



Cezary Hunkiewicz
**EWOLUCJE. SZTUKA ULICZNA
I JEJ AKTUALNOŚĆ**

Zastanawiając się nad aktualnością zjawiska, jakim jest street art, można wysunąć argumenty wskazujące na jego marginalizację albo zaproponować spójne rozumowanie odnoszące się do jego dominującej obecności w polu sztuki. Obie strategie wydają się zarazem dalekie i niedalekie od prawdy. Co zatem zrobić, aby zbliżyć się do aktualnego stanu rzeczy? Ustalić kryteria, uściślić pojęcia i zrekonstruować najbardziej wymierne i znaczące zdarzenia, jakie w ostatnich latach zaobserwowaliśmy w interesującej nas dziedzinie.

Zanim przystąpimy do właściwego omówienia tematu, poczyńmy zastrzeżenia, które doprecyzują zakres zainteresowań. Zastanówmy się przez moment nad tym, czym jest i czym nie jest street art. Czy występuje w jakiejś uniwersalnej postaci, czy może jego oddziaływanie i miejsce w polu sztuki zależy (na przykład) od regionu świata? Jak interesujący nas nurt rozwinął i rozwija się w Polsce, a jak na przykład we Francji, USA czy w krajach azjatyckich? To banalne pytania, jednak bez odniesienia się do nich nie będziemy w stanie powiedzieć wiele o interesującym nas zjawisku.

„Różnica między graffiti a street artem jest taka jak między jazzem a techno”¹ – tak w najkrótszych słowach określił relację między dwoma fenomenami Cedar Lewisohn, kurator wystawy *Street Art* w Tate Modern w Londynie. Formalnie precyzując pojęcia, street art to spontaniczna, oddolna i niezależna działalność artystyczna w przestrzeni miejskiej nakierowana na możliwie jak najszerszą grupę odbiorców, posługująca się przy tym właściwym sobie medium, takim jak: szablon, plakat itp. Street art nie jest i nie może być utożsamiany z graffiti, które także jest spontaniczną i oddolną działalnością w przestrzeni miejskiej, lecz towarzysząca mu intencjonalność nie jest konstytuowana przez chęć działania artystycznego, ale w założeniu stanowi hermetyczną formę komunikacji z innymi uczestnikami tej swoistej gry, której stawką są *fame* oraz *respect*. Właściwa jest tu także forma wyrazu ograniczająca się głównie do liternictwa, które jest inkluzywnie dystrybuowane i percypowane wyłącznie przez środowisko twórców graffiti.

Powyższe definicje regulujące funkcjonowanie street artu i graffiti są niezbędne do sformułowania pierwszej tezy rozważań, a mianowicie, że ani street art, ani graffiti nie są elementami aktualnego rynku sztuki, bowiem na mocy przyjętych definicji ulegają wykluczeniu jako fenomeny antyinstytucjonalne oraz antyrynkowe. Natomiast oba zjawiska z powodzeniem mogłyby być elementami szeroko rozumianego pola sztuki, zwłaszcza jako przedmiot rozważań z zakresu historii sztuki (ucieleśnienie procesów demokratyzacji czy postępującej egalitarności). Chociaż należy zastrzec, że najciekawszą i najbardziej odkrywczą perspektywą dla tych zjawisk byłaby ta społeczno-kulturowa, na przykład w perspektywie fenomenologicznej, szukającej istoty zjawisk w sensie działań, motywacjach i celach przyświecających jednostkom (i grupom). Tak postrzegane zjawisko staje się przedmiotem namysłu socjolo-

1 C. Lewisohn, *Street Art: The Graffiti Revolution*, London 2009, s. 15.

gicznego i jako takie pozwala między innymi postawić tezę o zachodzeniu relacji między na przykład rodzącym² się w Nowym Jorku ruchem graffiti, reprezentowanym przez środowiska społecznie, ekonomicznie i kulturowo wykluczone (Rammellzee, Jean-Michel Basquiat, Lee Quinones czy Lady Pink), a współczesnym ruchem skupionym na przykład wokół hasła *Black Lives Matter*.

STREET ART IS DEAD

Wracając do korzeni, ani graffiti, ani street art nie aspirowały programowo do bycia traktowanymi jako część pola sztuki, a formy ich włączania w nie są interpretacją i konsekwencją ewolucji zjawiska, zwłaszcza jego dekonstrukcji oraz profesjonalizacji³. Innymi słowy, street art czy graffiti, które rozpatrujemy jako dziś element świata sztuki, nie jest już tym samym street artem czy graffiti *per se*, który pragnęliśmy poznać. Są naszym wyobrażeniem o zjawisku, co zdają się potwierdzać liczne próby interpretowania street artu i graffiti w relacji do starożytnych napisów naskalnych, które to analogie nie mają żadnego zastosowania i po prostu zakresowo dotyczą zupełnie innych zjawisk (co wynika choćby z konstytutywnej roli współcześnie rozumianego miasta jako koniecznego elementu do zaistnienia street artu czy graffiti).

