

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura II (2011)

Agnieszka Ogonowska

Współczesny świat w obiektywie

Marcina Maciejowskiego: realizm medialny

Przedmiotem artykułu jest analiza twórczości malarskiej Marcina Maciejowskiego w kontekście jej związków intermedialnych, ze szczególnym uwzględnieniem fotografii. Artysta urodził się 14 czerwca 1974 roku w Babicach koło Krakowa. Studiował na Wydziale Architektury Politechniki Krakowskiej, przerwał jednak studia po trzecim roku i kontynuował swoją edukację na Wydziale Grafiki krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych. W latach 1996–2001 był członkiem Grupy Ładnie, w jej skład wchodził także: Rafał Bujnowski (rocznik 1974), Marek Firek (rocznik 1958 – wykładowca PK), Wilhelm Sasnal (rocznik 1972) oraz Józef Tomczyk ps. „Kurosawa” (artysta amator i model na krakowskiej ASP, ur. 1941 – zm. 2006). Grupa inspirowała się neodadaizmem, działalnością Łodzi Kaliskiej oraz wrocławskiego Luxusu. Jej członkowie wydawali własny art zin, najpierw pt. „Pismo w Poniedziałek”, następnie „Pismo we Wtorek” i w końcu „Słynne Pismo we Wtorek”. Na jego łamach propagowali m.in. ideę sztuki sprzedajnej, publikowali reklamy dzieł członków grupy wraz z cennikami, propagowali tezę, iż tworzenie sztuki wynika z nudy, a zajmowanie się działalnością artystyczną jest niepoważne. W ten sposób prowadzili otwartą polemikę z mitem modernistycznego artysty – wizjonera, któremu przyznaje się specjalną pozycję społeczną, wynikającą z wykonywanego zawodu – powołania. Jak pisze Karol Sienkiewicz (2007):

Malarstwo członków Grupy Ładnie określane terminami banalizm (podobnie jak wcześniej określano literatów urodzonych w latach siedemdziesiątych) czy popbanalizm (określenie wprowadzone przez pismo „Raster”), stanowiło reakcję na kapitalistyczną rzeczywistość Polski po 1989 roku. Cechą łączącą ich obrazy były tematy zaczerpnięte z potocznej codzienności, także z gazet, kolorowych magazynów, reklam, telewizji. Chętnie sięgali po estetykę kiczu i reklamy, strategię ironii. W tym czasie Marcin Maciejowski przemałowywał zdjęcia z prasy (uzupełniane tekstem), Bujnowski tworzył „Obrazy-przedmioty” (1999–2002) i prowadził Galerię Otwartą na trzech billboardach w centrum Krakowa (od 1998 roku), Sasnal między innymi narysował komiks „Życie codzienne w Polsce w latach 1999–2001” (wydany przez Galerię Raster w 2001 roku), a Firek umieszczał na swych płótnach proste rebusy. Jako ich wspólną akcją malarską potraktować można jedynie przygotowanie kampanii reklamowej rozgłośni radiowej

Radiostacja na zlecenie agencji d'Arcy. Stanowiło ją dziewięć ręcznie malowanych billboardów, które zawisły na ulicach Krakowa.

Po rozwiązaniu Grupy Ładnie każdy z jej członków (może za wyjątkiem Józefa Tomczyka „Kurosawy”) rozpoczął indywidualną ścieżkę artystyczną. Mimo że sami zainteresowani traktują ten etap wspólnej działalności bardziej w kategoriach grupy towarzyskiej aniżeli artystycznej, krytycy sztuki analizując obrazy Maciejowskiego wciąż powracają do tego epizodu w jego karierze zawodowej.

Twórczość Marcina Maciejowskiego ma charakter intermedialny; artysta w sposób oczywisty nawiązuje do poetyki i estetyki: komiksu, reklamy komercyjnej, plakatu socrealistycznego, malarstwa realistycznego, obrazów Andrzeja Wróblewskiego, tabloidu, filmu dokumentalnego, programu telewizyjnego, katalogów mody, graffiti czy w końcu fotografii, zarówno prasowej, reklamowej, jak i pocztówkowej. Przykładem „typowego” dla jego twórczości obrazu nawiązującego do estetyki „zdjęcia z wakacji” jest choćby obraz „Ustka” z 2007 roku, klasyczne ujęcie wspomnieniowe: postaci nie mają twarzy, ale zostały utrwalone specyficzne dla tego regionu atrybuty: statek i kapitan (również pozbawione cech indywidualnych, wyróżniających, to raczej znaki-indeksy konkretnego miejsca). Co warto podkreślić, dzieło to również dokumentuje epizod (wyjazd do Ustki) członków Grupy Ładnie¹, jest zatem elementem narracji autobiograficznej. Trzeba zauważyć, że maniera malowania postaci bez twarzy towarzyszy Maciejowskiemu na wielu obrazach, co jednak nie powoduje, że są one nierozpoznawalne. Niekiedy pozbawienie oblicza ma dodatkowe symboliczne znaczenie, tak jak w przypadku dzieła przedstawiającego Adolfa Hitlera w towarzystwie Leni Riefenstahl lub każdej z tych postaci osobno, prace: *LR* (Leni Riefenstahl) oraz *Balkon* (Adolf Hitler).

