



FARO - 10 XND III



made in street
MIS
number 1

LASTPLAK

wkurwiająca vlepka

Lastplak to kolektyw artystów o różnorodnych korzeniach jak [lowlifeness – co?], graffiti, design i sztuka (ulicy). Wszyscy zajmują się indywidualnie oraz jako grupa wrzutami, szablonami, plakatami, vlepkami, płótnami etc.

„Lastplak” to po holendersku gra słów, przekształcenie staromodnego słowa lastplak (denerwująca osoba) i słowa plak (przyklejać). W połączeniu daje to coś w rodzaju wkurzającej vlepki, lub denerwującej osoby rozmieszczającej vlepki, albo niepokojące informacje za ich pośrednictwem. Lastplak nie miało oznaczać imienia artysty, ani nazwy grupy. chodzi raczej o akt buntu, sprzeciwu wyrażanego poprzez vlepki, szablony, malarstwo, vlakat etc., którym wiele osób daje wyraz na swój własny sposób.





Rotterdam 2000, artysta, który także działa pod imieniem „Boortorrie” pierwszy zaczął używać słowa Lastplak na vlepce, na której logo Eastpak (producenta plecaków) zostało przekształcone na „Lastplak”. Poza tym zaczął spamować ulice vlepkami przedstawiającymi dzwonek do drzwi i napis Lastplak 3x bellen (do Lastplaka dzwonić trzy razy). Vlepka ta ma za zadanie oszukać ludzi, ale także czyni nieznaną i obcą środowisko znajomym i przyjaznym. Słowo „Lastplak” pojawiało się także na wszystkich jego sprejowanych i malowanych ręcznie szablonach, rozmieszczanych w przestrzeni publicznej, jako małe, pogodne obrazki kontrastujące z szarością przestrzeni publicznej zdominowanej przez nudne, masowo wytwarzane uliczne wyposażenie, sklepy, reklamy etc. Malowane vleпки często przedstawiają też platformy wiertnicze, jako symbol społeczeństwa, które stały się logo „Boortorrie”.

W trakcie swoich działań zaczął spotykać innych artystów ulicznych zajmujących się graffiti, vlepkami itp. Acab (All Cops Are Bad), miał już dorobek w bombieniu ulic i robieniu wagonów, zaczynał się też interesować vlepkami, dodając indywidual-



LASTPLAK!



ny punkowy styl do Lastplaka: szablony, napisy, hasła i swoja armię „harkenów” (przyklejanych postaci).

Wkrótce Oles, P. Bloem, TMK 4KH i Pinwin, wiedząc, że wszyscy uczestniczą w tych samych wystawach wlepek i innych działaniach, włączyli się, zaskakując cały świat i siebie nawzajem, różnorodnym formami „Lastplack ‘a”.

Oles od lat malował graffiti na całym świecie i zaczął też rozpowszechniać wizerunek ptaka (zaproszenie do akcji z ptaszkiem na kolejnych stronach MiS'a), lub kurczaka, jak nazywa go wiele osób, przy pomocy malarstwa, szablonów, wlepek i plakatów w propagandowym stylu. Potem dodał jeszcze do swojego repertuaru przedstawienie rzygającej leżącej larwy. Celem jest rozprzestrzeniać je po całym świecie. W międzyczasie pracuje jako designer.

P Bloem także był także przez dłuższy czas związany z graffiti jako Dizl i zaczął używać „P Bloem” jako tajemniczego, typowo artystycznie brzmiącego imienia w swoich wlepkach i malarstwie na drewnianych płytach, które umieszcza w przestrzeni publicznej. Można go rozpoznać po powtarzalnym motywie jego różowej twarzy.

TMK 4KH przybył z Polski do Rotterdamu by malować. Poza pracą malarską, podejmującą w niemal niewinny, pociągający sposób tematy polityczne i społeczne, zaczął przenosić swoje wątki na wlepki, a potem w graffiti, malując kwadratowe głowy i postaci.

Pinwin przyłączył się po tym jak przybył z centralnej Holandii do Rotterdamu. Mając doświadczenie w graffiti zaczął rozprzestrzeniać swoje charakterystyczne pingwiny na wlepkach, szablonach i z puszeki. Jest jedynym, który prawdopodobnie wybiera się na akademię.

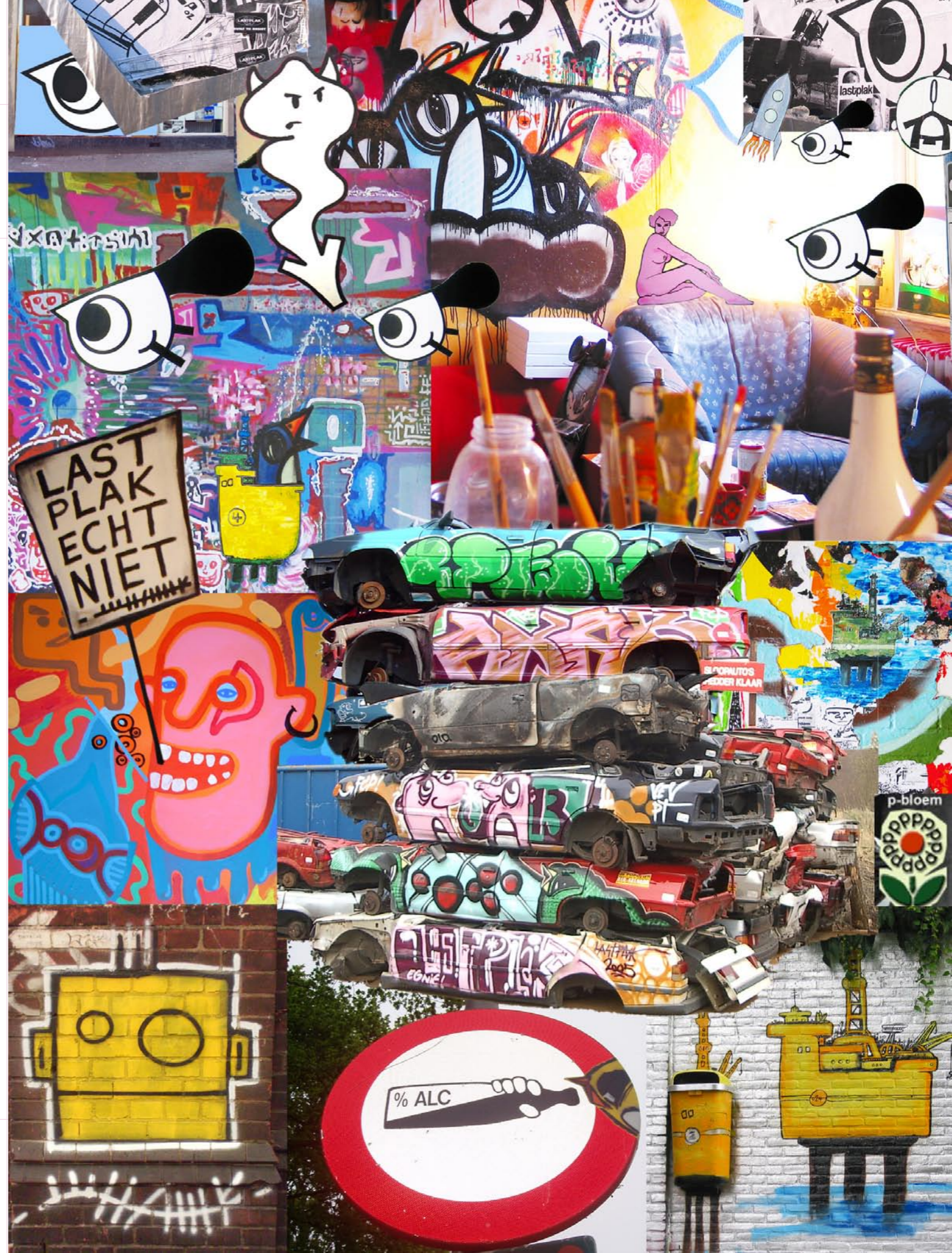
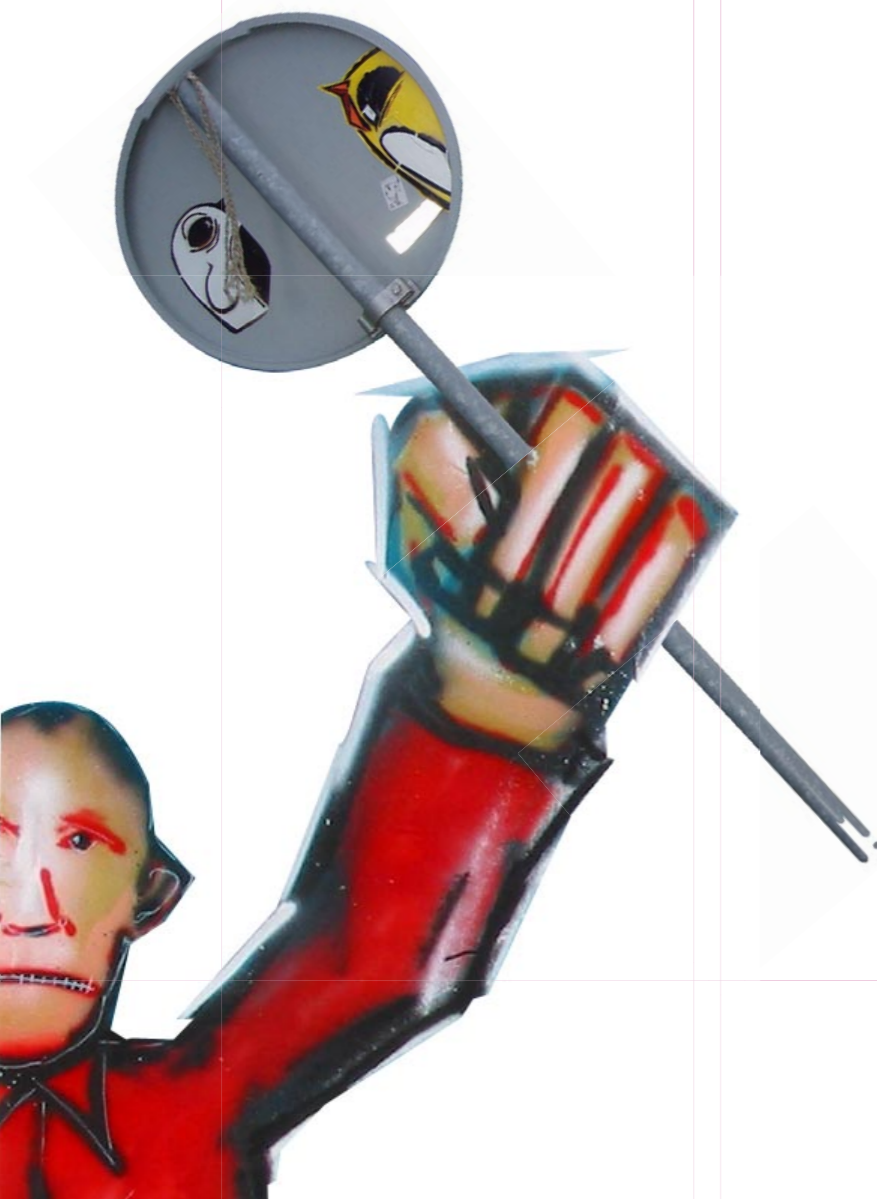
Indywidualnie i grupowo mają wiele dokonań w przestrzeni publicznej, na wystawach, a ostatnio w ramach działań malarskich na żywo: na wydarzeniach, expo i imprezach - od imprez na skłotach do hipsterskich klubów tanecznych, gdzie normalnie, jako goście, nie zostaliby wpuszczeni. Podczas tych wydarzeń często współpracowali z innymi artystami, takim i jak Grrt i YEN. GRRT, który poza malarstwem zajmuje się pejzażem miejskim, panoramami miasta (skylines), filmuje, i dokumentuje, oraz zajmuje



się sztukami wizualnymi. Yen malował graffiti przez wiele lat. Jest znany ze swojego indywidualnego freestylu: intensywnie czerwone, czarno-białe ręcznie robione wlepy z licznymi wpływami komiksów, mangi, sztuki tatuażu i tenko.

