśli murale mają stawać się składnikami procesów rewitalizacyjnych, powinny powstawać na odpowiednim etapie tychże – a więc po zakończeniu głównych prac remontowych i przystosowawczych – i stanowić element spójnej strategii.

Bibliografia

- J. Banasiak, *Street art – ruch zapoznany*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011.
- D. Beech, *Art and Value. Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*, Brill, Leiden–Boston 2015.
- P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzona*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006.
- P. Bourdieu, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, Universitas, Kraków 2001.
- N. Bourriaud, *Estetyka relacyjna*, tłum. Ł. Białkowski, MOCAK, Kraków 2012.
- A. Cudny, *Żonglerka, czyli refleksja nad przestrzenią publiczną w świetle rozwoju kapitału społecznego*, „Kultura Popularna” 2012, nr 4 (34).
- A. D'Alleva, *Metody i teorie historii sztuki*, tłum. E. Jedlińska, J. Jedliński, Universitas, Kraków 2008.
- M. Duchowski, E.A. Sekuła, *Zamiast wstępu*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011.
- E. Dymna, M. Rutkiewicz, *Polski Outdoor. Reklama w przestrzeni publicznej*, Wydawnictwo Klucze, Warszawa 2009.
- S. Frąckiewicz, *Żeby było ładnie. Rozmowy o boomie i kryzysie street artu w Polsce*, Galeria Miejska „Arsenał” w Poznaniu, Poznań 2015.
- C. Geertz, *Interpretacja kultur*, tłum. M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.
- B.G. Glasser, A.L. Strauss, *Odkrywanie teorii ugruntowanej. Strategie badania jakościowego*, tłum. M. Gorzko, Nomos, Kraków 2009.
- M. A. González, *Diego Rivera: Art and Revolution, Mexico*, 1999.
- S. Hall, *Conclusion: the Multi-cultural Question*, w: B. Hesse (red.), *Un/settled Multiculturalisms. Diasporas, Entanglements, Transruptions*, Zed Books, London–New York 2000.
- R. Ingarden, *Wybór pism estetycznych*, Universitas, Kraków 2005.
- E. Jagiełło, N. Modnicka, *2015 Projekt Off Galeria – Dialogi wokół murali*, Fundacja Urban Forms, Łódź 2015.
- J. Kaźmierczak, *Wpływ rewitalizacji terenów poprzemysłowych na kształtowanie nowej miejskiej przestrzeni turystycznej. przykład Manchesteru i Lyonu*, *Turyzm* 2012, 22/1.
- K.T. Konecki, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- K. Kończal (red.), *(Kon)teksty pamięci. Antologia*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014.
- M. Krajewski, *Street art i władze(a) miasta*, w: M. Duchowski, E.A. Sekuła (red.), *Street Art. Między wolnością a anarchią*, ASP w Warszawie, Warszawa 2011.
- C. Lewisohn, *Street Art: The Graffiti Revolution*, Abrams Publishing, New York 2008.
- Miejskie polityki kulturalne. Raport z badań*, Warszawa 2013.
- N.M. Moore, *Valorizing Urban Heritage? Redevelopment in a Changing City*, w: N. Moore, Y. Whelan (red.), *Heritage, Memory and the Politics of Identity. New Perspectives on the Cultural Landscape*, Ashgate, Aldershot–Burlington 2007.
- H. Nordholm, *Diego Rivera: Constructing a Myth*, University of Missouri–Kansas City 2011.
- P.C. Phillips, *Temporality and Public Art*, w: H. Taborska, *Współczesna sztuka publiczna*, Wydawnictwo Wiedza i Życie, Warszawa 1996.
- B. Rolston, „The Brothers on the Walls”: *International Solidarity and Irish Political Murals*, „Journal of Black Studies” 39 (3), 2009.
- M. Rutkiewicz, *Murale*, w: E. Dymna, M. Rutkiewicz, *Polski Street Art. Część 2. Między anarchią a galerią*, Carta Blanca, Warszawa 2012.
- M. Saryusz-Wolska, R. Traba (red.), *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, Scholar, Warszawa 2014.
- T. Sikorski, M. Rutkiewicz, *Graffiti w Polsce 1940–2010*, Carta Blanca, Warszawa 2011.
- R. Sulima, *Antropologia codzienności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2000.
- H. Taborska, *Współczesna sztuka publiczna*, Wydawnictwo Wiedza i Życie, Warszawa 1996.
- A. Turowski, *Sztuka, która wznieca niepokój. Manifest artystyczno-polityczny sztuki szczególnej*, Książka i Prasa, Warszawa 2012, s. 44–45.
- P. Zańko, „Zabijemy was słowami”. *Prowokacja kulturowa w przestrzeni miejskiej i w internecie*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.

