

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Arte et Educatione X (2015)

ISSN 2081-3325

Natalia Kopytko

„Sztuka dostępna” wobec własnej definicji.

Lowbrow i street art

Ruch *lowbrow* oraz *street art* to kierunki pomostowe pomiędzy sztuką wysoką, elitarną a sztuką niską, subkulturową. Ich główną cechą jest ogólna dostępność intelektualna, komercyjna i medialna oraz kontekst społeczny. Charakterystyki wymienionych ruchów dokonam na podstawie dzieł artystów, takich jak: Takashi Murakami, Gary Baseman, Friends With You, Jaime Hayon, Keith Haring, KAWS, Shepard Farley.

Lowbrow – sztuka globalna

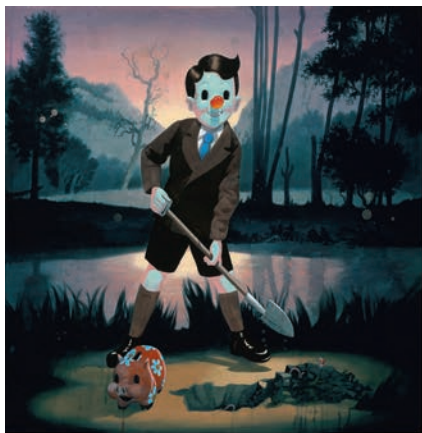
Za początek ruchu *lowbrow* należy uznać lata 70. XX wieku w Kalifornii. Cechy tego kierunku to figuratywność i narracyjność, ale także łączenie odniesień do snów, wspomnień z dzieciństwa, fantastyki, filmów animowanych, komiksów, reklam, świata mediów. Artyści tworzący w tym czasie i na tym obszarze inspirowali się starą estetyką kreskówek telewizyjnych, a także sceną kontrkulturową (podziemną) oraz szeroko akceptowali „kiczowatość”, której zastosowanie podkreślało kontestacyjne nastawienie twórców. Po raz pierwszy terminu *lowbrow* użył w 1979 roku Robert Williams, umieszczając go w tytule swojej monografii *The Lowbrow Art of Robert Williams*, który charakteryzować miał celowe przeciwstawienie się elitaryzmowi „świata sztuki” (*highbrow* to sztuka wysoka, dla wybranych, dla intelektualistów)¹.

Sztuka *lowbrow* rozpowszechniona została przez liczne alternatywne galerie (m.in. Roq La Rue Gallery Seattle, La Luz De Jesus Gallery w Los Angeles, Jonathan LeVine Gallery New York) oraz założony w 1994 roku przez Williama magazyn „Juxtapoz”, który bezpośrednio pomógł rozwinąć się temu ruchowi. Kontrowersje wynikające ze zderzenia kultury wysokiej i niskiej oraz celowo spłycające przesłanie, świadoma kiczowatość, negatywne skojarzenia wywołane nazwą zaowocowały powstaniem określenia pop-surrealizm.

¹ R. Williams, *The Lowbrow Art of Robert Williams*, Last Gasp, San Francisco 1979 (dostęp: 29.01.2015).

Kenny Scharf, precyzując znaczenie tego terminu, przypomniał, że surrealizm wynika z podświadomości, a skoro jego własna świadomość artysty jest współcześnie wypełniona obrazami kultury popularnej, to i jego podświadomość jest „pop”, co doprowadziło go do określenia swojej sztuki jako pop-surrealistycznej².

Nazwa pop-surrealizm skierowała uwagę na *lowbrow*, zmieniając też ten ruch. Cytaty z popkultury, ale też kontrkulturowe ikony nabierały nowej wartości przez odrzucenie części amatorskich technik i zastąpienie ich tradycyjnym kunsztem starych mistrzów (Il. 1).



Il. 1. (kolejno od lewej) Victor Castillo, „The Big Boss (źródło: www.victor-castillo.com); Barnaby Barford, *Ring-a-Ring-a-Roses* (źródło: www.barnabybarford.co.uk); Mark Ryden, *Yoshi*; Mark Ryden, *Sophia's Marcurial Waters* (źródło: www.markryden.com)

Pozostał jednak imperatyw demokratycznej dostępności, a zarazem lekceważenie ze strony *wysokiego* świata sztuki, bo przecież wielu twórców *lowbrow*, z których duża część była samoukami, zaczynało swoją drogę artystyczną w dziedzinach,

² http://www.spacejunk.tv/v4/index.php?option=com_flexicontent&view=items&cid=38%3Aabout-spacejunk&id=500%3Apop-surrealism&Itemid=161&lang=en (dostęp: 29.01.2015).

które nie były uznawane w świecie sztuki wysokiej, jak ilustracja czy też komiks. Mimo to niektórym artystom zaczynającym karierę w *lowbrow* udało się przedostać do *mainstreamu*³ sztuki, stosując strategie znamienne dla tego pierwszego nurtu. Przykładem może być Takashi Murakami.

Artysta ten, którego inspiracjami są japońska *manga* i *anime* (japoński komiks i film animowany), wprowadził do sztuki termin *superflat*, odnoszący się do różnych form grafiki, animacji i innych twórców japońskiej popkultury⁴. Murakami uważa, że wszystko, co tworzy, jest tak samo ważne, każdy obraz, rzeźba, zabawka czy też breloczek, rozszerzając tym samym pojęcie artefaktu na przedmioty użytkowe, jednocześnie nie dbając o granice pomiędzy sztuką wysoką a niską. Jego obiekty są ogólnodostępne, można je kupić przez internet, choć sygnowanie prac i często limitowane serie zapobiegają utracie wartości.

Tworząc w stylu *superflat*, pomiędzy sztuką a kulturą popularną, Takashi Murakami w sposób nieunikniony stawał wobec problemu komercjalizacji, którą zarzucano jego dziełom, jako apologii konsumpcjonizmu. Tymczasem pozorny brak głębi, naiwność przedstawień oraz „płaska” kolorystyka kryły w istocie właśnie refleksje i ironiczną krytykę dotyczącą komercjalizacji, amerykanizacji i odcinania się od korzeni kulturowych Japonii, a także przeludnienia i zanieczyszczenia środowiska. Artyści tacy jak Yoshimoto Nara, Ronald Ventura, Barry McGee rozwijali koncepcję Murakamiego, poruszając również problem infantylności społeczeństwa, alienacji oraz konsumpcji masowej.

