



Kalejdoskop

magazyn kulturalny Łodzi
i województwa łódzkiego

cena 5 zł
(w tym 5% VAT)

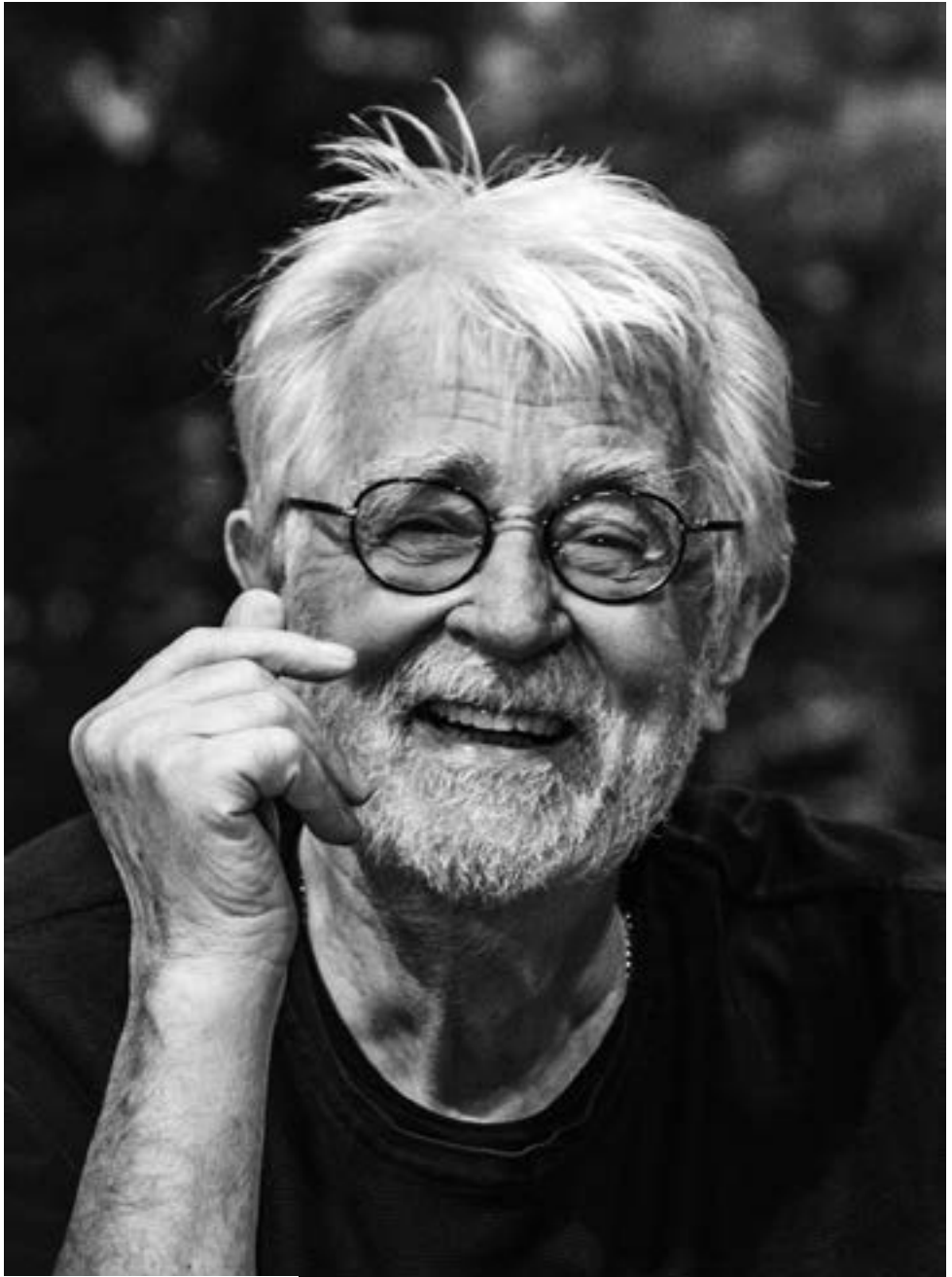
nr ind. 329499 | ISSN 0860-3057
nakład 1450 egz.