Materiał fotograficzny

Poniższe fotografie stanowią jeden z efektów badań terenowych. Analiza materiału fotograficznego została uzupełniona kwerendą źródeł internetowych.

Badacze przeprowadzali ankiety z mieszkańcami wybranych miast w najbliższej okolicy prezentowanych murali. Ich wyniki zostały omówione w rozdziale *Ilościowa analiza danych*. Kryteria doboru pięćdziesięciu dzieł zostały z kolei przedstawione w opisie metodologii badania.

Trójmiasto

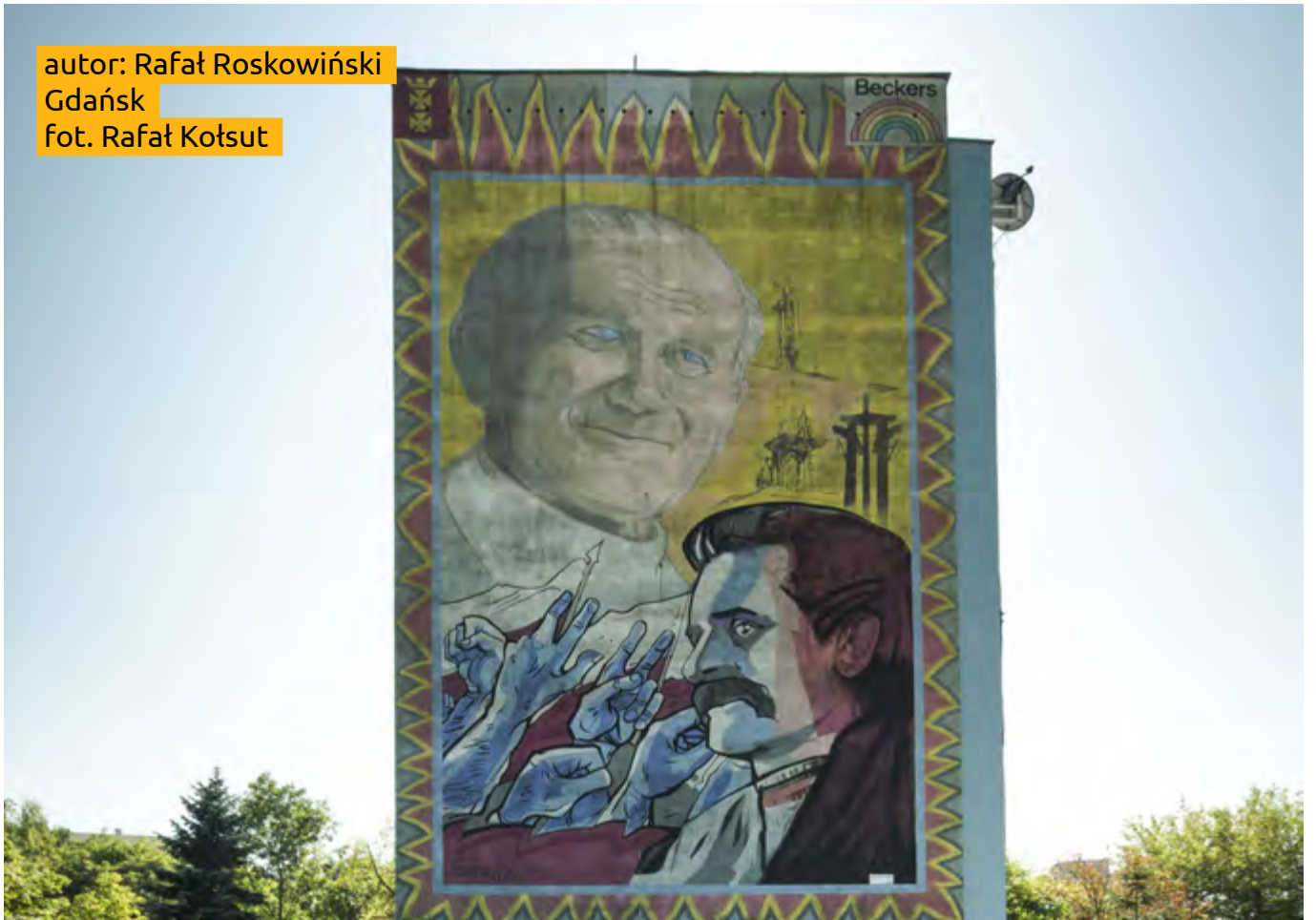
autor: 2501
Gdynia
fot. Rafał Kołsut



reklama Coca-Coli
Gdańsk
fot. Rafał Kołsut



autor: Rafał Roskowiński
Gdańsk
fot. Rafał Kotsut



autor: Jub Mönster
Gdańsk
fot. Rafał Kotsut



autor: Ozmo
Gdańsk
fot. Rafał Kotsut





autor: Otecki
Gdańsk
fot. Rafał Kotsut



autorzy: PGR ART
