

SZTUKA I KRYTYKA



ART AND CRITICISM

POLSKI INSTYTUT STUDIÓW NAD SZTUKĄ ŚWIATA
POLISH INSTITUTE OF WORLD ART STUDIES

nr 11 (146) listopad

2024

SZTUKA I KRYTYKA / ART AND CRITICISM

Komunikat Zarządu

Polskiego Instytutu Studiów nad Sztuką Świata

2024, nr 11 (146) listopad

Pod redakcją:

Jerzego Malinowskiego, Grażyny Raj i Marcina Teodorczyka (sekretarz)

Polski Instytut Studiów nad Sztuką Świata /
Polish Institute of World Art Studies

Adres redakcji:

00-032 Warszawa, ul. Foksal 11 – 6; 601 31 36 91

biuro@world-art.pl, www.world-art.pl

**Recenzenci: prof. dr hab. Anna Markowska i prof. dr hab. Jan Wiktor
Sienkiewicz**

Projekt okładki: Łukasz Aleksandrowicz

Copyright by Polish Institute of World Art Studies

ISSN 2544-9281

Zarząd prosi o wpłacanie składek i darowizn na konto Instytutu

24 1940 1076 3101 7420 0000 0000

**Członkowie od 1 stycznia 2022 roku płacą 20 zł miesięcznie,
doktoranci, emeryci i renciści 10 zł miesięcznie.**

Miesięcznik oraz publikacje Polskiego Instytutu Studiów nad Sztuką Świata
można nabyć w: siedzibie Instytutu

oraz w Wydawnictwie Tako, ul. Słowackiego 71/5, 87-100 Toruń

tako@tako.biz.pl, www.tako.biz.pl

Spis treści:

Konwersatoria

Agnieszka Kluczevska-Wójcik, *„Manggha and Manga. The Many Faces of Japan” – konferencja w Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha w Krakowie*

Radosław Predygier, *Dom Sztuki Polskiej w Ushimado. Projekt koncepcyjny*

Kevin Barczak, *Architektura Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie*

Alicja Grzybowska, *Osobliwe projekty graficzne na polskich ulicach – twórczość wernakularna, czy zwykłe partactwo?*

POLSKI INSTYTUT STUDIÓW NAD SZTUKĄ ŚWIATA

zaprasza na:

Konwersatorium ***Sztuka i tradycje artystyczne Azji i Afryki***

organizowane przez Pracownię Sztuki Azji i Afryki Polskiego Instytutu Studiów nad Sztuką Świata i Wydział Orientalistyczny UW (on-line)

10 grudnia, godz. 17 (meet.google.com/tmu-otz-krp)

Dr hab. prof. Bogna Łakomska, *Zderzenia międzykulturowe i międzygatunkowe w twórczości współczesnych artystów chińskich: Huang Yongping, Chen Haiyan, Cai Guoqiang i Ai Weiwei*

Konwersatorium ***Muzea polskie w XX wieku***

pod kierunkiem dr. hab., prof. ucz. Piotra Majewskiego

11 grudnia, godz. 17.30

Dr Mariusz Klarecki, *Zrabowana Warszawa. Opowieść o pasjonatach i ich utraconych kolekcjach*

Konwersatorium ***Sztuka nowoczesna***

17 grudnia, godz. 17

Promocja książki pod redakcją Maliny Barcikowskiej *Polska sztuka na Biegunach. O kulturotwórczej roli obszarów polarnych*, red. Grażyna Raj, publikacja PISnSS i Wyd. Tako – prowadzi prof. Jerzy Malinowski

Pracownia Kultury i Sztuki Azji i Afryki na Wydziale Orientalistycznym oraz
Polski Instytut Studiów nad Sztuką Świata zapraszają na

Konwersatorium

Sztuka i tradycje artystyczne Azji i Afryki

semestr zimowy 2024/2025

Google Meet: meet.google.com/tmu-octz-krq

Koordinacja: dr Magdalena Pinker, UW | m.pinker@uw.edu.pl

15.10
godz. 17:00

Tkanina chińska XVIII–XIX wieku

dr Katarzyna Zapolska (UMK; PISnŚS)

05.11
godz. 17:00

Wprowadzenie do sztuki Wietnamu

dr Joanna Wasilewska (PISnŚS)

19.11
godz. 17:00

Shin hanga. Tradycja i współczesność

Anna Katarzyna Maleszko (PISnŚS)

10.12
godz. 17:00

**Zderzenia międzykulturowe i międzygatunkowe
w twórczości współczesnych artystów chińskich:
Huang Yongping 黄永砅 (1954–2019), Chen Haiyan 陈海燕
(ur. 1955), Cai Guoqiang 蔡国强 (ur. 1957) i Ai Weiwei 艾未未
(ur. 1957)**

dr hab., prof. Bogna Łakomska (ASP Gd.; PISnŚS)

14.01
godz. 17:00

**Tradycja kulturowa a współczesne technologie.
Wybrane przykłady twórczości artystów z Azji
Wschodniej.**

dr Magdalena Furmanik-Kowalska (PISnŚS)

Agnieszka Kluczevska-Wójcik
Polski Instytut Studiów nad Sztuką Świata

„Manggha and Manga. The Many Faces of Japan” – konferencja w Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha w Krakowie

29 listopada 2024 roku przypada 30 rocznica otwarcia Centrum, obecnie Muzeum, Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha w Krakowie, powołanego z inicjatywy Fundacji Kyoto – Kraków Andrzeja Wajdy i Krystyny Zachwatowicz-Wajdy, sfinansowanego z funduszy zebranych dzięki wsparciu Związku Zawodowego Pracowników Kolei Wschodnich Japonii. W ramach obchodów jubileuszu od 3 do 5 października trwała w Muzeum międzynarodowa konferencja zatytułowana „Manggha and Manga. The Many Faces of Japan”, zorganizowana wspólnie przez Muzeum oraz Zakład Japonistyki i Sinologii Uniwersytetu Jagiellońskiego.



Słowo „Manggha” kojarzy się jednoznacznie z Feliksem „Manggha” Jasińskim, jednym z najwybitniejszych polskich kolekcjonerów, który swoje

zbiory przekazał w 1920 roku Muzeum Narodowemu w Krakowie. Zgromadzone przez Jasińskiego dzieła sztuki Dalekiego Wschodu, przede wszystkim sztuki japońskiej, które stały się powodem jego kolekcjonerskiej sławy, są zdeponowane w Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej, nad resztą sprawuje pieczę Muzeum Narodowe. Pojęcie „manga” odnosi się natomiast do japońskich komiksów. Historycy sztuki często wpisują to zjawisko artystyczne w linię rozwojową japońskiego drzeworytu, wiążąc z dziełami największych mistrzów *ukiyo-e*, takich jak Katsushika Hokusai. To właśnie od tytułu serii szkiców Hokusai'a pochodzi określenie „manga”. Z tego samego źródła Jasiński zapożyczył swój literacki pseudonim, który przeszedł do nazwy Muzeum. Dzisiejsza japońska manga, podobnie jak kiedyś twórczość Hokusai'a, łączy kulturę „wysoką” z kulturą popularną, tradycję z nowoczesnością, Wschód z Zachodem.



Profesor Tokimasa Sekiguchi

Tematem przewodnim konferencji, nad której przygotowaniem czuwali ze strony Muzeum Katarzyna Nowak, dyrektorka, i Wioletta Laskowska-Smoczyńska, oraz dr hab. Stanisław Meyer, kierownik Zakładu Japonistyki i Sinologii UJ, dr hab. Tomasz Majtczak, dr Aleksandra Szczechla i dr Patrycja

Duc-Charada, była „wieloznaczność i różnorodność” Japonii, jej tradycji artystycznych, literatury i współczesnych zjawisk kulturowych. Jak podkreślali organizatorzy, jest to kraj pełen kontrastów, który można „czytać” na wiele sposobów i taką właśnie, wielowątkową lekturę zaproponowali uczestnicy konferencji, przybyli do Krakowa z Europy i Japonii. Obrady toczyły się w dwóch równoległych sekcjach, a w programie znalazło się 41 referatów i trzy wykłady wprowadzające, wyznaczające główne kierunki dyskusji.

Pierwszym wątkiem tematycznym był dorobek Feliksa Jasińskiego, patrona Muzeum. Jego głównej publikacji, wydanej w Paryżu w 1901 roku książce *Manggha. Promenades à travers le monde, l'art et les idées*, poświęcone było inauguracyjne wystąpienie profesora Tokimasy Sekiguchiego, wybitnego polonisty, popularyzatora polskiej kultury i tłumacza, który przybliżył japońskim czytelnikom najważniejsze dzieła naszego kanonu literackiego. Związków książki Jasińskiego z Japonią i japonizmem europejskim dotyczył także referat piszącej te słowa, otwierający obrady sekcji historii sztuki japońskiej. Wybrane obiekty z kolekcji rzemiosła, zgromadzonej przez patrona Muzeum, posłużyły jako punkt wyjścia analizy artystyczno-literackiej zaproponowanej przez dr Ewę Kamińską. Postać Jasińskiego-kolekcjonera pojawiła się także w wystąpieniu Mirjam Denes. Rozważaniom na temat stanu badań nad polskim japonizmem poświęcony był referat prof. Anny Król, a Aleksandra Goerlich przedstawiła wkład Muzeum w propagowanie kultury japońskiej w Polsce. Sztuce japońskiej, zarówno dawnej, jak i współczesnej, w tym drzeworytom, poświęcone były referaty prof. Hiroko Nishiguchi, dr. Iana Paula Colty, dr. Dario Vugera, Agnieszki Jasińskiej, Magdaleny Piotrowskiej, Joanny Kokoć i Emilii Dziewieckiej.

Drugi dzień obrad otworzył wykład dr Jadwigi Rodowicz-Czechowskiej, znawczynie teatru japońskiego, byłej ambasador Polski w Japonii, poświęcony obrazowi Polski i Polaków w twórczości Nitobe Inazo. Historii i teorii teatru japońskiego dotyczyły wystąpienia prof. Estery Żeromskiej, dr Igi Rutkowskiej, Michała Szafarskiego, dr Jakuba Karpoluka i Dominiki Fiut, a

kwestii współczesnych mediów referaty dr Anny Zalewskiej, Agaty Balińskiej i dr Moniki Lecińskiej-Ruchniewicz. Problem „interpretacji” Japonii był punktem wyjścia rozważań Justyny Hołubowicz, dr Aleksandry Wąsowicz i dr. Wojciecha J. Nowaka.

Japońska manga i – szerzej – współczesna kultura popularna Japonii stanowiły następny ważny wątek tematyczny konferencji. Komiksom i anime poświęcone były prezentacje dr. Pawła Dybały, tłumacza mangi, Oliwii Kalinowskiej-Andrzejczak, Marty Tymińskiej i Agaty Włodarczyk, Aleksandry Jaworowicz-Zimny, Marty Leśniewskiej, Adriany Kołodziejczak i Oscara Garcia Arandy. Program dopełniały wystąpienia poświęcone literaturze japońskiej, problemom literaturoznawstwa i językoznawstwa. Wykład rozpoczynający trzeci dzień obrad wygłosił prof. Romuald Huszcza.

Krakowskie spotkanie badaczy zainteresowanych Japonią, nawiązujące do dorobku pierwszych polskich japonistów, z Feliksem Jasińskim na czele, przyniosło szereg nowych propozycji interpretacyjnych, dotyczących zarówno tradycji artystycznych, jak i kulturowej współczesności kraju tak bliskiego polskiej wyobraźni. Wyznaczenie nowych kierunków badań, a także nowych programów wystawienniczych – o czym również była mowa w trakcie konferencji – i ich rozwinięcie w przyszłości, pozwoli zbudować bardziej wielowymiarowe postrzeganie Japonii, upowszechniając jej obraz nie tylko w kręgach specjalistów, ale i wśród szerokiej publiczności w Polsce.