Powyższa uwaga nie oznacza, że odrzucono założenia realizmu epistemologicznego (w uproszczeniu zakładającego, że rzeczywistość jest możliwa do poznania). Chodzi raczej o postawienie daleko idącej tezy, że street artu już nie ma. Co w następstwie rodzi pytanie natury ontologicznej: skoro czegoś nie ma, to dlaczego wciąż o tym mówimy? Czym jest to *coś*, które istnieje zamiast street artu?

2 W tym miejscu zastosowano pewne uproszczenie, to znaczy pominięto dyskusję o początkach *graffiti*, które w narodziło się oczywiście w Filadelfii por.: *Public Wall Writing in Philadelphia*, Philadelphia 2007; R. Gastman, *Wall Writers Graffiti in its Innocence*, Berkeley 2016.

3 Ciekawym kontekstem jest śledzenie dynamiki pierwszych wystaw twórców związanych z graffiti. Począwszy od roku 1973 i wystawy *United Graffiti Artists* w Razor Gallery, poprzez wystawę *Wallstreet*, gdzie debiutował J. M. Basquiat (jako SAMO), *New York/New Wave* w PS1 (dziś MOMA PS1) 1981 czy przełomową *Post-Graffiti* w 1983 roku. (Zob. C. Pape, *Graffiti in Galleries*, w: R. Gastman, *Beyond the Streets: Vandalism as Contemporary Art*, New York, 2019, s. 138–163). Już wtedy w Nowym Jorku rysowała się opozycja między doświadczonymi, komercyjnymi galeriami a początkującymi inicjatywami wystawienniczymi o bardziej społecznie zorientowanym profilu. Pierwsze komunikowały graffiti jako nowy przełomowy nurt, który ma zdominować sztukę po pop-arcie, drugie zaś do zjawiska podchodziły z większym dystansem, widząc w nim potencjał na eksperyment wolny od obietnicy przełomu w sztuce (por. A. Waclawek, *Graffiti and Street Art*, London, 2011, s. 60–61).

Zanim rozwikłamy ten problem, podsumujmy dotychczasowy wywód. Wyszliśmy od pytania o aktualny status zjawiska, jakim jest street art. W obrębie problemu wskazaliśmy istnienie dwóch skrajnych postaw, które nazwać można:

- a. postawą afirmatywną, głoszącą, że street art jest zjawiskiem dominującym we współczesnym polu sztuki. W przypadku tej postawy najczęściej znajdujemy odwołania do medialności ikon street artu, oddziaływania na kulturę popularną czy na globalny charakter zjawiska⁴;
- b. postawą negacyjną, marginalizującą oddziaływanie street artu we współczesnym polu sztuki. Tu w argumentacji pojawić mogą się zdania o braku instytucjonalnego umocowania, sporadyczności wystaw o charakterze muzealnym czy swoistej naiwności zjawiska, któremu bliżej do działalności hobbystycznej niż profesjonalnej⁵⁶.

Obie postawy są mylące, nie tylko z powodu swojej skrajności ale z powodu *implicite* zunifikowania street artu i graffiti w dyskursie publicznym. Zatarcie tak kluczowej dystynkcji, daje nam pozorne przeświadczenie opisywania zjawiska, bez zwrócenia uwagi na jego niedostępność (graffiti)⁷ lub postępujące zerwanie z tradycją street artu na rzecz identyfikacji z nurtem urban artu (alternatywnie urban contemporary). Współcześnie to właśnie pojęcie urban artu jest tym najpełniejszym, naj-

4 Doskonałym przykładem tego podejścia jest wystawa *Beyond Graffiti Writing*, a także poprzedzająca ją wystawa *Art In The Streets*, która odbyła się w 2011 roku w Museum of Contemporary Art w Los Angeles (kuratorem był dyrektor MOCA, znany popularyzator i kolekcjoner abstrakcyjnego ekspresjonizmu i pop-artu Jeffrey Deitch). *Beyond Graffiti Writing* (kurator R. Gastman) swoją ostatnią odsłonę miała w Saatchi Gallery w Londynie (zob. R. Gastman, *Beyond the Streets*, London 2023).

5 Zob. np. C. Lewisohn, *Street Art...*, dz. cyt., s. 131.

6 Znacząca w tym kontekście zdaje się zaobserwowana przez J. Kimvalla ewolucja i dyskursywna transformacja niektórych prac w przestrzeni miejskiej, które z biegiem czasu z *przestępstwa* stawały się usankcjonowanymi instytucjonalnie *dzielami sztuki*, zob. J. Kimvall, *The G-Word: Virtuosity and Violation, Negotiating and Transforming Graffiti*, Arsta 2014, s. 156.