Niektóre prace mają wręcz charakter kolażu, w których łączą się elementy różnych przekazów medialnych na prawach *foundfootage*. W jego pracach spotykamy się ustawicznie z praktyką odrzucenia portretowania świata „jako takiego” na rzecz przyglądania się jego wizualnym i audiowizualnym obrazom, obecnym w systemie/ w systemach kultury i łatwo rozpoznawalnym przez odbiorcę. Obrazy Maciejowskiego pośrednio odwołują się także do tematu koegzystencji starych i nowych mediów (np. odpowiednio: malarstwa, rzeźby oraz fotografii, filmu, telewizji), a także współistnienia różnych poziomów i obiegów sztuki (np. sztuka artystyczna vs sztuka użytkowa, jaką z pewnością są przynajmniej niektóre reklamy). Dzieła te można postrzegać w kategoriach specyficznych ekranów, o których pisał Lev Manovich w *Języku nowych mediów*, lecz w tym przypadku podział na tzw. ekrany statyczne i dynamiczne ulega problematyzacji. Obrazy Maciejowskiego to oczywiście przekazy statyczne i niezmiennające się w czasie, ale trzeba pamiętać, że w wielu z nich (w zależności od tematyki) została unieruchomiona – niby w obiektywie fotografa – współczesna sfera przedstawień medialnych. Mamy zatem do czynienia z ekranem o podwójnej soczewce; z portretem portretu, z podwójnie zapośredniczoną reprezentacją świata.

Maciejowski nie ukrywa swoich inspiracji, wydaje się raczej, że poprzez swoją twórczość próbuje ukazać siłę zmedytowanego, a czasem symulakrycznego

¹ Informacja na podstawie wykładu *Realizm, alegoria, historia sztuki – malarstwo Marcina Maciejowskiego*, towarzyszącego wystawie *Tak jest. Marcin Maciejowski*, dr Andrzeja Szczerskiego w Muzeum Narodowym w Krakowie.

wymiaru naszej rzeczywistości. Artysta zwraca uwagę na negatywne konsekwencje ideologii społeczeństwa konsumpcyjnego, w którym różne sfery i wymiary konsumowania utożsamiane są z obszarem wolności, podczas gdy – jak wskazuje autor choćby w swoich pracach poświęconych ikonom kultury różnych poziomów lub celebrytom – często dochodzi do uprzedmiotowienia ludzi. Stają się oni elementem rynku, atrakcją na kiermaszu popularnych rozrywek, komponentem medialnego spektaklu.

Z kolei wyostrzony zmysł obserwacyjny każe mu przejmować różne elementy rzeczywistości codziennej, które w ramach kadru obrazu zyskują nowy status; w wielu przypadkach obraz „rozkłada” się na pojedyncze, symetryczne kadry, w których uwieczniono zdarzeniowość, a więc narrację rozciągającą się w czasie. Ta maniera lokuje jego dzieła blisko popartu. W niektórych pracach pojawia się połączenie dwóch wymiarów temporalnych, będących z perspektywy odbiorcy dwoma punktami na osi czasu oznaczającego przeszłość. W pracy *Byliśmy szczęśliwi* (2002) widzimy na jednej płaszczyźnie obrazu dziewczynę po zażyciu tabletek (najprawdopodobniej próba samobójcza jako wynik nieszczęśliwej miłości) oraz powyżej tę samą postać siedzącą na kolanach zakochanego wówczas mężczyzny. Maciejowski odwołuje się zatem do zdolności konceptualnych odbiorcy, który na podstawie informacji przekazanych przez obraz (coś na kształt sjużetu) potrafi bez trudu zrekonstruować fabułę. Niekiedy malarz wykorzystuje swoje doświadczenia z zakresu architektury, gdy na płaszczyźnie dzieła łączy rzuty budowli z „fotograficznymi” zbliżeniami ich wybranych elementów; tak dzieje się np. w pracy *Kaplica Sykstyńska* (2005). Dzięki tym strategiom (m.in. wykorzystania tzw. infografik) Maciejowski podejmuje w swoich pracach jeszcze jeden problem: zagadnienie intermedialności. Intermedialność „funkcjonuje” w jego dziełach na kilku płaszczyznach:

- po pierwsze, przenosi on temat z jednego medium w drugie (np. z fotografii prasowej w przestrzeń obrazu malarskiego); w ten sposób ukazuje znaczenie środowiska, w którym funkcjonuje przekaz na poziomie fabularnym, dla jego interpretacji. Zupełnie inaczej dekodujemy zdjęcie z tabloidu aniżeli ten sam komunikat uwieczniony na płótnie, a na dodatek upubliczniony w przestrzeni muzealno-galeryjnej; kontekst ekspozycji odgrywa niebagatelną rolę w procesie interpretacji przekazu;
- po wtóre, w kompozycji korzysta i wyraźnie inspirowane jest estetyką innych mediów elektronicznych, reklamą, komiksem, a także rzeźbą i architekturą; posiłkując się kodami obcymi dla malarstwa sytuuje swoje dzieła w przestrzeni „pomiędzy” różnymi rozwiązaniami estetycznymi i komunikacyjnymi. Stąd jego prac nie można analizować poprzez tradycyjne kategorie estetyczne: piękno, brzydota, tragiczność (wartości mocne) czy zabawność, banalność, świeżość (wartości słabe), nie wyczerpują one bowiem całkowicie charakteru tych dzieł. Ich wielowymiarowość polega również na tym, że niezależnie od prymarnego statusu (są dziełami sztuki) stanowią także istotny element współczesnej kultury wizualnej, a także źródło istotnych informacji socjologicznych (m.in. na temat kondycji polskiego społeczeństwa).

Niekiedy artysta stosuje strategię kompozycyjną, która przypomina poetykę opowieści transmedialnej opisywanej przez Henry’ego Jenkinsa (2007: 93–129), np. w dziele *Jak tu teraz żyć?*. W środku tego specyficznego opowiadania autor

umieszcza czarno-biały billboard przedstawiający typową polską rodzinę siedzącą przy stole. Na tę medialną narrację składają się także m.in.: film *Lalka* w reżyserii Ryszarda Bera z 1977 roku, plakaty teatralne, okładki „Przekroju” i zagranicznych czasopism poświęconych współczesnej sztuce. Estetykę popartu widać z kolei wyraźnie w tych obrazach, które nawiązują do wizerunków słynnych osób (np. modelki Claudii Schiffer – podpis „Naturlich Blond” czy pięściarza Andrzeja Gołoty – odpowiednio napis „Gołota Polak ze złota”) i znanych filmów światowego kina; tak dzieje się w bliźniaczo skomponowanych narracjach malarskich, które przypominają także fotoreportaże złożone z 9 zdjęć (kadrów). Z taką sytuacją spotykamy się w obrazach: *Michael i Apolonia Corleone*, 2003 (*Ojciec chrzestny I*); *Myślisz, że pozwolę Ci odejść?*, 2005 (*Ojciec chrzestny II*); *Chcę z Tobą porozmawiać*, 2004 (*Człowiek z blizną*); *Nigdy nie pytaj mnie o interesy*, 2005 (*Ojciec chrzestny I*). Tendencje popartowskie widać może jeszcze lepiej w cyklu *VIP*, w którym autor przygląda się współczesnej rzeczywistości popkulturowej oraz światu celebrytów; tu liczy się forma, gustowne opakowanie – kostium, specyficzny blichtr. Dzieła te można również analizować w odniesieniu do założeń estetyki konsumenckiej, jako jej swoistą krytykę. Maria Gołaszewska z perspektywy estetyka zauważa: „Liczy się tu «gust»” powszechnego, masowego odbiorcy – nie o piękno wszak chodzi, lecz o użyteczność praktycznej rzeczy. Także człowiek zostaje w pewnym stopniu urzeczowiony, gdy poddaje się zabiegom fryzjera, stylisty makijażu, wizażysty czy kreatora mody” (Gołaszewska 2001: 207).

Dlatego obraz *VIP (A.H)* (2008), przedstawiający kobietę bez twarzy w czerwonej sztywnej sukience, opatrzony został przez artystę komentarzami: „Kogo kryje inicjał? Co to za różnica”. Można by dopowiedzieć: współczesna kultura konsumpcyjna tworzy określone zestawy propozycji, w które jedynie można wtłoczyć własną osobowość.

Nawiązania medialne, także w formie komentarza do powszechnych praktyk powielania, kopiowania, przejmowania istniejących już obrazów, również na pracach remiksu, są dostrzegalne w cyklu *Nie kopiować*; tu pojawiają się dwa dzieła: *Nie kopiować, BB* (2006) i *Nie kopiować, CC* (2006), które są w istocie skopiowanymi z sieci obrazami słynnych aktorek – ikon światowej kinematografii i bogiń seksu: Brigitte Bardot i Claudii Cardinale.