Zdjęcia: Kamil A. Krajewski, Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha

Radosław Predyger

Polska Misja Artystyczno-Naukowa w Japonii – Polski Instytut Studiów nad Sztuką Świata

Dom Sztuki Polskiej w Ushimado. Projekt koncepcyjny

1. Idea

Proponowany projekt zakłada stworzenie „Domu Sztuki Polskiej w Ushimado”, w Prefekturze Okayama w Japonii. Ideą projektu jest stworzenie zaplecza mieszkalnego, bazy materiałowej i ekspozycyjnej, umożliwiającej polskim artystom, naukowcom, badaczom i studentom pobyt, akomodację, pracę twórczą i wystawienniczą w Japonii, na czas określony, w miejscowości Ushimado, w Prefekturze Okayama. „Dom Polski w Ushimado” byłby, z jednej strony, oknem polskiej kultury i sztuki w Japonii – przestrzenią stałej ekspozycji kultury polskiej w regionie, a z drugiej – miejscem, gdzie polscy artyści mieliby możliwość realizacji swojej pracy badawczej, artystycznej i twórczej. Byłoby to miejsce bezpośredniego kontaktu z japońską tradycją, kulturą, sztuką, rzemiosłem i publicznością dla przybywających artystów, studentów i naukowców z Polski, a jednocześnie placówka promieniująca kulturą polską w tej części Japonii, znacząco pogłębiająca wiedzę o Polsce wśród jej mieszkańców oraz ośrodek wymiany i kontaktów polsko-japońskich w sferze kultury i nauki. Byłoby to wyjątkowe miejsce spotkania tych dwóch, odległych od siebie kultur i tradycji, gdzie artyści polscy mieliby szansę poszerzyć swoje horyzonty artystyczne, współtworzyć dzieła wraz z japońskimi artystami i rzemieślnikami i na stałe wpisać sztukę i kulturę polską w krajobraz społeczno-kulturowy Japonii oraz stuletnią już historię relacji obu narodów. Byłoby to również miejsce, gdzie japońska publiczność miałaby szansę na poznanie kultury i sztuki polskiej przez żywy kontakt z polskimi artystami i naukowcami, udział w wystawach, warsztatach, wykładach, koncertach czy spotkaniach. Coraz powszechniejsze zainteresowanie polskiej publiczności, artystów i badaczy kulturą Japonii,

które pogłębiły jeszcze liczne wydarzenia kulturalne organizowane przez polskie ministerstwa (MSZ, MKiDN), Ambasadę RP w Japonii i instytucje kultury (Instytut Adama Mickiewicza w Warszawie, Instytut Polski w Tokio) z okazji przypadającej w 2019 roku rocznicy 100-lecia nawiązania relacji dyplomatycznych pomiędzy Polską i Japonią, wizyta członków rodziny cesarskiej w Polsce, nadchodzące Targi EXPO 2025 w Osace czy podobne wydarzenia promujące Polskę w Japonii są sygnałem rosnącej potrzeby i obopólnego zainteresowania kulturą, tradycją, sztuką i dziedzictwem obu narodów. Dom Sztuki Polskiej w Ushimado byłby trwałym i materialnym wyrazem tej obopólnej fascynacji, miejscem ekspozycji i promocji współczesnej Polski i sztuki polskiej w tej części Japonii. PROJEKT: Dom Sztuki Polskiej w Ushimado.

2. Setouchishi / Ushimado

Miasto Setouchishi znajduje się w Prefekturze Okayama w centralnej części Japonii, jest obszarem administracyjnym składającym się z trzech połączonych miast: Osafune, Oku i Ushimado. Setouchishi ma bogatą historię relacji polsko-japońskich: Muzeum Miecza Japońskiego w Osafune wypożyczyło trzydzieści eksponatów na wystawę w Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha w Krakowie w 2019 roku, a wcześniej konserwatorzy Muzeum przeprowadzili audyt zbiorów mieczy katana w zbiorach muzeów w Warszawie, Wrocławiu, Krakowie i Gdańsku; Ambasador RP w Japonii cyklicznie przyznaje Nagrodę Ambasadora RP rzemieślnikom mieczy w Osafune. W miejscowości Oku mieści się siedziba Polskiej Misji Artystyczno-Naukowej w Japonii, która od ponad dwunastu lat realizuje tutaj swoją działalność – wystawy, wykłady, pokazy filmowe, rezydencje artystyczne i koncerty polskich artystów są stałym już elementem życia kulturalnego miasta. Wielkim projektem Misji jest realizacja murali w technice wapiennej sgraffito, które na stałe wpisały się w krajobraz Setouchishi – na murach budynków w Bizen-Fukuoka, Ushimado czy Liceum Prefekturalnego w Oku. Ushimado jest spokojnym, malowniczym miastem nadmorskim, położonym nad morzem wewnętrznym Setonaikai, o bogatej historii i tradycji związanej z

misjami koreańskimi, które począwszy od XVI wieku w epoce Edo należały do pierwszych zamorskich kontaktów zamkniętej w owym czasie przed obcokrajowcami Japonii; przyniosły jej nowinki naukowe, filozoficzne, artystyczne, rzemieślnicze i dyplomatyczne, znacząco przyczyniając się do rozwoju i transformacji kraju. W mieście znajduje się muzeum poświęcone misjom koreańskim. Piękno krajobrazu Ushimado z otaczającymi je wzgórzami, z których roztacza się wspaniały widok na morze Setonaikai z rozrzuconymi na nim wyspami (nie bez powodu mieszkańcy nazywają to miejsce „morzem egejskim Japonii”) naturalnie predestynuje tę miejscowość na kurort turystyczno-wypoczynkowy, przyciągając miłośników jachtingu i natury z całej Japonii. W mieście Ushimado znajduje się luksusowy hotel Limani, w którym, dzięki staraniom Polskiej Misji Artystyczno-Naukowej w Japonii, znaleźli pracę pracownicy z Polski; hotel Il Mare, wiele pensjonatów, klub jachtowy, kawiarnie, restauracje oraz Muzeum Miejskie, w którym odbyły się trzy znaczące polskie wystawy i towarzyszące im wykłady. W 2015 roku odbyła się tu wielka wystawa polskiego plakatu „Eye on Poland” z ponad stu eksponatami plakatów, książek i płyt wraz z towarzyszącym wykładem kuratorskim Magdaleny i Artura Frankowskich (<https://culture.pl/en/place/setouchi-city-museum-of-art>). W 2017 roku odbyła się wystawa malarstwa na jedwabiu polskiej malarki prof. Joanny Stasiak z wykładem i druga – dr Magdaleny Durdy-Dmitruk, a w 2024 roku spotkanie i wystawa z polskimi artystami Stanisławem Brachem i Weroniką Surmą podczas ich miesięcznego pobytu w Ushimado w ramach rezydencji artystycznych w Centrum Ceramiki Sabukaze. Były to wydarzenia współorganizowane przez Polską Misję Artystyczną w Japonii wspólnie z Instytutem Adama Mickiewicza w Warszawie, Instytutem Polskim w Tokio, Ambasadą Rzeczypospolitej Polskiej w Japonii, Uniwersytetem Marii Grzegorzewskiej w Warszawie, Akademią Sztuk Pięknych w Warszawie i Akademią Sztuk Pięknych we Wrocławiu. W Ushimado gościli już polscy artyści i naukowcy: prof. Jerzy Malinowski, prezes Polskiego Instytutu Studiów nad Sztuką Świata, i Barbara Brus- Malinowska, w czasie pobytu z wykładami na Uniwersytecie w Okayamie, dyrektor IP Mirosław Błaszczak, Barbara Trojanowska z IAM oraz wspomniani już Artur i Magdalena

Frankowscy, prof. Joanna Stasiak i dr Magdalena Durda-Dmitruk, dr Weronika Surma i prof. Stanisław Brach.

3. Morze Setonaikai – sztuka na wyspach. Expo 2025 w Osace

Morze Wewnętrzne Seto – Setonaikai (The Seto Inland Sea), może pięknie byłoby przetłumaczyć: „Morze Śródziemne Japonii”, leży pomiędzy trzema głównymi jej wyspami – Honsiu, Shikoku i Kyusiu. Jego spokojny klimat przypomina Morze Śródziemne, a mieniące się w słońcu wody rozciągają się ponad 400 kilometrów od Osaki do Kitakyusiu i skrywają w sobie ponad 3000 wysp, z czego wiele niezamieszkałych. Większość morza jest częścią Parku Narodowego Setonaikai, pierwszego Parku Narodowego w Japonii. Od wielu lat coraz większą międzynarodową renomę zdobywa sobie Setouchi Triennale (<https://setouchi-artfest.jp/en/>), które jest jednym z największych wydarzeń artystycznych Japonii i odbywa się na dwunastu wyspach rozrzuconych pomiędzy Prefekturami Okayama i Kagawa, są to: Naoshima, Teshima, Megijima, Ogijima, Shodoshima, Oshima, Inujima, Shamijima i Seijima, Awashima i Honjima i w stolicy Prefektury Kagawa Takamatsu. Wyspa Naoshima znana jest ze swoich Muzeów Sztuki Współczesnej – Benesse Art Site (<http://benesse-artsite.jp/en/>), szczególnie Chichu Museum – perły architektury, zaprojektowanego przez Tadao Ando. Muzea na wyspie skrywają dzieła m.in. Yves’a Kleina, Claude’a Moneta, Davida Hockneya i Jamesa Turella. Bliskość rosnącego w międzynarodowe znaczenie Setouchi Triennale, a zwłaszcza wysp Teshima, Inujima i Shodoshima, na których również znajdują się znaczące muzea (Inujima, Teshima), są dodatkowym atutem dla Ushimado, które – położone blisko – jest naturalnym obszarem zainteresowania publiczności i mogłoby w przyszłości, również dołączyć do artystycznego szlaku po wyspach morza Setonaikai. W przyszłym roku odbędzie się w Osace Expo 2025, które gościć będzie miliony ludzi z całego świata, ciekawych nie tylko Japonii dobrze znanej i opisaniej w przewodnikach. W tych okolicznościach „Dom Sztuki Polskiej w Ushimado” mógłby stać się witryną, w której odwiedzający Japonię goście mogliby zapoznać się ze sztuką i współczesną Polską. „Dom Polski w Ushimado”

pozwalalby na stalą ekspozycję polskiej sztuki jeszcze szerszej – japońskiej i międzynarodowej publiczności, poszukującej sztuki na pięknie położonych wyspach archipelagu.

4. Polska Misja Artystyczno-Naukowa w Japonii

Misja Artystyczno-Naukowa w Japonii jest zagraniczną placówką Polskiego Instytutu Studiów nad Sztuką Świata, działającą w Japonii i w Polsce. Celem Polskiej Misji Artystyczno-Naukowej w Japonii jest rozwijanie współpracy pomiędzy Rzeczpospolitą Polską i Cesarstwem Japonii w zakresie nauk humanistycznych, zwłaszcza nauk o sztuce, działalności artystycznej oraz wymiany kulturalnej, w szczególności przez:

- działalność w sferze publicznej, obejmującej badania sztuki światowej, ochronę dóbr i tradycji oraz popularyzację materialnego i niematerialnego dziedzictwa kultur świata zgodnie z par. 4 Statutu;
- popularyzację osiągnięć nauki, kultury i sztuki polskiej;
- współpracę z japońskimi i polskimi instytucjami naukowymi, kulturalnymi i artystycznymi, fundacjami, z japońskimi instytucjami rządowymi, władzami lokalnymi, z polskimi placówkami dyplomatycznymi i ośrodkami kultury,
- organizację i współorganizację konferencji, wykładów, odczytów, seminariów, wystaw, warsztatów oraz rezydencji artystycznych i konserwatorskich, koncertów;
- działalność wydawniczą.

Polska Misja Artystyczno-Naukowa w Japonii została powołana przez Radosława Predygiera i prof. Jerzego Malinowskiego w Japonii, a rozpoczęła swoją działalność w 2012 roku, współorganizując Festiwal Młodzieży „Bez Granic” w Różnymstoku, na który wysłała z Japonii grupę muzyków japońskich oraz pełnomocnika ds. kultury w Prefekturze Okayama w Japonii. Od tego czasu Misja zorganizowała i współorganizowała liczne wydarzenia kulturalne w Japonii i w Polsce, w partnerstwie z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego RP, Instytutem Polskim w Tokio, Instytutem Adama Mickiewicza, Ambasadą Polski w Japonii, Akademią Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej w Warszawie, Zespołem

Pieśni i Tańca „Śląsk” im. S. Hadyny, Regionem Śląsk, Miastem Setouchishi, Setouchi International Project i innymi – w formie koncertów, wystaw malarstwa, fotografii i plakatu, wykładów, warsztatów, rezydencji artystycznych, konferencji, wieczorów poezji, festiwali filmowych, prezentacji polskich strojów ludowych oraz wydawnictw polskich i japońskich o tematyce polskiej. Od 2020 roku Misja realizuje pionierski program „Sgraffito w Okayamie / Setouchishi”, którego celem jest zaszczepienie polskiej tradycji malarstwa wapiennego techniki sgraffito, na ziemi japońskiej jeszcze nieznaney. Do tej pory powstało ponad 150 m² dekoracji ściennych na elewacjach budynków w miastach: Ushimado, Oku, Bizen-Fukuoka, Misaki oraz na wyspie Shiraishijima. W 2021 roku w ramach konkursu IAM „Kulturalne pomosty 2021” zrealizowano projekt „Sgraffito w Okayamie. Polska tradycja – japońskie inspiracje”; w latach 2022-2023, we współpracy z miastem Setouchishi, na murach Liceum Prefekturalnego w Oku, projekt „Sgraffito w Setouchishi. Open Museum”, a w 2024 w ramach rezydencji artystycznych finansowanych przez Prefekturę Okayama: „Sgraffito Shiraishijima”. W maju 2024 roku Misja we współpracy z Instytutem Polskim w Tokio zorganizowała entuzjastycznie przyjęty przez publiczność koncert polskiego kwintetu smyczkowego „Vołosi”, a na przełomie września i października, we współpracy z Fundacją Prawa Publicznego Setouchi na rzecz Rozwoju Historycznego Miasta i Centrum Ceramiki „Sabukaze”, miesięczne rezydencje artystyczne dla dwójki polskich artystów rzeźbiarzy: dr Weroniki Surmy z ASP we Wrocławiu i prof. Stanisława Bracha z ASP w Warszawie. Obydwa wydarzenia wskazały na potrzebę zaplecza mieszkalnego dla artystów przybywających z Polski.