Dopóki dostarcza to dobrej zabawy, pojawiają się też i inne występy gościnne.

lastplak1@hotmail.com
www.fotolog.com/boortorrie
www.fotolog.com/pinwin
www.fotolog.com/p_bloem
www.fotolog.com/oles
www.fotolog.com/tomek69
www.fotolog.com/grtt
www.fotolog.com/yen



OLEŚ

trzymając ptaszka

Oleś z grupy Lastplak, (patrz 2 strony wcześniej MiS'a) rozsyła ptaszka po całym świecie z prośbą o współpracę. Sprawa jest prosta, wydrukuj ptaszka na formacie A4 bądź większym, wytnij z 5 mm outlinem i rusz ptaszkiem na miasto. Zaczepiaj ludzi i rób im zdjęcia w typowych dla twego miasta miejscach.

Ptaszka możesz ściągnąć ze strony: <http://www.woostercollective.com/2006/09/05/oles.pdf>

Fotkę wyślij tu:
holdingbirds@gmail.com



GALERIA RUSZ

7 lat

Jesteśmy zadowoleni, że już tak długo działamy. Jak startowaliśmy z naszym bilbordem w 1999 roku to raczej nie zastanawialiśmy się nad tym jak długo potrwa ten projekt, ale cieszymy się, że starczyło nam tyle energii i samozaparcia by to tak długo robić. Systematyczne działanie na bilbordzie wymaga dużo ciężkiej pracy a do tego w naszym klimacie - niesprzyjająca pogoda, dużo zimnych dni, szczególnie trudno pracuje się zimą. To takie techniczne kwestie, oczywiście też ważne. No ale ważniejsza jest sztuka, po to to robimy. Czas szybko leci człowiek się starzeje, trochę się zastanawiamy nad tym co zrobiliśmy do tej pory, podsumowujemy. No i jesteśmy zadowoleni z tego, oczywiście chcemy dalej się rozwijać ale cieszymy się, że udało nam się stworzyć swoją pracą solidny fundament do dalszego rozwoju. Nie czujemy się pierwszoklasistami, raczej profesorami (oczywiście trochę żartujemy).





Już jakiś czas wcześniej przed uruchomieniem bilbordu robiliśmy murale. I to była nasza droga która doprowadziła nas do bilbordu... Zaczęliśmy działać w przestrzeni publicznej ponieważ sztuka którą się zajmujemy jest ukierunkowana na przekaz, na nawiązanie kontaktu z widzem i to nam się wydawało naturalne, że działamy na zewnątrz. Drażniła nas też pewnego rodzaju elitarność, zamknięcie itp. sztuki współczesnej, zależność od pań kierowniczek i sprzętaczek w galeriach, chcieliśmy niezależności, własnego obiegu, swobody

artystycznej wypowiedzi. Chcieliśmy wypowiadać się o rzeczach dla nas istotnych i chcieliśmy by ten przekaz zderzał się z miłą otoczenia wokół nas, miłą przestrzenią w jakiej żyjemy. A działania czysto wystawienniczo-galeryjne nie dają takiego silnego, życiowego, zwyczajnego kontekstu (choć wcale ich nie negujemy, i sami czasami robimy „tradycyjne” wystawy). A dalszy krok od murali (które cały czas nadal robimy) był taki, że Rafał złożył projekt do Galerii Zewnętrznej AMS pt. „Człowiek nie jest rzeczą” i został on zrealizowany ale nie na bilbordach tylko na citylightach (marzec-kwiecień 1999). Przygotowując ten projekt do pokazania, trochę czasu spędziliśmy z Markiem Krajewskim kuratorem Galerii Zewnętrznej no i z tych rozmów wykuł się nasz bilbord. Okazało się, że jest szansa, że AMS udostępni nam bilbord pod nasze działania. Wiedzieliśmy że wcześniej w Krakowie wystartował ze swoim bilbordem - Galerią Otwartą Rafał Bujnowski i podobało nam się to, ale my nie chcieliśmy powielać jego formuły towarzysko-środowiskowej tylko iść w swoją własną stronę. To były złote czasy sztuki bilbordowej w Polsce, mniej więcej za rok na bilbordzie zaczęło działać Twożywo.



Cóż jeśli chodzi o Zewnętrzną Galerię AMS to z wypowiedzi oficjalnych raczej wynikało, że jak najbardziej jest to działanie marketingowe, połączone z artystycznym.

Trudno nam się zgodzić z tym, że „złoty okres” służył do łagodzenia negatywnych reakcji na ilość billboardów w Polsce (Nie zauważyliśmy takich reakcji). Wydaje nam się, że to jest raczej poważniejszy problem polskiej przestrzeni publicznej, pewnego rozchwiania jej na rzecz nazwijmy to umownie „brzydoty”. Taka ilość billboardów raczej powstała na fali „akceptacji” Polaków dla brzydoty. Myślimy, że rozwój Galerii Zewnętrznej AMS to raczej zasługa osób które nią kierowały i którym udało się przekonać do jej powstania firmę. Ale „złoty okres” to przede wszystkim zasługa twórców, którzy chcieli się wypowiedzieć w ten sposób i wkładali bardzo dużo wysiłku by ich sztuka zmieniała otoczenie polskich miast.

Działamy na jednym, naszym stałym, billboardzie od 7 lat ale to tylko jedna noga na której стоимy. Druga jest bardziej lotna czy wręcz ulotna (np. akcje, murale, inne billboardy i słupy w różnych miejscach itp.). Jeśli chodzi o billboard to owszem mamy spory kontakt z odbiorcami np. znamy wielu ludzi na targowisku z widzenia i oni nas znają i często

zagadują nas kiedy wieszamy prace, pytają o różne rzeczy np. co teraz będzie za plakat itp. Podobnie jest z innymi przechodniami. Czasami informacja-zwrotna o tym co robimy wydobywa się z zaskakujących miejsc (osób). Taki przykład. Prowadziliśmy jakiś czas temu warsztaty w toruńskiej podstawówce. Rozmawialiśmy z dziećmi (9, 10 letnimi) i się pytamy czy wiedzą co to jest Galeria Rusz, a dwoje z nich na to, że wiedzą, że na takiej tablicy koło targu były takie kościotrupy.

Dość często się zdarza, że z różnych, często niespodziewanych stron (np. starsi ludzie) dostajemy informację zwrotną że np. ktoś to ogląda, pamięta jakieś określone prace i poświęcił uwagę by je dostrzec i zakodować w swoim umyśle. To bardzo jest dla nas satysfakcjonujące, że nie działamy w próżni, że mamy odbiorców i że nasza sztuka przekracza granice artystycznego getta.

Kiedyś na billboardzie zamieszczaaliśmy numer naszej komórki, czasami ludzie dzwonili albo esemesowali z komentarzami. Dużą interakcję wywoływały nasze akcje, np. „Ciepło” - kiedy zimą za darmo rozdawaliśmy gorącą herbatę, wtedy języki się rozkręcały, również o naszej sztuce. Ale oczywiście takie akcje z założenia są nastawione na interakcję.





Kryteria są całkowicie subiektywne, pokazujemy to co nam się osobiście podoba i co robi na nas wrażenie.

Adam Słodowy odpowiada - - A tak na poważnie, niestety nie jest to proste. Trzeba albo mieć sporo pieniędzy i wypożyczyć billboard od firmy outdoorowej albo namówić ich do sponsoringu, albo zbudować sobie własny choć z tym jest pewien problem bo potrzeba sporo pozwoleń np. na zajęcie pasa drogowego itd. (Jeśli chce się mieć billboard przy ulicy). Ale może są jeszcze inne wyjścia?

Reszta to już kwestia determinacji, systematyczności i ciężkiej pracy.

Aktualnie przygotowujemy prace na dwie międzynarodowe wystawy „Patriotyzm jutra” i „Rozbić szwajcarski bank” oraz na billboard Mariusza Warasa w Gdańsku, oczywiście przygotowujemy też nową realizację na naszym na billboardzie, no i czekamy na waszą realizację którą macie u nas pokazać, jesteśmy ciekawi co to będzie. To jest to nad czym pracujemy w tej chwili. A z planów to chcielibyśmy zrobić kilka rzeczy w wielkiej skali tzn. np. prezentację równocześnie na 300 billboardach w całym kraju. Mamy kilka ciekawych pomysłów i mamy nadzieję, że

znajdą się środki na ich realizację. Jedno z naszych marzeń to takie, żeby było więcej środków na śmiałe, wizyjne rzeczy, chcielibyśmy się rozwijać ale niestety nie zawsze to jest możliwe by realizować ciekawe pomysły, z wielu trzeba rezygnować przez brak funduszy...



GALERIA RUSZ

Jak wykleić bilbord

Na początku trzeba się zastanowić czy pomysł/praca którą zaprojektowaliśmy sprawdzi się przy tak dużych rozmiarach jak bilbord (500 na 240 cm), nie wszystko ma sens powiększać i nie wszystko co jest fajne w małym projekcie będzie równie fajne po powiększeniu. Przy samym projektowaniu lepiej jest myśleć pod kątem docelowej wielkości. Kolejna rzecz, to warto się zastanowić czy ma sens umieszczać daną pracę w przestrzeni publicznej, bo często jest tak, że coś dobrze sprawdza się w klasycznej galerii, w pomieszczeniu, ale na billboardzie już nie najlepiej to wygląda. Ale jeśli odpowiedzieliśmy twierdząco na oba pytania i mamy nośnik na którym będziemy to realizować to wówczas możemy przystąpić do działania. Są dwie drogi, możemy zdecydować się malować bezpośrednio na nośniku, lub wykonać pracę w domu/pracowni i nakleić. My na początku często malowaliśmy na billboardzie bezpośrednio ale teraz częściej przyklejamy pracę już namalowaną.