Niczym fotograf Maciejowski eksperymentuje także z różnymi punktami widzenia rzeczy, a przez to zwraca uwagę na sam język mediów (zarówno zdjęć, jak i obrazów malarskich, których jest autorem). To widać wyraźnie na niektórych obrazach, by wspomnieć choćby: *Bez tytułu (Lidka góra)* (2006) i *Bez tytułu (Lidka dół)* (2006). Podtytuły wskazują na sposób portretowania postaci, ujmowania jej w ramach kadru obrazu; gdyby nie użycie imienia bohaterki tych przedstawień, sposób jej ujęcia (płaski, schematyczny, statyczny) sprawia, że mogłaby być to każda młoda dziewczyna o podobnym wyglądzie.

W niektórych pracach przedstawia ludzi i przedmioty codziennego użytku wręcz z werystyczną dokładnością: tak jest na obrazach *Grający w karty* (2009), *Pijąca piwo* (2009), *07.15 (wg „Dwanaście” M. Świetlickiego)* (2008), *Akhalgori* (2009), które zbliżone są do rozwiązań charakterystycznych dla fotorealizmu, nurtu w malarstwie XX wieku dążącego do przedstawiania rzeczywistości z jak największą precyzją. W założeniach fotorealizmu dostrzec można również nawiązania

do popartu w związku z pragnieniem przedstawienia na płótnie nieprzekłamaney, wręcz hiperrealistycznej rzeczywistości. Podobnie jak Maciejowski, również amerykańscy przedstawiciele tego nurtu wykorzystywali fotografię jako punkt odniesienia dla tworzonych przez siebie dzieł.

Wyraźne nawiązania do poetyki, estetyki, a nawet logiki różnych mediów, np. filmu, oper mydlanych czy gier komputerowych, łatwo dostrzec w pracach *Kuzynka naszego dyspozytora (Pociągi pod specjalnym nadzorem)* (2008), a także korespondujących ze sobą ze względu na „telewizyjną” tematykę *Lucecita wyznaje Gustawowi* (2000) oraz *Lucecita* (2000). Można zresztą te prace potraktować jako specjalne fototy filmowe czy telewizyjne ukazujące „klimat” dzieł, do których się bezpośrednio odnoszą. Wyraźnym nawiązaniem do klasycznej kompozycji filmowej, charakterystycznej choćby dla kina hollywoodzkiego, a współcześnie spotykanej w telewizyjnych serialach fabularno-dokumentalnych jest podpis, a zarazem tytuł obrazu: *Do 1913 roku ten dom...* (2008). Na dole ekranu widnieje tekst w języku angielskim: „Untile 1913 this house would be his favourite place. The local motifs will enrich many of his paintings”. Można go uznać za ujęcie ustanawiające (jeśli za kontekst interpretacyjny przyjąć rozwiązania filmowe) lub odpowiednik podpisanej fotografii, gdzie komentarz pozwoli lokować zdjęcie w pewnym kontekście precyzującym charakter miejsca akcja. Nawiązania do konwencji gier komputerowych dostrzec można w obrazie *Widok z lufą karabinu* (2002), gdzie widz patrzy na budynki (prawdopodobnie obozu koncentracyjnego) z pozycji snajpera, żołnierza ostrzeliwującego, pilnującego terenu. Mamy zatem do czynienia z pewną formą przemocy ikonicznej, odbiorca obrazu jest zmuszony do przyjęcia pozycji wyznaczonej mu arbitralnie przez malarza. Jest to pozycja voyeur, który chcąc nie chcąc patrzy na wydarzenie i identyfikuje się poznawczo ze stroną okupanta, prześladowcy, a z pewnością żołnierza. Widz czuje tu wyraźnie, że jest elementem zamkniętej rzeczywistości świata obrazu, znaczenie realnego miejsca jego usytuowania zanika wobec tej formy doświadczenia, którą narzuca mu artysta. Uczucie bycia podglądaczem staje się udziałem wielu czytelników tabloidów, za pośrednictwem zamieszczonych tam fotografii wkraczamy w sferę różnie definiowanych prywatności. W tym konkretnym obrazie chodzi o coś więcej i o coś innego: tu voyeurizm wynika przede wszystkim z przyjętej pozycji obserwatora wydarzeń, a nie z tematyki obrazu.

