

Kocham Szczecin

Wyzwania ukryte w wyznaniach

Mariola Badowska, doktorantka na Wydziale Filologicznym US, autorka bloga „Rondo Kultury”

Szczecin rozwija się coraz szybciej. Miasto rośnie, tętni życiem, przyciąga turystów nie tylko popularnymi imprezami rozrywkowymi, ale też coraz lepiej i ciekawiej promowanymi festiwalami artystycznymi. Kolejne prace budowlane i zmiany w organizacji ruchu, z jednej strony, utrudniają życie mieszkańcom, z drugiej – tworzą nowe możliwości. Zmuszają do zrezygnowania z przemieszczania się samochodami i środkami publicznego transportu, ale za to Szczecin przemierzany pieszo wygląda zupełnie inaczej. Wielkie i nowoczesne biurowce nie zwracają naszej uwagi. Za to kiedy czekamy na zmianę świateł przy Placu Kościuszki, nasz wzrok przyciąga szara, zaniedbana miejska tkanka budynków i coś jeszcze – miłosne wyznanie: KOCHAM SZCZECIN.

Wiele publikacji na temat graffiti rozpoczyna się od założenia, że jest to problem, z którym władze miasta nie potrafią sobie poradzić, a następnie określiła się jako przejaw agresji ulicznych wandalii.

W tym artykule nie będę zajmowała się dzieleniem graffiti na „dobre” i „złe”, na „sztukę ulicy” i „akty wandalizmu”. Spojrzę na tę aktywność w przestrzeni miasta jak na ważny element komunikacji międzyludzkiej, który poprzez specyficzną, wizualną formę szybko dociera do odbiorcy.

Między sztuką a wandalizmem

Graffiti przedstawia, ostrzega i ocenia rzeczywistość. Proponuje inną perspektywę – rzuca światło na to, co pomijane, ignorowane lub niezauważane. Jednak aby pokazać, jak w Szczecinie funkcjonuje graffiti, niezbędne jest przedstawienie genezy miejskiego sposobu wizualnego komunikowania za pomocą znaków, symboli i rysunków na ścianach budynków.

Początków graffiti jako sposobu komunikacji międzyludzkiej należy doszukiwać się w okresie drugiej wojny światowej. Wówczas najpopularniejszym komunikatem wizualnym było malowanie pędzlem z ciemną farbą sloganów politycznych. Bardzo szybko zaczęto ograniczać słowne komunikaty do skrótów, znaków i symboli. Oczywiście, podstawowym powodem tych przemian było grożące niebezpieczeństwo. Ważna stała się też szybkość odbioru treści zawartej w symbolu. Przykładem typowego graffiti z czasów drugiej wojny światowej, kiedy liczyła się łatwość wykonania oraz wymowa polityczna, jest znak „Kotwicy”, czyli Polski Walczącej. Malowany na murach symbol nie był przypadkowy. Został wyłoniony spośród 27 prac zgłoszonych na konspiracyjny konkurs ogłoszony przez Biuro Informacji i Propagandy KG AK. Współtwórczynią symbolu była instruktorka harcerska Anna Smoleńska, ps. „Hania”, studentka historii sztuki na tajnym Uniwersytecie Warszawskim.

Rozwój współczesnego wielkoformatowego graffiti, zaangażowanego społecznie i politycznie, przypada na początek lat 80. XX w. i jest związany z wprowadzeniem stanu wojennego. Malowanie na elewacjach kamienic i klatkach schodowych, budkach telefonicznych czy na tablicach informacyjnych zaczęło być kojarzone z aktami wandalizmu i tupelem zbuntowanej młodzieży. Lecz zarazem – jak za-

uważa Piotr Piotrowski – malowanie na murach ubarwiało szarą rzeczywistość, dostarczało emocji i było okazją do wykazania się odwagą.

W połowie lat 80. do graffiti agitacyjnego i kojarzonego z wandalizmem dołącza graffiti marketingowe. Domy handlowe, firmy odzieżowe i fabryki zaczynają promować swoje towary poprzez wielkoformatowe reklamy malowane na ścianach wysokich budynków. Także w Szczecinie ten rodzaj reklamy był praktykowany, np. w okolicach ulicy Odzieżowej jeszcze do niedawna widać było reklamę Zakładów Przemysłu Odzieżowego Dana.



Reklama na budynku szczecińskiej Dany przetrwała kilka dekad (tu rok 2012).
Fot. K. Kryszczuk-Mańkowska.