Malowanie bezpośrednio to chyba nie ma co wyjaśniać, stawia się drabinę i się maluje. Oczywiście zimą jest to raczej niemożliwe.

Jeśli się wykonuje billboard do naklejenia to można pójść kilkoma drogami w zależności od umiejętności, doświadczenia, funduszy i rezultatu jakie się chce osiągnąć. My najczęściej malujemy billboard jak obraz, tzn szkicujemy i malujemy, choć jest pewien problem techniczny, gdyż malujemy na podłodze i jest na tyle miejsca, że można rozłożyć tylko pół billboardu więc ostateczny efekt widzimy dopiero po naklejeniu na nośnik (wymaga to pewnego doświadczenia i wyobraźni, by w głowie złożyć to w całość). Dobrze jest malować w pionie wieszając cały billboard na ścianie, ale trzeba mieć odpowiedniej wielkości pustą ścianę. Prostrzą metodą jest zaprojektowanie pracy na komputerze i użycie do przeniesienia jej na papier

rzutnika, multimedialnego albo zwykłego (można wydrukować poszczególne partie projektu na foli - slajdach). Tą metodą można uzyskać efekty które mogą przy pewnym nakładzie pracy wyglądać jak druk. Jak się ma spore fudusze można wydrukować prace na ploterze.



My czasami stosujemy bardzo tanią metodę druku (kilkadziesiąt złotych) ale bardzo pracochłonną. Drukujemy billboard - wydruk cyfrowy - czarno biały na kartkach A3 - i wyklejamy ale jest to bardzo męczące, na billboard mieści się blisko 100 kartek, więc robimy to rzadko (ale uzyskujemy efekty jak przy drogim wydruku wielkoformatowym).

Farby: my stosujemy farby akrylowe, ale są też tacy którzy używają np. alkidowych. Papier: dobrze żeby papier nie był za gruby (trudno się przykleja) ani za cienki (może prześwitywać obraz pod nim). My naklejamy papiery „na styk” bez zakładki. Sklejamy do malowania papiery taśmą malarską i lepiej ją zdjąć przed naklejeniem poszczególnych kartek na billboard bo słabo absorbuje klej.

Można też używać profesjonalnych papierów billboardowych, specjalnie powlekanych, (z jednej strony niebieskie - można spróbować kupić w drukarniach drukujących billboardy). Papiery te przed naklejeniem moczy się w wodzie przez kilka godzin i mokre przykleja się na billboard, klejem smaruje się tylko billboard. Klej: używamy kleju billboardowego, można też używać kleju do tapet, albo samemu zrobić.

Największym wrogiem prac billboardowych jest pogoda, deszcze (jak ostatnio), wiatry, upał (billboardy często są z blachy i jak się mocno rozgrzeją powodują bardzo szybkie wysychanie kleju), a przede wszystkim, zimą - mróz. Czasami zimą pod billboardem mamy ślizgawkę i musimy kuć lód bo drabina się nam ześlizguje. Polecamy czekanie na temperatury plusowe, lepiej omijać minusy.

Życzymy udanych realizacji i powodzenia w pracy

POINT

aka CAKES

Naprawdę nazywa się Jan Kalab i pochodzi z Pragi. Puskę złapał po raz pierwszy w 1993 roku i do końca lat 90 zrobił naprawdę niezliczone ilości ścianek i kolejek w całej Europie. W roku 2001 stwierdził, że brakuje mu tego rootsowego uczucia jak na początku swojej działalności i zrobił pierwsze graffiti przestrzenne. Od tej pory poszuje nowych miejsc i form. Zaznaliśmy odrobiny prestiżu krótkiej rozmowy z Pointem, królem czeskiego streetartu.



Jak długo poruszasz się w street artcie?

Od czasu kiedy się urodziłem, najpierw w wózku, potem na własnych nogach, rowerem, samochodem.

Kiedy i dlaczego zacząłeś wychodzić poza granice klasycznego graffiti?

Na początku byłem za granicami klasycznego graffiti, jak zaczynałem.... Ponieważ właściwie to nie wiedziałem co to jest. Potem próbowałem obok klasycznych stylów robić tu i tam coś co by trochę wychodziło poza szereg. Kilka lat temu zacząłem wchodzić w przestrzeń, ponieważ sama ściana przestała mi wystarczać. Ale muszę tu zaznaczyć, że to co





robię w swoich podstawach się nie zmieniło. Przede wszystkim jest to imię i styl.

Jaki jest cel twojej ulicznej aktywności?

Zmienić i opanować swoją okolicę według własnego wyobrażenia. Komunikować, obserwować reakcje, śledzić upływ czasu.

Chcesz żeby cię ludzie postrzegali jako writera czy jako artystę?

Najlepiej i tak i tak.

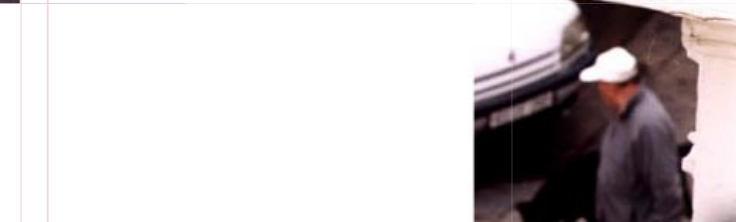
Skąd czerpiesz inspirację?

Inspiruje mnie moja okolica, wszystko z czym się spotygam, inspirują mnie sprzeczność i oczywiście ludzie, którzy tworzą coś dobrego. Inspiracja jest pomysłem, który nagle przychodzi do głowy i tak naprawdę nie wiadomo skąd. Rodzi się w środku po przetworzeniu wszystkich tych informacji.

Jak wygląda i jak się czuje praska/czeska scena?

Szczerze mówiąc to nie mam zbyt dużego kontaktu z tymi, którzy próbują robić streetart. Widzę na mieście nowe rzeczy, ale ta scena dopiero powstaje.



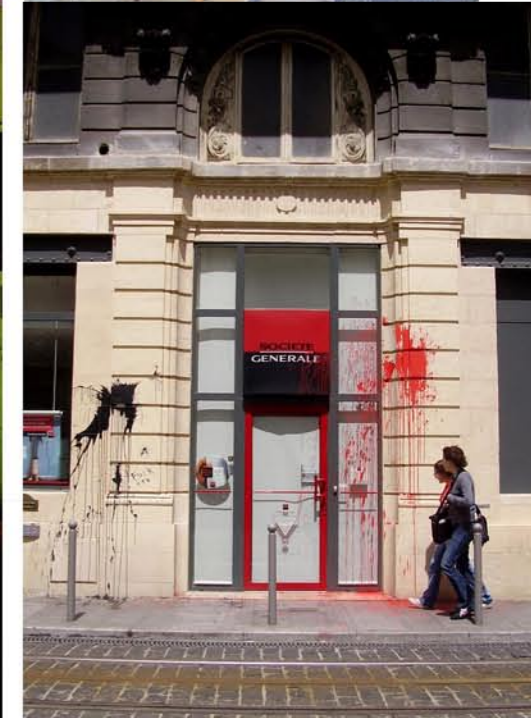
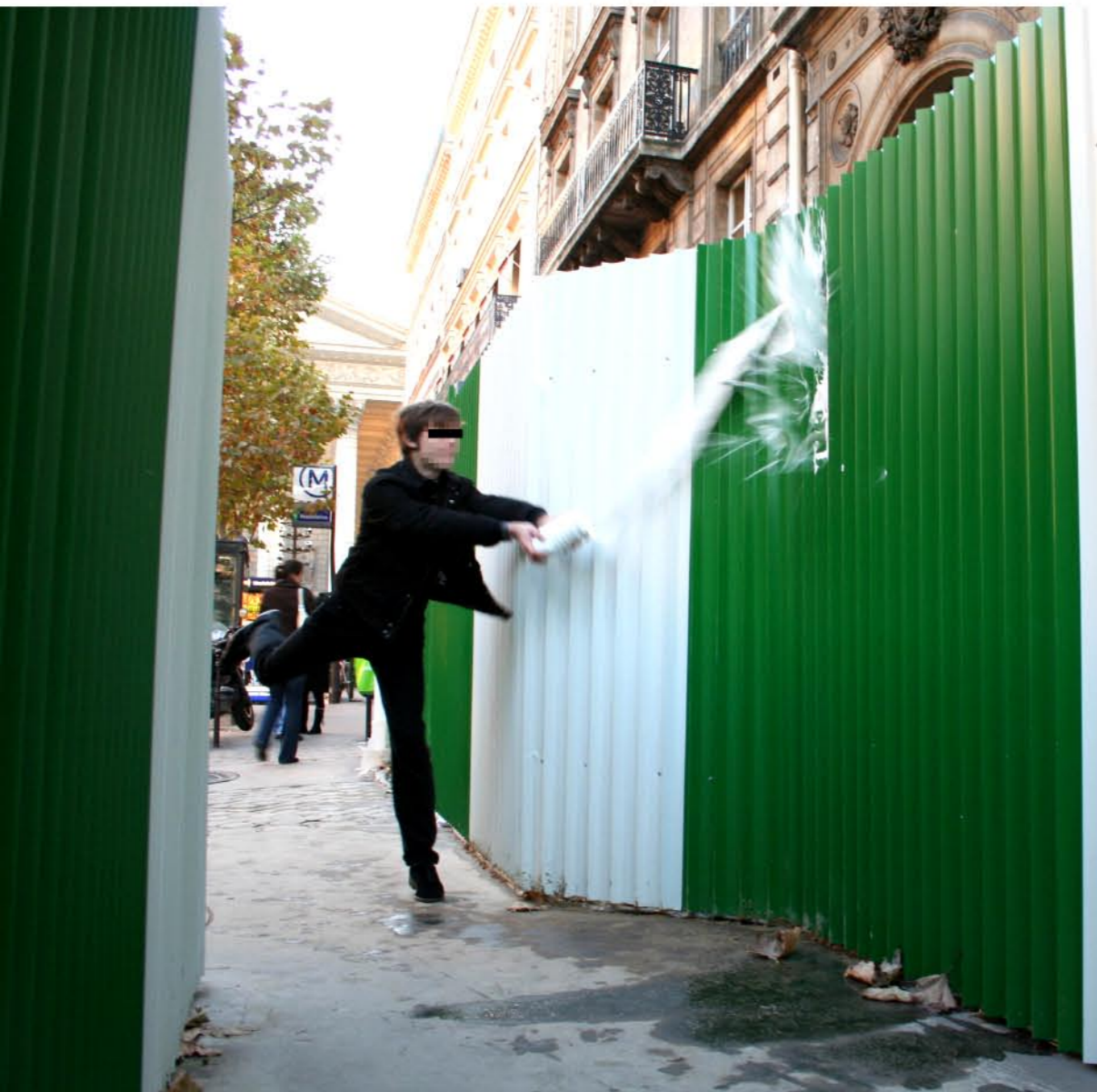