7 Przywołane definicje (i dystynkcja street art – graffiti) pokazały, że ani jedno, ani drugie zjawisko nie mogą być elementem pola sztuki, kiedy traktujemy te zjawiska w sposób przedmiotowy. Paradoks pojawia się wówczas, kiedy chcemy dokonać metaprzeciwmiotowego oglądu wskazanych zjawisk, bowiem stają się nieuchwytny. I o ile nieuchwytność graffiti wynika z charakteru niezwykle praktyki społecznej, to nieuchwytność street artu może być spowodowana zaniknięciem zjawiska.

pojemniejszym i dającym tożsamość artystom, którzy potocznie są okreśłani mianem artystów ulicznych.

Powszechny brak identyfikowania się ze street artem jest tu znamienny. Pojęcie stało się w swoisty sposób zacierane, zarówno przez znaczącą grupę artystów i kuratorów⁸. Zaczęto stopniowo porzucać termin uznając, że nie jest już ono adekwatnym opisem zachodzących procesów twórczych. I tym sposobem aktualnie coraz trudniej odnaleźć stosowania nazwy street artu do samodefiniowania się artystów. Źródłem takiego stanu rzeczy, doszukiwać się można w trzech procesach: a) festiwalizacji, b) infantyilizacji, c) instytucjonalizacji.

Festiwalizacja jest prawdopodobnie najlepszym streszczeniem funkcjonowania zjawiska street artu w drugiej dekadzie XXI wieku. Tylko w Polsce pojawiło się kilkanaście inicjatyw festiwalowych, przypisujących sztuce ulicznej rolę służebną, względem doraźnych potrzeb promocyjnych jednostek samorządu terytorialnego. Paradoks funkcjonowania sztuki ulicznej, która włożona w ramy oficjalnych wydarzeń kulturalnych miała „ożywić ściany i kolorować miasto”, polegał na tym, że sztuka buntu stała się sztuką władz i zarzewiem procesów gentryfikacyjnych. Dodatkowo nośniki zostały zawężone (głównie) do murali, które gwarantowały widoczność i spektakularny efekt wydatkowania publicznych lub prywatnych (sponsoring) środków finansowych⁹. Opis ten jest pewnym skrótem myślowym, którego celem jest unaocznienie nieoczywistych (wówczas) kontekstów kolonizowania sztuki ulicznej, które to procesy możliwe były z powodu efektu nowości (twórcy mieli w końcu szansę wykonania obrazów wielkoformatowych) oraz braku namysłu kuratorskiego, gdzie pierwotne inicjatywy rodziły się z chęci pojawienia się murali w mieście, bez stosownego przygotowania, planowania, uchwycenia kontekstów urbanistycznych¹⁰. Widać zatem, że w postępująca festiwalizacja (której do dziś widocznym owocem jest tzw. *muraloza*) wynikała z braku bezpiecznika czy mediatora, funkcjonującego na styku działań artystycznych – interesu organizatorów – miasta i społeczności lokalnych. Na ocenę procesu festiwalizacji (który nie był wyłącznie polskim zjawiskiem) przyjdzie jeszcze czas, ale już dziś można wskazać pewne jego pozytywy. Jego beneficjentami stały się zaangażowane jednostki: artyści mogący profesjonalizować swoje działania i rozbudowywać krytyczną aparaturę uprawniającą ich działalność zarówno w przestrzeni miejskiej, jak i w pracy studyjnej.

8 Por. np. M. Filippi, *Street Art Is Dead. Again and Again. Brief State of the (Urban) Art*, „Street Art & Urban Creativity Journal” 5, 2019, z. 2, s. 84–90.

9 Por. M. Duchowski, J. Drozda, B. Kopczyński, i in., *Mury. Diagnoza dynamiki środowiska twórców malarstwa monumentalnego – raport badawczy*, Warszawa 2016, s. 104–105.

10 Panoramę zjawiska uchwycił np. W. Wilczyk, *Słownik polsko-polski*, Kraków 2019.

Infantylicyzacja wydaje się charakteryzować sposoby prowadzenia polityki kulturalnej wobec sztuki ulicznej, przez co bywała ona nieodpowiednie kojarzona ze sztuką naiwną i banalną. Egzemplifikacją tego bywały materiały promocyjne wydarzeń, gdzie za dominujący atrybut uchodziły spray czy typografia stylizowana na graffiti (najczęściej z tzw. *zaciekami*). Innymi słowy, cele czy intencje, jakie przypisywano street artowi, ograniczały się do formy i aktu, czyli do kolorowania fasad, bez łączenia kontekstów, co sprawiało, że sztuka ta stawała się twórczością niewymagającą namysłu. Sztuka uliczna powoli stawała się nośnikiem bez komunikatu, zyskiwała aplauz odbiorców dzięki spektakularnej formie (murale), która z czasem zaczęła wypełniać dodatkową funkcję – reklamową. Owo połączenie luki treściowej z atrakcyjnością wizualną i potencjałem oddziaływania doprowadziło do rozpropagowania idei murali patriotycznych czy też murali narodowych, które stopniowo zaczęły dominować w malarstwie wielkoformatowym w Polsce, stając się powszechną praktyką szeroko dotowaną przez resorty siłowe (Ministerstwo Obrony Narodowej), instytucje (Instytut Pamięci Narodowej) czy samorządy¹¹. Najistotniejszą cechą infantylicyzacji zjawiska jest uznanie, że rolą inicjatyw okoł artystycznych jest zapełnienie luki treściowej promowanymi wartościami z pominięciem etapu projektowania. Dokonując rewizji działań wokół murali patriotycznych, uznać można, że treść jest najważniejszą wartością dzieła i sam fakt jej zakomunikowania w przestrzeni miejskiej niweluje deficyt jakości artystycznej (przypadkowa kompozycja, dobór typografii, a często techniczny poziom wykonania). W wyniku postępującej infantylicyzacji nastąpiła era sankcjonowanej karykaturalności, której najpełniejszym obrazem były uroczyste odsłonięcia murali w obecności reprezentantów władzy z zapożyczonymi z akademii czy festynów rytuałami przycinania wstęg. Czyli zachowania symboliczne bliższe wydarzeniom sportowym czy politycznym niż kulturalnym.