Choć powiązany z *lowbrow* Takashi Murakami stał się uznanym twórcą, nazywanym nawet japońskim Warholem, to jednak sam ruch nie został całkowicie zaakceptowany przez galerie i muzea. Niektórzy krytycy wątpią w jego wartość, stąd np. niewielka liczba publikacji na ten temat. Wielu przedstawicieli świata sztuki ma spore trudności z uznaniem zainteresowania artystów *lowbrow* i pop-surrealistów figuratywnością, narracyjnym stylem oraz silnym naciskiem na umiejętności warsztatowe. Te aspekty były dyskredytowane w szkołach artystycznych oraz przez kuratorów w latach 80. i 90., jednak wielu artystów wytrwale działało i nadal działa w tym nurcie, kreując nowe trendy oraz pod-kierunki, zdobywając poważanie i uznanie.

Spośród nich najbardziej znany wydaje się Gary Baseman, działający w Los Angeles. Baseman pracuje na wielu płaszczyznach: ilustruje („New York Times”), tworzy filmy animowane (wielokrotnie nagradzany, animowany serial „Teacher’s Pet” dla ABC/Disney), spektakle, filmy paradokumentalne, fotografie, projektuje zabawki kolekcjonerskie oraz odzież. Celem jego sztuki jest codzienne rozmywanie granic między sztuką a codziennością.

Estetyka Basemana łączy obrazy popkultury z *vintage’ową* stylistyką przed- i powojennej sztuki, mitologię międzykulturową z archetypami literackimi i psycho-

³ O mainstreamie zob. <http://pl.wikipedia.org/wiki/Mainstream> (dostęp: 29.01.2015).

⁴ O Murakamim zob. <http://artradarjournal.com> (dostęp: 29.01.2015). *Superflat* to także nazwa wystawy w 2001 roku.

logicznymi. Stylistycznie najmocniej nawiązuje do *kreski* starych filmów animowanych wytwórni Warner Bros i Disney. Współpracuje z innymi artystami: muzykami, filmowcami, projektantami i wieloma ludźmi świata sztuki, jak również ze zwykłymi ludźmi nawet przypadkowo spotkanymi w czasie realizowania projektu. Organizuje na całym świecie ogromne, wielowarstwowe wystawy, wzbogacane koncertami i *performance*. W swoich pracach kreuje własną mitologię odnoszącą się do międzykulturowych archetypów i ideałów, ubierając je w popkulturową szatę, która w rzeczy samej *ma zdobić*. Pod nią skrętnie przemycia doświadczenia własnego życia, spotkane osoby, zaistniałe sytuacje, zdając się analizować problem kondycji ludzkiej oraz złożoność relacji międzyludzkich, rodzinnych oraz historycznych.

„The Door is Always Open” [Drzwi są Zawsze Otwarte]⁵ – głosi tytuł jego wystawy Basemana – i faktycznie, artysta opowiadając o własnych wystawach często nazywa je swoim domem, do którego każdy jest zaproszony, każdy może otrzymać klucz, który *nota bene* Baseman odlał w różnych materiałach, stosując jako matryce prawdziwy klucz do dawnego domu swoich rodziców. Wystawa zawierała ponad 500 obiektów, artefaktów malarstwo, fotografię, grafiki, video, rzeźby, zabawki oraz stroje (il. 2). Cała przestrzeń została specjalnie zaprojektowana: od tapet po żyrandole, obrusy i meble oraz żywe postaci, które na czele z artystą tworzyły pochód, manifestację jego sztuki.



Il. 2. Gary Baseman, *The Door is Always Open* (źródło: www.garybaseman.com)

Dla Basemana ta wystawa była czymś więcej niż zwykłą prezentacją, był to „rodzaj mitycznych wakacji i uroczystości, które znajdują wyraz w dziełach”. Jak sam mówi: „Ja nie tworzę tych postaci i mitów, one tworzą się same. Ja je tylko rysuję”⁶, a w domyśle możemy konkludować, że one już istnieją w naszej zbiorowej świadomości, dlatego każdy może mieć do nich dostęp. Wystarczy przypomnieć sobie swoje własne dzieciństwo i świat dziecięcych fantazji, które z perspektywy dorosłego człowieka mogą zyskać dodatkowy społeczny kontekst.

⁵ The Door is Always Open, Baseman (strona internetowa artysty), <http://garybaseman.com/work/door-always-open-moca-taipei/> (dostęp: 29.01.2015).

⁶ <http://blog.instagram.com/post/104758090152/141209-garybaseman>.

Artysta propaguje ideę „sztuki wszechobecnej” (*pervasive art*)⁷, która w specyficznym sposobie ujawnia społeczną i egalitarną rolę transgresywności *lowbrow* (artysta sugeruje możliwość alternatywnego zastępowania określenia *lowbrow* przez *pervasive art*). Sztuka może istnieć wszędzie: jako nadruk na deskorolce, tapeta na komputerze, grafika na telefonie, jako zabawka czy też jako obiekt w przestrzeni publicznej. Dzieła artystów prezentowane są więc głównie poza „artworldem” – w przestrzeni otwartej, ogólnie dostępnej. Jednak czy to w galerii, czy w biurze czy w przestrzeni otwartej, placówce administracyjnej, sztuka ta nadal pozostaje wierną swojej konwencji, która poprzez popkulturową inklinację jest łatwo adaptowalna, wpisując się w każde potencjalne otoczenie. Inspiracją sztuki wszechobecnej może być „wszystko”. Wszystko, co ludzkie, doświadczalne, znane wszystkim, przeznaczone dla wszystkich, wszędzie, o każdej porze dnia i nocy. *Pervasive art* w tym sensie aspiruje do rozszerzania granic sztuki lub całkowitego ich rozmycia.

Do kolejnego pokolenia czerpiącego inspiracje z ruchu *lowbrow* należy dwóch artystów z Miami: Samuel Albert Borkson oraz Arturo Sandoval III. To duet tworzący własną markę Friends With You⁸, inspirowaną językiem popkultury. Obaj artyści tworzą w nurcie postinternetowym⁹. Jest to nowa generacja twórców realizujących prace przekraczające tradycyjne granice sztuki i przekształcających jej współczesną scenę. Friends With You tworzą obiekty inspirowane kreskówkami oraz zabawkami z charakterystycznym dla nich minimalistycznym przetworzeniem głównych cech wizualnych. Jednym z pryncypialnych założeń ich sztuki jest stworzenie dla wszystkich ludzi, bez względu na pochodzenie, majątność lub wykształcenie. Instalacje są angażujące, przyciągają odbiorców do magicznego świata, gdzie granica pomiędzy wyobraźnią a rzeczywistością jest rozmywana. Zdaniem Friends With You zabawa jest narzędziem do interakcji z ich sztuką. Często organizują happeningi oraz koncerty towarzyszące projektom lub wydarzeniom. Zapraszają do współpracy innych artystów różnych mediów. Friends With You oznacza w dosłownym tłumaczeniu, że artyści „chcą być Twoimi przyjaciółmi”. Projektują wielkie „plac zabaw” składające się z ogromnych, dmuchanych balonów-postaci, które np. wprowadzane są przez wolontariuszy w ramach wielkiej parady równości i radości (projekty w przestrzeni publicznej: *Light Cave* lub *Rainbow City NYC*, il. 3).