5. Założenia, cele i program „Domu Sztuki Polskiej w Ushimado”

Główne cele „Domu Sztuki Polskiej w Ushimado” to:

– stworzenie zaplecza mieszkalnego, wystawienniczego, studyjnego i bazy materiałowej, umożliwiających polskim artystom, naukowcom, badaczom i studentom pobyt, akomodację, pracę twórczą i wystawienniczą w Japonii, na czas określony;

- stworzenie witryny kultury i sztuki polskiej, umożliwiającej japońskiej publiczności w tej części Japonii poznanie współczesnej Polski – jej sztuki, kultury, tradycji, historii, rzemiosła i nauki;
- stworzenie placówki kulturalno-oświatowej, współpracującej z Instytutem Polskim w Tokio, Ambasadą RP w Japonii, uniwersytetami, akademiami sztuk pięknych oraz instytucjami kultury w Polsce, będącej pomostem do wymiany interdyscyplinarnej pomiędzy Polską i Japonią;
- stworzenie niewielkiej kafeterii, gdzie przy filiżance kawy podanej w ceramice np. z Bolesławca można posłuchać Chopina czy audycji Polskiego Radia (programu II), obejrzyć bieżącą wystawę. Artyści polscy w okresie trwania swojej rezydencji mieliby możliwość pracy twórczej, współpracy i wymiany artystycznej z artystami japońskimi, współpracy z rzemieślnikami japońskimi na przykład w dziedzinie ceramiki (Szkoła Bizen funkcjonuje w regionie od sześciuset lat i jest jednym z trzech największych stylów ceramiki w Japonii), realizacji warsztatów dla dzieci, młodzieży i dorosłych, konferencji, wykładów i pogadank, performances, koncertów, wystaw i innych.

Piękno i bogactwo krajobrazu – bliskość spokojnego, śródziemnego morza i wysp czy otaczających Ushimado wzgórz pozwalają na wyjście w plener i realizację zadań artystycznych w przestrzeni miejskiej i w naturze, choćby w formie artystycznej promenady wśród rzeźb, murali sgraffito czy instalacji. „Dom Sztuki Polskiej w Ushimado” mógłby również być gospodarzem wydarzeń o charakterze międzynarodowym i gościć artystów z całego świata pod egidą kultury polskiej, stając się tym samym centrum artystycznym o jeszcze szerszym oddziaływaniu i wpływie, ukazując coraz silniejszą pozycję i oddziaływanie Polski na świecie.

6. Przewidywane jakościowe rezultaty realizacji „Domu Sztuki Polskiej w Ushimado”:

- Trwała promocja Polski, polskiej kultury i sztuki w Zachodniej Japonii;
- pogłębianie pozytywnego wizerunku Polski w Japonii;

- umożliwienie realizacji polskim artystom, studentom i badaczom, konferencji, odczytów, szkoleń, wystaw, koncertów, warsztatów, instalacji, projekcji filmowych, performances i innych wydarzeń tej natury na terytorium Japonii w placówce stałej, z profesjonalnym zapleczem i wyposażeniem.
- stworzenie miejsca, w którym artyści polscy przyjeżdżający na krótki pobyt z koncertami, tournée, wystawami, odczytami itd. do wielkich metropolii (Tokio, Kobe, Osaka) będą mieli możliwość przystanku i zorganizowania dodatkowego wydarzenia w tej części Japonii;
- polsko-japońskie wymiany międzydyscyplinarne w zakresie sztuk pięknych, sztuki najnowszej, historii sztuki;
- wpisanie polskiej kultury i sztuki na stałe w krajobraz społeczno-kulturalny Japonii;
- pogłębienie wiedzy na temat Polski wśród japońskiej społeczności;
- promieniowanie kultury i sztuki polskiej na obszar Chugoku, obejmujący Okayamę, Tottori, Hiroszimę i Osakę;
- stworzenie pomostu wymiany kulturalnej, filozoficznej i badawczej pomiędzy Japonią i Polską;
- stworzenie miejsca pracy twórczej i spotkania artystów polskich z artystami japońskimi i japońską społecznością;
- stworzenie punktu kultury polskiej na mapie morza Setonaikai, wpisującego się w krąg japońskich placówek kulturalnych na sąsiadujących wyspach, takich jak: Inujima, Teshima, Naoshima, Ooshima;
- stworzenie szczególnej i wyjątkowej więzi pomiędzy podmiotami polskiej i japońskiej kultury;
- pogłębienie wiedzy i praktycznej znajomości kultury japońskiej wśród polskich artystów;
- stworzenie platformy umożliwiającej zawarcie wielu polsko-japońskich kontaktów artystycznych, biznesowych, badawczych, kulturalnych i towarzyskich.

7. Możliwości realizacyjne – perspektywy

Obecnie zarysowują się następujące możliwości realizacji w zakresie stworzenia infrastruktury „Domu Sztuki Polskiej w Ushimado”:

A. Adaptacja pustostanów „Akiya” – nabycie własności. Od wielu lat w Japonii jest obserwowane zjawisko pustoszejących posesji, proces wynikający ze starzenia się społeczeństwa. W 2013 roku oszacowano liczbę pustostanów na około 8 milionów posesji, a uważa się, że na dzień dzisiejszy ta liczba osiągnęła już ponad 10 milionów na 60 milionów ogółu posesji mieszkalnych – domów. W ich zakres wchodzi domy wolnostojące, apartamentowce, szkoły, przedszkola czy szpitale. Posiadłości takie określa się mianem „Akiya”, czyli pustostan. Zjawisko to dotyka całą Japonię, również i Ushimado. Po znalezieniu odpowiedniego lokalu – domu, byłej manufaktury, dormitorium, szkoły itd. byłaby możliwość zakupu takiego lokalu, jego remontu i adaptacji na cele projektu. Ważne jest znalezienie odpowiedniego budynku – w dobrej lokalizacji, w dobrym stanie technicznym i o wielkości odpowiadającej potrzebom projektu. Obecnie ceny pustostanów w Ushimado wahają się między 2.000.000 a 15.000.000 jenów w zależności od stanu i wielkości budynku. Konieczne będą remont i adaptacja budynku. Dodatkowe koszty to wyposażenie placówki, opłaty miesięczne oraz opłaty dla personelu.

B. Adaptacja lokalu lub pustostanu „Akiya” – wynajem. Istnieje również możliwość wynajmu odpowiedniego lokalu na cele rezydencji. Mógłby to być pustostan „Akiya” lub inny budynek przeznaczony pod wynajem. Obecnie ceny wynajmu pustostanów w Ushimado wahają się między 20.000 a 65.000 jenów miesięcznie. Konieczne będą remont i adaptacja budynku. Dodatkowe koszty to wyposażenie placówki, opłaty miesięczne oraz opłaty dla personelu.

C. Zakup nieruchomości na wolnym rynku Konieczne będą remont i adaptacja budynku. Dodatkowe koszty to wyposażenie placówki, opłaty miesięczne oraz opłaty dla personelu.

D. Budowa siedziby Domu Sztuki Polskiej. Rozwiązaniem o najszerszym i najbardziej spektakularnym charakterze byłaby budowa siedziby „Domu Sztuki Polskiej w Ushimado”. Dawałoby to możliwość stworzenia budynku o

wybranych przez inwestora charakterze i architekturze, która sama w sobie mogłaby być wizytówką Polski w Japonii. Trudno przecenić wartości PR takiej inwestycji, zwłaszcza w świetle zbliżającej się międzynarodowej wystawy EXPO w Osace (2025), której „Dom Sztuki Polskiej w Ushimado” mógłby być częścią składową lub jej przedłużeniem i nowym modelem działalności promocyjnej Polski na skalę światową.

Appendix

Polska Misja Artystyczno-Naukowa w Japonii od wielu lat prowadzi swoją działalność w Prefekturze Okayama. Chcielibyśmy przedstawić kilka pomysłów współpracy, które mogłyby Państwa zainteresować:

1. Do Japonii, na zaproszenie IP w Tokio, przyjeżdża wielu wybitnych artystów, zespołów i muzyków z Polski. Dają koncerty głównie w Tokio bądź w innych metropoliach (Osaka, Hamamatsu, Kioto etc). Istnieje możliwość zorganizowania dla nich dodatkowych koncertów w Prefekturze Okayama, których organizacji mogłaby się podjąć Misja. Przykładem może być współpraca przy organizacji koncertów kwintetu „Vołosi” (2016, 2024), które były wielkim sukcesem.
2. Od wielu lat Misja realizuje projekt zaszczepienia w Japonii tradycji malarstwa wapiennego „Sgraffito”, którego wspaniałe przykłady w Polsce mamy w Warszawie na Starym Mieście. Do tej pory powstało ponad 150 m² dekoracji sgraffito w Prefekturze Okayama. Może otworzyłaby się możliwość realizacji sgraffito w Tokio, pod auspicjami Ambasady RP lub IP jako trwały element polskiej tradycji zaszczepiony na ziemi japońskiej.
3. Polska Misja Artystyczno-Naukowa w Japonii jako inicjatywa obywatelska działa na zasadzie wolontariatu. Jest to dużym wyzwaniem w realizacji coraz bardziej ambitnych i złożonych zadań, które wymagają czasu i środków. Czy istniałaby możliwość jakiegoś wsparcia strukturalnego dla naszej organizacji, co wspomogłoby dalsze działania i rozwój?

Adres Polskiej Misji Artystyczno-Naukowej:

Radosław Predygier 177-5 Toyohara, Setouchishi, 701-4223 Okayama, Japonia

tel: 0869-22-1448 mail: predygier@gmail.com

Kevin Barczak

Polski Instytut Studiów nad Sztuką Świata

Architektura Muzeum Sztuki Nowoczesnej W Warszawie



Zanim powstał budynek Muzeum Sztuki Nowoczesnej (MSM) w Warszawie, zdołał wywołać niemałą dyskusję na temat formy, jaką powinien uzyskać. Fakt ten nie dziwi, jeśli weźmiemy pod uwagę, jak długo Muzeum czekało na realizację swojej ostatecznej siedziby. Jeszcze przed uroczystym otwarciem, które odbyło się 25 października, inwestycja skupiła na sobie uwagę niezliczonej rzeszy miłośników sztuki, jak również mieszkańców stolicy. Nie trudno zauważyć, jak wiele krytycznych głosów wybrzmiewa pod adresem gmachu, jak też jego autora – amerykańskiego architekta Thomasa Phifera oraz jego pracowni. Spróbujmy zatem przyjrzeć się jednej z najgłośniejszych realizacji architektonicznych w Polsce.

Zlokalizowany w samym sercu Warszawy, na Placu Defilad, obiekt, zbudowany na rzucie prostokąta z przylegającym do jednej z fasad smukłym, prostym graniastosłupem, został najprawdopodobniej podyktowany warunkami zagospodarowania przestrzennego parceli przeznaczonej pod

budowę. Betonowe podpory otwartego częściowo parteru dźwigają dwie powyższe kondygnacje w formie monolitycznych brył, których odrębność zaakcentowano charakterystycznym poziomym przecięciem, opasującym białą wstęgą budynek z każdej strony. Bliskie sąsiedztwo głównej dominanty wysokościowej i stylistycznej w postaci Pałacu Kultury i Nauki z pewnością postawiło przed projektantem niemałe wyzwanie. Warto zauważyć, iż Thomas Phifer w swej koncepcji nie stara się odnosić do otaczającego kontekstu architektonicznego, a wręcz przeciwnie – unika konfrontacji z ciężkim, historyzującym detalem pałacowych elewacji, odzwierciedlających ideę naśladownictwa neorenesansu i neoklasycyzmu. Z kolei w stosunku do pozostałych wysokościowców warszawskiego Śródmieścia o charakterze biurowym projekt muzeum wydaje się bezpretensjonalny, oryginalny, niepodporządkowany chwilowym modom czy wątpliwym gustom. Koncepcja zaprezentowana przez projektanta zdaje się być w jego zamyśle dziełem ponadczasowym, niewikłanym w historyczne konteksty, niedominującym w swej skali oraz formie. Ta swoista nienachalność architektury pozostaje jej wielkim atutem.