Ostatnim wskazanym procesem była instytucjonalizacja, rozumiana tu w dużym uproszczeniu jako formy obiektywizacji indywidualnych praktyk, które – jako uporządkowane – stają się dostępne z zewnątrz i ustrukturyzowane, więc gotowe do oglądu¹². Wskaźnikiem postępującej instytucjonalizacji była swoista dążność do utworzenia miejsc dla prezentacji tak zwanej sztuki ulicznej – galerii i muzeów. O ile powstanie galerii skupionych na prezentacji czy stymulowaniu zjawiska było emanacją potrzeb środowiskowych, to w dyskursie publicznym można było zaobserwować elektryzujący wyścig o stworzenie miejsca, które można będzie nazwać *pierwszym* muzeum street artu. Efektem czego było powo-

11 Zob. M. Duchowski i in., *Mury. Diagnoza ...*, dz. cyt., s. 45.

12 Por. m.in. P.L. Berger, T. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, przeł. E. Goździak, Warszawa 2010.

łanie aż pięciu pierwszych muzeów street artu¹³: Street Art Museum w St. Petersburgu (2014), Urban Nation Museum for Urban Contemporary Art w Belinie (2017), Museum of Urban and Contemporary Art w Monachium (2017), STRAAT w Amsterdamie (2020) czy Amuseum w Monachium (2022). Wskazane inicjatywy były działaniami prywatnymi lub miejscami stworzonymi przez organizacje pozarządowe, zaś podstawowe różnice, jakie obserwujemy między nimi, to sposoby rozumienia street artu (implikujące strategie ekspozycyjne). W Amsterdamie i w St. Petersburgu muzeum zostało ukontekstualnione poprzez usytuowanie w postindustrialnej przestrzeni, która ma korespondować z ulicznym charakterem sztuki. W stronę utworzenia bardziej klasycznego (wyabstrahowanego) muzeum prezentującego obrazy, grafiki czy artefakty ukierunkowane zostały niemieckie muzea, które dodatkowo podejmują się przygotowania tematycznych ekspozycji i budowania kolekcji sztuki.

Pokusie utworzenia muzeum nie opierały się także inicjatywy działające w Polsce. Pomysł ten forsowała w 2021 roku fundacja Urban Forms, które odpowiedzialna jest za powstanie większości murali w Łodzi. Na konferencji prasowej nie ogłoszono jednak przy tej okazji zaawansowanego programu ani szerszej koncepcji tematycznej, poza wspomnieniem, że wzorem dla muzeum w Polsce ma być berlińskie Urban Nation, zaś muzeum ma służyć realizacji wystaw czasowych, prezentowaniu sztuki performance, organizacji warsztatów i wykładów¹⁴.

Zarysowane wyżej trzy procesy zdawały się wzajemnie przenikać i występować symultanicznie. Ich cechą była subtelność, dzięki czemu przez długi okres stanowiły dyskretne tło dla ruchu i środowiska działającego wokół street artu. Rekonstrukcja logiki działań pozwala nam interpretować proces uśmiercania street artu jako stopniowego kolonizowania zjawiska i zawłaszczania jego użytecznych właściwości¹⁵. W taki oto sposób oddolność street artu pozwalała utożsamić go z młodością, spontaniczność z wolnością, zaś niezależność z niedostępnością czy niesterowalnością. Mechanizmy wspierania inicjatyw związanych ze sztuką

13 Osobnym przypadkiem było powstanie *Museum of Graffiti* w Miami, które otwarto w 2019 roku.

14 Zob.: *Łódzkie murale częścią muzealnej ekspozycji? W Łodzi ma powstać muzeum street artu*, tułódz.pl, 17 lipca 2021, <<https://tulodz.pl/wiadomosci-lodz/lodzkie-murale-czescia-muzealnej-ekspozycji-w-lodzi-ma-powstac-muzeum-street-artu/9thfj2TAHO1peL8A2cf>>:, [dostęp: 21.12.2022].