Postawa twórcza artysty oscyluje między pozycją kronikarza bieżącej rzeczywistości a jej komentatora. Maciejowski nie jest współczesnym malarzem historycznym, nie podejmuje tematów tzw. wielkich (sytuuje się bliżej popbanalizmu), koncentruje się raczej na mikronarracjach malarskich odkrywających nadzieje, postawy, stereotypy Polaków po roku '89. Jak pisze Violetta Sajkiewicz na łamach „Dekady Literackiej”:

polski model konsumpcjonizmu przypomina raczej realia zachodnich społeczeństw z przełomu lat 50. i 60. XX wieku niż współczesnych państw przemysłowych. W sferze konsumpcji nie dotarła jeszcze do nas (lub dotarła w minimalnym stopniu) moda na zbieranie wrażeń. Polscy konsumenci pozostają ciągle, o czym przypomina twórczość Sławomira Shutego, na etapie gargantuicznego pochłaniania tanich dóbr. Różnego rodzaju namiastek, którymi zachłyśnięli się na początku lat 90. Mogłem – pisze Shuty – umrzeć z przejedzenia. [...] Potrafiłem [...] jeść bez ustanku, różne szmatławce jeść, różne kolorowe gówna pić i oglądać o podobnej wartości kalorycznej programy telewizyjne na

kablówce lub uganiać się po korytarzach w jakiejś prymitywnej grze video”. Ziszczenie się marzeń, by „napić się kuli za wszystkie czasy” i zobaczyć jak najwięcej kreskówek Disneya, nie przyniosło zaspokojenia. Okazało się, że im bardziej feeryczny jest konsumpcjonistyczny spektakl, tym szybciej można się nim znudzić. Choćby dlatego, że w poddanej standaryzacji, zmakdonaldyzowanej rzeczywistości wszystko jest przewidywalne, płaskie i oczywiste. Nie ma w niej miejsca na karnawałowe przekraczanie norm, magię i tajemniczość, a wzrost różnorodności kultury, paradoksalnie, pogłębia jej jednorodność (Sajkiewicz 2005).

O jednorodności postpopu przypomina właśnie twórczość Maciejowskiego: autor czerpie tematy z uniwersum medialnego, a w swoich pracach odzwierciedla zainteresowania przeciętnego Polaka: płaski świat jego marzeń, potrzeb i wyobrażeń na temat wolności, autonomii, demokracji. Jego twórczość unieważnia także granicę między różnymi poziomami sztuki, wszystko w jego pracach istnieje **obok siebie**: i genialny Kantor, i ojciec dyrektor z Torunia. Nie ma już hierarchii, a zatem nie istnieje możliwość waloryzowania technik, tematów, a wartość dzieła sztuki wyznaczają rynek, media i moda, nowatorska forma ekspozycji. Komunikatywność jego dzieł bazuje na związku z obrazami produkowanymi w ramach polskiej mediasfery, które są rozpoznawalne dla przeciętnego widza.

Pierwsza z wymienionych postaw (kronikarza rzeczywistości) przejawia się w łatwo rozpoznawalnych relacjach referencyjnych: między światem obiektywnym a jego malarskim portretem istnieje relacja podobieństwa, czasem na poziomie ikonycznym, rzadziej na poziomie indeksalnym. Maciejowski z materii rzeczywistości wyławia fakty i mikrowydarzenia komentowane właśnie w innych popularnych mediach, głównie kolorowej prasie i telewizji; epatuje atrakcyjnością przeżywanych niegdyś przez opinię publiczną news'ów, które w jego pracach nabierają nowych znaczeń i wartości (stają się elementem nie tylko pamięci obrazów świata wydarzeń, ale pamięcią ludzi i pokolenia, które było świadkami i uczestnikami tych wydarzeń). Jak pisze André Rouillé (w książce poświęconej fotografii): „Rzeczywistość i obraz nie są ze sobą zestawione *face-à-face* w binarnej relacji przyciągania. Pomiędzy rzeczywistością i obrazem znajduje się nieskończona liczba innych obrazów, niewidocznych, lecz działających, które tworzą wizualny porządek, narzucając ikoniczne zalecenia i estetyczne schematy”. (2007:12). Malarz patrzy na rzeczywistość przez pryzmat fotograficznych, filmowych, telewizyjnych jej reprezentacji, podkreślając zmediatyzowany charakter współczesnych kontaktów człowieka ze światem.

Druga postawa twórcza – komentatora rzeczywistości – wyraża się zarówno w sposobach ujmowania tematu (analiza hermeneutyczna w ujęciu Piotra Sztompki), jak i w rzeczywistych komentarzach do obrazów ujętych w formie komiksowych dymków czy podpisów na powierzchni obrazu lub zamieszczonych obok tytułów. Zarówno te ostatnie, jak i sama tematyka dzieł malarza nie pozostawia odbiorcy dużo miejsca na swobodną interpretację; nie jest to bowiem sztuka oparta na aluzji i niedopowiedzeniu, ale na figurze myśli autora odwołujących się bezpośrednio do dobrze znanych faktów społecznych i politycznych. W twórczości tej sporo miejsca zajmują także problemy ogólne, dotyczące życia Polaków współcześnie, jak: konsumpcja, bieda, religijność, stosunek do polityki czy relacje międzyludzkie. Ukazuje wydarzenia historyczne w konwencji infografiki, przez co tworzy wrażenie banalizacji tematów wielkich. Historia, zwłaszcza najnowsza,