Jednym z podstawowych wyznaczników koncepcji stworzonej przez Thomasa Phifera jest założenie, że architektoniczna forma obiektu powinna w jak największym stopniu korespondować z jego przeznaczeniem – w tym przypadku niezwykle wyjątkowym – czyli z dziełami sztuki, należącymi do konkretnego nurtu, które mają być eksponowane w jego przestrzeni. Obiekt, poprzez proste, minimalistyczne środki architektonicznego wyrazu, znakomicie antycypuje znamieny dla sztuki nowoczesnej nastrój. Być może wyznacza również nową drogę architektury, która wciąż staje się bardziej użyteczna, skoncentrowana na funkcji, niepodążająca za kaprysem zbędnego dekoratorstwa.

Myśląc o architekturze muzeów, nie sposób pokusić się o porównania z obiektami, które zyskały status ikonicznych. Refleksja na temat przestrzeni muzealnych, w których eksponowana jest sztuka nowoczesna, przywodzi na myśl takie realizacje, jak np. siedziba nowojorskiego Muzeum Guggenheima autorstwa Franka Lloyd Wrighta. Projekt Thomasa Phifera jest jednak

znacznie bardziej powściągliwy. Być może architekt uznał, iż obiekt muzeum nie wymaga poszukiwania aż tak dalece ekstrawaganckiej formy, gdyż nie powinien przyćmiewać uwagi, która w tym przypadku powinna kierować się na odbiór sztuki. Jedno jest pewne, podobnie jak projekt Wrighta silnie wyróżnia się z kubicznej, zgeometryzowanej zabudowy Manhattanu, tak i realizacja Phifera wprowadza świeże spojrzenie na zróżnicowaną zabudowę Śródmieścia. Prostota projektu MSN doskonale koresponduje ponadto z modernistyczną koncepcją zabudowy tzw. Ściany Wschodniej, zaprojektowanej przez Zbigniewa Karpińskiego.

Rozwiązanie polegające na otwarciu podcieni parteru akcentuje demokratyczny charakter miejsca, podobnie jak idea sztuki nowoczesnej, która ma być w swym założeniu dobrem ogólnoludzkim i ogólnodostępnym. Otwarcie podcieni parteru oprócz względów funkcjonalnych może być również postrzegane jako rodzaj zaproszenia do świata sztuki. Zacieranie granic pomiędzy rzeczywistością „dnia codziennego” a światem sztuki coraz częściej znajduje swe odzwierciedlenie w architekturze. Demokratyczność przestrzeni w architekturze użyteczności publicznej może przywołać na myśl otwartą w podcieniach i wysmakowaną w swej modernistyczno-klasycyzującej formie powojenną realizację budynków Sejmu i Senatu, będących dziełem Bohdana Pniewskiego. Widoczne w projekcie MSN ciężkie betonowe podpory mogą również przywołać na myśl te wykorzystane przez Pniewskiego w słynnym gmachu Sądów na warszawskim Lesznie.

Wnętrze warszawskiego muzeum – otwarta przestrzeń stworzona przez wszechogarniającą biel – wpisuje się doskonale w znaną z teorii sztuki nowoczesnej koncepcję *white cube*. Pozorną surowość wnętrza przełamują usytuowane centralnie schody, którym nadano formę zgeometryzowanej, abstrakcyjnej rzeźby zawieszanej w przestrzeni. Rzeźbiarskie motywy, które odnaleźć można również na zewnątrz, przełamują monotonię białych ścian, nadając realizacji na wskroś indywidualny charakter.

Odpierając niejako zarzuty o zbytnią prostotę czy zwyczajność projektu Thomasa Phifera, warto przypomnieć słynne stwierdzenie, które rozpropagował Ludwig Mies van der Rohe: *mniej znaczy więcej*.

Alicja Grzybowska

Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku

Osobliwe projekty graficzne na polskich ulicach – twórczość wernakularna czy zwykłe partactwo?

Według Zdeno Kolesara „obecne w sferze kultury wizualnej projektowanie graficzne stało wręcz w centrum «wybuchu medialnego»”¹. Współcześnie bowiem elementy graficzne mają ogromny udział w kreowaniu przestrzeni publicznej, jak i życia codziennego. Są wszechobecne w otaczającej nas rzeczywistości – między innymi w postaci okładek książek i czasopism, znaków, logotypów, opakowań, nadruków, szyldów, ulotek, plakatów, banerów, stron internetowych, tablic informacyjnych, wszelkich materiałów reklamowych, w tym telewizyjnych, oraz – rzecz jasna – na ekranach smartfonów. Zdaje się, że w przestrzeni publicznej niebywale trudno jest znaleźć kadr, w którym nie pojawia się choć jeden element graficzny. Coraz częściej mówi się przy tym o chaosie wizualnym, będącym w ostatnim czasie tematem popularnym za sprawą obowiązującej od 2015 roku ustawy krajobrazowej, mającej być upragnionym remedium na wszechobecną brzydotę². Dyrektywa ta, stopniowo wdrażana, odnosi się w szczególności do ograniczenia wielkoformatowych reklam, które są z pewnością najbardziej intensywne wizualnie i póki co nadal stanowią nieodłączny element tkanki miejskiej.

Takich problematycznych obiektów jest zdecydowanie mniej w przestrzeni wiejskiej, ale niestety należałoby wyodrębnić wioski położone bezpośrednio przy drogach krajowych, gdzie jednak powszechne są takie praktyki, jak mocowanie do ogrodzeń posesji banerów reklamowych oraz stawianie

¹ Z. Kolesar, J. Mrowczyk, *Historia projektowania graficznego*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018, s. 9.

² Zob. K. Czerniewska, *Litery dookoła głowy*, online: <https://www.dwutygodnik.com/artukul/5221-litery-dookola-glowy.html> [dostęp: 21.02.2020].

billboardów. Zjawisko to jest jednym z przykładów świadczących o swego rodzaju urbanizacji współczesnej polskiej wsi, polegającej na stopniowym zacieraniu radykalnych granic w jej krajobrazie względem miasta. Proces ten objawia się przede wszystkim w architekturze, co jest szczególnie widoczne na obszarze aglomeracji trójmiejskiej, gdzie gminy wiejskie zdają się odgrywać rolę raczej przedmieść aniżeli terenów głównie agrarnych. Pola uprawne są tam stopniowo przekształcane na działki budowlane, gdzie deweloperzy stawiają nowoczesne osiedla domów w zabudowie bliźniaczej, szeregowej, a nawet wielorodzinnej. Ponadto rozwój infrastruktury umożliwia dojazd samochodem lub komunikacją publiczną ze wsi do pracy i szkoły w mieście, zatem przeprowadzka nie musi oznaczać izolacji i konieczności zmiany miejskiego stylu życia. Biorąc też pod uwagę aspekty ekonomiczne – stale rosnące ceny nieruchomości w miastach, sukcesywnie coraz więcej ludzi decyduje się na zamieszkanie na wsi.

Następstwem jest wzajemna migracja ludności – urodzeni na wsi, w pogoni za pragnieniem doświadczenia wygody miejskiego życia, zmierzają ku metropolii, mieszkańcy miast natomiast uciekają na wieś. W ten sposób deterministyczny podział na ludność wiejską i miejską ulega pewnej transformacji. Choć miasto i wieś to środowiska dwóch zupełnie różnych wzorów organizacji życia społecznego³, nowoczesna wieś mimochodem otwiera się na miejską różnorodność i dynamiczność, poddając się pewnej reorganizacji życia społecznego oraz kulturalnego. Ponadto myślenie o współczesnej kulturze ulega istotnej zmianie, określanej jako „zwrot kulturowy”, który polega na postrzeganiu kultury jako autonomicznej sfery rzeczywistości społecznej, co być może czyni ją właśnie bardziej uniwersalną i powszechną⁴.

Jako mieszkanka małej wsi położonej kilkanaście kilometrów od Gdańska, jestem obserwatorką sytuacji zarówno na wsi, jak i w mieście, spędzając podobny czas w obu środowiskach. Od kilku lat moją uwagę zwraca być

³ M. Klekotko, C. J. Navarro, *Wymiary kulturowe polskich miast i miasteczek*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015, s. 16.

⁴ Ibidem, s. 26.

może dość oczywista i wyraźna rozbieżność pomiędzy materiałami graficznymi spotykanymi w miastach oraz na terenach gmin. Nietrudno odnieść wrażenie, jakby kwestia druków w przestrzeni publicznej była na wsi nieco bagatelizowana, podczas gdy większość miast jest wręcz przeładowana reklamami i przeróżnymi drukami akcydensowymi. Jednak kwestia, która mnie najbardziej intryguje, to nie zasadnicza różnica w ilości, lecz zbiór pewnych cech charakterystycznych, jakie dostrzegam i wyszczególniam w materiałach graficznych funkcjonujących na obu tych obszarach. Drukiem akcydensowym, który najczęściej pojawia się w przestrzeni publicznej większości miast oraz wsi, informując o rozmaitych uroczystościach organizowanych dla mieszkańców, są afisze. Na ich podstawie przeprowadziłam analizę charakterystycznych cech oraz wynikających z nich powiązań skutkowo-przyczynowych.

Wykorzystywanie form drukowanych w obliczu cyfryzacji życia

Postęp technologiczny i cyfryzacja życia są istotnymi czynnikami indukującymi zmiany w obszarze kultury. Współczesny styl życia zdaje się czerpać z powszechnej dostępności kultury w jej rozmaitych obliczach. Z jednej strony można uznać to za korzystny proces, kultura bowiem sprzyja samorozwojowi i zaspokajaniu wyższych potrzeb człowieka⁵. Z drugiej strony, docierająca do nas oferta życia kulturalnego jest obecnie wręcz przeładowana różnymi wydarzeniami, uroczystościami, wystawami, koncertami – nie sposób zaznajomić się ze wszystkimi propozycjami pokrywającymi się z naszymi zainteresowaniami. Większość tego typu realizacji wiąże się zwykle z relatywnie dużym nakładem materiałów graficznych zachęcających odbiorców do udziału w danym wydarzeniu, począwszy od ulotek, plakatów, afiszów, po materiały cyfrowe, animacje, odzież i akcesoria.

Na wsi, rzecz jasna, sytuacja ta przybiera znacznie mniejszą skalę niż w mieście. Życie kulturalne i społeczne zazwyczaj koncentruje się tam wokół sklepu, przystanku i świetlicy wiejskiej, często ułożonych blisko siebie; i tam właśnie można dostrzec plakaty i afisze informujące np. o zajęciach dla

⁵ Ibidem, s. 26.

mieszkańców czy uroczystościach organizowanych przez sołectwo, umieszczane zwykle na tablicy ogłoszeń, wiacie, witrynie sklepu albo przypięte do pni drzew.

Taki sposób informowania mieszkańców wsi okazuje się jednak dość nowatorski w odniesieniu do miasta, gdzie plakaty i afisze funkcjonują począwszy od okresu rewolucji przemysłowej⁶. Wieloletni mieszkaniec i kronikarz wsi Kleszczewko, pan Tadeusz Grzeszczyk, tak wspomina sposób przekazywania mieszkańcom tego typu komunikatów w latach 70. ubiegłego wieku:

Puszczali karteczkę z początku wsi i każdy po przeczytaniu odnosił do sąsiada. Był tylko kierunek i ta informacja przechodziła od domu do domu. Przeważnie sołtys to wypisywał i szła informacja do całej wioski⁷.

Takie działanie może wydawać się zupełnie niepostępowe i niepraktyczne (choć biorąc pod uwagę ówczesne warunki, czyli brak świetlicy wiejskiej oraz tablicy informacyjnej, inicjatywa ta była jak najbardziej słuszną), jednak chciałabym zauważyć, że jest to fantastyczny, choć z dzisiejszej perspektywy nadzwyczaj utopijny sposób na zintegrowanie ze sobą mieszkańców i zacieśnienie relacji sąsiedzkich. Co jednak istotne – można założyć, że informacja przekazana „od ręki do ręki” ma niemal stuprocentową skuteczność w dotarciu do odbiorcy. Właściwie nic nie stoi na przeszkodzie do zastosowania tego typu metody, jednak w odbiorze współczesnych mieszkańców mogłaby ona przyjąć charakter jednorazowej zabawy aniżeli powszechnie używanego sposobu przekazywania informacji.

Mimo że obecnie bez wątpienia najpopularniejszym, najszybszym i najskuteczniejszym sposobem przekazu informacji jest internet i portale społecznościowe, formy drukowane nie odeszły zupełnie w niepamięć. Choć nieekologiczne, bo przecież generujące odpady i zużywające surowce pozyskiwane często z wycinki drzew, nadal funkcjonują. Na przykład wizytówki wykonane z papieru o wysokiej gramaturze dostarczają doznań

⁶ Z. Kolesar, J. Mrowczyk, op. cit., s. 91.

⁷ Fragment wypowiedzi pana Tadeusza Grzeszczyka, podczas rozmowy z 3.01.2020, archiwum własne.

wykraczających poza zmysł wzroku – na naszą percepcję działa zarówno kształt, faktura, grubość papieru, a nawet zapach. Ponadto papierowe nośniki są przecież często jedyną możliwością przekazania danej informacji osobom, które nie mają dostępu do Internetu.