15 Ta generalizująca opinia nie może sprawić, że z horyzontu znikną nam ciekawe i wręcz kontestujące wydarzenia, prowadzone także w formule festiwalu (Katowice Street Art Festiwal pod opieką kuratorską Michała Kubieñca) czy biennale: Out od Sth we Wrocławiu i Traffic Design w Gdyni. Znaczące jest jednak, że obie inicjatywy stopniowo odeszły od podejmowania tematyki street artu.

uliczną miały pokazać interesariuszy jako atrakcyjnych i autentycznych. Bez znaczenia, czy dotyczyło to samorządów, czy komercyjnych marek, które dzięki street artowi pozycjonowały się jako wiarygodne, kreatywne, postępowe, otwarte.

W kolejnym kroku street art utożsamiony został z muralami, a masowość powstawania tych ostatnich ograniczała ich jakość i redukowała funkcjonalność do (mniej lub bardziej udanej) dekoracji przestrzeni miejskiej. To z kolei skutkowało powstaniem luki treściowej, wypełnianej symboliką preferowaną przez władzę. W ten sposób street art wytrącał swój pierwotny impet, ale jednocześnie dzięki powszechności i przypisywanym wartościom stał się zjawiskiem, którego nie można pomijać w dyskursie o współczesnej kulturze i sztuce, co zrodziło potrzebę instytucjonalizowania go w postaci inicjatyw posługujących się nazwą muzeum.

Powolne wykluczanie pojęcia street artu jako nieadekwatnego dla opisu aktualnego stanu rzeczy stworzyło idealną przestrzeń do wprowadzenia i usankcjonowania pojęcia urban artu (urban contemporary)¹⁶, który stał się szeroko stosowanym parasolem pojęciowym, obejmującym twórców oraz szereg inicjatyw, niegdyś utożsamianych ze street artem, ale wolnych dziś od ciężaru gatunkowego. W ramach urban artu nie pojawiają się już najpopularniejsze pytania o to, czy sztukę uliczną można pokazywać w galerii lub jak można kolekcjonować street art. Uznano, że artyści, którzy specyficzną i unikalną stylistykę wypracowali w kontekście działań w przestrzeni miejskiej, dziś z powodzeniem mogą ją rozwijać w pracowniach i sprawnie funkcjonować w świecie sztuki, o ile potrafią stworzyć dzieła nieredukowalne do kontekstu miejsca (miasta), w którym owe powstają. Na gruncie urban artu dochodzi do spotkania twórców wyrosłych z graffiti oraz street artu. Grono pierwszych podążyło ścieżką abstrakcji (Futura, Pantone, Jan Kalab¹⁷ i inni), wniosło elementy performatywne (np. Nug, Taps&Moses i inni), dokonało symbiozy oryginalnej typografii z ekspresyjnością w postaci tak zwanego *caligraffiti* (Retna, Jonone, El Seed i inni). Natomiast artyści wywodzący się ze street artu z powodzeniem odnaleźli się na gruncie malarstwa, a doświadczenia związane z tworzeniem murali sprawiają, że są zaliczani do nurtu

16 „Urban art to najczęściej sztuka galeryjna wykonana w stylistyce sztuki ulicznej”, U. Blanché, *Street Art and related terms – discussion and working definition*, „Street Art And Urban Creativity”, 2015, Vol. [Blanché, Ulrich. (2015). Street art and related terms – discussion and working definition. Street Art and Urban Creativity. 1. 32–39.] z. 1, s. 38.

17 W kontekście pozycjonowania *urban artu* warto przywołać, że obrazy czeskich artystów z tego nurtu: Jana Kalaba, Michała Skapy czy Pasta Onera były licytowane i sprzedane w 2021 roku w Sotheby’s na aukcji *20th Century Art: A Different Perspective*, czyli tej samej, gdzie oferowano prace Wojciecha Fangora, Jana Ziemskiego, Ryszarda Winiarskiego i innych.

Czym zajmowały się BWA? Poza działalnością wystawienniczą stawiano na upowszechnianie wiedzy o sztuce. Większość instytucji, działając w małych miejscowościach, mierzyła się „z brakiem nawyku chodzenia na wystawy” i nastawiona była przede wszystkim na działania edukacyjne. Organizowano akcje odczytowe w klubach terenowych, wiejskich i przyzakładowych, młodzieżowych i seniora (BWA w Koszalinie współpracowało nawet z przedszkolami), prezentacje artystów, pokazy filmów o sztuce, wystawy z plansz i reprodukcji (przygotowywane głównie przez Wydział Terenowy CBWA) w świetlicach, kawiarniach i klubach – nawet garnizonowych.

urban contemporary (Conor Harrington, Sainer /Przemysław Blejzyk). Zaznaczyć należy, że ich wystawy są prezentacjami wolnymi od jakiegokolwiek ulicznego kontekstu i funkcjonują w zakresie sztuki współczesnej (przykładem jest indywidualna wystawa Sainera *KOLOOR* w Muzeum Narodowym w Gdańsku w 2023).