12/21

Temat numeru:
Muzyka dwóch obiegów

Zmienna fotografia
Weronika Juszcak łowi fanów





KALEJDOSKOP – 12/21

KRYSTIAN LUPA.
Reżyseruje „Imagine”
w Teatrze Powszechnym.
Fot. Marianna Kulesza



ZBIGNIEW WICHŁACZ.

„W matni”, 1972.

Wystawa Jacka Koprowicza,
Ryszarda Lenczewskiego
i Zbigniewa Wichłacza

„50 Years After”

w Ośrodku Propagandy Sztuki,
czynna do 30 I 2022 r.

WYDAWCA

ŁÓDZKI DOM KULTURY
INSTYTUCJA KULTURY SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO

ADRES REDAKCJI

ŁDK, 90-113 Łódź, ul. Traugutta 18
tel. 797 326 217
e-mail: kalejdoskop@ldk.lodz.pl
www.e-kalejdoskop.pl

REDAGUJĄ

Bogdan Sobieszek
- p.o. redaktora naczelnego,
Aleksandra Talaga-Nowacka

PROJEKT GRAFICZNY

Jakub Stępień,
współpraca Oliwia Adamkowska

DRUK

Kolumb Krzysztof Jański
ul. Kaliny 7, 41-506 Chorzów

Nakład: 1450 egz.

INFORMACJE O IMPREZACH

prosimy przesyłać na adresy:
kalejdoskop@ldk.lodz.pl
kalendarium@ldk.lodz.pl

PARTNEREM PISMA JEST

MONOPOLIS

PRENUMERATA

„Kalejdoskopu”
Cena za numer - 4 zł

RUCH - mieszkańcy Łodzi
i województwa mogą zamówić
prenumeratę, korzystając ze strony
www.prenumerata.ruch.com.pl
pytania: prenumerata@ruch.com.pl
lub tel.: 22 693 70 00,
801 800 803 (pn.-pt. w godz. 7-17).
KOLPORTER - tylko instytucje mogą
zamawiać prenumeratę w oddziałach
firmy Kolporter S.A.
na terenie całego kraju.
Informacje pod numerem infolinii
0 801 205 555
lub na stronie internetowej
<http://sa.kolporter.com.pl/>

Muzyka schodzi do PODZIEMIA

Bogdan Sobieszek, p.o. redaktora naczelnego

Może to normalne, że idealizujemy coś, co było kiedyś, a krytycznie patrzymy na to, co teraz. Kiedyś wszystko było lepsze, poza ustrojem, który był gorszy. Kiedyś, czyli w czasach naszej młodości... No ale muzyka popularna, rozrywkowa, bigbitowa czy rockowa (jakkolwiek ją zwać) na pewno była lepsza. The Beatles – toż to komercja lat 60., szła. Minęło ponad pół wieku i chłopcy z Liverpoolu nadal uważani są za geniuszy. A „Nevermind” Nirvany z 1991 roku? Wykrzyczany bunt stał się komercyjnym przebojem na lata. Genialna muzyka – szczerza i oryginalna – rodziła emocje i podziw. Tworzona z potrzeby serca – zdobywała serca i dobrze się sprzedawała. Musieli się temu podporządkować handlarze i przemysł muzyczny. Od kiedy życie muzyczne przeniosło się do internetu, handlarze mają nowe narzędzie kreowania popytu. Gust słuchaczy i oblicze muzyki popularnej modeluje algorytm – bezlitośnie konsekwentny, niewrażliwy, absolutnie lojalny wobec reguł rynku, a w konsekwencji ślepy na sztukę. Skutecznie kształtuje dzisiejszą komercję. Muzyka głównego nurtu staje się uśrednionym, bezpiecznym (pozbawionym wszelkich ekscesów), magmowatym (choć perfekcyjnym technicznie) konstruktem, pretekstem służącym wyłącznie sprzedaży. Czy to jest schyłek? Być może muzyka popularna, która wybuchła na początku lat 60. – oparta na brzmieniu gitar elektrycznych, wzmacniaczy, syntetycznych dźwiękach klawiszy – niebawem się skończy. Jak wszystko. Na razie – i to jest pewne – autentyczna twórczość schodzi do podziemia.