Gdańsk
fot. Rafał Kotsut

autor: Anna Reinert
Sopot
fot. Rafał Kołsut



autor: Jan Bajtlik
Gdynia
fot. Rafał Kołsut



autor: m-city
Gdynia
fot. Rafał Kołsut



Katowice

autor: Axel Void
Katowice
fot. Maciej Krüger



autor: Axel Void
Katowice
fot. Maciej Krüger





autor: SpY
Katowice
fot. Maciej Krüger

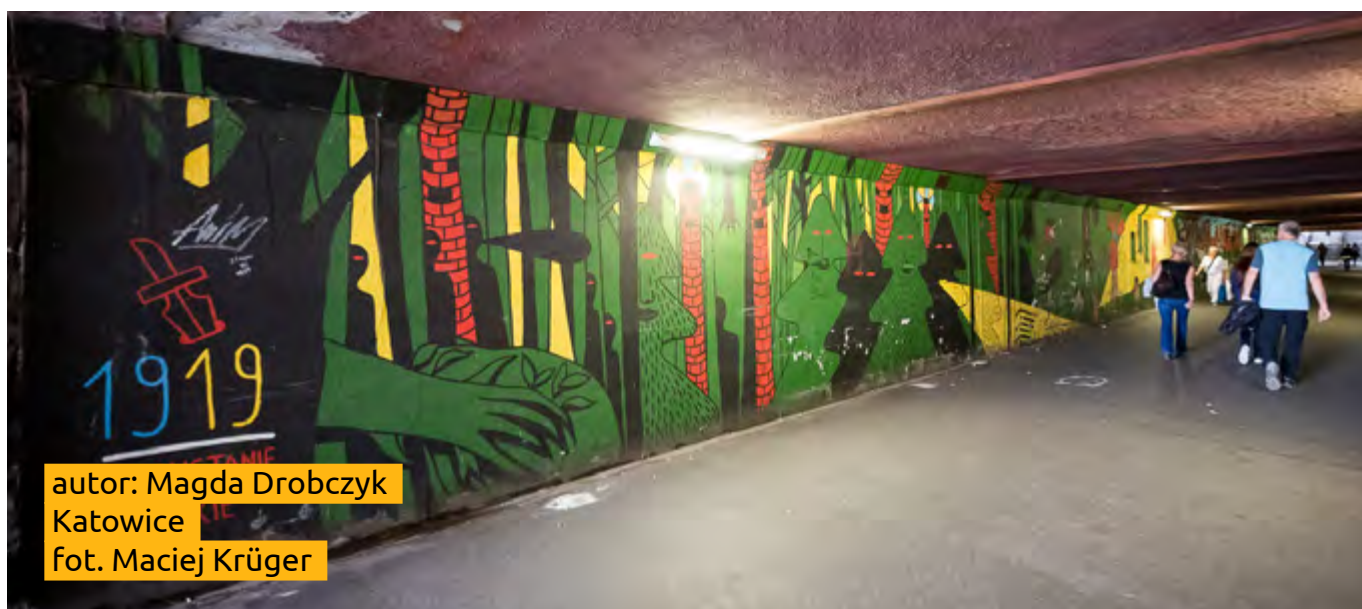
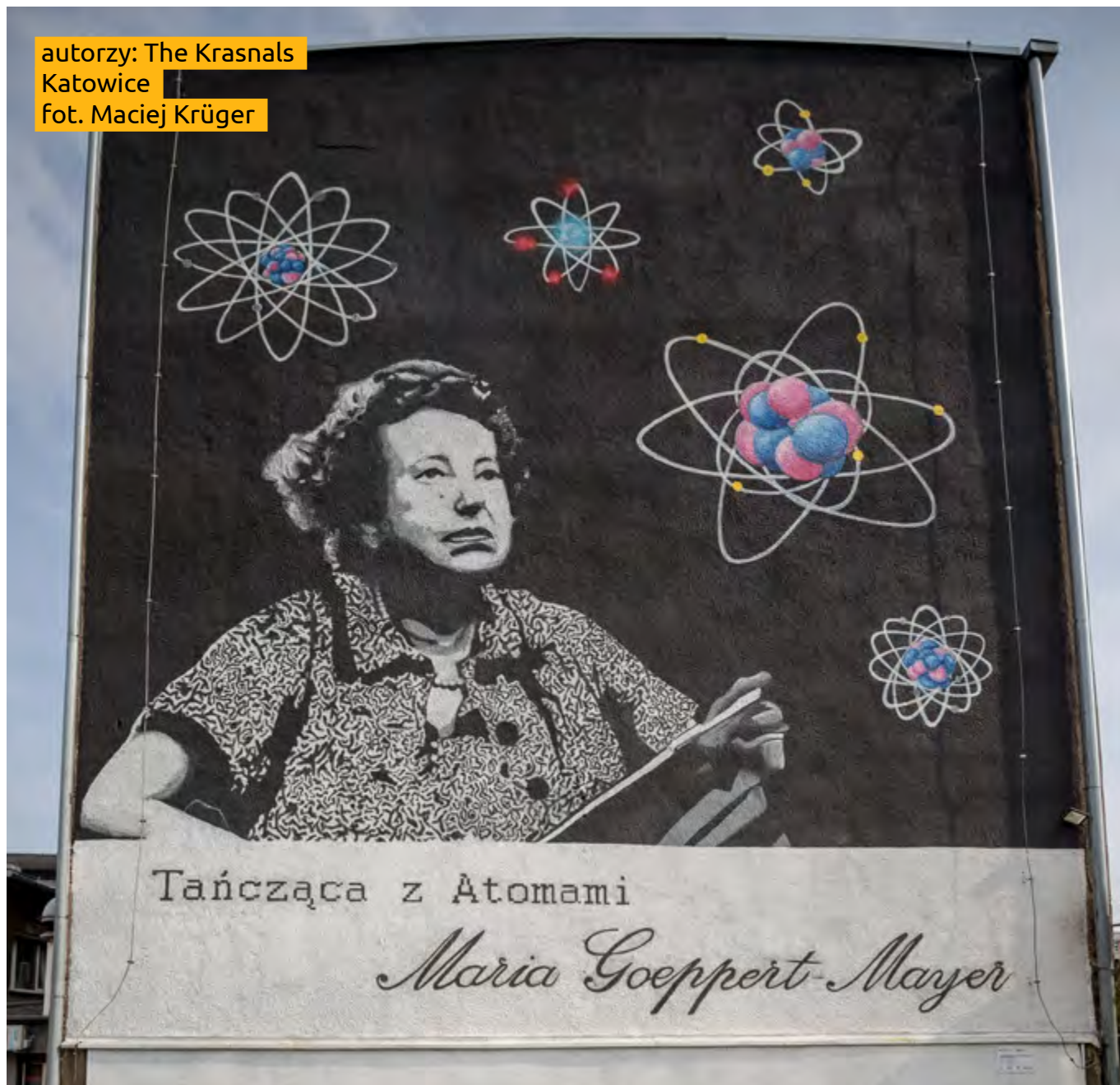