IAM

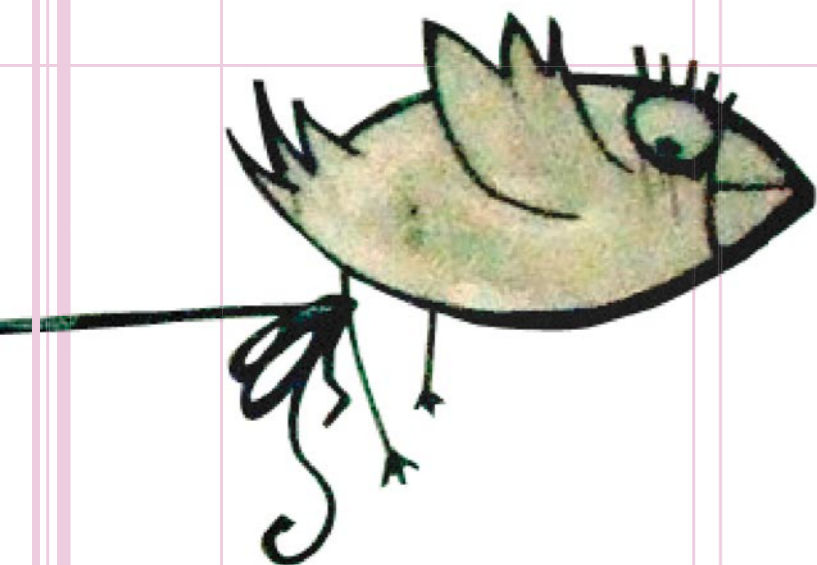
l'ochlapouzzze

Uliczny zawodnik, który korporacyjne pantony ma w małym palcu.
Uprawiając bezczelny miejski paintball tworzy przezroczysty brud napaćkany
na globalnych ryjach i niewinnych twarzyczkach.

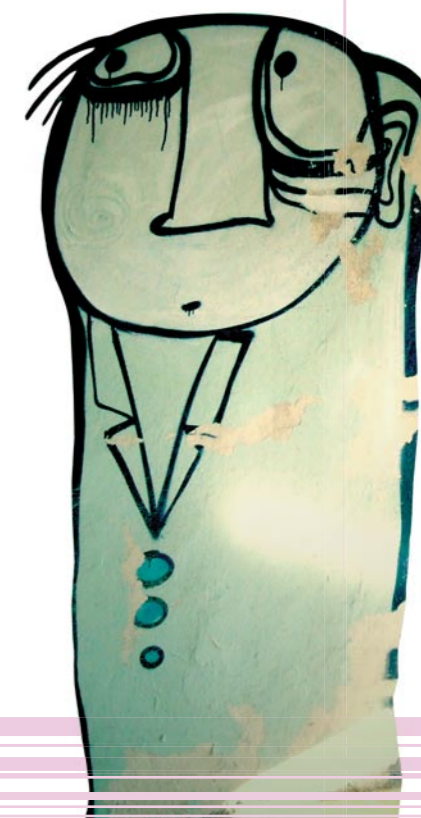




SOU3



Jestem mała karusia. Jestem małą dziewczynką i mam mały głosik. Mój głosik nie jest w stanie przekrzywić jazgotu, dziubszczenia, piłowania i pytlowania współczesnego. Nie krzyczę więc, a wcielam, ilustruje. a oni wiedzą i czytają, oglądają. Ci co patrzą na mnie jak na głupa, niech sobie myślą co chcą, ja uzewnętrzniam to co chce powiedzieć, względnie wykrzyknąć, tak żeby zrozumieli tudzież usłyszeli ci co powinni, a ci dla których jest to bełkot niech mnie nie słuchają. proste.





Panis pilocis
dziurek w samolocie!





deja

ONI WIEDZA

Tekst ukazał się w magazynie HA!ART nr 24, 2006

OLA JACH

Miasto to wielki organizm, który rządzi się własnymi prawami. My, mieszkańcy tego organizmu jesteśmy w stanie na niego wpłynąć jedynie częściowo. Jednak nie możemy być pewni efektów jakie wywrzemy naszymi działaniami. W przestrzeni miasta muszą bowiem egzystować przedstawienia wizualne, stworzone w niezliczonej ilości, o różnej jakości i celu powstania. W mieście najwięcej jest obrazów komercyjnych, które mówią nam, albo raczej krzyczą do nas/na nas żebyśmy czegoś zapragnęli, a potem kupili. To nie wszystko jednak. Są też obrazy nie podpisane, których powód istnienia nie jest nam znany. Przestrzeń miasta jest nieprzewidywalna i ciągle coś w niej się pojawia i nagle znika. Trudno dociec czasami dlaczego tak się dzieje i dzięki komu. Jest zbyt wielu uczestników tej „zabawy” żeby zidentyfikować któregoś z nich i obarczyć za to odpowiedzialnością.

Kto ma najwięcej do powiedzenia jeżeli chodzi o wizualność miasta? Na pewno nie jego mieszkańcy. Należy ono przede wszystkim do władz miasta, firm i korporacji. Street art jest tym co wydziera kawałeczki przestrzeni tym podmiotom. Jest wirusem, który atakuje w najmniej spodziewany sposób. Bez ostrzeżenia. Street art wykorzystuje całą przestrzeń w mieście, poczynając od murów, znaków, ławek, środków komunikacji, po nawierzchnię, chodniki, ulice. Można go nazwać sztuką totalną, bo podporządkowuje sobie przestrzeń w całym mieście i nie ma to znaczenia czy to centrum, czy przedmieścia. A wszystko zaczęło się od graffiti, które stało się zjawiskiem masowym w momencie rozpowszechnienia farb w sprayu. Graffiti, razem z breakdancem i rapem stworzyły kulturę hip-hop. Kulturę, która powstała z rezygnacji i desperacji wobec odrzu-

cenia mieszkańców biednych dzielnic przez resztę miasta. Ludzie ci nie mieli szans, żeby wejść do artystycznego establishmentu, więc sami stworzyli sobie środowisko, w którym ktoś był producentem muzycznym, ktoś inny rapował, a kolejny robił okładki do płyt. Chodziło o znalezienie najlepszego sposobu wyrażenia siebie w przestrzeni miasta. Autorzy graffiti wybrali sposób polegający na zaznaczeniu swojego terenu, czyli otagowanie go. Związane to było po części z gangami, które tak właśnie określały swoje strefy wpływów. Na początku writerzy po prostu składali swój podpis na murze, nie odnosili się do niczego. Dzieła nie niosły ze sobą żadnej treści, nie przekazywały żadnej idei. Były tym właśnie co się na pierwszy rzut oka w nich widziało – podpisami. Jednocześnie rozwijał nurt, który za pomocą innych technik zdobywał miejską przestrzeń. Szablony, vleпки, plakaty oraz różnego rodzaju obiekty na ulicach miast to już elementy tzw. postgraffiti. Tak określana jest aktywność ludzi tworzących na ulicy, którzy spektrum swoich wizualnych narzędzi nie ograniczają tylko do puszki farby. Nie ma wąsko wyznaczonych granic według jakich reguł i przy użyciu jakich materiałów powinno się uprawiać tę dziedzinę. Nadal jednak tak jak graffiti, postgraffiti jest sztuką, którą może uprawiać każdy, nie tylko człowiek po ASP z dyplomem magistra sztuki. Dowodem na to jest taka postać jak Dwaesha. Artysta ten mieszka we Wrocławiu i to jest też główny „poligon” (określenie Dwaesha) jego działań. I faktycznie miasto jest dla niego bezustannym polem eksperymentów. Badania prowadzi w bardzo subtelny sposób, dla przeciętnego przechodnia czasem niezauważalny. Wykorzystuje do tego elementy miejskiego pejzażu, takie jak na przykład kamery przemysłowe czy zwykłe pęknięcia, rysy, na ścianach, jezdniach. Dwaesha dyskretną, czarną strzałką





kieruje naszą uwagę na to, że w mieście cały czas się coś dzieje. Takie pęknięcie czy rysa jest, a nie powinno jej być. Nie pełni ona żadnej praktycznej roli, jest za to estetycznym urozmaicheniem tego co przewidziane i celowe.

O utrzymanie tej przewidywalności, dbają kamery przemysłowe. Korzystając z nich, władzy na różnych szczeblach wydaje się, że ma nad ludźmi kontrolę, że dzięki temu będzie w stanie zareagować na pewne zjawiska, wykluczyć je z przestrzeni miejskiej, jeżeli staną się niebezpieczne. Obecność kamer z lekka paraliżuje, no bo przecież „ONI WIEDZA” jak pisze na ścianach, pod kamerami Dwaesha, zwracając na nie uwagę. Jednocześnie jest to żart z tej wiedzy, żart z nadzoru, bo co oni tak naprawdę mogą wiedzieć. Ci niezidentyfikowani, tajemniczy ONI. Fragmenty rzeczywistości, które obejmuje kamera zniekształcają ją i tworzą jakąś nierzeczywistość. Wiedza o niej nic nie daje. Tak więc nie bójmy się kamer!

Prace Dwaesha to często teksty, które mają charakter twierdzeń. Wpisują się w natłok reklamowych haseł oraz różnego rodzaju miejskich napisów. Kiedy Jenny Holzer pokazywała swoje prace w Warszawie, na Pałacu Kultury i Sztuki większość ludzi myślała, że to reklama. Wtedy, w 1993 roku niewielu było w stanie wyobrazić sobie, że powstaje w mieście jakiś napis, którego celem nie jest promocja jakiejś marki. Skorzystała na tym firma Curtis, z którą skojarzono hasła Jenny Holzer [Katalog wystawy Jenny Holzer, 8.03-25.04.1993, Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski, Warszawa, 1993] . Zostało to podchwyczone przez nią i w pewien sposób przejęte. Pokazało to czym był w tamtym momencie billboard z prostym tekstem pokazywany na ulicy. Jak bardzo mieszkańcy miast byli nieprzygotowani na interwencje artystów. Od tamtego czasu minęło kilkanaście

lat, a sytuacja się nie zmieniła. Dwaesha pisze na jednym z billboardów promujących uznane marki, które mają być jakoby gwarancjami wysokiej jakości produktu „W TV ZNÓW POWIEDZIELI, ŻE TO WCALE NIE MUSI BYĆ PRAWDA”. Tym samym sieje ziarno niepewności, co do treści komunikatu reklamy. Pogłębia to użycie czcionki, która wydaje się być „wiarygodną”, użytą specjalnie przez reklamodawcę. Dwaesha podszywa się często, czy to za pomocą haseł na billboardach, czy wprost na ścianach. Można je pomylić ze strategiami różnych firm, dla których street art był inspiracją przy tworzeniu kampanii reklamowych. Nie możemy być pewni jakie przesłanie niesie napis, na który patrzymy na ulicy. W fermentie ulicznym hasła: „ROBISZ DOBRZE, DOPÓKI NIE PRZESTAJESZ” czy „TERAZ JUŻ MOŻNA”, „TYSIĄC RAZY NA NIC” nie nadają się do jednoznacznego odczytania. Zapadają w pamięć, ze względu na swoją intensywność. Dwaesha nie daje jednak jakichś wskazówek, które mówiłyby o tym jak je czytać. Nie precyzuje co można i dlaczego na nic.