SPIS TREŚCI

12

Las Wolności
i Polana
Kościuszki.
Jan Salm,
Jacek
Wesołowski



14

Komu
Szczerebiec?
Andrzej
Poniedziałki



17

Gdzie muzyka
z tamtych lat?
Bogdan
Sobieszek



21

Radio
programo-
wane.
Patrycja
Chuszc



24

Solo dla dobra
wspólnego.
Rafał Gawin



29

Sieć na fanów.
Rozmowa
z Weroniką
Juszczak



31

Każdy musi
napisać
książkę.
Maciej
Cholewiński



32

Kot filmowy
z miasta
Łodzi.
Mieczysław
Kuźmicki



33

Galeria
Kalejdoskopu
- Złota Nitka



38

Historia
ciągłej
zmiany.
Tomasz
Ferenc



44

Teatr może
wszystko.
Małgorzata
Karbowski



49

Co to będzie?
Aleksandra
Talaga-
Nowacka



12/21

52

Przelotne
obrazki.
**Gustaw
Romanowski**



54

Obraz obrazy.
**Piotr
Grobliński**



56

Niech połączy
nas dźwięk.
**Bogdan
Sobieszek**



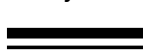
59

Odkrywcy
zapomnianych
skarbów.
**Rozmowa
z Michałem
Wilczyńskim**



62

Trans-
cendencja.
**Łukasz
Maciejewski**



64

Las, który się
chowa.
**Przemysław
Owczarek**



67

Kadrowany
eksperyment.
Piotr Kasiński



68

Piwo
inwestycyjne.
Pienisty



69

Kalendarium



MUZYKA dwóch obiegów

GDZIE MUZYKA Z TAMTYCH LAT?

Bogdan Sobieszek

To wbrew pozorom pytanie o przyszłość. Kiedy rynek muzyczny kształtują algorytmy, a nie słuchacze, muzyka zmienia się w zuniformizowaną, łatwostrawną papkę. Staje się zaledwie pretekstem, narzędziem. Trafia bowiem do globalnego obrotu handlowego, a jej głównym zadaniem jest przynieść zyski tym, którzy algorytmami zarządzają.

Zaczęło się, gdy – jak to mówią w branży – impreza przeniosła się do Steve'a Jobsa. W 2002 roku firma Apple zrobiła to, przed czym wzbierały się wszystkie wytwórnie płytowe. Uruchomiła iTunes Store – internetowy sklep z muzyką. Od tej pory można było legalnie (za pieniądze) ściągać nagrania z sieci. To zmieniło wszystko. Drastycznie spadła sprzedaż płyt CD, pojawiły się portale streamingowe. Życie muzyczne toczy się teraz głównie online, a słuchacze za pośrednictwem swoich smartfonów mają dostęp do niemal całej muzyki. Jednocześnie technologiczny postęp sprawił, że studio nagraniowe każdy może mieć w swoim laptopie i manifestować swoją twórczość przed światem, wrzucając nagrania do internetu.

Kto chce zaistnieć, musi zostać dostrzeżony w sieci. Grono fanów w mediach społecznościowych to wymierna wartość w rozmowach z wytwórcami płytowymi i stacjami radiowymi. Bez tego nie ma skutecznej promocji. Wielu artystów zaczyna więc od zbudowania zaplecza na Facebooku, Instagramie, TikToku. – Całe dnie spędzam na prowadzeniu naszych social mediów – mówi Olga Stolarek, wokalistka łódzkiego zespołu Heima, który ostatnio wypuścił trzy single, a niebawem wyda debiutancką płytę. – Jak nie post, to instastory, na których robimy quizy lub zadajemy pytania obserwatorom, żeby utrzymać z nimi interakcję. Kilka razy w tygodniu staram się wrzucać na TikToka jakieś głupie filmiki lub trendy. Albo twojego filmiku nie zobaczy nikt, albo dziesiątki tysięcy osób. TikTok pomógł nam w promocji jednego z naszych singli.

Jakimś kierunkiem dla młodych artystów są strony internetowe, takie jak np. Bandcamp, gdzie można zamieścić swoje nagrania i informacje na temat wykonawcy. Dużo jest tu muzyki nowej, alternatywnej, mało znanej. Dobrym miejscem jest też nieśmiertelny anglojęzyczny Pitchfork, portal poświęcony głównie recenzjom płytowym, nowościom i wywiadom z artystami. – Chętnie z niego skorzystam w poszukiwaniu nowych dźwięków – mówi Marcin Tercjak, dziennikarz muzyczny Radia Łódź. – Mam kilka takich swoich adresów, od których zaczynam cotygodniową penetrację sieci.