Obecnie wciąż poszukuje się nowych odmian reklamy wielkoformatowej, które będą się wyróżniały, a jednocześnie nie będą ingerowały trwale w przestrzeń miejską. Agencje reklamowe zatrudniające artystów *street artu* chętnie korzystają z alternatywnego dla graffiti sposobu komunikacji z odbiorcą, jakim są vleпки. Są to samoprzylepne formy plastyczne, najczęściej fotograficzno-typograficzne, wykonywane na różnego typu podłożu papierowym. Vleпки, jako formę komunikacji artystycznej, stosowali już dadaści. Papierowe naklejki szybko zaczęto wykorzystywać także podczas różnych akcji propagandowych. Pod koniec lat 90. docenił je także świat reklamy. W Szczecinie jedną z najbardziej widocznych vlepek marketingowych była naklejka Nescafé, wykonana na zamówienie przez szczecińskich artystów. Natomiast najbardziej komentowanymi kilka lat temu vlepkami *street artu* zaangażowanego były wielkoformatowe dzieła grupy artystycznej GlamRury, umieszczane na fasadach zabudowań kwartału 21. Anonimowe artystki są odpowiedzialne także za miłe wyznania KOCHAM SZCZECIN.

Artysta jako dzieło zespolone z przestrzenią

GlamRury pojawiły się w Szczecinie nagle i niespodziewanie w roku 2010 podczas festiwalu inSpi-

racje – Glamour. Edycja ta łączyła w sobie elementy estetyki kiczu, nowoczesne rozumienie piękna i sztukę multimedialną. GlamRury doskonale wpisały się w zaaranżowane przez 13 Muz tło artystyczne. Ubrane na różowo, z charakterystycznymi elementami współczesnej szczecińskiej mody miejskiej – w koturnach i panterce – wysiadły z białej limuzyny w pobliżu Wałów Chrobrego, gdzie trwał festiwal. Ich wyrazisty styl i brawurowe wtargnięcie na festiwal stały się początkiem procesu zaznaczania miejsca szczecińskich artystów miejskich w życiu politycznym, społecznym i kulturalnym. GlamRury wskazały, że dla sztuki zaangażowanej zabrakło miejsca zarówno w działaniach zmierzających do zdobycia tytułu Europejskiej Stolicy Kultury 2016, jak i na cyklicznych festiwalach, organizowanych przez najprężniej działający dom kultury w Szczecinie. Wybrały więc przestrzeń miejską do zaprezentowania siebie i swoich poglądów. Projekt GlamRury stał się w całości dziełem sztuki, na którego złożoność składały się wykreowane postaci różowych wojowniczek w maskach gazowych, odważne stroje, performance, a także graficzno-typograficzne komunikaty wizualne w postaci graffiti, vlepek czy napisów. GlamRury krytykowały „miejskość” i „szczecińskość” w cukierkowych kolorach. Pokazywały istotne dla wszystkich szczecinian problemy w strukturze miasta – zaniedbaną infrastrukturę, brak miejsca dla młodych artystów i przedsiębiorców, brak przestrzeni do społecznych spotkań. Swoją aktywnością wspierały działania zmierzające do wewnętrznej przemiany Szczecina, która miałaby dokonać się dzięki oddolnym inicjatywom mieszkańców i artystów, wspieranych przez politykę i biznes.

Papier, spreje, beton

Współcześni artyści, w szczególności działający w przestrzeni miasta nielegalnie lub na granicy prawa, najczęściej nie identyfikują się z żadnymi instytucjami, a tym bardziej nie popierają projektów zgłaszanych w wyborach do władz, choćby samorządowych. Z artystkami projektu GlamRury było inaczej. Funkcjonowały w świecie kultury i sztuki, dokumentując stylizację członkiń projektu i ich prace miejskie, ale także popierały odważnymi performance'ami działania społeczno-polityczne. Warunkiem uzyskania ich uwagi i zaangażowania było promowanie wewnętrznej przemiany Szczecina dokonywanej przez oddolne inicjatywy.

W roku 2010 do wyborów samorządowych zgłosiło się Stowarzyszenie Obudźmy Szczecin. Jednym z jego interesujących pomysłów było stworzenie w kwartale 21 Miejskiego Warsztatu. Koncepcja ta była związana z aktywnościami społeczno-arty-