W usankcjonowaniu urban artu pomocniczą rolę odegrało dostrzeżenie nurtu przez kolekcjonerów i rekordy aukcyjne, które obserwowac można było w okresie pandemicznym. To wówczas prace najbardziej rozpoznawalnego artysty, to jest Banksy'ego, osiągnęły spektakularny wzrost i nieosiągalne dla niego ceny na rynku sztuki¹⁸. A co istotne, aukcje sztuki coraz częściej zaczęły być tytułowane z jednoczesnym wykorzystaniem terminów *urban art & contemporary*, dzięki czemu na jednych aukcjach pojawiały się dzieła najważniejszych przedstawicieli urban artu (Banksy, Invader, Kaws, Shepard Fairey) oraz Hirsta, Koonsa czy Warhola. Była to swoista forma legitymowania twórców i nurtu, jako pełnoprawnych uczestników głównego obiegu sztuki.

BANKSY W EMPIKU. KAWS W BROOKLYN MUSEUM

Urban art stał się z czasem zjawiskiem na tyle atrakcyjnym i oddolnie reprodukowanym, że kwestią czasu było zderzenie się z postępującą komercjalizacją zjawiska. I nie chodzi tu o prostą konstatację, że artyści zaczęli funkcjonować jako rozchwytywani projektanci, używający swej stylistyki celem łączenia marki z oczekiwanymi wartościami, takimi jak: (wspominana wcześniej) kreatywność, młodość, wolność itp. Tego typu praktyki wspierane organicznymi zasięgami artystów w mediach społecznościowych są dziś codziennością w świecie kultury, zatem po wyswobodzeniu się z etosu street artu i z chwilą ukonstytuowania urban artu, komercjalizacja stała się dla artystów szansą, a niekiedy punktem docelowym, o którym długo marzyli¹⁹. Zostawiając ten wątek nieco na uboczu, przejdźmy do omówienia dwóch znaczących wydarzeń na gruncie urban artu, które mogą najpełniej zaprezentować aktualną kondycję nurtu.

Pierwszym zdarzeniem jest spór prawny Banksy'ego o prawa do własnej twórczości. Problem ten można sformułować w pytaniu: jak to się stało, że prace brytyjskiego artysty są dostępne w Empiku w cenie

18 Sygnowana edycja sitodruku *The Girl With Balloon* 11.12.2019 na Forum Auctions osiągnęła cenę 160800 GBP, a już 18.09.2020 w Sotheby's 469800 GBP. Zestawiając rezultaty jednego domu aukcyjnego (Bohman's), można zauważyć, że ceny za edycję niesygnowaną *The Girl With Balloon* wzrosły od 87652 GBP (18.12.2019) do 321600 GBP (15.12.2020).

19 Zwłaszcza dla pierwszego pokolenia artystów wywodzących się z USA, dla których sukces finansowy jest istotnym wskaźnikiem osiągnięcia sukcesu w polu sztuki. Osobną kwestią stały się indywidualne strategie balansowania pomiędzy sztuką a jej użytecznością na polach marketingowych.

kilkunastu złotych? Fakt ten jest konsekwencją kolonizowania street artu, o czym wspominaliśmy wyżej. Firma Full Color Black /Brandalised, korzystając z ogólnej dostępności prac Banksy'ego na ulicach, przy jednoczesnej anonimowości twórcy, zdecydowała się zastrzec wszystkie ikoniczne dzieła jako swój znak towarowy²⁰. Zyskała tym samym potencjał udzielania licencji na reprodukcję wzorów i sprawiła, że sam autor stracił (teoretyczną) możliwość zarobkowania. Spór prawny podsycił fakt, że Banksy w 2007 roku uznał, że „copyright is for losers”, co stało się jednym z argumentów dla chcącej zarejestrować znaki firmy. Dzięki tej sytuacji widzimy coraz wyraźniej, jak strategie właściwe street artowi nie mogą być dłużej utrzymane i same zjawisko musiało przejść konieczną metamorfozę, aby nie tylko stać się pełnoprawnym uczestnikiem świata sztuki, ale także zyskać swoistą ochronę swojej własności intelektualnej²¹. Wynik sporu na razie jest niekorzystny dla twórcy, bowiem przez swoją anonimowość nie może zostać wskazany jako wyłączny właściciel praw, zaś jego chęć zastrzeżenia znaków uznano za prowadzoną w złej wierze, bowiem nie zamierza ewentualnej licencji wykorzystywać w prowadzonej działalności (zarobkowej)²².