Paradoksalnie, gdy przez Internet dociera do nas ogromna ilość informacji, na przykład o przeróżnych wydarzeniach kulturalnych, mamy dużo większy problem z podjęciem decyzji o udziale w którymkolwiek z nich. Ciężko jest bowiem skupić uwagę na pojedynczym komunikacie, w sytuacji gdy działa na nas jednocześnie masa bodźców – dochodzi do pewnego rodzaju implozji informacyjnej, powodującej, że właściwie ostatecznie nie dociera do nas nic. Można zaryzykować stwierdzenie, że życie regularnego użytkownika internetu i portali społecznościowych staje się w pewnym stopniu wirtualne – wiele materialnych zjawisk przyjmuje formę fali elektromagnetycznej, przyspieszając i ułatwiając dostęp, ale jednocześnie jakby odczłowieczając rzeczywistość.

Wobec nadmiernej cyfryzacji życia i obaw przed jej możliwymi konsekwencjami coraz częściej podejmowane są rozmaite próby powrotu do nieco wolniejszego tempa życia i związanych z tym tradycyjnych praktyk. Oczywiście, odnosi się to także do projektowania, gdzie po chwilowej fascynacji e-bookami zauważa się renesans książki drukowanej, komiksu w formie papierowej, czy z zupełnie innej strony – powraca moda na przedmioty i odzież z drugiej ręki. Idąc dalej – nieprzerwanie drukuje się tysiące prospektów, katalogów, ulotek, banerów, zaproszeń, plakatów. Bywa, że wywołują one mieszane uczucia wśród odbiorców – jednak warto zwrócić uwagę, że jest to większy nakład pracy niż jedynie elektroniczny, wirtualny twór, a jak zostało wcześniej wspomniane – coś, co jest namacalne, w tym przypadku papierowe, ma zupełnie inną wymowę niż zbiór świecących punktów na ekranie.

Być może z tych kilku powodów uznanym sposobem na promocję wydarzeń kulturalnych pozostają nadal drukowane na papierze o rozmaitych formatach plakaty i afisze, których nawarstwienie obserwujemy szczególnie

w przestrzeni miejskiej, ale i w relatywnie mniejszej skali na wsi. Niestety, do osiągnięcia oczekiwanego efektu nie wystarczy jedynie wydrukowanie przygotowanej kompozycji graficznej w dużym nakładzie: jak w wielu innych kwestiach – to nie ilość jest warunkiem sukcesu. Na skuteczność przekazu informacji w największej mierze wpływa jakość projektu, na którą składa się wiele czynników, niekoniecznie oczywistych czy intuicyjnych. Odpowiedni proces projektowy może potwierdzić słusność umieszczenia kolejnego elementu w przestrzeni publicznej, tak aby jej nie zaśmiecał, ale tworzył funkcjonalny (i przy okazji atrakcyjny wizualnie) element.

Tekst i obraz a jakość komunikatu graficznego

Afisz to druk akcydensowy o funkcji informacyjnej i rozbudowanej treści, w którym typografia przeważa nad warstwą ilustracyjną. Jednak spełnienie tych podstawowych założeń nie wystarcza, aby przekazywana informacja skutecznie dotarła do odbiorcy i go zaabsorbowała. Bardzo istotne są detale, które mają ogromny wpływ na czytelność i skuteczność sygnału wizualnego docierającego do odbiorcy. W odniesieniu do dziedziny afiszu jest to tym bardziej utrudnione z uwagi na fakt, że „nowoczesne media wizualne ([...] przede wszystkim telewizja i media społecznościowe) zmieniły homo sapiens z człowieka czytającego teksty w człowieka oglądającego obrazki”⁸.

Traktując to zjawisko jako potwierdzoną tendencję w określonej grupie odbiorców, zaprojektowanie skutecznego w pełnieniu swojej funkcji afisza stanowi nie lada wyzwanie. Jego formę tworzy głównie blok tekstowy o różnej hierarchizacji informacji. „Czytanie w zasadzie ogranicza się do patrzenia – jest to jednak patrzenie poza formę i nakierowanie na przyswojenie treści”⁹, jednak wymaga to działania projektowego umożliwiającego bezproblemowe i szybkie odczytanie tekstu, na co składa się odpowiednie zakomponowanie elementów z uwzględnieniem rangi ważności oraz dbałość o jakość typograficzną, zapewniającą dobrą czytelność. Oczywiście jest, że komunikaty o wyższym priorytecie powinny zostać zaprojektowane tak, aby odbiorca

⁸ Z. Kolesar, J. Mrowczyk, op. cit., s. 11.

⁹ H. Hoeks, E. Lentjes, *Triumf typografii. Kultura, komunikacja, nowe media*, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2017, s. 258.

odczytał je jako pierwsze i dobrze utrwalił, na przykład miejsce i datę wydarzenia, czy nawet główną atrakcję. Natomiast dużo więcej kunsztu wymaga dobranie odpowiedniej typografii i złożenie jej w przejrzysty sposób, aby działała na percepcję sygnałowo, a jednocześnie była atrakcyjna formalnie – przykuwała uwagę, ale „chodzi przy tym o komunikację, która jest podporządkowana celowi innemu niż przekaz czysto artystyczny”¹⁰.

Znajomość opracowanych, ustalonych przez fachowców zasad typograficznych, mających na celu poprawę, a nawet umożliwienie czytelności, jest niezbędna w skutecznym projektowaniu informacji. Decyzje, które należy podjąć podczas procesu projektowego, to między innymi wybór stopnia pisma właściwego do formatu arkusza, rozróżnienie wielkości i logiczne zakomponowanie elementów w celu zachowania odpowiedniej hierarchizacji informacji, dbałość o prawidłowe kontrasty, interlinię, światła międzyliterowe, zachowanie równowagi w stosowaniu różnych odmian pisma, także wersalików i pisma tekstowego (jeśli dłuższy tekst złożony jest wersalikami, staje się zdecydowanie mniej czytelny), a nawet stosowanie poprawnych znaków interpunkcyjnych – np. półpauzy zamiast dywizów – po prawidłowy zapis dat. Dbłość o te typograficzne aspekty i konsekwencja w ich używaniu „przyczynia się do tworzenia struktury rzeczywistości (z danych, które przetworzone w informację służą jako wiedza i doświadczenie) i ułatwia nam odnalezienie się w zalewie informacji”¹¹. Warto przyswoić też myśl uznanego typografa Adriana Frutigera, zawartą w książce *Człowiek i jego znaki*:

Pismo jest dziś zapewne równie niezbędnym elementem życia, jak jedzenie, ubranie czy mieszkanie. Liczy się więc obok jakości jego uroda, która polega między innymi na zmianie stylów odpowiadających duchowi czasu¹².

Zatem oprócz opanowania zabiegów formalnych w skuteczności przekazu informacji istotna jest także strona estetyczna użytej typografii i całego projektu graficznego, a także aktualność obranej stylistyki.

¹⁰ Z. Kolesar, J. Mrowczyk, op. cit., s. 12.

¹¹ H. Hoeks, E. Lentjes, op. cit., s. 258.

¹² A. Frutiger, *Człowiek i jego znaki*, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2015, s. 156.

Jako dość dosłowny przykład można tu przywołać lata 90. XX wieku i szpecące przestrzeń publiczną szyldy wykonywane samodzielnie przez właścicieli sklepów, które dziś określa się stworzonym przez Jakuba Hakobo Stępnia pojęciem TypoPolo. Obecnie twory te są na celowniku za sprawą wspomnianej wcześniej ustawy krajobrazowej – podejmowane są rozmaite działania mające na celu poprawę estetyki i funkcjonalności reklam w przestrzeni publicznej. Jednym z przykładów jest inicjatywa o nazwie Gdańska Szkoła Szyldu, zrzeszająca artystów plastyków i projektantów, mających służyć radą i pomysłem przedsiębiorcom zobowiązanym do wprowadzania zmian zgodnie z postanowieniami ustawy. W tej sytuacji jest pewnym fenomenem, że wspomniane szyldy powstałe w latach 90. cieszą się obecnie rosnącym zainteresowaniem, głównie w środowisku projektantów czerpiących inspirację z tworzonej wówczas typografii wernakularnej. Coraz więcej osób zajmuje się tropieniem tego typu realizacji, fotografowaniem ich i publikowaniem głównie w mediach społecznościowych. Co więcej, w 2014 roku w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie projektant graficzny Rene Wawrzkievicz zaaranżował wystawę pod nazwą „TypoPolo”, prezentującą przykłady szyldów z lat 90. z całej Polski. Autor stworzył też album typograficzno-fotograficzny na ten sam temat¹³. Zainteresowanie twórczością z okresu polskiej transformacji nie ogranicza się jednak tylko do szyldów. Powstają książki omawiające inne dziedziny twórczości: obiekty, stroje, architekturę, takie jak *Hawaikum*. W poszukiwaniu istoty piękna, gdzie hasłem „hawaikum” autorzy określają kicz i tandetę składającą się na „estetyczny obłęd gmin polskich”¹⁴. Jeszcze obszerniejszą analizę zjawiska stanowi książka Olgi Drendy *Duchologia polska. Rzeczy i ludzie w latach transformacji*, gdzie przez pryzmat obiektów autorka opisuje społeczeństwo polskie i nastroje panujące na przełomie lat 80. i 90. XX wieku.

Takie postawy, oprócz pewnej nostalgii wobec minionego czasu, bliskie są zamięłowaniu do kampu i mogą świadczyć o postmodernistycznej, może nawet nieco prowokacyjnej próbie przeciwstawienia się powszechnie uznanej

¹³ Zob. R. Wawrzkievicz, *TypoPolo*, Wydawnictwo Bęc Zmiana, Warszawa 2014.

¹⁴ M. Kozień, M. Miskowicz, A. Pankiewicz, *Hawaikum. W poszukiwaniu istoty piękna*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015, s. 25.

normatywnej estetyce. Wobec modnej fascynacji TypoPolo rodzi się jednak pewna ambiwalencja – afirmacja tego zjawiska jest przecież jednoczesna z krytyką wszechobecnej brzydoty i niskiego poziomu estetycznego polskich ulic. Jednocześnie powstają też książki, takie jak *Wanna z kolumnadą. Reportaże o polskiej przestrzeni* Filipa Springera, w której autor podsumowuje: „Ta książka jest o tym, że w Polsce jest brzydko i wszystko wskazuje na to, że wkrótce będzie jeszcze brzydziej”¹⁵.

W postmodernistycznych czasach dużo trudniej wyznaczyć i wyczuć granicę pomiędzy tym co jest – jakkolwiek obiektywnie – dobre lub złe estetycznie., Takie zabiegi, jak wykorzystywanie nagłówków wygenerowanych za pomocą narzędzia WordArt (w programie Microsoft Office) do tworzenia stylizowanych liter, używanie nadmiernie ozdobnych krojów pisma, dekoracyjnych gotowych ramek i glifów, aż po zniesławiony przed laty gradient (który de facto powraca ostatnio do łask w projektowaniu komercyjnym), mogą kojarzyć się ze złym stylem i brakiem smaku projektanta, jednak paradoksalnie – dobrze, czyli świadomie użyte, mogą nadać projektowi charakteru i korzystnie wyróżnić go na tle innych. Warto jednak pamiętać, że „odpowiedniość wynika z użyteczności”¹⁶, zatem można stwierdzić, że przy użyciu dowolnych, nawet zaskakujących formalnie środków, możliwe jest stworzenie naprawdę udanego pod względem założonej funkcji projektu, gdy nieustannie pamięta się jednak o jego przeznaczeniu.

We współczesnym projektowaniu graficznym bardzo istotna jest wiedza i umiejętności praktyczne oraz świadomość podejmowanych decyzji. Naturalnie intuicja i pewna swoboda twórcza są również bardzo cenne. Najlepiej gdy projektant jednocześnie dysponuje fachową wiedzą, ale – przede wszystkim – rozumie to, co robi. Wybitny szwajcarski typograf Hans Rudolf Bosshard w książce *Reguła i intuicja. O rozwadze i spontaniczności projektowania* zaznacza, że: „Projektowanie bez intuicji nie istnieje w takim samym stopniu, jak nie ma go bez reguł. Tyle tylko, że mogą się one ze sobą

¹⁵ F. Springer, *Wanna z kolumnadą. Reportaże o polskiej przestrzeni*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2013, s. 7.

¹⁶ H. Hoeks, E. Lentjes, op. cit., s. 258.

łączyć w różnych proporcjach”¹⁷, a sędzę, że do opanowania tych proporcji może dojść jedynie w wyniku świadomych i przemyślanych działań projektanta.