Kolejna, ciekawa akcja Dwaesha kojarzy się z działaniem Pawła Althamera i jego filmem bez kamery. Althamer zaangażował wtedy statystów, którzy wykonując pewne działania w mieście, wnikali w nie stając się jego naturalnym elementem, jednocześnie cały czas grając swoje role. Podczas 6. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego ERA NOWE HORYZONTY we Wrocławiu, Dwaesha interweniuje po swoimemu. Wymyśla miejski film. Teksty z poszczególnymi scenami umieszcza na małych, białych kartkach i przykleja je w różnych miejscach. Film rozpisuje na około 150 scen. Pytanie: Czy miejsce filmu jest jedynie w kinie, miejscu, do którego wchodzisz za okazaniem biletu? Miasto też jest miejscem akcji, jak już zresztą pokazał Althamer, a że ono cały czas się zmienia, charakter filmu również ulega zmia-

nom. Karteczki umieszczane przez Dwaesha są jak napisy w niemych filmach sugerujące co dzieje się na ekranie. Mamy ekran w postaci otaczającej nas rzeczywistości, a aktorami są przypadkowi ludzie znajdujący się w okolicy tych napisów. Nie wiedzą o tym, że grają, że znaleźli się w strefie filmu.

Na strukturę miasta można wpływać na różne sposoby. Na przykład rozlać dwa litry środka zapachowego w hali dworca wrocławskiego PKP, tak jak zrobił to Dwaesha. Akcja ta nosiła nazwę „ekstra świeżość” i powstała na marginesie Survivalu, czyli przeglądu młodej sztuki we Wrocławiu. Założeniem organizatorów miało być zaprezentowanie prac młodych twórców bez kontekstu instytucji wystawienniczych. Chcieli wprowadzić sztukę w miasto, by dotarła do różnego rodzaju odbiorcy, od wyrobionego do mniej wyrobionego. Prace, które powstawały na Survivalu miały się wpisać w istotę miejsca, w pewnym sensie wywalczyć sobie swoją pozycję wśród natłoku tablic, reklam, ogłoszeń, plakatów, ulotek itd. Nie było żadnej barierki ochronnej w postaci konkretnego pola przeznaczonego na sztukę, którego nie wolno przekraczać. Te wszystkie cechy bardzo dobrze charakteryzują street art, który działa za pomocą takich strategii cały czas i nie tylko w obrębie dworca. Dwaesha wykonał na Survivalu swoją pracę, ale bez legitymizacji organizatorów. Zmienił sposób postrzegania danego miejsca za pomocą zapachu. Węch w końcu działa zawsze nawet, gdy się tego nie chce. Możesz zamknąć oczy, zasłonić uszy, ale oddychać musisz i musisz poczuć, że coś się zmieniło. Autor, świadomy historii sztuki polskiej odwołuje się w tej pracy do akcji Andrzeja Partuma z 1977 roku, która odbyła się w Galerii Repassage. Partum ustawił tam kawał siarki, który zasmradzał całe pomieszczenie. Miało to odniesienie do jego krytycznych komentarzy na temat tej galerii,





ale było również rozmyślanie nad tym czym właściwie jest dzieło sztuki, w którym momencie się nim staje. Dwaesha trawestuje tę sytuację, rozlewając zapach na dworcu PKP. Powstaje pozytywny przekaz o dworcu, który mógłby pachnieć. Odświeża go, pragnąc wywołać dobre skojarzenia z tym miejscem, które każdemu kojarzy się z brudem i smrodem. Artystą, który działa na ulicy i tworzy bardzo charakterystyczne prace jest Truth z Wrocławia. Konsekwentnie powołuje do życia swoje miejskie wirusy. Jeżeli zobaczysz gdzieś na ścianie, znaku, geometryczne formy posklejane ze sobą w przemyślane kompozycje, to będzie jego dzieło. Te abstrakcyjne formy powstają w atmosferze czegoś co można by nazwać może post-konstrukttywizmem. Chociaż ciekawsze określenie wymyślił ktoś określając je „suprematyzmem działkowym”, jako że pole działania Trutha rozciąga się również na ogródki działkowe. Jego obiekty to różnej wielkości, proste formy geometryczne, to także elementy, które stanowiły podstawę dla konstruktywistów. Bez odniesień do czegokolwiek. Bez skojarzeń z widzialnym światem. Badanie wewnętrznych relacji w kompozycji. Budowanie napięć pomiędzy częściami, a całością i odwrotnie. Kontekstem do tego jest ulica, która posiada swój własny rytm. Odbywa się na niej gra linii poziomych, pionowych, ukośnych, przestrzennych figur, a to wszystko w ruchu. Jest jeszcze kolor, który wprowadza kolejną jakość do naszego odbioru. Wobec tego wszystkiego stają obiekty Trutha, czyli przemyślane/skonstruowane wobec chaotycznego, nieprzewidywalnego.

Kojarzą się trochę z naroślami, z grzybami na ścianach, tylko, że takimi konstruktywistycznymi. Nie są estetyczną kontynuacją tła, nie udają elementów architektury. Wprowadzają swój własny ład, który jest niepokojący. Przyzwyczajeni jesteśmy przecież

do gładkich ścian i do tego, że jeżeli coś się na nich pojawia, to jest to nieuporządkowane i przypadkowe. Dlatego szczególnie ciekawe są te prace Trutha, które zaburzają właśnie ten porządek, kiedy na całkowicie zardzewiałej ścianie pojawia się kompozycja z drobnych, idealnie białych sześciątów. Tym samym powstaje maksymalny kontrast pomiędzy zastanym, a stworzonym.

Truth i Dwaesha to ludzie, którzy współtworzą wrocławski street art. Oprócz nich jest jeszcze kilka, ciekawych osób, które się tym zajmują, a jest to m.in. Hiro82, czy Mase (mase to dziewczyna!!), Misko, Bartek. W ogóle Wrocław jest pełen wlepek, szablonów i różnego rodzaju interwencji street-artowych. Wystarczy spojrzeć na odnośnik „galeria miejska”, na głównej stronie vlepnetu (<http://www.vlepnet.bzzz.net>) i od razu widać w jakim mieście mieszkają najbardziej aktywni.

Jest jeszcze jedna osoba, o której warto wspomnieć. To M-city z Gdańska. Kolejny konstruktor. Posługuje się jednak innymi narzędziami, bo przede wszystkim szablonem. I tak powstaje miasto M-city. Zazwyczaj ponure, jak z jakiegoś futurystycznego koszmaru. Zbudowane z powtarzających się modułów, które autor udostępnia na swojej stronie, tak by każdy mógł sobie je zrobić sam. Tam też znajduje się dokładny opis jak wykonać taki szablon oraz „konstruktor” czyli program do tworzenia sobie miasta samemu. Można wybierać spośród różnych elementów; domów, ruin, ulic, ludzi, samochodów. Co ciekawe pojawia się wśród nich nawet barejowski Miś. Działanie M-city to gra z reprezentacjami miasta. Poszczególne składniki szablonów widziane są zazwyczaj z góry, także może się to kojarzyć również z planem miasta. Co to za miasto właściwie powstaje? M-city pisze na swojej stronie, że niektóre fragmenty mają charakter Trój-





miasta, jako że tam właśnie mieszka i tam przede wszystkim tworzy, ale są też takie, które pochodzą z innych regionów Polski. Nie chodzi jednak o jakieś konkretne miejsce. To raczej rodzaj wizji, jak mogłoby wyglądać. Taka utopia w duchu awangardy, czyli wykreowania całkowicie nowej przestrzeni, o nowych układzie, relacjach, centrach.

Prace M-city można zobaczyć w miastach w całej Polsce i nie tylko. Pojawiają się również w galeriach, ostatnio na wystawie „W Polsce, czyli gdzie” w CSW Zamek Ujazdowski w Warszawie. Uznanie przez jedną z największych instytucji wystawienniczych w Polsce świadczy o tym, że street art w końcu przekonał krytyków i kuratorów. Po długim braku zainteresowania tym, co robią streetartowcy, w końcu organizowane są wystawy poświęcone tylko, lub przede wszystkim autorom, którzy do tej pory pokazywali swoje prace jedynie na ulicy. Przykładem mogą być tutaj „Postery, post-ery”, zorganizowane w ramach Biennale Plakatu w 2006 w Muzeum Plakatu w Wilanowie. Do tego nobliwego miejsca został zaproszenie nawet Dwaesha, który w przeciwieństwie do Trutha i M-city nie jest/był studentem ASP, więc jest mu trudniej przekonać obieg galeryjny, że to co robi można postrzegać w kategoriach sztuki.

Mam nadzieję, że niedługo to się zmieni i nie będzie miało znaczenia czy ASP czy SGH czy jeszcze coś innego.

Jeżeli chodzi o środowisko trójmiejskie to powinienam jeszcze wspomnieć o grupie RAT oraz Peterze Fussie. Jest to trochę inny street art niż ten, który do tej pory opisałam. Pojawiają się tutaj wątki społeczne i polityczne. To powiedzmy nurt zaangażowany. Nie eksperymentujący z nowymi formami, ale opierający swój warsztat przede wszystkim na szablonie. Prace te mają raczej charakter czegoś w rodzaju aktywizmu społecznego. Radykalna Akcja Twórcza



pisze o sobie na swojej stronie jako o “nieformalnej grupie podejmującej sporadyczne działania o charakterze artystyczno-wywrotowym”. Ich propozycja na wspomnianą wcześniej wystawę „Postery, post-ery” została odrzucona przez kuratorki, które uważały, że projekt RAT-u może wywołać burzę. I wywołał. RAT upublicznił maila od kuratorki wystawy, która tłumaczy się ze swojego postępowania; “będziemy mieli straszne kłopoty z dostaniem dotacji na Biennale, pis nas pogrąży i tak się skończy nasza zabawa w biennale”¹. Plakat przedstawiał trzy postacie; ojca Rydzyka oraz postać o twarzy któregoś z braci Kaczyńskich w mundurze przypominającym bardzo mundur hitlerowski. Na plakacie jest też głowa drugiego Kaczyńskiego, albo tego samego, ciężko mi do końca stwierdzić, bo są identyczni. Na górze plakatu pojawia się napis “Jeden naród, jeden kościół, dwóch wodzów” pisany gotykiem. Jasna i prosta treść. Może nawet zbyt prosta. Porównanie działań bohaterów plakatu z jakimiś odniesieniami faszystowskimi jest mocnym porównaniem, ale przy tym mało interesującym przez swoją dosłowność. Z drugiej strony ulica prowokuje do używania bar-

dziej radykalnych rozwiązań. Żeby być zauważonym, trzeba krzyczeć. Podobnie jak 3fala graffiti protestuje za pomocą swoich plakatów przeciwko Putinowi, czy obecności wojsk polskich w Iraku. Na plakacie „Ducha nie gości” znajduje się telewizor z cieniem postaci papieża oraz kabelkiem nie podłączonym do kontaktu. Temat papieski zainteresował też innego trójmiejskiego streetartera Petera Fussa, który przedstawił dwóch papieży; Jana Pawła II oraz Benedykta XVI. Ukazani w tej samej pozycji, z rękami podniesionymi do góry. Pod nimi inicjały JP II i BXVI. JP II został przekreślony dwoma krechami. Tego typu prace kojarzą się z szablonem, czy też plakatem walczącym, tym z PRL-u na przykład. Jest to zupełnie inna jakość w stosunku do prac wcześniej wymienionych Dwaesha, Trutha i M-city, którzy poszerzają znacznie pojęcie street-artu i rozwijają je indywidualnie.