Postinternetowa stylistyka Friends With You odnosi się do wirtualnej rzeczywistości, gdzie wszystko jest wspólne i każda informacja jest dostępna. Wraz z zacieraniem granic pomiędzy sztuką wysoką a produktem komercyjnym i przekształcaniem poważnych idei w akt zabawy działania Friends With You stają się działaniami zaangażowanymi w demokratyzowanie przestrzeni społecznej i aktywizowanie w niej jednostek do kreowania wzajemnych relacji.

⁷ <http://jonathanlevinegallery.com/?method=Exhibit.ExhibitDescriptionPast&ExhibitID=7741C6BC-3048-2BC2-F6D88E75A7C73456> oraz Gary Baseman, „Virtu”, <http://www.virtuartgallery.com/gary-baseman> (dostęp: 29.01.2015).

⁸ <http://friendswithyou.com/> (strona internetowa artystów) (dostęp: 29.01.2015).

⁹ O postinternecie zob. <http://en.wikipedia.org/wiki/Postinternet> (dostęp: 29.01.2015).



Il. 3. Friends With You, *Light Cave* (po lewej); *Rainbow City NYC* (po prawej) (źródło: www.friendswithyou.com)

Również we współczesnym projektowaniu skoncentrowanym na wyrobach użytkowych pojawiają się artyści bliscy idei *lowbrow*. Hiszpan Jaime Hayon pracuje w drewnie, ceramice, szkle, tworzywie sztucznym, metalu. Tworzy odważne meble, instalacje, obiekty oraz odzież, szukając wyzwań i nowych perspektyw w naszej codzienności. Jego stylizyka *blurred lines* (rozmyte linie albo granice)¹⁰ jest idealnym przykładem działania w przestrzeni pomiędzy sztuką a designem użytkowym. Jego korzenie jako artysty sięgają środowisk subkulturowych: *street artu* oraz kultury *skateboardingu*. W pracach można łatwo zauważyć nawiązania do sztuki *lowbrow* i pop-surrealistycznej. Prostota przedstawień, połączona z wysublimowanym kunsztem realizacji oraz perfekcyjną dbałością o szczegóły, otwiera przed nami świat wielowarstwowy: od głębokich fantazji i futurystycznych marzeń po przedmioty użytkowe oraz modę.

Artysta twierdzi: „Hybrydyczność jest wszędzie”¹¹, co przejawia się w połączeniu nowoczesnych materiałów z inspirowanymi barokowym przepychem formami mebli i żyrandoli, czy w wykorzystaniu tradycyjnej techniki wykonywania i zdobienia ceramiki dla kształtowania fantazyjnych form stworzeń rodem z bajek, kreskówek i komiksów. Przykładem transgresywnej wyobraźni twórcy może być zestawienie śmiałej, zabawnej formy kielbaski z funkcjonalnością fotela bujanego (il. 4).

W jego pracach zawarta jest radość życia, zabawa, a często pod spodem prze-mycana ironiczna wizja świata. Przedmioty poza swoim dekoracyjnym potencjałem posiadają historię i wielowarstwową opowieść. Przykładem są obiekty z cyklu *American Chateau*¹², powstałe we współpracy z Nienke Klunder. Bawiąc się odniesieniami, artysta nigdy nie gwarantuje nam bezpiecznego obcowania z przedmiotem i jego podstawową funkcjonalnością, zamiast tego wymaga większej wyobraźni i dystansu od odbiorcy, prowadząc go w „nieznane”. Zarazem użyteczność, radosna atmosfera i jednak *pop-swojskość* fantazji utrzymują zadanie interakcyjnego budowania relacji między ludźmi.

¹⁰ <http://www.dezeen.com/?s=jaime+hayon> (dostęp: 29.01.2015).

¹¹ <http://houseandhome.com/design/interview-jaime-hayon> (dostęp: 29.01.2015).

¹² <http://www.hayonstudio.com/> (strona internetowa artysty) (dostęp: 29.01.2015).



II. 4. Jaime Hayon, *Rocking Hot Dog*, z cyklu *American Chateau* (źródło: www.hayonstudio.com)

Wyrównywanie szans dostępu do kultury, transgresywne znoszenie granic, a zarazem mobilizowanie do budowania zdają się odsłaniać szczególnie prospołeczny kontekst w działaniach twórców bliskich idei *lowbrow*. Przykład Hayona ukazuje z kolei obecność w owym kontekście wątku inspiracji młodzieżowymi subkulturami.

Street art jako „wypowiedź uliczna”. Popkultura i przestrzeń społeczna

Choć *street art* i *lowbrow* to oddzielne ruchy i – wydawałoby się – różne dziedziny kultury, to mają ze sobą wiele wspólnego. Szczególnie łączy je koncepcja „sztuki dostępnej” czy to za pośrednictwem publicznej prezentacji, czy też przez tworzenie łatwo zrozumiałych komunikatów lub niedrogich produktów.

Termin *street art* zyskał popularność w okresie rozkwitu sztuki *graffiti* w latach 80. i 90. XX wieku¹³. Tworzenie *graffiti* jako kultury w tamtym okresie zbiegało się z powstaniem kultury *hip-hop*, rozwijającej się w afro- oraz latynoamerykańskiej społeczności Nowego Jorku. *Hip-hop*, jak powszechnie wiadomo, reprezentował głównie młodzież w trudnej sytuacji, bez perspektyw, która była pomijana i spychana na margines społeczeństwa¹⁴. Pierwsze przejawy *graffiti* to *tagi*, czyli podpisy, które – zamieszczane na budynkach, pociągach i wszelkiej powierzchni miejskiej miały niejako zaznaczać teren działalności ich autora. Artyści uwielbiali niebezpieczeństwo towarzyszące aktom wandalizmu – jak według prawa jest nazywane *graffiti*. Proste podpisy, wykonywane farbą w aerozolu lub markerem, ewoluowały do „dziko-skomplikowanych” (*wildstyle*), literniczych abstrakcji oraz hiperrealistycznych prac, które od sztuki dzielił już naprawdę mały krok. Ten krok wykonał *street art*, zrywając z wandalizmem i nieskończonym wzornictwem liter *graffiti*, zapożyczając jednak podstawowe techniki malarskie.

¹³ Miał wtedy inne znaczenie niż współcześnie, por. w innym obecnym znaczeniu, por. np. http://pl.wikipedia.org/wiki/Street_art (dostęp: 29.01.2015).