O zdolności zarobkowania oraz łączenia działalności artystycznej, wystawienniczej z potężną machiną sprzedażową wiele mówi wystawa Kawsa w Brooklyn Museum, która niczym soczewka ogniskuje współczesne dylematy urban artu. Dylematy związane z osiągnię-

-
- 20 D. Cassidy, *Banksy May Lose Trademark After Court Rules Greeting Card Company Can Sell His Work*, <https://www.forbes.com/sites/danielcassidy/2020/09/17/banksy-may-lose-trademark-after-court-rules-greeting-card-company-can-sell-his-work/> [dostęp: 04.07.2023]; J. Lawson-Tancred, *A Court Has Ruled That Banksy Can Keep His Trademarks – and Anonymity – in His Battle With a U.K. Greeting Card Company*, <https://news.artnet.com/art-world/banksy-trademark-decision-overturned-2211959> [dostęp: 04.07.2023]; A. Shaw, *Not laughing now: Banksy loses second trademark case over famous monkey image*, <https://www.theartnewspaper.com/2021/05/20/not-laughing-now-banksy-loses-second-trademark-case-over-famous-monkey-image>, [dostęp: 04.07.2023].
- 21 Sporów prawnych pomiędzy markami a artystami tworzącymi na ulicach było w ostatnich latach niezwykle dużo, wspomnieć można m.in. o wykorzystaniu fragmentu dzieł ulicznych Revoka przez firmę H&M, wykorzystaniu znaku Futury przez North Face czy w końcu sporze prawnym o usunięcie graffiti przez deweloperów na 5 Pointz w Nowym Jorku.
- 22 Dlatego w 2019 roku powołano sklep Gross Domestic Product, gdzie w drodze losowania można było nabyć oryginalne sygnowane limitowane prace artysty. Miejsce i sklep zostały stworzone, aby dowieść w sporze prawnym, że artysta aktywnie wykorzystuje zarówno swoje dzieła, jak i swoją markę. Nie przyniosło to jednak spodziewanego efektu i prace Banksy'ego oraz jego pseudonim mogą być licencjonowane przez firmę przywłaszczającą sobie jego twórczość.

ciem niebywałego sukcesu związanego z podbiciem rynku, obecnością w najważniejszych kolekcjach, wejściem w międzynarodowy, instytucjonalny obieg sztuki oraz brakiem rzeczowej refleksji i krytyki na gruncie omawianego nurtu. Wystawa *What Party*²³ była niezwykle oczekiwanym wydarzeniem, które miało zbudować pomost pomiędzy sztuką, projektowaniem a kulturą masową. Tymczasem sprowokowała bardzo ciekawą dyskusję, która co prawda ominęła główny obieg, ale może stanowić zarzewie do rozwoju krytycznego namysłu nad urban artem. Szczególnie trafnie głos zabrał Hrag Vartanian na łamach portalu Hyperallergic²⁴, który punktował przekrojową wystawę Kawsa za powiązanie sztuki ludzi wykluczonych z rynkiem nieruchomości, merchandisingiem i gentryfikacją. Co więcej, wskazywał na strategiczną apolityczność dzieł Kawsa, idealnie skrojoną pod najbogatszych, którzy w swoich kolekcjach nie chcą mieć prac krytykujących ich zachowania, a jedynie dekoracje, podkreślające ich bogactwo.

Warstwę ekspozycyjną Vartanian uznał za żalostną, „przypominającą filtry z Instagrama czy sztuczki z Photoshopa”, które mają wspierać dalszą sprzedaż, a twórczość Kawsa brutalnie porównał do klasy zegarków marki Swatch, oferowanych w różnych rozmiarach, kolorach i przedziałach cenowych. Na koniec wystawę w Brooklyn Museum określił jako pogardę dla sztuki współczesnej. Przekrojowa wystawa Kawsa demaskuje jego brak artystycznego rozwoju (Vartanian dowodzi tego poprzez porównanie prac z roku 2004 *Kimpsons* i 2013 *Better Knowing*), natomiast ikoniczną postać wykreowaną przez artystę (*Chum*) nazywa awatarem chciwości, który nie wykazuje absolutnie żadnej złożoności emocjonalnej.

Zarysowana problematyka stanowić może dopiero początek systematyzowania zjawiska urban artu w jego aktualnej postaci. Zwłaszcza z powodu swoistej graniczności nurtu, który zaczyna stopniowo wprowadzać kryteria selekcji i dystynkcji dzieł o wysokiej wartości artystycznej od tych, które te wartości jedynie pozorują. Ale w szerszym kontekście nie chodzi o samo nawołanie do uprawiania krytyki na gruncie urban artu, lecz o zyskanie swoistej samoświadomości zarówno wśród artystów, jak i szerokiego grona odbiorców sztuki. Street art stopniowo zanika w swej pierwotnej postaci, natomiast nabudowany na nim urban art proponuje zakorzenioną kulturowo i dojrzałą formalnie refleksję, wzbogacającą panoramę sztuki współczesnej.