Sztuka ulicy zawsze charakteryzowała się elementem anarchistycznym i sposób działania artystów w jej obrębie nie poddawał się żadnej odgórznej kontroli. Nurt pod nazwą street art cechuje chaotyczność, brak programu, jednego kierunku. To też chciałam pokazać w tej pracy, że pomimo tego, że coraz więcej osób zaczyna uprawiać street art, nie ma sensu analizować tego zjawiska całościowo, kosztem dopasowywania do własnej koncepcji poszczególnych indywidualności, które łączy tak naprawdę tylko miejsce powstawania ich prac, czyli miasto. Dlatego też zdecydowałam się przedstawić kilka postaci, które według mnie są najciekawsze i rozwijają street art., nie grzęznąc w tej etykietce jednocześnie.

Od redakcji: w tym numerze HA!ART znajdziesz również wywiady z czołowymi artystami sceny street artowej w Polsce: Dwaesha, Truth, Adam-x, oraz aktywistami pracowni Obin.org

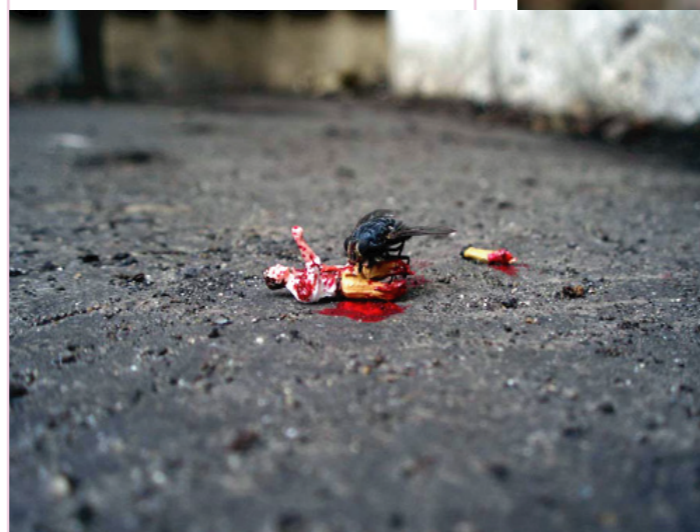


WWW

Little people - A tiny street art project

London to miasto pełne kontrastów, widocznych również we wzroście jego mieszkańców. Równie dobrze możesz tu spotkać czerstwych bigbenów jak i osoby rozmiarów insekta. Ci ostatni są co prawda z plastiku, ale za to ręcznie malowani. jakiś czas temu, po dokonaniu stosownego makijażu, postanowili wyjść na ulice, bez względu na konsekwencje.

Każdy wkroczył na własną ścieżkę i sam musi radzić sobie z rzeczywistością. aż po kres.





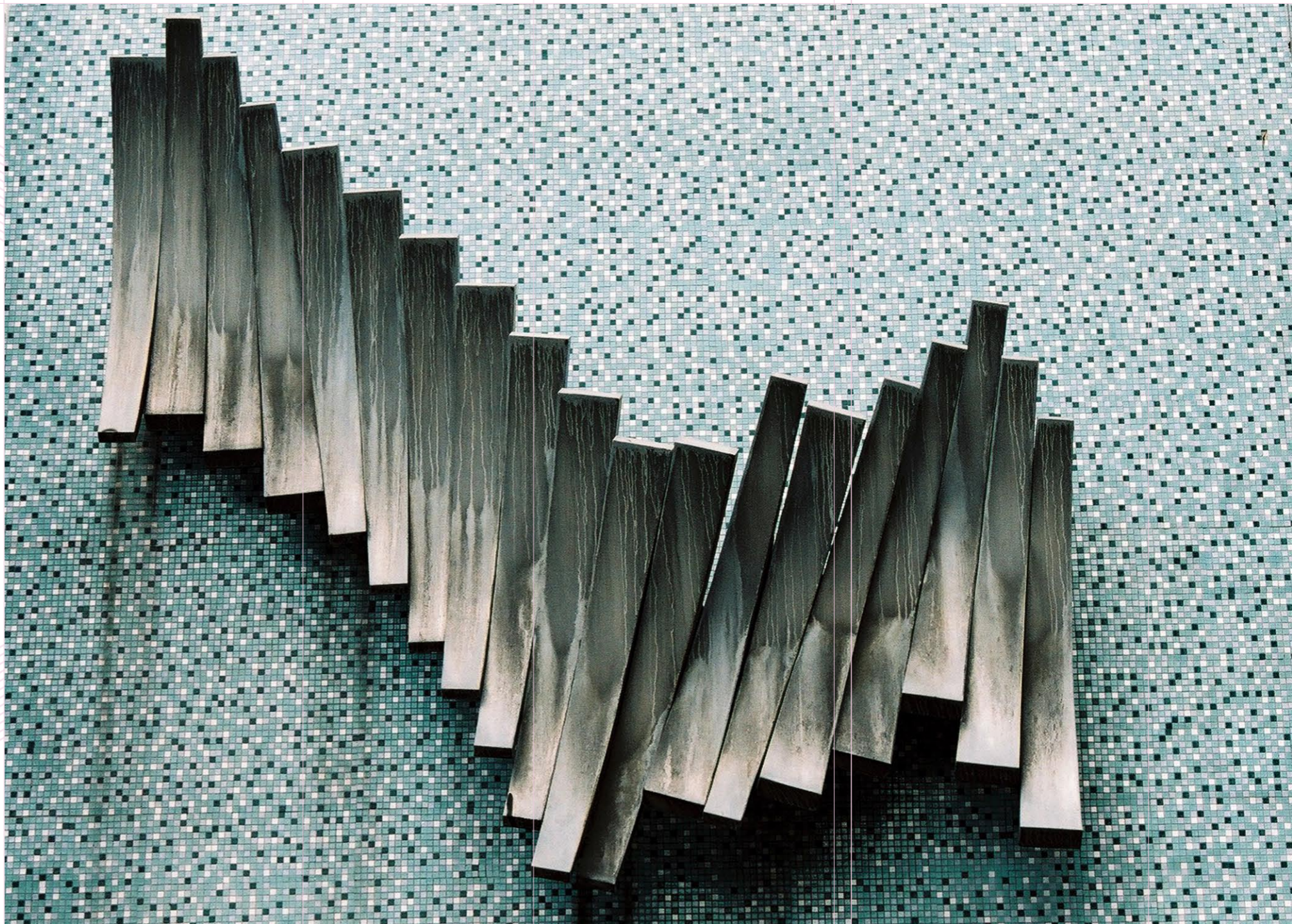
Little People - A tiny street art project