autor: Sławek Zbiok Czajkowski
Katowice
fot. Maciej Krüger



autor: Escif
Katowice
fot. Maciej Krüger

autorzy: The Krasnals
Katowice
fot. Maciej Krüger



autor: Magda Drobczyk
Katowice
fot. Maciej Krüger



autor: Marcin Maciejowski
Katowice
fot. Maciej Krüger

autor: Peter Fuss
Katowice
fot. Maciej Krüger



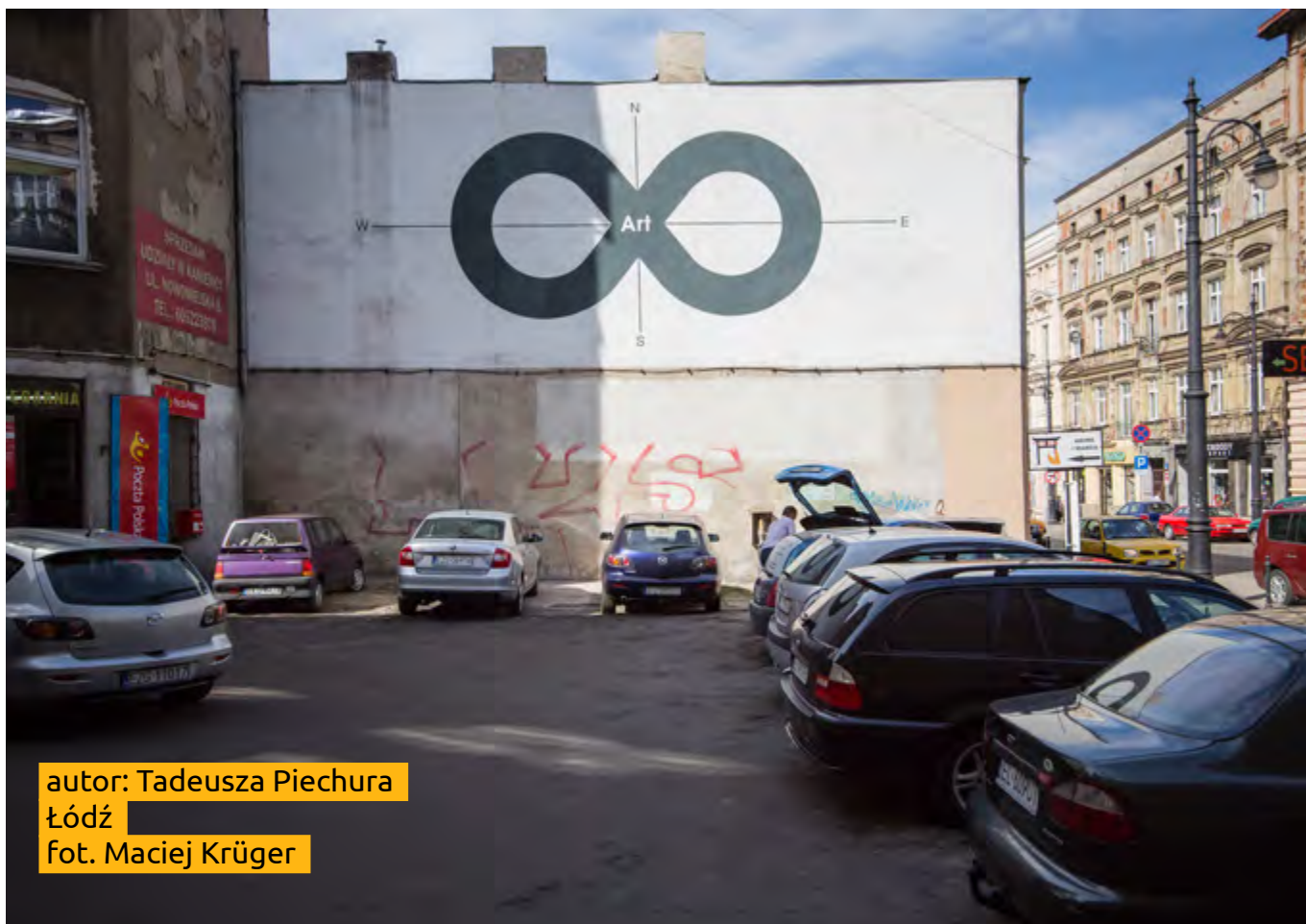
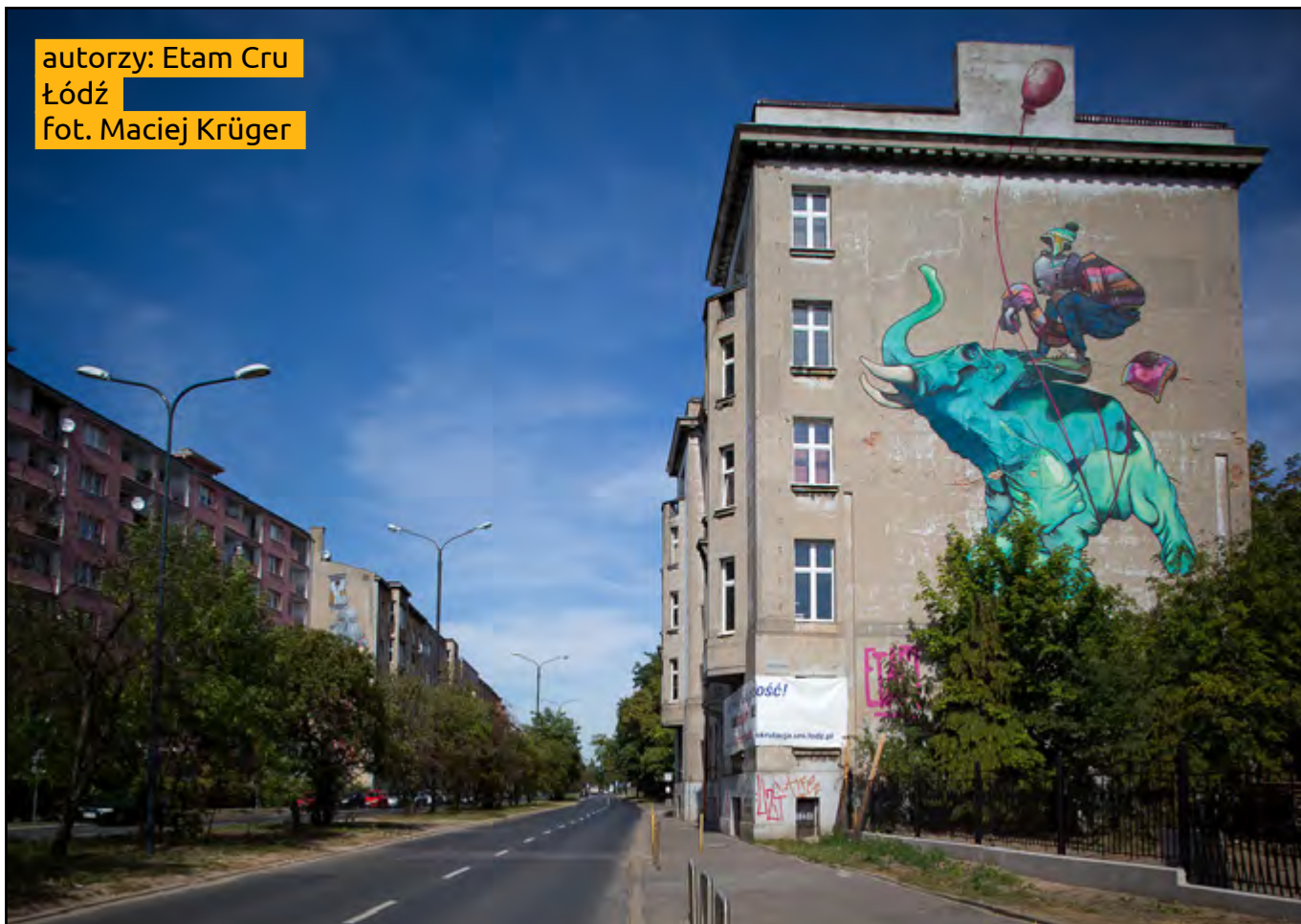
autorzy: Mona Tusz i Raspazjan
Katowice
fot. Maciej Krüger