¹⁴ M. Sipiorka, *Bwscustoms, idea Fusion Art*, praca magisterska, ASP Kraków 2007.

Główne techniki wykorzystywane do tworzenia *street artu* to: szablon, naklejki, graffiti, *ready made*, *found object*, plakat, instalacja. W miarę rozwoju kierunku artyści zaczęli eksperymentować w obrębie bardziej wyszukanych technik, takich jak rzeźba uliczna (Banksy, Mark Jenkins), instalacje świetlne i LED-owe, projekcje laserowe (Graffiti Research Lab), *new muralism* (Blu, Etam Crew, Os Gemeos)¹⁵.

Określenia *sztuka miejska*, *post-graffiti* i *neo-graffiti*, są czasami używane w odniesieniu do dzieł tworzonych za pomocą tradycyjnego graffiti, jednak z wyłączeniem prac tworzonych nielegalnie, uznawanych jako akty wandalizmu. Artyści tworzący w nurcie *street artu* traktują ulicę jako płótno, przez które komunikują się z odbiorcami, przekazując treści często związane z problemami nurtującymi społeczeństwo. Zwracają uwagę przechodniów, stosując ogromną skalę, zaskoczenie, humorystyczne przedstawienie lub zestawienie, jaskrawą kolorystykę, oraz prowokację.

Street art nie dąży do redefinicji sztuki. Jest wyrazem potrzeby komunikowania się artystów bezpośrednio z odbiorcami, potrzeby umiejscowienia sztuki jak najbliżej zabieganego odbiorcy, tak aby móc wejść z nim w realną interakcję. Problematyka poruszana przez artystów jest najczęściej związana z głównymi bolączkami społeczeństw dużych miast. Poprzez swoisty aktywizm wizualny *street art* jest w stanie unaocznić problem ubóstwa, nierównego traktowania, komercjalizacji, globalizmu, zanieczyszczenia środowiska, alienacji jednostki itp. Uniwersalnym motywem większości prac jest również dostosowanie skali do „nośnika”, którym może być wszystko, co znajduje się na ulicy w mieście. Ma to służyć jak najlepszemu wykorzystaniu powierzchni do zaprezentowania pracy, tak aby mogło zobaczyć ją jak najwięcej osób.

Balansowanie pomiędzy *lowbrow* a *street artem* możemy zauważyć u Keitha Haringa, który zaczynał tworzyć jako student w metrze Nowego Yorku, malując na stacjach po witrynach reklamowych i oknach pociągów, tworząc m. in. *Radiant Baby* – obrazek „promieniującej” postaci, który stał się jego „logo” i który multiplikowany zamieniał się w tłum tańczących lub biegających ludzi, trzymających się za ręce lub tworzących gigantyczne *puzzle*¹⁶ (il. 5).

Postacie w jego dziełach uważane są za symbole jedności, szczęścia i pozytywnych emocji. Wchodząc z czasem do nowojorskiego świata sztuki, Haring nie zarzucał jednak stylistyki prostego i wyrazistego komunikatu rodem ze sztuki ulicznej. Jasne kolory w połączeniu z grubą markerową kreską dawały poczucie konkretnej myśli, wzoru, jasnej informacji. Tworząc murale oraz uliczne grafiki, artysta sięgał do znanych symboli popkultury, aby przekazywać swoje przemyślenia, często komentował swoje prace literalnie, krótkimi sentencjami, hasłami podkreślającymi przekaz dzieła.

¹⁵ M. Sipiora, *Bwscustoms, idea Fusion Art*, praca magisterska, ASP, Kraków 2007.

¹⁶ <https://keithharingfoundationarchives.wordpress.com/pop-culture/> (dostęp: 29.01.2015).



II. 5. Keith Haring, *Tuttomondo* (po lewej) (źródło: <http://education.francetv.fr/arts-visuels/cm1/article/tout-haring-en-une-oeuvre>), *We the Youth* (po prawej) (źródło: www.huffingtonpost.com/2013/10/16/keith-haring-mural-restored_n_4102368)

W latach 80. artysta stworzył około pięćdziesięciu metalowych rzeźb dla placów zabaw i innych przestrzeni publicznych oraz malowideł na oddziałach dziecięcych w szpitalach, symbolizujących przyjaźń i świadomą miłość, albo propagujących życie wolne od narkotyków. Jednak główną spuścizną artystycznej działalności Haringa jest założenie fundacji, która finansuje organizacje walczące z AIDS oraz programy dla dzieci. Ma ona również służyć rozpowszechnianiu twórczości Haringa poprzez wystawy, publikacje oraz licencje do obrazów i grafik. Dzięki otwartej polityce praw autorskich jego prace znajdują się w szerokim obiegu – umieszczone na koszulkach, plakatach, produktach, ubraniach. Wiele z nich jest sprzedawane w Pop Shop – jego autorskim sklepie, który mieści się w Nowym Jorku.

Zaangażowanie społeczne połączone z korzystaniem z łatwo czytelnych znaków i tekstów zaczerpniętych z kultury masowej, z użyciem różnych technik, często uważanych za właściwe dla *street artu*, oraz eksploatowaniem publicznych przestrzeni niezaliczanych do „artworldu” wydają się łączyć Haringa ze światem *street artu* i *lowbrow*, a zarazem poszerzać przestrzeń tych nurtów o instytucjonalną działalność prospołeczną, czemu sprzyja zdecydowane umieszczanie popsuprealistycznej i subkulturowej, prowokacyjno-prześmiewczej i krytycznej stylistyki na uznawanych wystawach.

Kolejnym artystą, który umiejętnie łączy *street art* ze stylistyką *lowbrow*, jest KAWS. Rozpoczął jako artysta graffiti, przemalowywał plakaty, billboardy (*ad-busting*)¹⁷, zmieniając ich przekaz. Szybko jego styl zaczął być rozpoznawalny, nawiązujący do kreskówek, postaci z bajek o Mysze Miki, rodzinie Simpsonów, postaci z reklam (*Michelin Man*), do Smerfów czy też do kreskówki *Sponge Bob Kanciastoparty*.

¹⁷ <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=ad+busting> (dostęp: 29.01.2015).