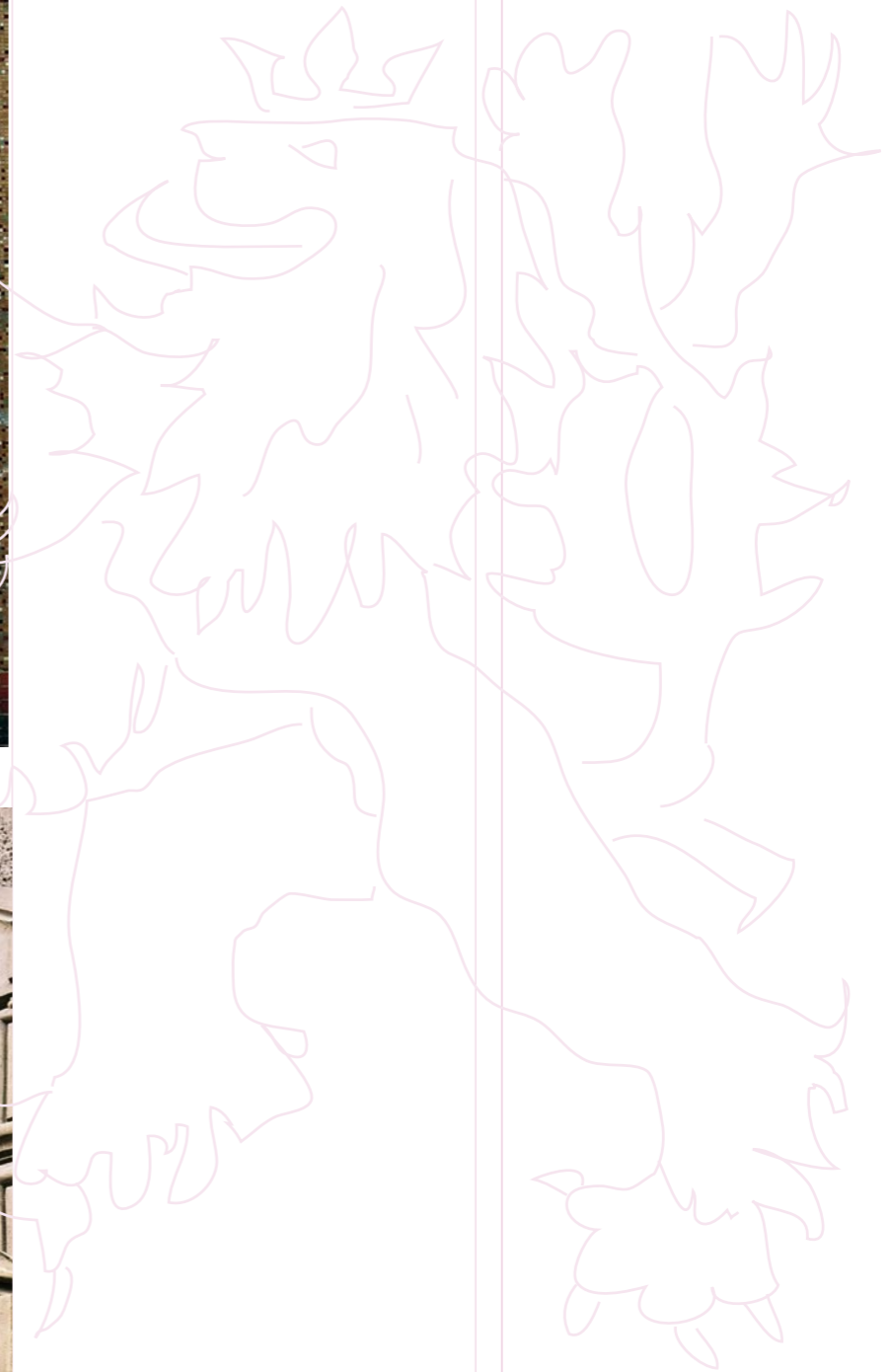


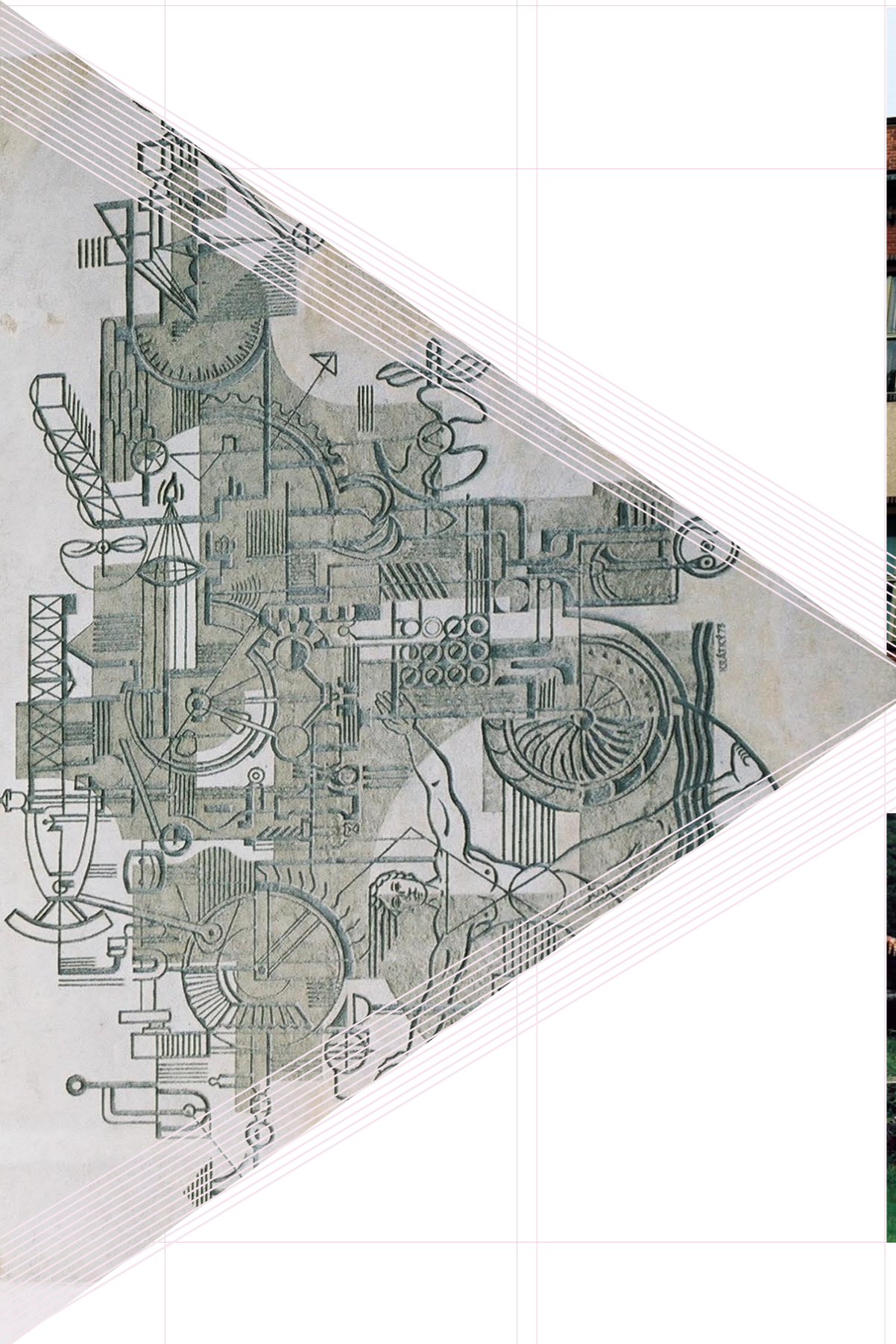
MIESTO ON TOUR 2006!

czecho/słowacja

Podróż do byłej Czecho-Słowacji, do miejsc gdzie nasze oczy otwiera kawa „turek” w szklance od whisky a zamyka piwo w rżniętych kufiach. Czas spędzony u naszych południowych braci „Czecho-Słowaków” obfituje zawsze w multum wrażeń i wizualnych impresji. Na ulicach brzydkich miasteczek i wsi Słowacji mijamy echa poprzedniego reżimu poprzez ubierane w folklorystyczne stroje. Cygańskie dzieciaki biegają wokół słupów z ciągle działającymi szczekaczkami. Lokalne poczucie estetyki i samowolny marketing odkrywa przed nami fantazje tubylców i ich wobrażenie o pięknie. Infograficzny chaos miesza się z anarchoarchitekturą. Zachodnia część - Czechy ze swoją mieszczańskością rodem z kołtuńskiego Brna i Pragi to wytchnienie dla oka - typografia międzywojenna na najwyższym poziomie konkuruje z perełkami detalu doby art nouveau i art deco. Gładka estetyka wprost ze szkoły wiedeńskiej ma swoją kontynuację w wysublimowanym street artcie. Polecam podróż do tych bajkowych - jak różnych krain.