stycznymi w ramach starań o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Niecały miesiąc od ogłoszenia negatywnego dla miasta wyniku konkursu na podwórku kwartału 21 Bartosz Sawicki przybliżył koncepcje Miejskiego Warsztatu na drugiej konferencji poświęconej problemom Śródmieścia. Opisuując rozległy plac za ul. Śląską, wskazywał, że jest to idealne miejsce pod infrastrukturę oddaną w całości do użytku dla stowarzyszeń, fundacji i aktywnych twórców. W budynkach, na wielu kondygnacjach, znajdować miałyby się biura, pracownie, ale także sale konferencyjne, kawiarnie, klub i galerie sztuki. Użytkownicy powierzchni poza czynszem opłacaliby także bieżące rachunki. Miejski Warsztat miałby być miejscem tętniącym życiem, gdzie artyści i działacze społeczni mogliby realizować oddolne projekty związane ze zmianą wizerunku miasta, przystosowaniem przestrzeni do potrzeb lokalnej społeczności, a także tworzeniem inicjatyw artystyczno-rozrywkowych równoważących konsumpcyjny charakter okolic Kaskady. Na tej konferencji pojawiły się artystki z projektu GlamRury w rozpoznawalnych, różowych strojach, które malowały jaskrawymi sprejami napisy KOCHAM SZCZECIN. Na ścianach budynków widoczne były także duże vleпки z hasłem KAMIENICE NA ŚWIETLICE.

Projekt Miejskiego Warsztatu nie został zrealizowany. Zastąpiła go w niewielkiej części działalność Inkubatora Kultury. Po konferencji artystki grupy GlamRury zostały aresztowane. Nakaz zatrzymania artystek wydało Szczecińskie Centrum Renowacji, które uznało, że działania GlamRury propagują faszystowskie treści oraz przyczyniają się do dewastacji ścian budynków. To wydarzenie było zaskakujące dla wszystkich osób związanych z projektem przemiany „serca Śródmieścia”, ponieważ SCR latem intensywnie zabiegał o uwagę i aktywność twórczą GlamRur. Dodatkowo artystki związane z projektem były kuratkami pozytywnie ocenianych przez władze miasta oraz media wystaw organizowanych w galerii MISIĘTUPODOBA. Artystki przyznały się do malowania jaskrawych napisów na starych elewacjach szczecińskich kamienic. CRS napisy na budynkach w kwartale 21 zamalował tuż po konferencji. Twórczynie projektu GlamRury przestały być widoczne w przestrzeni miasta zarówno jako społeczne aktywistki, jak i artystki. Pozostał po nich wyblakły napis na szarym wieżowcu przy Placu Kościuszki: KOCHAM SZCZECIN. Swoją działalność kontynuują w innych państwach, np. w Dżakarcie, która doceniła zaangażowane treści vlepek. Jednak nawet tam pamiętały o Szczecinie i stworzyły niezwykle pozdrowienia: DŻAKARTA KOCHA SZCZECIN, SZCZECIN KOCHA DŻAKARTE.

Na mieście bez zmian

Władze miasta nie potrafiły poradzić sobie ze *street artem*. Wyznaczając pod te działania niewidoczne miejsca, doprowadziły do rozbicia środowiska i zmniejszenia liczby wydarzeń związanych z tworzeniem szczecińskiego graffiti. Ostatnim, w którym artyści *street artu* mogli zaprezentować swoje działania mieszkańcom, była czwarta edycja Eco Jam w roku 2011. Artyści malowali wówczas filary trasy zamkowej. Podczas festiwalu, prócz upiększania wyznaczonego terenu, artyści zapraszali mieszkańców na warsztaty i odkrywali przed nimi tajemnice sztuki ulicy, która ingeruje w codzienność, ale jej nie niszczy. Niestety, kolejne edycje nie odbyły się, co nie oznacza,

GlamRury, malując KOCHAM SZCZECIN, prowokowały nie tylko do zamalowania ich napisu, ale także do renowacji całych budynków. Nikt jednak nie podjął decyzji, aby artystyczne „wyznanie” zmyć lub zasłonić ociepleniem i nowym kolorem elewacji. Być może to miłosne wezwanie do działania nie zostało zrozumiane przez władze jako wołanie o zmianę. Natomiast znaleźli się mieszkańcy Szczecina, którzy nie tylko dobrze zrozumieli tę specyficzną miłość do miasta, ale także zaczęli realizować jej przesłanie. Tak powstał projekt szczecińskich zielonych podwórek, które lokatorzy stworzyli na podwórkach blokowisk i kamienic.