Niestety, na podstawie jakości wielu materiałów graficznych prezentowanych z okazji wydarzeń kulturalnych w różnych miejscowościach Polski można stwierdzić, że ewidentnie brakuje efektów przemyślanych działań projektanta. Co więcej, na ogół brakuje także samego projektanta – często bowiem autorami plakatów i afiszy są osoby niemające wykształcenia plastycznego, amatorzy. Zapewne głównie ze względów stricte ekonomicznych nie rozpatruje się możliwości zamówienia projektu u profesjonalisty, rozsądnym i praktycznym rozwiązaniem okazuje się więc przygotowanie grafik przez pracowników urzędowych bądź udzielających się społecznie mieszkańców. Można tu przywołać hipotetyczną sytuację, gdy budżet pewnego sołectwa na dane wydarzenie jest tak ograniczony, że zaoszczędzając na projekcie materiałów graficznych, będzie można na przykład zakupić upominki dla seniorów z okazji dnia babci i dziadka lub zorganizować darmową watę cukrową dla dzieci.

Sytuacja nie jest najgorsza, jeśli wśród pracowników urzędu czy angażujących się mieszkańców jest osoba mająca choćby podstawowe umiejętności plastyczne. W drugim przypadku tego typu inicjatywy są z reguły nieodpłatne, więc dbałość o jakość projektu zależna jest wyłącznie od motywacji i przyzwoitości twórcy – poświęca on przecież swój prywatny wolny czas na pracę w ramach czynu społecznego.

Warto rozważyć, jaki wpływ na jakość materiałów graficznych ma świadomość i postawa samych mieszkańców – głównych odbiorców. Rozmowy przeprowadzone przeze mnie z osobami zamieszkującymi wieś, w której mieszkam, wykazały nie tylko ich zainteresowanie, lecz nawet trafną refleksję nad jakością materiałów graficznych w naszej okolicy. Moi rozmówcy potrafili naprawdę rzeczowo opisać afisze, które zapadły im w

¹⁷ H. R. Bosshard, *Reguła i intuicja. O rozwadze i spontaniczności projektowania*, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2017, s. 11.

pamięć w ostatnich latach. Kilkakrotnie wymieniali kwestię utrudnionej czytelności i nieadekwatnej do uroczystości stylistyki, tak na przykład jeden afisz dotyczący minionej imprezy okolicznościowej porównany został do nekrologu. Warto przy tym zaznaczyć, że poruszony temat został przedstawiony rozmówcom w momencie spotkania, zatem nie mieli możliwości wcześniejszego przygotowania odpowiedzi. Trudno jednak uznać spostrzeżenia grupy mieszkańców za jakikolwiek aksjomat dotyczący postawy całej społeczności, jednakże pocieszający jest fakt, że mimo obaw nie spotkałam się z estetyczną znieczulicą ze strony któregośkolwiek rozmówcy. Co więcej, przygotowałam się także na ewentualne przejawy swego rodzaju arogancji – komentarzy podważających słuszość podejmowania takiego tematu, jakoby był on mniej istotny od szeregu innych kwestii. „Ludzie nie mają czego do garnka włożyć, a wy się bzdurami zajmujecie”¹⁸ – czytamy u Springera, na szczęście żaden z mieszkańców, z którymi rozmawiałam, nie zbagatelizował w ten sposób omawianego problemu.

Powszechnie stosowane zabiegi graficzne nadające afiszom osobliwości

Na podstawie losowo wyszukanych w sieci pięćdziesięciu przykładów cyfrowych wersji afiszy dotyczących wydarzeń kulturalno-rozrywkowych i umieszczonych na oficjalnych stronach internetowych miejscowości z różnych części Polski określiłam pewien zbiór cech charakterystycznych, wspólnych dla wszystkich tych realizacji. Opisane cechy odnoszą się do podjętych (świadomie czy też nie) decyzji projektowych, obejmujących między innymi wybór stylistyki, dobór i zakomponowanie elementów, zastosowanie określonych środków, takich jak kolor, czy typografia.

Głównym powtarzającym się zjawiskiem, charakterystycznym dla wszystkich analizowanych przykładów afiszy, jest swego rodzaju horror vacui, czyli umieszczanie zbyt dużej ilości elementów graficznych, aby na formacie nie pozostała pusta, niezagospodarowana przestrzeń. Ciężko uznać, że zabieg taki jest świadomą decyzją projektową, biorąc pod uwagę fakt, że przeważnie

¹⁸ F. Springer, op. cit., s. 7.

elementy te są jedynie bezużytecznymi dekoracjami i często zakomponowanymi w bezładny, wręcz chaotyczny sposób. O ile w większości przykładów hierarchizacja informacji zamieszczonych na afiszach jest względnie poprawna – istotne informacje, takie jak nazwa, data i miejsce wydarzenia są wyróżnione przez skalę, kolor, stylistykę, to za sprawą nagromadzenia zbędnych form warstwa tekstowa staje się stłoczona, w niektórych przypadkach nawet zasłonięta, a odbiór treści zakłócony przez nadmiar bodźców wizualnych. Brakuje sygnałowości (szybkości i precyzji) przekazu, ciężko skupić wzrok na konkretnej informacji i ją przyswoić. Abstrahując od intencji twórców, ze względu na utrudnioną czytelność z większej odległości, ewentualnym korzystnym skutkiem wymienionych zabiegów projektowych, generujących konieczność oglądania afiszy z bliska przez dłuższy czas, może być okazja do spotkania się mieszkańców w miejscu umieszczenia wydruku. Jednak z drugiej strony – czy dobrze zaprojektowany, atrakcyjny wizualnie i czytelny afisz nie miałby znacznie większego potencjału, aby zachęcić mieszkańców do podejścia bliżej? (il. 1)

Kolejną wspólną i nieco osobliwą cechą większości wybranych afiszy jest umieszczenie fotografii artystów występujących podczas wydarzenia. Można zauważyć, że najczęściej są to wizerunki wykonawców gatunku disco polo, co zapewne jest kwestią dużej popularności tego typu muzyki rozrywkowej. Być może w przypadku, gdy wykonawca jest mniej znany, a sama nazwa nie sugeruje gatunku, przydatną informacją dla odbiorcy staje się wizerunek artysty, który w pewnym stopniu odzwierciedla wykonywany typ muzyki. Co więcej, fotografie te są często umieszczane w polach o rozmaitych formach: koła, gwiazdy, wielokąta, a nawet w kształcie pieroga (przy okazji XVII Ogólnopolskiego Festiwalu „W krainie pierogów”), stanowiąc kolejny dodatkowy obiekt nadmiernie absorbujący percepcję odbiorcy. Oprócz artystów na afiszach pojawiają się także fotografie krajobrazów lub formy przypominające obiekty reprezentujące dane miejscowości, szczególnie w przypadku poświęconych im uroczystości (il. 2).

Rada Sołecka Sołectwa z Dąbrowy
oraz Gminny Ośrodek Kultury w Kaliskach

zapraszają na



Festyn Rodzinny

Dąbrowa

2018



17 sierpnia

godz. 17:00 - 02:00

Miejsce - plac przy świetlicy wiejskiej

DARMOWE KIEŁBASKI Z GRILLA

W programie: DARMOWY DMUCHANIEC

- 17.00 - gry i konkursy dla dzieci z nagrodami
- 18:00 - Turniej Rodzinny
- 20:00 - 2:00 zabawa taneczna dla dorosłych
na placu przy świetlicy wiejskiej w Dąbrowie

Państwa dane osobowe będą przetwarzane zgodnie z: --Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) oraz Ustawą z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2018 r. poz. 1000). Państwa wizerunek będzie wykorzystywany zgodnie z zapisami ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 roku (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 880 z późn. zm.). Szczegółowe informacje dot. przetwarzania danych osobowych oraz wykorzystanego wizerunku przez Gminny Ośrodek Kultury w Kaliskach znajdują się na stronie internetowej <http://bipgok.kaliska.pl/> w zakładce dane osobowe.uczestników imprezy i umieszczenie dokumentacji zdjęciowej na stronach www. i w prasie lokalnej).

Gmina Bychawa
www.bychawa.pl

Burmistrz Bychawy oraz Bychawskie Centrum Kultury
zapraszają na

BCK Bychawskie Centrum Kultury

Jubileuszowy XX Ogólnopolski Festiwal W KRAINIE PIEROGÓW

2 czerwca 2019 r.

Stadion Miejski w Bychawie

Program imprezy:

- 14.00 - Rozpoczęcie Festiwalu
- 14.10 - Zespoły taneczne z BCK „Cute Crew” i „Swaggy Crew”, występy wokalne BCK, Młodsza i starsza grupa Studio Tańca Promenada z Bychawy, Besitos v-ce mistrzowie Polski Studio Tańca Promenada z Krzczonowa.
- 14.30 - Gimnastyka artystyczna - Zuzanna Złotnicka
- 14.40 - Wystąpienia zaproszonych gości
Rozpoczęcie konkursów na najlepsze pierogi Festiwalu i najładniejsze stoisko z pierogami
- 15.00 - Pokaz iluzji - Houdinis Night Magik Marcus & Arashi
- 15.30 - **Koncert zespołu - Mity Pan**
- 16.30 - Bychawski Klub Seniora
- 17.00 - Młodzieżowa Orkiestra Dęta „Henryczki” z Bychawy
- 17.30 - Jubileuszowe konkursy dla uczestników imprezy
- 18.00 - **Koncert zespołu - Łobuzy**
- 19.00 - Ogłoszenie wyników konkursów na „Najlepsze pierogi Festiwalu”, „Najładniejsze stoisko z pierogami”
- 19.10 - Koncert zespołu - Prezydent
- 19.40 - Występy taneczne BCK „BOOM WINE CREW”
- 20.00 - **XIX MISTRZOSTWA ŚWIATA W ZJADANIU PIEROGÓW**
- 20.20 - Kapela z Gorzkowa
- 21.00 - **GWIAZDA FESTIWALU ZESPÓŁ DEFIS**
- 22.00 - **JUBILEUSZOWY POKAZ SZTUCZNYCH OGNI**
impreza biletowana*

GOSPODARZE WYDARZENIA

Burmistrz Bychawy
Rada Miejska w Bychawie

BCK Bychawskie Centrum Kultury

PATRONAT HONOROWY

PATRONAT MEDIALNY

Spotted Lublin

dziennik

Publika Bychawa Lublin

TVP 3 LUBLIN

Głos Ziemi Bychawskiej

bychawa.pl

ebck.pl

GŁÓWNY SPONSOR

PERŁA

Informacje dodatkowe:

- * Bilet wstępu na imprezę w niedzielę 10 zł (wielokrotne wejście na plac festiwalu jest możliwe po uzyskaniu opaski lub pieczątki na rękę przy pierwszym wejściu).
- * Dzieci do lat 13 po okazaniu legitymacji uczestniczą w festiwalu bezpłatnie.
- * Uczestników festiwalu obowiązują REGULAMIN FESTIWALU, szczególnie zakaz wnoszenia przedmiotów: ostrych, niebezpiecznych, szklanych, własnego alkoholu, narkotyków.
- * Samochody można parkować TYLKO na wyznaczonych PARKINGACH w miejscu lub na płatnym parkingu na błoniach przed Stadionem, Wyjazd z parkingu w kierunku POZAMCZA.
- * Parkowanie samochodów na drodze dojazdowej do Stadionu lub w miejscu do tego nie wyznaczonym spowoduje odholowanie samochodu na parking płatny.
- * Na drodze dojazdowej do Stadionu obowiązuje zakaz handlu.
- * Organizator Festiwalu: Bychawskie Centrum Kultury tel. 81 566 01 24

il. 2

Mimo że funkcja afisza jest ściśle związana z użyciem typografii jako głównego środka przekazu, to warto zauważyć, że współczesne projektowanie graficzne jest wręcz nasycone „obrazkowością”, co stanowi niejako zwrot ku prehistorii, gdy pisma jeszcze nie wynaleziono¹⁹. Tak jak zostało wcześniej wspomniane – współczesny odbiorca jest znacznie bardziej nastawiony na oglądanie obrazów aniżeli czytanie tekstów. Być może wynikiem tego

¹⁹ Z. Kolesar, J. Mrowczyk, op. cit., s. 11.

zjawiska jest właśnie niewłaściwa dla funkcji afisza proporcja pomiędzy obrazem i tekstem widoczna na badanych przykładach (il. 3).