Il. 6. KAWS, *Ups and Downs* (po lewej) (źródło: www.hypebeast.com/2013/10/kaws-ups-and-downs-the-nerman-museum-of-contemporary-art-preview); *Companion* (po prawej) (źródło: www.jwilliams.tv/2013/11/kaws-exhibit-at-mary-boone-gallery)

Jego prace definiują ducha czasu, balansują pomiędzy sztuką a produkcją kultury i handlu. KAWS produkuje winylowe zabawki, ale również tworzy ogromne rzeźby (il. 6). On sam uważa, że sztuka taka nadaje kierunek budowaniu własnej tożsamości w sposób podobny do spontanicznego działania dzieci, które fetyszyzują swoje prace. Niejako w odpowiedzi, jego wystawy tłumnie odwiedzają dzieci. Jak tłumaczy sam artysta, „nie są za głupie”, by rozumieć jego sztukę¹⁸. Jednym z najbardziej znanych zwolenników i wiernych kolekcjonerów sztuki KAWS-a jest Pharrell Williams – współczesna ikona popkultury, czy Kanye West, któremu twórca zaprojektował okładkę płyty. Takie zainteresowanie twórczością artysty jest zrozumiałe, gdyż dzisiejsza popkultura nieustannie musi być „up to date” ze wszystkim, co nowe lub viralowe (popularne w internecie) – innymi słowy ze wszystkim, co ma znaczenie dla młodych odbiorców, którzy tym samym wysuwają się na pierwszy plan i zyskują zainteresowanie zarówno twórców niezależnych, którzy chcą reprezentować ich poglądy, jak i globalnego show businessu.

KAWS należy do artystów, którzy w bezpośredni sposób są w stanie dotrzeć do ogromnej publiczności, potrafią nawiązać dialog z odbiorcą, otwierając jego świadomość na współczesną sztukę. Ważnym czynnikiem towarzyszącym twórczości artysty są media społecznościowe, dzięki którym jest on postrzegany jako postać kultowa, a jego prace rozprzestrzeniają się niczym globalny mem.

Shepard Farlay balansuje na linii pomiędzy sztuką uliczną a projektowaniem graficznym, będąc zarówno artystą graffiti, jak i uznanym artystą sztuki *lowbrow*. Jak w wielu podobnych przypadkach, artystyczne korzenie Sheparda sięgają kultury *skateboardingu*. Jego pierwszy znany projekt to *Andre the Giant Has a Posse* [Andre Gigant ma Ekipę], polegający na „całkowitym zalepieniu” miasta naklejkami z podobizną amerykańskiego zapaśnika Andre. Po dwudziestu latach Farlay nawiązał do tego projektu, wykonując plakat *Hope* dla kampanii senatora Obamy¹⁹.

¹⁸ http://www.papermag.com/2013/11/kaws_is_everywhere.php (dostęp: 29.01.2015).

¹⁹ <http://www.obeygiant.com/articles/shepard-fairey-citizen-artist> (strona projektu OBEY) (dostęp: 29.01.2015).

Prace Sheparda obrazują świadomość historyczną oraz polityczną społeczeństwa, którą sprowadza on do podstawowych haseł rodem z kampanii reklamowych i medialnych. Zauważa, iż najważniejsza jest wszechobecność medium oraz prostota przekazu.

Farlay chce się angażować i przekształcać współczesne społeczeństwo swoimi działaniami, pragnie dotrzeć do jak największej liczby odbiorców, dlatego też oprócz wystaw w galeriach działa także na różnych innych płaszczyznach: posiada markę ubrań OBEY, projektuje plakaty (il. 7), okładki do płyt i wiele innych. Sam mówi, że jest to dla niego bardzo istotne, aby robić te rzeczy dla ludzi, którzy niekoniecznie znajdują sens i rozumieją sztukę elitarną, galeryjną. Uważa, że sztuka i kultura są bardzo ważne w promowaniu demokracji i wolności, tym samym sztuka powinna być demokratyczna. Wierzy, że sztuka pobudza ludzi do myślenia, dodaje optymizmu, nadziei i siły do działania.



Il. 7. Shepard Farlay, Postery (źródło: www.obeygiant.com)

Ideą *street artu* jest komunikowanie się z ludźmi za pomocą prostych metod twórczych, prostego, zrozumiałego języka artystycznego. Dostęp do obszaru działań sztuki ulicy, gdzie odbywa się wymiana myśli, jest otwarty. *Street art* ma ogromny wpływ na budowanie wspólnoty oraz tożsamości miast, gdzie tworzy wizualny dialog w przestrzeni publicznej. Usytuowanie przekazu oraz język wypowiedzi jest niezwykle ważny do wyrażenia społecznie istotnych idei. *Street art* posługuje się językiem symboli wizualnych znanych każdemu, wyraźnie ilustrując komercjalizację społeczną, interesy elit, wojnę. Są to obrazy, które uwiecznione zostają na tkance miasta, aby być dostępnymi dla wszystkich – jak dawna „Biblia Pauperum”. Popkultura staje się językiem przekazu, łatwo zrozumiałym, a przez to społecznie łączącym ludzi.

„Dostępność” jako element prospołeczny, łączący opisane przykłady

Komercyjny aspekt sztuki *lowbrow* jest nieodzowną częścią nurtu. Jednak w odróżnieniu od praktyk stosowanych przez komercyjne galerie sztuki, tutaj dostosowanie się do oczekiwań kupującego, który w tym momencie jest traktowany na

równych zasadach co publiczność, oznacza, że artyści tworzą dzieła z myślą, by były dostępne cenowo dla przeciętnego człowieka. Zrozumienie wagi obecności sztuki w naszym życiu owocuje pracami o zróżnicowanej wartości rynkowej. Prawie każdy może sobie pozwolić na własny kawałek sztuki *lowbrow*, ponieważ ceny wahają się od kilku do kilkunastu tysięcy dolarów, w zależności od nakładu oraz techniki wykonania. Artyści *lowbrow* posiadają sklepy stacjonarne, ale działają również *online*, dzięki czemu dostępność ich prac jest natychmiastowa.

Wielu bohaterów, postaci stworzonych przez propagatora sztuki wszechobecnej Gary’ego Basemana, zostało uprzestrzennionych w formie zabawek i figurek kolekcjonerskich, które wyprodukowano w krótkich, limitowanych seriach, jak *The Buckingham Warrior* czy *Secret Society*.



Il. 8. Gary Baseman, *The Buckingham Warrior* (źródło: www.garybaseman.com)

Firma Kidrobot, producent zabawek kolekcjonerskich, stworzyła postaci *Munny*, *Dunny*, *Raffy*, *Trikky* (il. 9) i zapoczątkowała prąd *toy customs* – *Do It Yourself*, czyli ozdabianie figurek przez artystów, ale też przez każdego, kto czuje taką potrzebę.

Projektowanie zabawek stało się trendem skupiającym społeczność związaną ze sztuką *lowbrow*, a niektóre z nich osiągnęły już status kultowych lub stały się pożądanymi „białymi krukami”. Mając szczęście, można je spotkać na aukcjach internetowych, do których dostęp może mieć każdy.