jest często sprowadzana do kilku plam i kilku kresek, dzięki którym dokonujemy jednak bezbłędnego rozpoznania postaci i wydarzeń. „Szczątkowość” tych przedstawień odpowiada także strategii traktowania jej przez nowe media (np. wikipedię czy telewizję, która przekształca Historię w medialne opowieści: *media-story*). Maciejowski podkreśla w tych pracach współczesne patrzyenie na wydarzenia przeszłe, rolę ich interpretacji z punktu widzenia współczesnego uczestnika kultury, a także – pośrednio – wskazuje na konwencjonalny charakter wszelkich przedstawień, także realizmu.

Specjalne miejsce znajduje w twórczości artysty powinowactwo z fotografią. Te współzależności można rozpatrywać na poziomie funkcjonalnym i estetycznym. Podobnie jak fotografia (zwłaszcza prasowa, którą Maciejowski się silnie inspiruje) jego dzieła są pewnym (ideologicznym i subiektywnym, jak zawsze w przypadku przekazów medialnych) zapisem rzeczywistości widzianej z określonej perspektywy. Po wtóre – wykorzystuje w swoich pracach kody obrazowania charakterystyczne dla przekazów fotograficznych, a także podejmuje charakterystyczne dla tego medium dylematy etyczne, np. związane ze sferą prywatności, intymności, tabu oraz aktami twórczej transgresji, a także zwykłej fotoreporterskiej pogoni za sensacją. W wywiadzie udzielonym Marcie Karpińskiej (2010) artysta wyznaje:

Tematy pobierałem z gazet. Taka psychologia dla gospodyń – żeby dzieci nie widziały takich scen. Każdy artykuł ilustrowało pozowane zdjęcie, że mąż na przykład krzyczy na żonę. Po wystawie „Popelita” w Bunkrze w zeszłym roku, pani szatniarka z Bunkra, miała tam mnóstwo takich gazet i dała mi je wszystkie. Z każdej gazety brałem jeden temat psychologiczny.[...]

Tu na przykład mam zdjęcia z filmu „Trainspotting”. A tutaj osobny plik „Obciach fryzury” – niektóre już namalowałem. Znalazłem to w internecie. Tutaj „Kibice stadionów”. Tu właśnie to nagrałem z telewizora, no z tych stop klatek powstał komiks. Inny plik: „Elżbieta Jaworowicz”. To z filmu nagranych z telewizji pt. „Pogarda”. Tu inny temat: „Książdz łobuz” – reportaż z TVN. Powstał z tego obraz: „Zbeczczęściliście moje szaty”. Tu jeszcze mam plik z Papieżem. O tych kremówkach malowałem dla „Przekroju”. Chcę namalować nowe obrazy o Papieżu, tu mam zdjęcia z gazet, tu jak wysiada z samolotu. Może jeszcze skorzystam z jakiegoś albumu o Papieżu. A tutaj mam sfilmowane koleżanki. A tu Józek Kurosawa. Tu na tle zachodu słońca, a tu zawinięty w ten śpiwór wygląda, jakby go Christo zapakował. A tu Małysz. W zesłą zimę cały czas grałem w komputerową grę o Małyszu. No i muzyka, to jest dopiero inspiracja – zespół Boys. O tu są jeszcze zdjęcia z mojego ślubu - niektóre, aż się proszą, żeby je namalować.

Twórczość malarska Maciejowskiego jest z pewnością narracyjna i figuratywna, przez niektórych krytyków sztuki, a także Goschkę Gawlik, kuratorkę wystawy *Tak jest* w Muzeum Narodowym Krakowie, wpisywana jest w estetykę realizmu medialnego. Jego dzieła, podobnie jak i obrazy współtworzonej przez artystę Grupy Ładnie, nawiązują do tradycji realistycznej, ale w miejscu odwołań do tzw. rzeczywistości obiektywnej pojawiają się nawiązania do jej medialnych reprezentacji. Te ostatnie – jak to jest w kulturze symulakrum – często są przede wszystkim wytworem mediów, a nie zapisem tego, co istnieje poza nimi. Jak przyznaje sam autor, zdjęcia prasowe traktuje na wzór szkicowników, w których znajdują