**BURMISTRZ MIASTA I GMINY PRUSIC IGOR BANDROWICZ ORAZ
DYREKTOR GMINNEGO OŚRODKA KULTURY I SPORTU W PRUSICACH PAWEŁ GRZYB
ZAPRASZAJĄ**

**23-24 2018
CZERWCA 8
STADION ORŁA • PRUSIC
ul. Powstańców Śląskich**

8. DNI PRUSIC

KONCERTY • WYSTĘPY • POKAZY • LICZNE ATRAKCJE

**PIĄTEK 22.06.2018 > 20:00 KLUBOWE FLUO PARTY NA POWITANIE LATA
/DJ MACO ER, DJ WICO/**

SOBOTA 23.06.2018

RYNEK W PRUSICACH

- 10⁰⁰ 8. BIEG III WIEŻ**
(biuro zawodów czynne od godz. 7:00 w Prusickim Centrum Fitness ul. Żmigrodzka 43)
- 16⁰⁰ 3. BIEG SMERFA**

STADION ORŁA PRUSIC

- 15⁰⁰ BIAŁA SOBOTA**
z Ośrodkiem Zdrowia w Prusicach
- 16⁰⁰ WIOSKA SMERFÓW**
animacje dla dzieci
- 17⁰⁰ ORZEŁ PRUSIC IV LIGA**
wspólnie świętujemy awans
- 18⁰⁰ PIANA PARTY**
- 19⁰⁰ NOWATOR**
koncert
- 21³⁰ NATALIA NYKIEL**
koncert
- 22³⁰ ZABAWA TANECZNA**
/DJ CARRY/

NIEDZIELA 24.06.2018

MOTO PRUSIC - BŁOK MOTORYZACYJNY
(teren przy wiadukcie S5 Prusice-Kopaszyn)

- 15⁰⁰ RALLY PRUSIC**
- protog rajdu samochodowego w Gminie Prusice, przejażdżki samochodami rajdowymi dla publiczności, pokaz serwisu samochodowego)
- 16⁰⁰ POKAZY STUNTU MOTOCYKLOWEGO**
w wykonaniu Mistrza Świata Marcina Głowackiego i przyjaciół

STADION ORŁA PRUSIC

- 15⁰⁰ ŚWIAT DISNEYA**
- animacje dla dzieci
- 17⁰⁰ STRONGMAN SHOW**
- 18⁰⁰ BOYS**
koncert
- 19⁰⁰ ADA MAKSYMOWICZ**
koncert
- 21⁰⁰ MATEUSZ ZIÓŁKO**
koncert
- 22⁰⁰ POKAZ FAJERWERKÓW**

ATRAKCJE DODATKOWE:

- MEGA Wesołe Miasteczko**
- BOGATA OFERTA**
stoisk komercyjnych i gastronomicznych
- FOTO BUDKA**
16:00 - 22:00

ORGANIZATORZY:

Gminny Ośrodek Kultury i Sportu Prusice

Gmina Prusice
przyjazna mieszkańcom

FLUO PARTY

FUN ART

il. 3

Zabiegi typograficzne, wyraźnie widoczne w większości badanych realizacji, to przesadne wręcz zróżnicowanie użytych krojów, stopni i odmian pisma, niczym na XIX-wiecznych afiszach. Ponadto wyjątkowo chętnie używane są kroje akcydensowe – bardzo ozdobne, w niektórych przypadkach wręcz jarmarczne. Zestawiane są przeważnie z innymi podobnymi krojami, a w przypadkach, gdy wybór padł na te bardziej utylitarne, litery wyróżniają się feerią barw oraz dodatkowych stylizacji, takich jak efekty 3d, obrysy, cienie, czy nałożenie gradientu. Dodatkowo stosowane są różne transformacje pojedynczych liter, jak obracanie czy ustawianie na różnych wysokościach względem linii bazowej pisma, wywołujące efekt „skaczących” liter.

Wszystkie wymienione najczęściej występujące zabiegi zdaje się poprzedzać ta sama intencja twórcy – chęć zwrócenia uwagi odbiorcy. Niestety, bez znajomości podstawowych zasad dotyczących kompozycji i składu typografii „powstają w ten sposób twory bezmyślne, a nawet szalone, a przeważnie aroganckie w swoim braku logiki, wyczuciu skali, formy i koloru”²⁰. Nadmiar elementów, idące za tym wzajemne zasłanianie się, umieszczanie tekstu na niejednorodnych tłach, fotografiach i kompozycjach bogatych w detale, zestawianie obiektów w kolorach utrudniających odczytanie – to wszystko stwarza wrażenie przeoczenia istoty przekazu informacji na rzecz niepoahamowanej chęci stworzenia czegoś, co za wszelką cenę przykuje uwagę.

Nawiązując do różnic pomiędzy formami plakatu i afisza, można zauważyć, że omawiane grafiki usiłują być w pewnym sensie hybrydą tych obu form: z jednej strony – przekazywać rozbudowaną treść, a z drugiej – działać wrażeniowo. Wybrane przykłady wskazują jednak, że efekt jest właściwie odwrotny. Można tu przywołać słowa wybitnego humanisty, człowieka renesansu, Leona Battisty Albertiego:

[...] piękno jest pewną uregulowaną harmonią wszystkich części, niezależnie od tego, na jaką rzecz się one składają, tak że niczego nie możemy ani dodać, ani zabrać, ani też zmienić, jeśli nie chcemy jej piękna umniejszyć²¹.

²⁰ M. Kozień, M. Miskowicz, A. Pankiewicz, op. cit., s. 24.

²¹ Cyt. za: H. R. Bosshard, op. cit., s. 18.

Sądę, że znajomość i zrozumienie tej formuły mogłoby zapobiec podjęciu większości złych decyzji projektowych w odniesieniu do omówionych przykładów afiszy (il. 4).

**DNI GMINY
OLSZANICA**

GMINA OLSZANICA

23 CZERWCA 2018 r. (SOBOTA)
Międzyszkolny Turniej Szachowy o Puchar Wójta Gminy Olszanica
Szkoła Podstawowa w Olszanicy godz.10⁰⁰

24 CZERWCA 2018 r. (NIEDZIELA)

15⁰⁰ - Oficjalne rozpoczęcie (amfiteatr „SOLTYSÓWKA” w Olszanicy)
15³⁰ - Występy dzieci i młodzieży z terenu Gminy Olszanica
16³⁰ - ZESPÓŁ LUDOWY „UHERCZANIE”
17⁰⁰ - DUET GAJDA
18⁰⁰ - KONCERT ZESPOŁU ROMPEY
19⁰⁰ - KONCERT ZESPOŁU SAMI
20³⁰ - Zabawa Taneczna z ZESPOŁEM FENIX

ROMPEY
TEN PIERWSZY RAZ
www.rompey.com.pl

SAMI
TEN PIERWSZY RAZ
www.sami.com.pl

*Lato 2018! Niech słońce ma z nami
Ogarnijmy lato, niech słońce przyniesie nam lato, lato.
Zaufaj mi, ja zgoda szybko, szybko...*

STREFA KIBICA
POLSKA — KOLUMBIA
godz. 20⁰⁰ „Soltysówka”

DODATKOWE ATRAKCJE

- Strefa twórcza dla dzieci
- Konkursy z nagrodami
- Mobilny plac zabaw
- Stoisko edukacyjne Nadleśnictwa USTRZYKI DOLNE
- Kiermasz produktu regionalnego

Patronat medialny:

ORGANIZATOR: URZĄD GMINY W OLSZANICY

ZAPRASZAMY

il. 4

Polskie projektowanie graficzne końca XX wieku wobec nagłego rozwoju technologii cyfrowej na świecie

Mimo że afisze pojawiały się w przestrzeni miejskiej Londynu czy Paryża już od drugiej połowy XVIII wieku, to na podstawie wybranych współczesnych przykładów można odnieść wrażenie, jakby ta forma obecna była w polskim projektowaniu od niedawna. Zupełnie, jak gdyby nieoceniony dorobek polskiego projektowania graficznego lat 20. i 30. XX wieku, czy sukcesy powojennego plakatu polskiego zostały zupełnie zbagatelizowane przez współczesnych twórców. Nietrudno wywnioskować, że zapewne wynika to właśnie z braku świadomości i edukacji w tym zakresie.

Analizę przyczyn tej sytuacji można jednak pokrótce rozpocząć od zwrócenia uwagi na nieco bardziej ogólne aspekty – historię Polski i perturbacje, jakich nasz kraj doświadczył, poczynawszy od zaborów, po udział w obu wojnach światowych. W następstwie tych wydarzeń w latach 1939-1956 nastąpiła rewolucja społeczna, co spowodowało radykalną zmianę mentalności Polaków – od folwarcznej, określonej przez wieś, ku zdeterminowanej miejskim stylem życia²². Nadrzędnym celem ówczesnej polityki była modernizacja i industrializacja ziem polskich, co bezpośrednio przyczyniło się do masowych migracji ludności ze wsi do miast – najintensywniej podczas realizacji planu sześcioletniego, aż do lat 70²³. Procesowi temu towarzyszyły adekwatne nastroje społeczne: „wiejską tradycję utożsamiano ze wstecznictwem i zabobonem”²⁴, przez co nowi mieszkańcy miast niechętnie przyznawali się do swojego pochodzenia.

Działania te stworzyły warunki do długotrwałej ekspansji klasy średniej, która stała się przy okazji nowym konsumentem szeroko pojętej sztuki. Jeśli „to, co widzimy i co możemy dostrzec; to, jakie nadajemy temu znaczenia i jaką przyjmujemy postawę, jest uwarunkowane społecznie i kulturowo”²⁵, to

²² A. Leder, *Prześlona rewolucja. Ćwiczenie z logiki historycznej*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2014, s. 8.

²³ Zob. J. Kordjak, *Polska – kraj folkloru?* Zachęta Narodowa Galeria Sztuki, Warszawa 2016, s. 13.

²⁴ Ibidem.

²⁵ K. Olechnicki, *Uwagi o kulturze wizualnej w ujęciu socjologiczno-antropologicznym*,

można założyć, że migracja ludności wiejskiej nie mogła pozostać bez wpływu na kulturę miejską. I tak po dziś dzień można dostrzec wyraźne symptomy ruralizacji miasta, przejawiające się najwyraźniej w architekturze domów mieszkalnych oraz stylistyce ogrodów z tamtego okresu.

Jeśli chodzi o ówczesną sytuację projektowania graficznego, warto przywołać tu cenionego współczesnego plakacistę Andrzeja Pagowskiego, który w książce Olgi Drendy wspomina, że przed 1989 rokiem trudno było uprawiać zawód grafika, będąc amatorem, czyli nie posiadając dyplomu Akademii Sztuk Pięknych²⁶. W dodatku funkcjonujące wówczas specjalne komisje powodowały, że bez aprobaty ze strony autorytetów, takich jak Henryk Tomaszewski, Waldemar Świerzy, czy Jan Młodożeniec, nie można było umieścić swojego projektu w przestrzeni publicznej. Mimo, być może dyskusyjnego, bo przecież ograniczającego wolność sztuki, charakteru tej procedury, niosła ona za sobą korzystny rezultat – sprawiała, że na ulicach miast „nie było badziewia”²⁷.

Używając takiego pejoratywnego określenia, Pagowski zapewne odniósł się do następstw okresu transformacji, kiedy polskie projektowanie graficzne uległo pewnemu załamaniu. Paradoksalnie jednym z głównych powodów kryzysu okazał się nagły rozwój technologii cyfrowych na świecie. Uznaje się, że dla całej historii projektowania graficznego przełomem równym randze wynaleźnienia ruchomej czcionki, było pojawienie się w 1984 roku pierwszych urządzeń Apple Macintosh z graficznym interfejsem, ułatwiającym korzystanie użytkownikom bez specjalistycznej wiedzy informatycznej. Trzy lata później przedsiębiorstwo Adobe przedstawiło pierwszą wersję programu Photoshop, a w roku 1989 wydany został pierwszy pakiet CorelDraw. Można powiedzieć, że wydarzenia te dość niefortunnie zbiegły się z sytuacją, w jakiej znajdowało się wówczas polskie społeczeństwo. Lata 90. okazały się w Polsce początkiem kapitalistycznego wyścigu możliwości, a dostępność

online: https://www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs16/Dyskurs16_OlechnickiKrzysztof.pdf [dostęp: 20.01.2020.].

²⁶ O. Drenda, *Duchologia polska. Rzeczy i ludzie w latach transformacji*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2016, s. 133.

²⁷ Ibidem, s. 133.

oprogramowania graficznego otworzyła drogę graficznym dyletantom, którzy mogli wreszcie dać upust swojej nieokrzęsanej wyobraźni, tworząc niskie jakościowo projekty. Wcześniej bowiem, pomijając ograniczenia za sprawą wspomnianych komisji, osoba pragnąca stworzyć komercyjny projekt graficzny potrzebowała przecież dostępu do odpowiedniej technologii – czcionek, pras, farb drukarskich, czyli musiała być w jakimś stopniu związana z branżą. Tymczasem demokratyzacja technologii komputerowej oraz ekspansja możliwości, jaką niosły ze sobą programy graficzne, sprawiła, że przestrzeń miejską zalały osobliwe projekty graficzne, wykorzystujące całe spektrum dostępnych środków. Niczym nieskrępowana inwencja i chęć ściągnięcia uwagi otoczenia objawiała się w rozmaitych dziedzinach projektowania: plakatach, reklamach, okładkach płyt, witrynach sklepów, kolorowych magazynach, opakowaniach, nadrukach na odzież czy omówionych wcześniej szyldach. Zupełnie jak gdyby twórcy, zachłyszawszy się dostępnością nowej technologii, zdawali się na wygenerowany przez nią „przypadek prowadzący rękę”²⁸.