Keith Haring pytany o komercyjną wartość swych prac odpowiadał: „Mogę zarabiać więcej pieniędzy, jeśli tylko podniosę ceny [...] mój sklep jest przedłużeniem tego, co robię w stacjach metra – jest to przełamywanie barier pomiędzy wysoką a niską sztuką”²⁰. Tym zdaniem Haring krytycznie i prowokacyjnie podsumował kondycję rynku sztuki na świecie, zwracając uwagę na względność wartości dzieł sztuki. Jego podejście do każdego własnego aktu kreacji jest takie samo, ma taką samą wartość bez względu na cenę czy dostępność, która nie powinna być ograniczana.

²⁰ <http://www.nytimes.com/1990/02/17/obituaries/keith-haring-artist-dies-at-31-career-began-in-subway-graffiti.html> (dostęp: 29.01.2015).



II. 9. Kidrobot, Smorkin' Labbit, *Munny DIY*, *Dunny* (źródło: www.kidrobot.com)

Łatwa dostępność intelektualna działań i prac artystów *lowbrow*, pop-surrealizmu i *street artu* jest podstawą ich siły oddziaływania. Odbiorca nie musi być wykształcony, nie musi interesować się sztuką, nie musi znać jej historii, skomplikowanych koncepcji, które mogą być interpretowane jedynie przez wtajemniczonych. Przeciętny człowiek, który funkcjonuje w popkulturze, znajdzie znane symbole, znaki, odniesienia, które z łatwością będzie w stanie zinterpretować. Dzięki temu językowi symboli artyści docierają do różnych warstw społecznych.

Wielu artystów porusza problematykę społeczną, która również dotyczy ich samych, przez co stają się bardziej autentyczni. Częste odwołania do dziecięcych marzeń, świata fantazji są parafrazą ich własnego doświadczenia. Jest to doświadczenie życiowe przeciętnego człowieka, który doświadcza smutku, stresu, radości, ma własne marzenia i własne problemy, a przede wszystkim pamięta, że sam był kiedyś dzieckiem.

Relacyjność, transgresja i „Nowe Dziedzictwo” jako elementy „sztuki dostępnej”

Artyści *lowbrow* są „dostępni”, otwarci, chcą być blisko ludzi, angażują odbiorców do swoich działań. Nie tylko dzieła są dla nich ważne, ale również nawiązywanie bezpośredniego kontaktu z odbiorcą, stąd duża aktywność artystów w mediach społecznościowych, tworzenie grup wspierających wydarzenia (często *online*), konkursy i akcje. Członkowie takich grup nie tylko wspierają działania artystów, ale również siebie nawzajem. *Social media*, portale, takie jak Instagram, Twitter czy Facebook, ze swoim globalnym zasięgiem i możliwością natychmiastowego kontaktu bezpośredniego (mimo wirtualności), likwidują bariery pomiędzy ludźmi, wynikające z odległości, czasu czy nawet odrębności kultur. Artyści, komunikując się z dużą liczbą osób na całym świecie, inspirują i zachęcają do współtworzenia, do działań kolektywnych. Gary Baseman często wspomina, że zależy mu na tym, aby wyrwać z codzienności odbiorcę, zlikwidować granice, inspirować ludzi, którzy

boją się lub nie potrafią podejmować odważnych kroków w swoim życiu, którzy żyją zamknięci w swoich domach, otoczeni murem barier społecznych. Chce inspirować do *bycia sobą*, mówi: „Życie nie jest doskonałe i nie ma piękna w niedoskonałości życia”, lecz „każdy chce żyć swoim życiem, być sobą, być szczęśliwy, każdy ma poczucie wolności i chce wyrażać siebie”²¹.

Bardzo często odbiorcy utożsamiają artystów z ich pracami, ponieważ twórcy dają odczuć, że można ich poznać, uczestniczyć w ich sztuce. Wielu artystów bierze udział w konwentach *Comic Con*²², bardzo rozpowszechnionych w USA. Artyści są bardzo otwarci, rozmawiają z odbiorcami, robią licznie zdjęcia, podpisują prace, udzielają porad dotyczących tworzenia sztuki. Odbiorcy traktują ich jak „celebrytów”, ale dostępnych i otwartych dla każdego. Odbiorca może mieć odczucie obcowania nie tylko z dziełami sztuki, ale i ze sztuką w osobie artysty.

Wydaje się to realizować zasady opisywane przez Nicolasa Bourriauda w koncepcjach estetyki relacyjnej i wprost ilustrować refleksję, że „przestrzeń dzieła sztuki wyznacza relacje międzyludzkie”²³ i jest ona otwarta na subiektywność (choć też na przypadek). W taką teorię wpisuje się wyraźnie dająca się obserwować realizacja postulatu tolerancyjnego współprzebywania wolnych podmiotów. Opisywani artyści nie sprzeciwiają się gwałtownie, nie walczą, a raczej przyjmują współistnienie różnorodności.

Wszystkich artystów *lowbrow* łączy zaangażowanie w budowanie i rozwijanie wartości wspólnotowych i społecznych oraz pragnienie jak najszerszego oddziaływania i rozpowszechnienia idei ruchu (mówi się o rozprzestrzenianiu na zasadzie wirusa, ale i o „niesieniu dobrej nowiny”, która ma dawać nadzieję na „kolorową tęczę po burzy”).

Projekt Gary’ego Basemana *Mythical Creatures* [Mityczne stworzenia] miał miejsce częściowo w Polsce oraz na Ukrainie. Angażował kreatywnych artystów z różnych dziedzin, którzy zostali zaproszeni do wzięcia udziału w tym wyjątkowym wydarzeniu²⁴. Baseman odbywa podróż do ziemi swoich przodków, odkrywa ich historię oraz tajemnice swoich rodziców, którzy przeżyli holokaust. Za Basemanem podąża ekipa filmowa, która dokumentuje jego działania. Projekt był logistycznie zaplanowany, jednak dopuszczał wiele spontanicznych działań. Artysta, współpracując z otoczeniem, skupiony był na każdym detalu, każde działanie miało znaczenie, a zarazem jego niezwykle zaangażowanie „zarażało energią” i „elektryzująco” motywowało współtwórców do działania, którymi stawali się także obserwatorzy.

²¹ <http://popcurious.com/gary-baseman-interview> (dostęp: 29.01.2015).

²² http://en.wikipedia.org/wiki/Comic_Con (dostęp: 29.01.2015).

²³ N. Bourriaud, *Estetyka relacyjna*, tłum. Ł. Białkowski, Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie, Kraków 2012, s. 76.