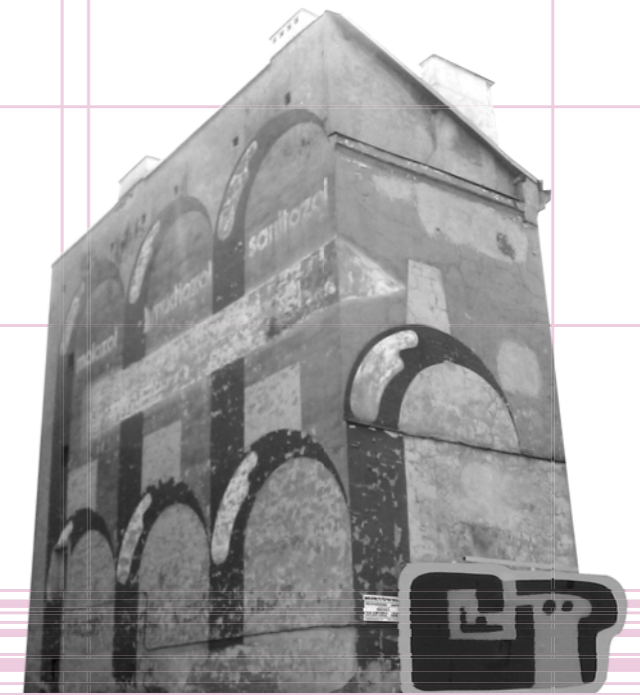


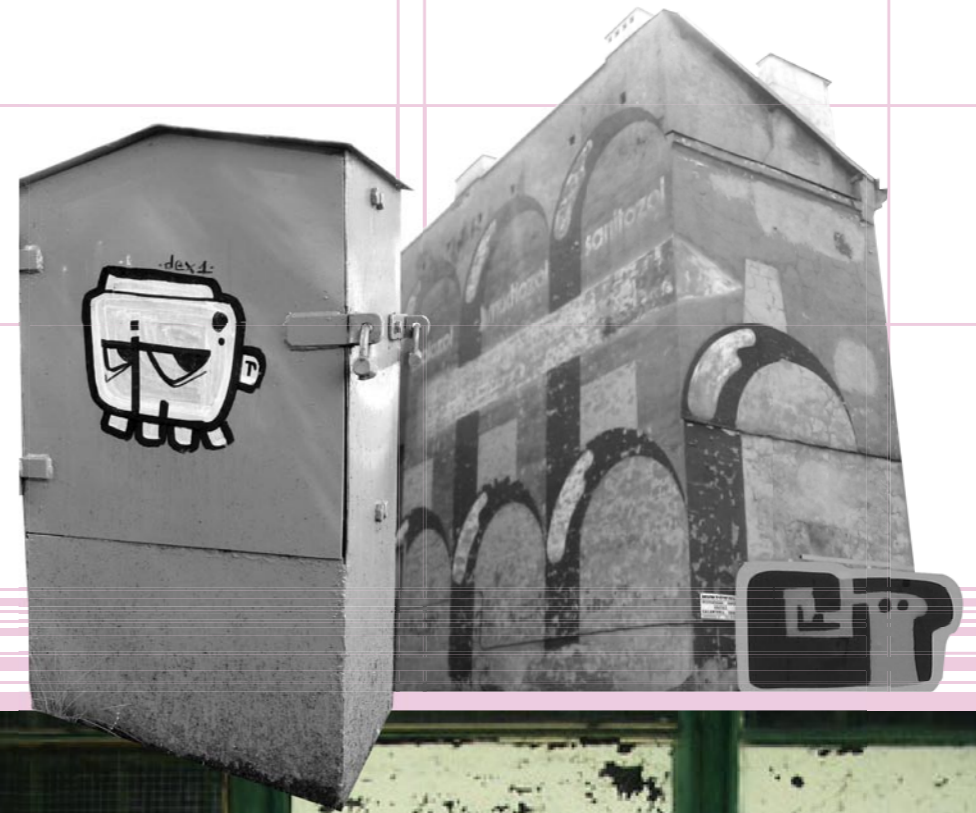


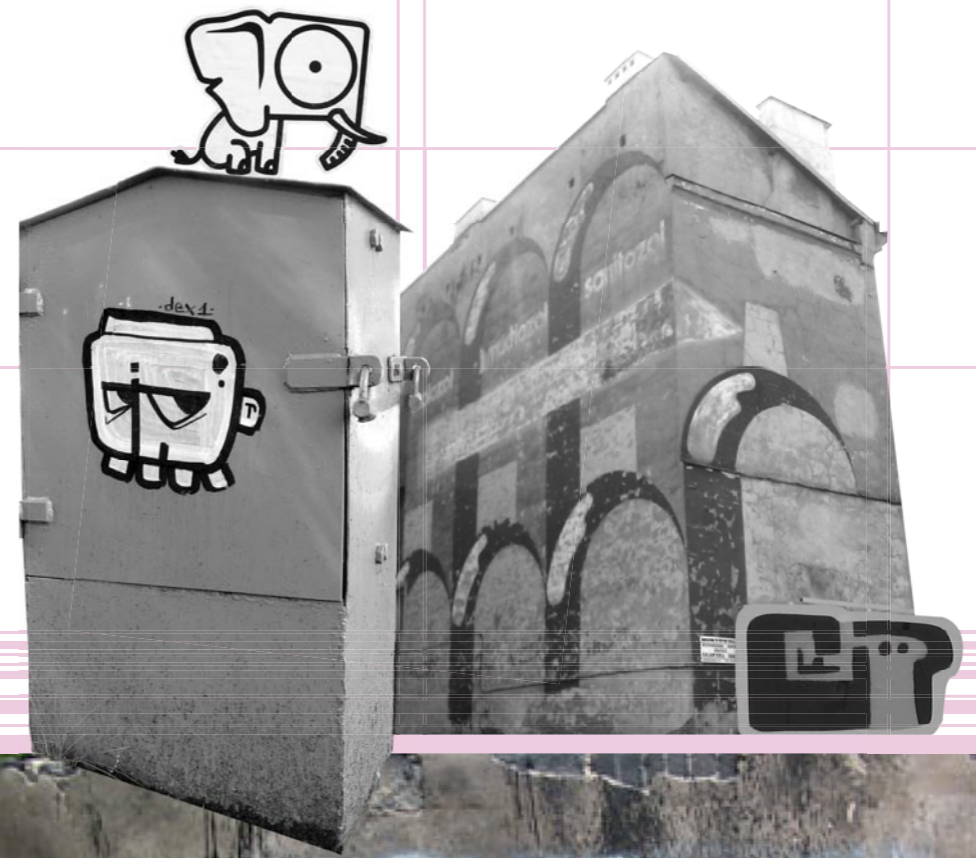


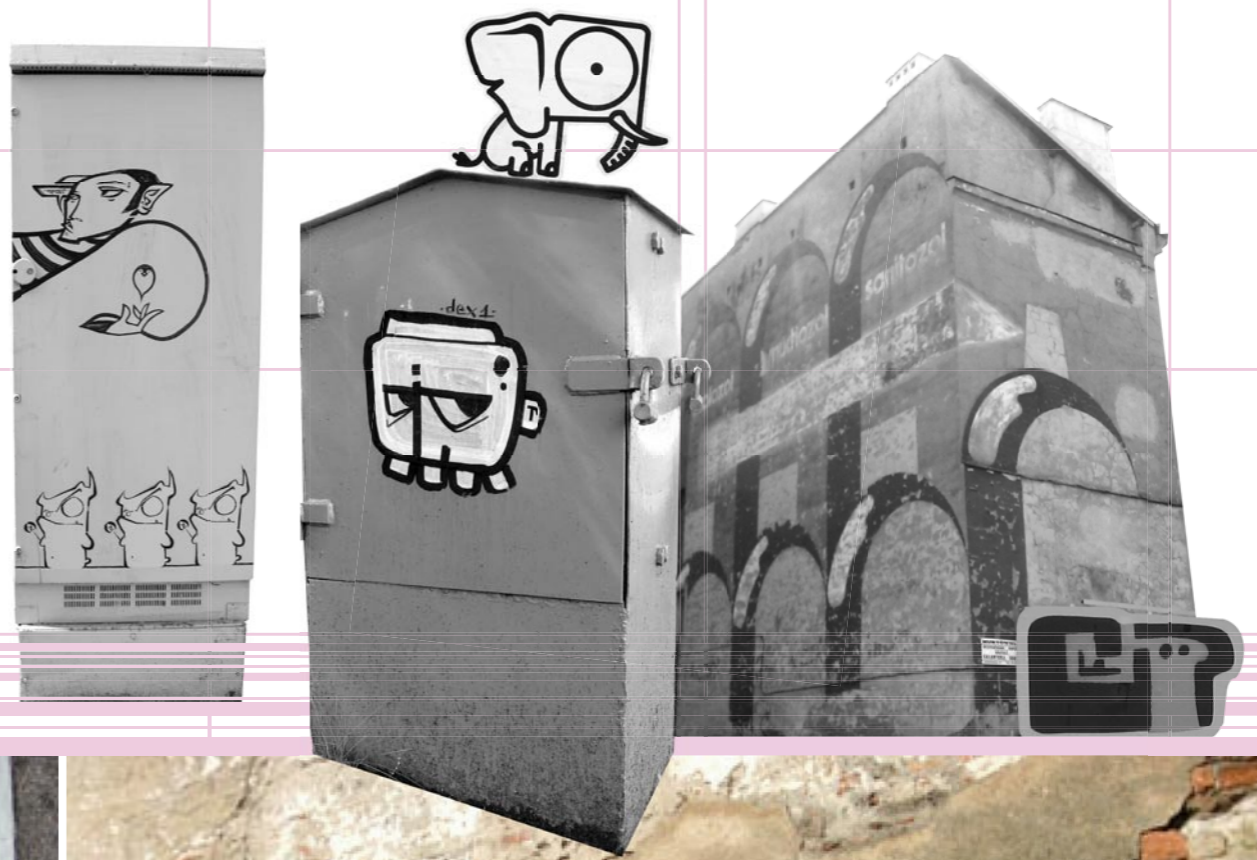
MARSZIREN

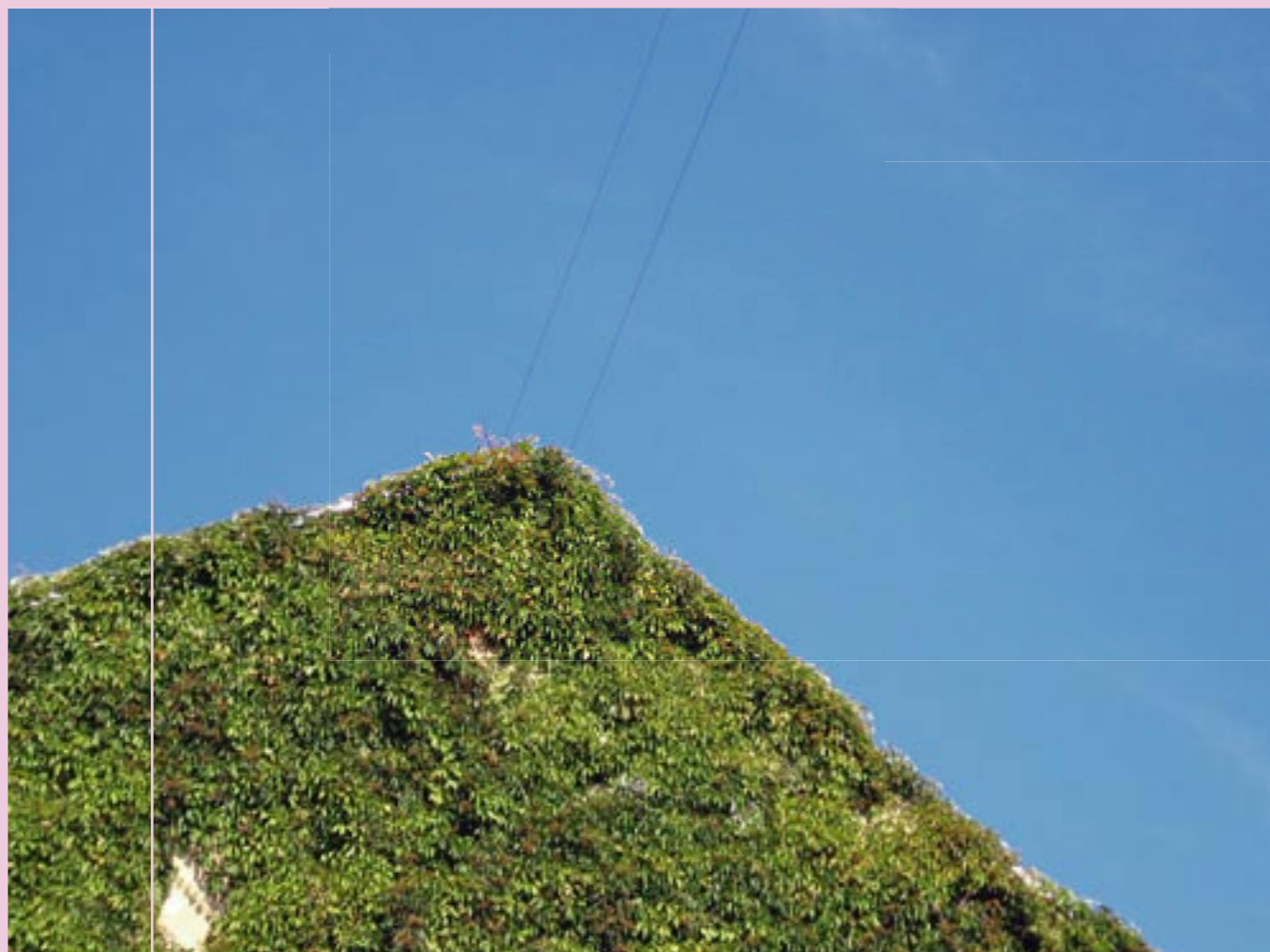
pl/li/lt



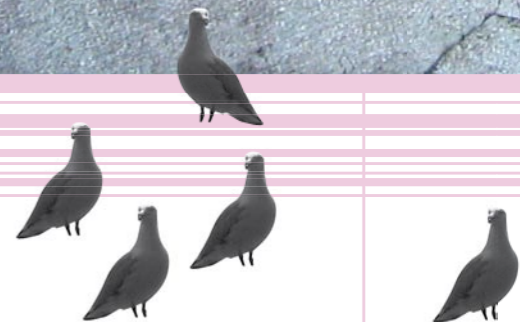














SUCZYRÓŻ

więcej niż kolor

Robisz w suczymróżu, trafisz coś w okolicy. Ślij! eserowa biblioteka już powstaje.



MIS NR 1

SPRAWCY:

LASTPLAK <http://www.lastplak.nl/>
GALERIA RUSZ <http://www.galeriarusz.art.pl/>
POINT <http://www.onepoint.cz/>
IAM <http://www.ekosystem.org/search/iam/>
SOU3 <http://www.fotolog.com/sou3/>

AKCJE:

OLES <http://www.fotolog.com/oles/>

TEKST:

OLA JACH <http://www.ha.art.pl/>

WWW:

LITTLE PEOPLE <http://little-people.blogspot.com/>

WYCIEZKI:

MIESTO <http://miesto.pl/>
GORO <http://goro.bzzz.net/>

KOLOR:

SUCZYRÓŻ <http://www.fotolog.com/suczyroz/>

„Made in street” to projekt internetowego magazynu publikowanego w formie pdf`a. Prezentuje różne działania realizowane w przestrzeni publicznej.

Wszystkich zainteresowanych zaprezentowaniem swojej twórczości [prace, teksty itd.], zapraszamy do współpracy: vlepvnet@bzzz.net