W książce Piotra Rypsona *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949* czytamy, że: „Po dekadzie estetycznego chaosu, która nastąpiła wraz ze zmianami politycznymi i gospodarczymi 1989 roku, nastąpił czas względnej profesjonalizacji”²⁹. Sądzę jednak, że w kontekście omawianego zbioru współczesnych afiszy należałoby mocno podkreślić określenie „względnej”.

Czynniki kształtujące kompetencje wizualne Polaków

W opisie książki *Kultura wizualna w Polsce* (t. 2) czytamy, że „kompetencje wizualne społeczeństwa polskiego są zwykle nisko oceniane, a jego praktyki bywają określane jako estetyczna nędza, nadmiar lub nuda”³⁰. Choć niełatwo pogodzić się z tą generalizacją, to posługując się choćby przykładem zbioru omawianych afiszy, jeszcze trudniej jest jej zupełnie zaprzeczyć.

²⁸ O. Drenda, op. cit., s. 117.

²⁹ P. Rypson, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919–1949*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2017, s. 7.

³⁰ I. Kurz, M. Szcześniak, Ł. Zareba, P. Kwiatkowska, *Kultura wizualna w Polsce*, t. 2: *Spojrzenia*, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Instytut Kultury Polskiej Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2017 (cyt. pochodzi z okładki książki).

Bez wątpienia na obecny stan rzeczy składa się wiele czynników, z których najważniejsze to wspomniane wcześniej uwarunkowania historyczne, ale także aktualny poziom edukacji artystycznej w Polsce. Sam stosunek społeczeństwa do kwestii powszechności kształcenia plastycznego jest kwestią sporną, przy czym program nauczania i jakość prowadzonych zajęć nie pozostają bez znaczenia. Postawa bagatelizująca potrzebę rozwoju kompetencji wizualnych może być pokłosiem opisanej wcześniej rewolucji społecznej, której przyświecały takie wartości, jak technologizacja i industrializacja życia. Wobec tego nadal często można zetknąć się z przeświadczeniem o nadrzędności nauk ścisłych nad humanistycznymi, gdzie studia politechniczne są uznanym gwarantem sukcesu zawodowego. Projektant graficzny niejednokrotnie można spotkać się z arogancją ze strony przedsiębiorców czy właścicieli firm, którzy ignorując jego kompetencje, żądają często wykonania (słusznym jedynie ich zdaniem) zabiegów, takich jak na przykład umieszczanie zbyt dużego logo firmy na materiałach promocyjnych, czy wykorzystanie fotografii ze sztucznie pozującymi postaciami z internetowych baz zdjęć. Takie preferencje, dodając jeszcze zamiłowanie do wspomnianych na początku banerów, zdają się być pozostałością po kapitalistycznym szaleństwie lat 90. XX wieku.

W ciągu kilkunastu lat, za sprawą wielu różnych czynników prowadzących do globalizacji życia, takich jak między innymi pojawienie się w 2004 roku serwisu społecznościowego Facebook, czy przyłączenie się Polski do strefy Schengen w 2007 roku, można zauważyć, jak stopniowo dokonuje się kolejna rewolucja społeczna. Dzięki nieograniczonemu dostępowi do wiedzy i materiałów wizualnych z różnych części świata oraz coraz większej swobodzie podróżowania, Polacy mogą wreszcie wykorzystać cały potencjał swojej wolności. Co za tym idzie – otwierają się na świat, poszerzając swoją wiedzę, także związaną z kulturą wizualną. To wpływa na rosnącą świadomość szczególnie młodej części społeczeństwa, która przejawia zainteresowanie problemami podejmowanymi wcześniej głównie w wąskich kręgach. Aktualne globalne trendy, takie jak dbałość o środowisko, minimalistyczna postawa

względem stylu życia, czy estetyzacja otaczającej przestrzeni stają się aspiracjami coraz szerszego grona osób.

Dlaczego zatem we wspólnej przestrzeni pojawiają się nadal takie obiekty, jak omawiane afisze, które znacznie odbiegają od międzynarodowych standardów? Co sprawia, że brakuje chętnych do podjęcia działań w tym zakresie? Czy to naprawdę kwestia na tyle nieistotna, aby uzasadnione było jej pominięcie i pozostawienie w stanie, w jakim się obecnie znajduje? Otóż sądzę, że wszelkie działania wizualne, które podejmowane są w przestrzeni wspólnej, niosą za sobą konsekwencje – docierając do odbiorców, wywierają na nich mniejszy lub większy wpływ. Niedbałość i niska jakość publikowanych elementów graficznych może przyczynić się do zapoczątkowania, czy raczej pogłębienia, złych wzorców estetycznych w społeczeństwie. Taki niekorzystny stan rzeczy z biegiem czasu skutkuje zubożeniem na bylejakość, co zdaje się oddziaływać także na inne aspekty życia. Skutki mogą być widoczne w upodobaniach estetycznych mieszkańców, przejawiających się jednocześnie w architekturze, dekoracji wnętrz, ogrodów, wyglądzie zewnętrznym, a nawet prowadzonym stylu życia. Wszystko to składa się na ogólny obraz kompetencji wizualnych społeczeństwa polskiego, będących często powodem do wstydu, czego dowodzą liczne publikacje na ten temat, wydawane zresztą przez samych Polaków.

Konsekwencje obecnej świadomości estetycznej polskiego społeczeństwa i perspektywy zmiany

Zastanawiając się nad perspektywami zmiany tej sytuacji, można dojść do wniosku, że główną przeszkodę stanowią tutaj przyzwyczajenie do zastanego stanu rzeczy i ogólna bierność społeczeństwa wobec jakości form wizualnych w ich otoczeniu. Rozważając bowiem różne możliwe działania, mogące mieć hipotetycznie korzystny wpływ na jakość druków akcydensowych w przestrzeni publicznej, można zauważyć, że w większości nie są one trudne do wdrożenia ani też kosztowne. Sądzę, że gdyby rządzący i organizatorzy

wydarzeń mieli większą świadomość i inicjatywę wobec omawianego problemu, nawet niewielkim nakładem pracy mogliby zainicjować zmianę.

Warto podkreślić, że osoby, które podejmują się tworzenia materiałów graficznych, mogą kompletnie nie zdawać sobie sprawy, że ich działania niosą za sobą określone konsekwencje. Kontekst sytuacyjny niejako wymusza zaangażowanie z ich strony, a jednocześnie stawia w impasie – nawet jeśli są świadomi swojego braku kompetencji do wykonania danego zadania, to mając dobre intencje wobec zaistniałej potrzeby, finalnie podejmują się stworzenia czegoś na tyle, na ile pozwolą im posiadane umiejętności, wiedza i intuicja. Zatem propozycją dla rozwiązania tego problemu może być znalezienie sposobu na dotarcie do szerszego grona i odnalezienie odpowiednich osób o twórczym potencjale.

Rozważając sposoby na skłonienie mieszkańców do zaangażowania, należałoby jednak wziąć pod uwagę różnice działań w mieście i na wsi. W mniej licznej społeczności bezpośredni kontakt jest dużo łatwiejszy, toteż na wsi możliwe jest na przykład zorganizowanie otwartego spotkania integrującego mieszkańców, podczas którego można podjąć próbę zachęcenia ich do aktywnego udziału w życiu społecznym. W tak wąskim gronie nie trudno o wymianę informacji dotyczących zainteresowań i uzdolnień mieszkańców, w dodatku jest to okazja do poznania nowych lokatorów, wśród których może znajdować się właśnie pretendent do objęcia funkcji miejscowego grafika. Zaryzykowałabym nawet przypuszczenie, że w każdej miejscowości znajdzie się przynajmniej jedna taka osoba, przy czym stała migracja ludności zwiększa to prawdopodobieństwo, ponieważ „kultura i rozrywka, dostarczając podłoża do zaangażowania, zbliżają obcych sobie ludzi”³¹.

Zarówno na wsi, jak i w mieście, nawiązanie relacji z mieszkańcami może być zainicjowane na przykład poprzez zorganizowanie konkursu plastycznego dla dzieci i młodzieży, polegającego na stworzeniu plakatu czy innej formy graficznej. Może okazać się, że to wśród młodych mieszkańców znajdzie się

³¹ M. Klekotko, C. J. Navarro, op. cit., s. 26.

ktoś, kto ma potencjał artystyczny i niezbędne umiejętności. Ponadto ze względu na ewentualne beneficja możliwość uzyskania zaświadczenia o działaniach wolontariackich jest często czynnikiem zachęcającym młodzież szkolną do dodatkowych aktywności.

Mogłoby się wydawać, że tworzenie materiałów eksponowanych w przestrzeni publicznej to funkcja niejako zaszczytna, świadcząca o zaangażowaniu i lokalnym patriotyzmie. Jednakże może okazać się to niewystarczające, by zachęcić mieszkańców do poświęcenia prywatnego czasu na działania nieodpłatne, w ramach osławionego czynu społecznego. W takim wypadku rozwiązaniem mogłoby być zatrudnienie profesjonalisty, co jednak wiąże się z kwestiami finansowymi. Przypuszczam, że ten właśnie aspekt nie napawa entuzjazmem osób sprawujących władzę. Możliwa jest jednak alternatywna i dużo korzystniejsza finansowo forma współpracy z profesjonalistą. Polega ona na zdalnym zleceniu pojedynczego projektu, bez potrzeby zatrudniania takiej osoby na stałe. Ponadto niektórzy projektanci proponują swoim klientom formę abonamentu na usługi graficzne, czyli na przykład opcja skorzystania z trzech projektów miesięcznie w ramach określonej kwoty płatnej cyklicznie. Jeszcze innym rozwiązaniem mogłoby być umożliwienie zdobycia potrzebnych kompetencji pracownikowi urzędu miasta, gminy czy domu kultury, który w ramach swojej pracy mógłby podjąć się dodatkowo tworzenia materiałów graficznych. Dostępne są liczne szkolenia, a także kursy prowadzone online, które pomogą zrozumieć podstawowe kwestie i zasady dotyczące skutecznego i estetycznego projektowania.

Materiały graficzne przygotowywane przez taką osobę mogłyby być konsultowane z plastykiem miejskim. Niestety, obecnie w niewielu polskich miastach takie stanowisko funkcjonuje – bo nawet jeśli istnieje, to ze względu na często spotykany brak chęci współpracy ze strony władz, mieszkańców i przedsiębiorców jego kompetencje nie są wykorzystywane. Sądzę jednak, że w każdym polskim mieście powiatowym powinna pracować konkretna osoba odpowiedzialna za estetykę miasta i okolicznych miejscowości, która oprócz nadzorowania kwestii związanych głównie z architekturą pełniłaby funkcję doradczą w odniesieniu do materiałów

graficznych umieszczanych w przestrzeni publicznej. Jednak do podjęcia i wdrożenia takich decyzji oraz późniejszej realizacji wypracowanych celów trzeba zarówno świadomych i zaangażowanych rządzących, jak i obywateli.

Niestety, trudno jest nawet oszacować, jakich działań i czasu trzeba, aby znacząco poprawić stosunek polskiego społeczeństwa do szeroko pojętej kultury wizualnej. Przede wszystkim należałoby podjąć istotne zmiany w systemie edukacji, będącej w tym wypadku kwestią absolutnie elementarną, ale i najbardziej problematyczną. Rzetelne podejście do kształcenia młodych pokoleń może sprawić, że w przyszłości będą samodzielnie kreować wokół rzeczywistość w świadomy i odpowiedzialny sposób.

Oczywiste jest, że istnieją inne, bardziej pragmatyczne problemy, z jakimi zmagamy się jako Polacy. Sprawy związane z opieką zdrowotną, czy gospodarką zdają się dużo silniej oddziaływać na przeciętnego obywatela. Choć są to kwestie, które de facto można zaliczyć do wytworów kultury, to sędzę, że powinniśmy pamiętać o tym, że to kultura w ujęciu twórczym wyróżnia nas jako posiadających wyobraźnię, zdolność do kreacji i wpływania na otaczającą rzeczywistość za sprawą posiadanego rozumu³². Kultura wzbogaca, rozwija, poszerza świadomość i podkreśla wartość działalności człowieka³³, zatem można rozumieć ją jako pewien dany potencjał, z którego powinniśmy czerpać i należycie go wykorzystywać.

³² W. Daszkiewicz, *Podstawowe rozumienie kultury – ujęcie filozoficzne*, „Roczniki Kulturoznawcze” 1, 2010, s. 61.

³³ P. Jaroszyński, *Kultura i cywilizacja: od Cyserona do Koniecznego*, „Człowiek w Kulturze” 10, 1998, s. 20.



**POLSKI
INSTYTUT
STUDIÓW
NAD SZTUKĄ
ŚWIATA**