że zabrakło miejsc do malowania. Wciąż jest ich wiele, ale procedura uzyskania pozwoleń na zmianę wyglądu elewacji może trwać nawet kilka lat. Szczecińscy artyści tworzący w przestrzeni miejskiej nie rezygnują ze swoich działań. Szukają dotacji miejskich, państwowych czy unijnych. Jeden z bardziej znanych szczecińskich *streetartowców* – Lump – na ostatnią pracę wybrał ulicę Czarneckiego przy dworcu PKP. Wielki mural sfinansowany został w całości ze stypendium, jakie Lump otrzymał od Marszałka. Przedstawia złotą, zdobioną ramę, wewnątrz której znajdują się podpisy (tagi) artystów, którzy tworzą ważne środowisko *street artu*, a których Lump zaprosił do two-

rzenia dzieła. Dla mieszkańców mural ten symbolizuje także Szczecin – jego szarą wizualność. Zanim jeszcze został ukończony, przypominał złotą ramę lustra, w którego tafli odbijają się niewyraźne podpisy artystów ulicy widoczne na tle otchłani szarości. Rama ta wyłania się z gigantycznych, pomarańczowych kwiatów. Po ukończeniu dzieła w ramie pojawiło się mniejsze graffiti – zdjęcie dwóch mężczyzn prowadzących rower po grząskim gruncie. Mural i po ukończeniu wydaje się być mocno związany ze Szczecinem i jego inwestycjami. Florystyczne tło nawiązywać może do marki Floating Garden 2050, dzięki której miasto promuje się w Polsce. Złota rama może mówić o powierzchowności Szczecina – wielkich biurowcach i galeriach handlowych. Natomiast jej wnętrzu wskazywać może oczekiwania artystów związane ze zmianą szarego wyglądu kamienic, dostosowaniu infrastruktury dla rowerzystów czy sfinalizowaniu planów stworzenia sieci „rowerów szczecińskich”.

Lokatorzy zmieniają swoje kamienice

Oczywiście, interpretacja dzieła Lumpa to zbiór różnych skojarzeń, jakie wywołuje mural, gdy mija się go w drodze na dworzec. Jednak, jeśli zapytać osoby stojące na przystanku przy ul. Czarnieckiego o to, z czym kojarzy im się to graffiti, będą opowiadać o Szczecinie, zaniedbanych kamienicach, ruinach budynków na ul. Dworcowej i Kolumba, które robią na przyjezdnych mało pozytywne wrażenie. Na pytanie, czy w Szczecinie powinno być więcej takich kolorowych elewacji, większość mieszkańców odpowiada „tak” i „jak najbardziej”. Natomiast na pytanie, jak tego dokonać, niewiele osób znajduje odpowiedź.

GlamRury, malując KOCHAM SZCZECIN, prowokowały nie tylko do zamalowania ich napisu, ale także do renowacji całych budynków. Nikt jednak

nie podjął decyzji, aby artystyczne „wyznanie” zmyć lub zasłonić ociepleniem i nowym kolorem elewacji. Być może to miłosne wezwanie do działania nie zostało zrozumiane przez władze jako wołanie o zmianę. Natomiast znaleźli się mieszkańcy Szczecina, którzy nie tylko dobrze zrozumieli tę specyficzną miłość do miasta, ale także zaczęli realizować jej przesłanie. Tak powstał projekt szczecińskich zielonych podwórek, które lokatorzy stworzyli na podwórkach blokowisk i kamienic. Zrealizowano już 61 projektów, z czego 15 zostało w całości zaaranżowanych bez wsparcia z budżetu miasta. Aktywność na podwórkach dostrzegli także mieszkańcy kamienicy mieszczącej się u zbiegu ulic Więckowskiego i Śląskiej. Wspólnie postarali się o sprzedaż strychu, przyjęli o ponad 100% wyższe składki na fundusz remontowy, zaciągnęli kredyt i złożyli dokumenty o dofinansowanie z Banku Gospodarstwa Krajowego. W ten sposób zdobyli ponad pół miliona złotych na zmianę szarej, zniszczonej elewacji. Oliwkowy kolor wybrał jeden z mieszkańców. Taka stylizacja doskonale wpasowała się w wizualną ideę Floating Garden 2050. Komponuje się także z nową kolorystyką tablic z nazwami ulic. Mieszkańcy przyjęli więc artystyczne wezwanie do działania i pokazali, jak kochają Szczecin i jak ważne dla wyglądu miasta są oddolne działania społeczne.

Bibliografia

Piotrowski P.: *Subkultury młodzieżowe. Aspekty psychologiczne*, Warszawa 2003.

Maciejewski T.: Pięknie odnowiona kamienica błyszczy po remoncie, http://szczecin.gazeta.pl/szczecin/1,34959,15321212,Pieknie_odnowiona_kamienica_blyszczy_po_remoncie_.html#ixzz2y0KkXlsC, data dostępu: 28.03.2014.

<http://www.bartoszawicki.com>.

<http://www.collectivagallery.com>.

http://www.szczecin.pl/UMSzczecinSwiat/chapter_59250.asp.

<https://myspace.com/glamrury>.

<http://podwórka.pl/historia-zielonych-podworek-szczecina>.