23 Zob.: E. Tsai, D. Birnbaum (red.), *KAWS. What Party*, New York 2021.

24 H. Vartanian, *Kaws Is Terrible, But Thankfully Forgettable*, Hyperallergic, September 2, 2021, <<https://hyperallergic.com/674324/kaws-is-terrible-but-thankfully-forgettable/>>, [dostęp: 01.01.2023].

Bibliografia

- Berger P.L., Luckmann T., *Spoleczne tworzenie rzeczywistosci*, przeł. E. Goździak, Warszawa 2010.
- Blanché U., *Street Art and Related Terms – Discussion and Working Definition*, „Street Art And Urban Creativity”, 2015, z. 1, s. 32–39.
- Cassidy D., *Banksy May Lose Trademark After Court Rules Greeting Card Company Can Sell His Work*, <https://www.forbes.com/sites/danielcassady/2020/09/17/banksy-may-lose-trademark-after-court-rules-greeting-card-company-can-sell-his-work/> [dostęp: 04.07.2023].
- Duchowski M., Drozda J., Kopczyński B., i in., *Diagnoza dynamiki środowiska twórców malarstwa monumentalnego – raport badawczy*, Warszawa 2016.
- Filippi M., *Street Art Is Dead. Again and Again. Brief State of the (Urban) Art*, „Street Art & Urban Creativity Journal” 5:, 2019, z. 2, s. 84–90.
- Gastman R., *Wall Writers Graffiti in its Innocence*, Berkeley 2016.
- Gastman R., *Beyond the Streets: Vandalism as Contemporary Art*, New York 2019.
- Kimvall J., *THE G-WORD: Virtuosity and Violation, Negotiating and Transforming Graffiti*, Arsta 2014.
- Lawson-Tancred J., *A Court Has Ruled That Banksy Can Keep His Trademarks – and Anonymity – in His Battle With a U.K. Greeting Card Company*, <https://news.artnet.com/art-world/banksy-trademark-decision-overturned-2211959> [dostęp: 04.07.2023].
- Lewisohn C., *Street Art: The Graffiti Revolution*, London 2009.
- Łódzkie murale częścią muzealnej ekspozycji? W Łodzi ma powstać muzeum street artu, [tulodz.pl](https://tulodz.pl/wiadomosci-lodz/lodzkie-murale-czescia-muzealnej-ekspozycji-w-lodzi-ma-powstac-muzeum-street-artu/9thfj2TANo1peL8A2cf), 17 lipca 2021, <https://tulodz.pl/wiadomosci-lodz/lodzkie-murale-czescia-muzealnej-ekspozycji-w-lodzi-ma-powstac-muzeum-street-artu/9thfj2TANo1peL8A2cf>, [dostęp: 21.12.2022].
- *Public Wall Writing in Philadelphia*, Philadelphia 2007.
- Shaw A., *Not Laughing Now: Banksy Loses Second Trademark Case Over Famous Monkey Image*, <https://www.theartnewspaper.com/2021/05/20/not-laughing-now-banksy-loses-second-trademark-case-over-famous-monkey-image> [dostęp: 04.07.2023].
- Tsai E., Birnbaum D. (red.), *KAWS. What Party*, New York 2021.
- Waclawek A., *Graffiti and Street Art*, London 2011.
- Wilczyk W., *Słownik polsko-polski*, Kraków 2019.
- Vartanian H., *Kaws Is Terrible, But Thankfully Forgettable*, Hyperallergic, September 2, 2021, <https://hyperallergic.com/674324/kaws-is-terrible-but-thankfully-forgettable/>, [dostęp: 01.01.2023].

Abstrakt:

Artykuł próbuje zdiagnozować aktualny status street artu i graffiti. Podejmuje próbę opisania procesów ewolucji zjawiska i moment pojawiania się urban artu, który jako aktualnie najpopularniejsza nazwa nurtu uitorował jej drogę do świata sztuki współczesnej. W artykule wprowadzono kilka autorskich definicji dla omawianych zjawisk oraz dokonano próby nazwania i ustrukturyzowania czynników występujących na styku sztuki, polityki i polityki kulturalnej. Dodatkowo wskazano na dwa symptomatyczne zjawiska, które są istotnym kontekstem dla rozwoju sztuki ulicznej: jej komercjalizację oraz zarządzanie sporami prawnymi o wykorzystanie dzieł, które funkcjonują w przestrzeni miejskiej.

Słowa kluczowe:

graffiti, street art, urban art

Cezary Hunkiewicz

Socjolog, animator, nauczyciel akademicki. Badacz kultury, krytyk sztuki ulicznej, autor tekstów publikowanych w kraju i za granicą. Założyciel Europejskiej Fundacji Kultury Miejskiej, współzałożyciel i dyrektor Brain Damage Gallery w Lublinie. Organizator wydarzeń, wystaw i dyskusji dotyczących graffiti i street artu. Autor artykułów i referatów nt. kultury miejskiej. Od ponad 15 lat aktywnie uczestniczy w rozwoju sztuki niezależnej i sztuki ulicznej w Polsce i w Europie.

ORCID 0009-0004-2301-5026