²⁴ Własna obserwacja autorki, która uczestniczyła w projekcie. Por. też: <https://www.kickstarter.com/projects/dreamreality/gary-baseman-documentary-mythical-creatures> (dostęp: 04.02.2015).

Projekt Basemana łączył charakterystyczną dla *lowbrow* prospołeczną relacyjność, polegającą na współpracy artystów, ale i na angażowaniu się w świat odbiorców oraz włączaniu ich w tworzoną sztukę, zakładając zacieranie wszelkich granic: między sztuką wysoką i niską, między dziedzinami sztuki, a także między kulturami. Ruch, podobnie jak inne opisane zjawiska, wpisuje się w teorię „sztuki globalnej”, która według Hansa Beltinga akceptuje i dopuszcza różnorodność i wielość oraz transgresyjne przekraczanie granic pomiędzy sztuką elitarną a popularną, co wyraża się między innymi posługiwaniem się powszechnie znanym językiem zaczerpniętym z filmów, telewizji, szeroko pojmowanej popkultury²⁵. Nie ma tam jednoznacznego stylu czy konceptu, najważniejszą cechą jest różnorodność (np. regionalna, plemienna, narodowa).

Dla *lowbrow* charakterystyczna jest współpraca artystów między sobą (oznacza to także wzajemne uczenie się i inspirowaniw) oraz szczególna skłonność do wiązania się ze światem designu i markami komercyjnymi, jednak w sposób transgresyjny. Przykłady takiej współpracy (kolektywnej, ale i „kolaborującej” dla niektórych) to: Victor Castillo – odzież i marka Rebel Root; Takashi Murakami – odzież i marka Louis Vuitton; Jaime Hayon, Gary Baseman – figurka *The Guest* i marka Lladro. *The Guest* – figurka stworzona przez Jaime’a Hayona dla Lladro Atelier jest przykładem szeroko zakrojonej, długofalowej kolaboracji firmy z artystami z całego świata. Do ozdobienia i „oswojenia” porcelanowej figurki (*customization*) zaproszeni zostali tacy artyści, jak: Gary Baseman, Tim Biskup, Paul Smith oraz Devilrobots. Producenci winylowych zabawek, tacy jak Kidrobot, Toy2R, Double Punch, Mighty Jaxx, Case Study, współpracują ze znanymi artystami, przenosząc bohaterów funkcjonujących w ich sztuce na przestrzenny język zabawek i rzeźb. Gary Baseman współpracował z projektantami mody przy tworzeniu kolekcji dla marek: Swatch, Hobbs & Kent, Frau Blau oraz ostatnio dla Coach – luksusowej marki mody z Nowego Jorku. We wspomnianym projekcie wideo *Mythical Creatures* współpracował z filmowcami, takimi jak David Charles, Paul Dean, Pavlína Žipková, Shawn Kim, oraz artystami z Polski, Ukrainy oraz Łotwy. Miałam przyjemność razem z artystą Marcinem Sipiorką reprezentować Polskę w tym projekcie.

Tacy twórcy, jak Gary Baseman nie zastanawiają się nad „polityczną poprawnością” swoich działań lub ich komercyjnym czy też alternatywnym charakterem. Istotne dla nich jest dotarcie do jak największej liczby odbiorców oraz podołanie każdemu nowemu wyzwaniu – czy jest to kolekcja odzieży, film czy jakiegokolwiek inne twórcze działanie.

Dla wszystkich tych przykładów charakterystyczna jest transgresyjność międzygatunkowa i międzykulturowa oraz częsta relacja z miastem jako medium, miejscem zamieszkania, miejscem dostarczających różnorodnych usług, materiałów oraz nieograniczona swoboda w interpretacji i kreacji. W tym miejscu *lowbrow*

²⁵ H. Belting, *Contemporary Art as Global Art. A Critical Estimate*, [w:] *The Global Art World*, red. H. Belting, A. Buddensieg, Ostfildern 2009, <http://www.xzine.org/rhaa/?p=532> (dostęp: 29.01.2015).

wyraźnie spotyka się ze *street artem*. Łączą je demokratyczna dostępność i tworzenie sztuki, która jest dla wszystkich i wszędzie. Jednocześnie upublicznianie może często wykraczać poza przestrzeń miast, właściwą dla *street artu* dzięki „wszechobecnym” elektronicznym mediom.

Znamienne jest wielkie zainteresowanie tego typu sztuką w Azji, gdzie panuje surowy sposób wychowania. Na przykład w Pekinie, gdzie nie ma ogólnie dostępnych placów zabaw dla dzieci, których wychowywanie skierowane jest na przyszłą karierę, może budzić podziw i ogromne zainteresowanie sztuka, przypominająca o wolności dziecka bawiącego się w kolorowej przestrzeni, przeżywającego przygody i odkrywającego nieznanne światy.

W twórczości artystów *lowbrow* można wreszcie zauważyć swoiste pragnienie poznania własnej tożsamości, źródeł i korzeni, a zarazem wykorzystania tego dziedzictwa w nowy sposób, w nowych, przekraczających granice relacjach²⁶. Wiele osób chętnie łączy się w grupy, znajdując podobieństwa w zainteresowaniach i stylistyce własnej twórczości, wzajemnie się wspierając, inspirując, tworząc międzynarodowe „rodziny”, łączące się na podstawie podobnych doświadczeń i wspomnień. Tworzą się w ten sposób nowe, hybrydyczne, postmodernistyczne, otwarte tożsamości, połączone technologiczną pajęczyną.

Konkluzja

Analizując powyżej przedstawione przykłady, można skłaniać się do wyodrębnienia osobnego zjawiska artystycznego, którego główną cechą jest „dostępność”. Nurt ten łączyłby wyraźne otwarcie na kontekst społeczny i relacje międzyludzkie oraz zakładał codzienną użyteczność²⁷. Równie wyrazistymi cechami byłyby: wielopłaszczyznowa transgresyjność, w szczególności dotycząca przekraczania granicy między „sztuką wysoką”, „artworldem” i sztuką niską, subkulturową oraz użytkową i komercyjną, a także udział w tendencji kreowania Nowego Dziedzictwa dzięki wykorzystaniu możliwości cyfrowych, globalnie „wszechobecnym” mediów oraz powszechnej zrozumiałości popkulturowych znaków. Być może opisane przykłady nie tworzą zwartej całości albo też zawłaszczone zostają przez dotychczas funkcjonujący akademicki dyskurs, jak dzieje się to z *graffiti* i *street artem*. Być może też, jak

²⁶ Por. tamże. W postmodernistycznej „globalnej wiosce” zmienia się rozumienie pojęcia dziedzictwo, przy wykorzystaniu nowych mediów i ich technologii. Przekraczany, „przesuwany” jest jego kontekst historyczno-geograficzno-językowy odpowiednio dla tworzących się wokół konkretnych zainteresowań doraźnych grup. To, co pozostało z „dawnego” dziedzictwa, stanowi podwaliny pod nową „postbiologiczną cybertożsamość”, której obce są kulturowe czy społeczne podziały. Hans Belting pisze o nowym dziedzictwie i o tym, że można artystycznie animować medium, by „na powrót przyjąć od niego nasze własne obrazy” i uświadomić sobie ich swoistą autonomię. Zarzut poczucia wykorzenienia, ciągłego kwestionowania własnego miejsca i nomadyczna multikulturowość zostają zaakceptowane i zaczynają służyć jako konstrukt nowożytnej świadomości.