się wstępne koncepcję przyszłych prac: niektóre fotografie kopiuje bezpośrednio na płótno; inne modyfikuje tak, by najlepiej wyrażały jego ogląd, dodawały komentarz do konkretnego problemu czy zdarzenia społecznego. Podpisy, często umieszczane na obrazach, są fragmentami oryginalnych tekstów prasowych, które towarzyszą „przejętym” przez Maciejowskiego fotografiom lub też stanowią inspirację dla malarza, gdy wymyśla on tytuły swoich obrazów. Jego twórczość malarska (we wszystkich swych odcieniach) zawarta jest między dwoma biegunami, które zresztą wyznaczają obrazy o tej samej tematyce. Na jednym biegunie znajdują się dzieła: *T. Kantor nad grobem Dalego* (2007) i *Kostium (Tadeusz Kantor – Teatr Cricot 1974)* (2005), w których przeważa lekki szkic z wyraźnym konturem, wypełniony płaskimi plamami koloru, na drugim – sytuuje się dzieło zatytułowane: *Tadeusz Kantor przed powstającym obrazem informel* (2008), w którym widoczne jest wyraźne nawiązanie do fotorealizmu. Co warto podkreślić, i można to uznać za dodatkowy kontekst interpretacyjny (a z perspektywy malarza – metakrytyczny), istotą informelu jest to, że artyści w swoich dziełach nie przedstawiają prawdziwego, dokładnego, obiektywnego obrazu rzeczywistości, lecz dają wyraz własnym stanom uczuciowym, zyskując też miano ekspresjonizmu afektywnego.

Maciejowski często nawiązuje do różnych elementów świata sztuki i literatury. Są to zarówno odwołania do konkretnych twórców, np. do wspomnianego już Tadeusza Kantora, ale także Pabla Picassa – *To jest, jak widać, „Chłopiec z fajką” Picassa* (2004), *W ogrodzie z Olgą i Pablem Picasso* (2009), Georges Braque’a – *Georges i Marcele Braque* (2009) czy w dziele J. Mehoffera i St. Wyspiańskiego na *wieczornym spacerze* (2009). Twórca podejmuje również w swoich pracach problematykę współczesnego rynku sztuki i miejsca artysty. Bezpośrednie odniesienia do pierwszego problemu znaleźć można w pracach: *Ten realizm jest trywialny* (2009), wspomnianym już *To jest, jak widać, „Chłopiec z fajką” Picassa* (2004) – na obrazie znajduje się napis: „Picasso’s ‘Boy With A PIPE’ WAS SOLD FOR \$104 MILLION TO AN ANONYMOUS BUYER” czy *Sytuacja się zmieniła* (2010), napis na tym ostatnim zdjęciu głosi: „Sytuacja się zmieniła. Dziś wszyscy znają nazwiska. Jest międzynarodowy rynek. Artyści jeżdżą po świecie. Piotr Uklański mieszka w Nowym Jorku”.

Większość analizowanych tu obrazów obejrzeć można było na wystawie *Tak jest. Marcin Maciejowski*, zorganizowanej przez Muzeum Narodowe w Krakowie. Wystawie towarzyszyło szereg działań edukacyjnych, wśród nich wykłady poświęcone różnym aspektom twórczości malarza, a także warsztaty dla dzieci i młodzieży prowadzone przez artystę. W kontekście tych działań ukazała się także książeczka zatytułowana *Tak jest. Dodatek dla dzieci i dorosłych* (autorstwa Maciejowskiego), w której zwraca się uwagę na różne aspekty twórczości artystycznej *en globe*. Po pierwsze, autor wypukła rolę słowa w obrazie i w kontekście przedstawień ikonicznych, co jest niezwykle ważne, jeśli chodzi o interpretację różnych tekstów kultury tak zbudowanych: od komiksu, poprzez fotografię, na reklamie skończywszy. Po drugie, Maciejowski w tym „projekcie” ukazuje możliwości ilustrowania tekstów pisanych przedstawieniami wizualnymi. Po trzecie, zwraca uwagę na wybrane aspekty funkcjonowania ludzkiego umysłu (nawiązania do psychologii Gestalt), który na podstawie kilku kresek potrafi zidentyfikować obraz, w tym przypadku osób i budowli związanych ze sztuką (muzeum, galeria, pomnik, Akademia, marszand, kolekcjoner, obraz *Dama z gronostajem*). Uczy „czytania” znaczących fragmentów

przestrzeni publicznej (okolice Gmachu Głównego Muzeum Narodowego w Krakowie oraz ekspozycji muzealnych), a także pokazuje sposoby interpretacji obrazów malarskich (przez pryzmat intencji artysty, pokolenia, do którego on przynależy, kompozycji, kolorystyki i materiałów, z jakich składa się dzieło). Kształtuje umiejętność patrzenia analitycznego i syntetycznego na obraz (odpowiednio zadania: „Znajdź różnicę w Muzeum d’Orsay” i „Znajdź 10 szczegółów, którymi różnią się te rysunki” oraz „Pomóż miłośnikom sztuki dotrzeć na wystawę”). Autor książeczki pobudza również do refleksji nad zawodem artysty oraz podsuwa czytelnikowi warianty odpowiedzi. Maciejowski pisze:

Artysta: pragnie wyrazić, próbuje wyrazić, podejmuje, bazuje, uchwyca, ewoluuje, oscyluje, powtarza motyw, snuje wizję, buduje znaczenia, wysnuwa aluzje, wykorzystuje przestrzeń, wybiera, dzieli kompozycję, utrwala, rozbudowuje tło, wprowadza dramaturgię, oddaje emocje, wkracza, roztacza, zdobywa popularność, wnika, przenika, przesycza, przeplata, podkreśla, wzmacnia, wyznacza, czyni wyjątkowym, pozycjonuje, rejestruje, konfrontuje, demistyfikuje, definiuje, sięga do wyobraźni, podejmuje rozważania, dokonuje rozrachunku, nasyca wartościami, prowokuje refleksje, czerpie natchnienie, skupia się, uważa się za wybrańca, podejmuje temat autoportretu, otwiera proces, otwiera drzwi kuratorom, owiewa melancholią, oczarowuje kredką pastelową, oszczędza środki wyrazu, obserwuje naturę, adoptuje miejsca, stawia diagnozę, czeka na widza, zanurza się w dyskurs, odrzuca ambitne artystyczne plany, wyjeżdża w ukochane Tatry.

W tej ciekawej wyliczance Maciejowski akcentuje kilka spraw: intencje artysty i jego stany emocjonalne, sposoby wykorzystania świata obiektywnego w przedstawieniach malarskich, fakt, że artysta niezależnie od wykonywanego zawodu jest także „normalnym” człowiekiem. W kolejnych zadaniach autor uczy nazw i rozróżniania kolorów (pojawiają się takie określenia jak: umbra, burgund, róż wenecki, ochra, hebanowy), a także tworzenia kompozycji barw (zadanie: „Pokoloruj gwiazdę filmową na czerwonym dywanie”). W ostatniej części warsztatu artysta proponuje zestaw zadań praktycznych rozwijających umiejętność rysowania postaci i rzeczy (zadania: „Uzupełnij rysy twarzy. Rysunek draperii ze światłocieniem. Spróbuj narysować ucho, zwracając uwagę na światłocienie”). Przy okazji tłumaczy pojęcia z zakresu teorii i historii sztuki oraz rynku sztuki.

Warsztat zaproponowany przez artystę bezpośrednio zwraca uwagę na fakt, że sztuki, szerzej kultury ikonograficznej trzeba uczyć się czytać, podobnie jak nabywamy umiejętności czytania liter i rozpoznawania cyfr czy piktogramów; że każdy obraz funkcjonuje w złożonej sieci znaków kulturowych, które trzeba odkrywać, wychodząc poza to, co dzieło przedstawia na poziomie tematu. Zarówno dzieła Maciejowskiego, jak i opisywany projekt edukacyjny należy postrzegać jako dialog z kulturą, mediami, historią sztuki, który podejmuje autor we wszystkich swoich pracach; konsekwentnie też zwraca uwagę na rolę słowa oraz możliwości adaptacji języka mówionego i pisanego na formę wizualną.

Bibliografia

- Gołaszewska M. (2001), *Estetyka współczesności*, Kraków.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenia starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Powszechnie lubiany, spokojny, opanowany* z Marcinem Maciejowskim rozmawia Marta Karpińska http://www.zderzak.pl/rozmowy/maciejowski_rozmowa_2002.html [09.05.2010]
- Rouillé A. (2007), *Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną*, przeł. O. Hedemann, Kraków.
- Sajkiewicz V. (2005), *Nowy wspaniały pop*, „Dekada Literacka” nr 5 (213) <http://www.dekadaliteracka.pl/?id=4111>
- Sienkiewicz K. (2007), *Grupa Ładnie*, http://www.culture.pl/pl/culture/artykuly/gr_ladnie [15.05.2010]

Contemporary world in Marcin Maciejowski's lens: media realism

Abstract

The article deals with the works of Marcin Maciejowski in the perspective of intermedia connections of his works with photography, film and painting. The author of the article is particularly interested in tracing the intertextual and intermedia games in the space of culture as well as their informative, cognitive and ludic functions. A separate section of the article is devoted to the description of media realism.

Słowa kluczowe: realizm medialny, intermedialność, intertekstualność, opowieść transmedialna, popkultura

Key words: media realism, intermediality, intertextuality, transmedia storytelling, pop culture

Agnieszka Ogonowska

dr hab. prof. nadzw. w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie, kierownik Katedry Mediów i Badań Kulturowych, autorka 9 książek z zakresu teorii mediów, telewizji i edukacji medialnej. Najnowsza nosi tytuł *Twórcze metafory medialne. Baudrillard – McLuhan – Goffman* (2010).