autor: Łukasz Surowiec
Katowice
fot. Maciej Krüger

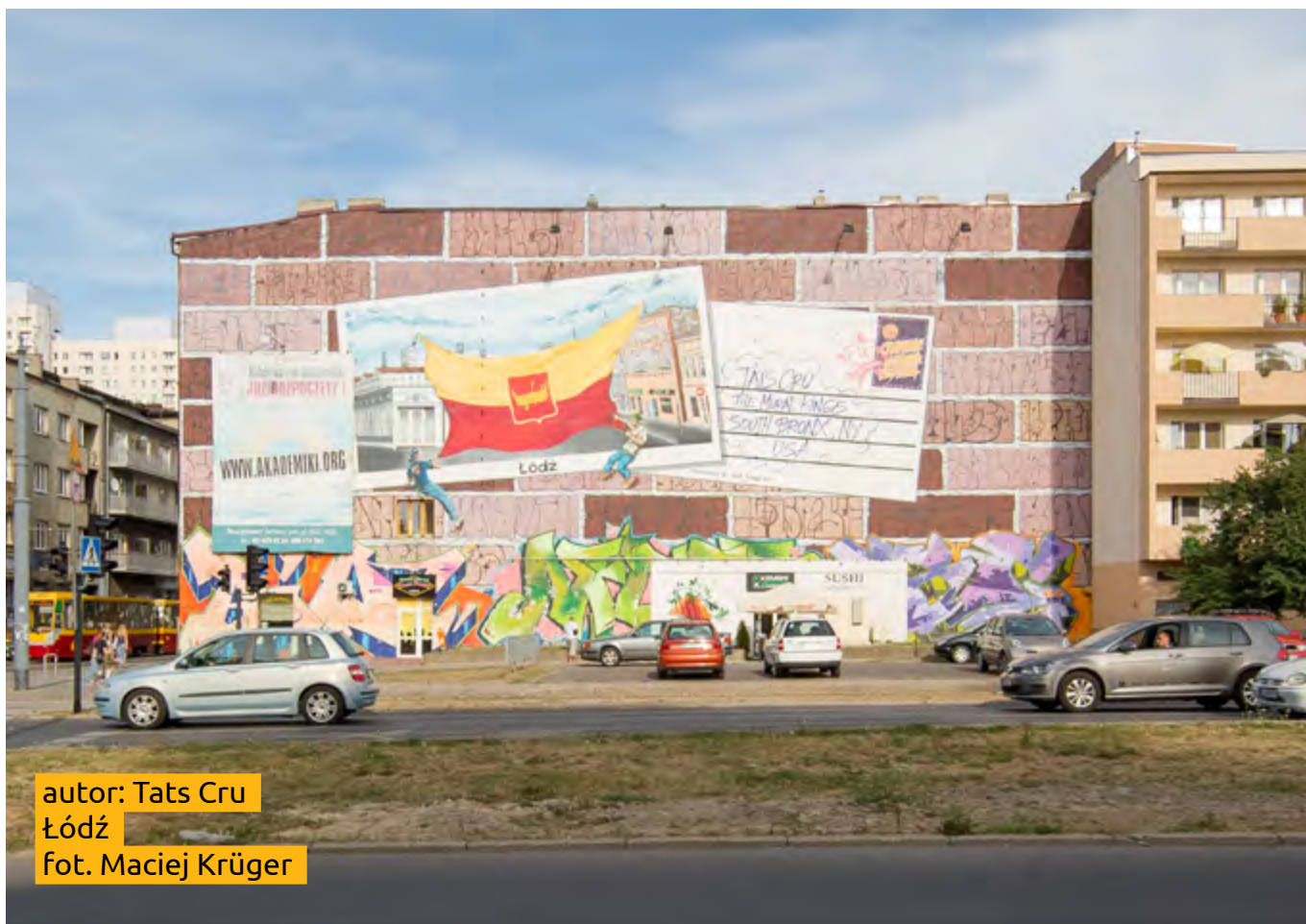
Łódź

autorzy: Etam Cru
Łódź
fot. Maciej Krüger



autor: Tadeusza Piechura
Łódź
fot. Maciej Krüger

autor: Krzysztof Jaśkiewicz
Łódź
fot. Maciej Krüger



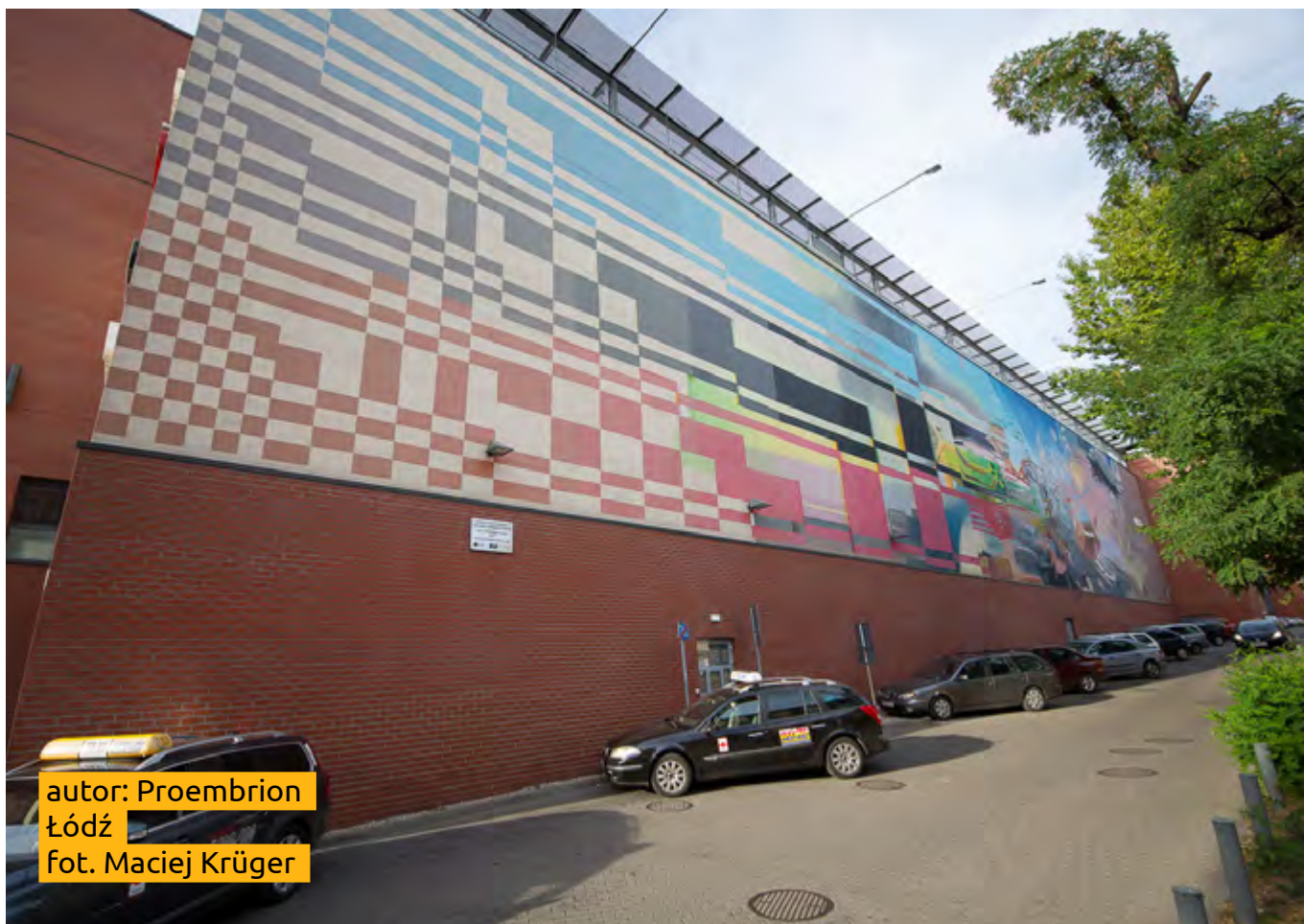
autor: Tats Cru
Łódź
fot. Maciej Krüger



autor: Lump
Łódź
fot. Maciej Krüger



reklama firmy Uniqua
Łódź
fot. Maciej Krüger



autor: Proembrion
Łódź
fot. Maciej Krüger



autorzy: Design Futura
Łódź
fot. Maciej Krüger



autorzy: Os Gemeos i Aryz
Łódź
fot. Maciej Krüger



autor: Gregor Gonsior
Łódź
fot. Maciej Krüger

Warszawa

wielu autorów
Warszawa
fot. Maciej Krüger



reklama Coca-Coli
Warszawa
fot. Maciej Krüger





autor: Swanski
Warszawa
fot. Maciej Krüger



autor: Blu
Warszawa
fot. Maciej Krüger



autorzy: Sepe i Chazme
Warszawa
fot. Maciej Krüger