²⁷ Por. A. Żmijewski, *Stosowane sztuki społeczne*, „Krytyka Polityczna” 2007, nr 11/12, s. 14–24.

zauważyła Abby Hertz, termin *lowbrow* powinien być używany tylko do opisywania jego wpływu jako ruchu kulturowego, a nie wobec artefaktów sztuki²⁸. Niemniej jednak prowokowanie dyskusji o granicach w kulturze i o wartości, oryginalności, unikatowości i autentyczności, a przede wszystkim działanie twórcze w przestrzeni relacji międzyludzkich, krytyczne wobec poczucia supremacji, materializmu czy wobec zwykłego blichtru, niwelujące jednak elementy konfliktu, warte jest uwagi właśnie w kontekście rozważań o sztuce społecznej.

Bibliografia

- Belting H., *Contemporary Art as Global Art. A Critical Estimate*, [w:] *The Global Art World*, red. H. Belting, A. Buddensieg, Ostfildern 2009.
- Bourriaud N., *Estetyka relacyjna*, tłum. Ł. Białkowski, Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie, Kraków 2012.
- Sipiora M., *Bwscustoms, idea Fusion Art*, praca magisterska, ASP Kraków 2007.
- Williams R., *The Lowbrow Art of Robert Williams, Last Gasp*, San Francisco 1979.
- Żmijewski A., *Stosowane sztuki społeczne*, „Krytyka Polityczna” 2007, nr 11/12.

Źródła internetowe

- <http://www.xzine.org/rhaa/?p=532> (dostęp: 29.01.2015).
- http://www.spacejunk.tv/v4/index.php?option=com_flexicontent&view=items&cid=38%3Aabout-spacejunk&id=500%3Apop-surrealism&Itemid=161&lang=en (dostęp: 29.01.2015).
- <http://pl.wikipedia.org/wiki/Mainstream> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://artradarjournal.com> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://garybaseman.com/work/door-always-open-moca-taipei/> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://blog.instagram.com/post/104758090152/141209-garybaseman>.
- <http://jonathanlevinegallery.com/?method=Exhibit.ExhibitDescriptionPast&ExhibitID=7741C6BC-3048-2BC2-F6D88E75A7C73456>, <http://www.virtuartgallery.com/gary-baseman> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://friendswithyou.com/> (strona internetowa artystów) (dostęp: 29.01.2015).
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Postinternet> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://www.dezeen.com/?s=jaime+hayon> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://houseandhome.com/design/interview-jaime-hayon> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://www.hayonstudio.com/> (strona internetowa artysty) (dostęp: 29.01.2015).
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Street_art (dostęp: 29.01.2015).
- <https://keithharingfoundationarchives.wordpress.com/pop-culture/> (dostęp: 29.01.2015).
- <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=ad+busting> (dostęp: 29.01.2015).
- http://www.papermag.com/2013/11/kaws_is_everywhere.php (dostęp: 29.01.2015).
- <http://www.obeygiant.com/articles/shepard-fairey-citizen-artist> (strona projektu OBEY) (dostęp: 29.01.2015).

²⁸ <http://afewreviews.blogspot.com/2014/07/intro-to-lowbrow-art-for-dummies.html> (dostęp: 29.01.2015).

<http://www.nytimes.com/1990/02/17/obituaries/keith-haring-artist-dies-at-31-career-began-in-subway-graffiti.html> (dostęp: 29.01.2015).

<http://popcurious.com/gary-baseman-interview> (dostęp: 29.01.2015).

http://en.wikipedia.org/wiki/Comic_Con (dostęp: 29.01.2015).

<https://www.kickstarter.com/projects/dreamreality/gary-baseman-documentary-mythical-creatures> (dostęp: 04.02.2015).

<http://afewreviews.blogspot.com/2014/07/intro-to-lowbrow-art-for-dummies.html> (dostęp: 29.01.2015).

„Available Art” according to Author’s Definition. *Lowbrow and Street Art*

Abstract

The purpose of this article is to present interpenetrating movements *lowbrow and street art* which imply different types of creative approaches as a result of acting on contemporary art, awarding main features in social context and providing internal relations and their impact on both creators and consumers.

Lowbrow and street art as connective movements between high art, exclusive art world and low brow art, subcultures, design and commercial art vividly highlight their impact on widely understood modern culture. Described artistic approaches and characteristics of chosen representatives of movements mentioned above explain the still undervalued, colorful diversity of the lowbrow movement as well as underline its highly influential role in shaping the new, intercultural and intermedial approach in understanding the art of XXI century.

Key words: lowbrow, pop-culture, post-Internet, street art, accessible art, popsurrealism, Gary Baseman, Keith Harring

Nota o autorze

Natalia Kopytko urodziła się w 1981 r. w Brzesku. Dorastała w Łysej Górze. W latach 2002–2007 studiowała na Wydziale Rzeźby Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie oraz w Univer-sidad Politecnica De Valencia, Facultad De Bellas Artes w Hiszpanii. Dyplom z wyróżnieniem, w pracowni Prof. Józefa Murzyna. Pracuje w różnych mediach: ceramice, plastiku, tkaninie, tworzy krótkie filmy eksperymentalne. Od 2010 r. współtworzy z Marcinem Sipiorą Diploo Studio – autorską pracownię ceramiki. W głównym polu zainteresowań twórczych oraz poszukiwań jest popkultura. W 2012 r. uczestniczyła w Międzynarodowym Sympozjum w Drewnie w Mugli w Turcji. W 2014 r. brała udział w projekcie „Mythical Creatures” Garego Basemana. Na swoim koncie ma liczne wystawy grupowe i indywidualne oraz publikacje, z których najważniejsze to publikacja w wydawnictwie Art Power z Hong Kongu – MATERIAL + CREATIVE PRODUCTS 2013, oraz publikacja w wydawnictwie z Barcelony Monsa, ART OF CERAMICS. 2014. Obecnie studiuje na dziennych studiach doktoranckich na Wydziale Sztuki Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.