autorzy: Wielcy Fanatycy Stolicy
Warszawa
fot. Maciej Krüger



autor: Eltono
Warszawa
fot. Maciej Krüger

autorzy: Twożywo
Warszawa
fot. Maciej Krüger



autor: Michał Frydrych
Warszawa
fot. Aleksandra Litorowicz



autorzy: 3 Fala
Warszawa
fot. Maciej Krüger

Wrocław

autor: Stanisław Dróżdż
Wrocław
fot. Maciej Krüger



autorzy: Otecki i FRM-Kid
Wrocław
fot. Maciej Krüger



mural reklamowy hurtowni stali
Wrocław
fot. Maciej Krüger





autor: Anna Szejdewik Coxie
Wrocław
fot. Maciej Krüger



autor: Aleksandra Kuźmik
Wrocław
fot. Maciej Krüger

bloki na osiedlu Gaj
Wrocław
fot. Maciej Krüger



autor: Erica Il Cane
Wrocław
fot. Maciej Krüger



autorzy: kolektyw DWA ZETA
Wrocław
fot. Maciej Krüger

PRZEZIEMY W TEATRZE



250 LAT
TEATRU
WROCŁAWIA



autor: Michał Węgrzyn
Wrocław
fot. Maciej Krüger



autor: Jakub Tomasz Sysło
Wrocław
fot. Maciej Krüger