Zachowała się jeszcze instytucja dziennikarzy, o których się mówi, że są opiniotwórczy i mogą trochę pomóc debutantom, jeśli coś ich zainteresuje, nawet gdy będą to rzeczy, których nie usłyszymy na co dzień w stacjach radiowych.

W internecie poza wszystkim potrzebny jest łut szczęścia, by artysta został zauważony, ale podstawą jest zrozumienie i świadomość zasad funkcjonowania mediów społecznościowych. Wpisy artystów kierowane do odbiorców w sieci mają zazwyczaj formę postów influencerów, czyli osób, które są „fajne” i warto je obserwować. A muzyka jest jakby przy okazji. Słuchacze, zwłaszcza nastoletni, nowych wykonawców i ich muzykę (jeśli nie polecają ich rówieśnicy) poznają przede wszystkim za pośrednictwem TikToka, np. jako tło dźwiękowe w filmikach. Czasem jest to fragment koncertu, czasem po prostu artysta mówi o sobie. Drugim najpowszechniejszym źródłem jest Spotify, który podsuwa muzykę podobną do

tej, którą wcześniej wybieraliśmy, tworzy playlisty wedle gatunku, nastroju, pory dnia, przeznaczenia. Nakłania do posłuchania utworów, które mogą ci się podobać. Algorytm decyduje o tym, czego słuchasz, co ci się podoba.

Żeby zaistnieć, artysta musi oczywiście najpierw nagrać swoją piosenkę. Może to zrobić w domu na komputerze, może w profesjonalnym studiu, ale to kosztuje. Na polskim rynku wciąż aktywni są menedżerowie – łowcy talentów, czasem promotorzy związani z jakąś wytwórnią płytową. To oni biorą pod swoje skrzydła obiecujące młode osoby, takie jak 21-letnia Wolska, którą zajął się menedżer i wydawca Jacek Jagłowski. – Umówiłem Patrycję z producentem, żeby ocenił jej możliwości i coś dla niej przygotował – mówił Jagłowski podczas festiwalu Soundedit, gdzie Wolska w ramach Soundedit Spotlight Special zagrała swój pierwszy duży koncert. – Początkowo się zjeżyła, twierdząc, że ma 100 tysięcy piosenek i wie, jak to zrobić. Wreszcie się spotkali i producent powiedział, że ma talent i trzeba jej pozwolić się rozwijać. Nagrała więc 12 autorских piosenek.

Producent odpowiada za ostateczny kształt utworu debutanta, za finalny produkt przeznaczony do wytwórni i do radia. Artysta, który czasem jest autorem pomysłu, czyli melodii i słów, nagrywa wokale i daje image, czyli swoją twarz. Instrumentacja, aranżacja, brzmienie, charakter całości to dzieło producenta, który robi to tak, żeby piosenka się dobrze sprzedawała.

– Kiedy 15 lat temu nagrywałem płytę z Ziemkiem Kosmowskim i Muńkiem Staszczykiem, przez pół roku pracowaliśmy na próbach nad repertuarem, żeby wejść do studia i go nagrać – opowiada Michał Karkusiński, łódzki muzyk i realizator dźwięku. – Dziś dzwoni do mnie producent i mówi, żebym dograł partie klawiszowe. Resztę dogrywają inni muzycy, którzy nie muszą się nawet znać. I proszę, jest płyta – produkt gotowy. Jeśli artysta staje się popularny, pojawia się wokół niego drobny szum medialny i dopiero wtedy składany jest zespół na koncerty.

Jeszcze w latach 90. wytwórnie płytowe dużo inwestowały w swoich artystów. Dziś angażują pieniądze tylko w projek-

ty największych gwiazd. W Polsce poza przedstawicielstwami największych koncertów, które mają budżety, żeby wesprzeć promocję artysty, większość wytwórni płytowych niewiele jest w stanie zaoferować młodemu wykonawcy. Muzycy zespołu Heima poszli do wydawcy z gotowym materiałem, wierząc, że Agora Muzyka wesprze promocję ich debiutanckiej płyty. Dotąd inwestowali w zespół środki zarobione na koncertach. Pieniądze na nagrania – kilkanaście tysięcy – pochodziły ze zbiórki internetowej.

Choć, jak mówi Marcin Tercjak, radio ma dziś mniejsze znaczenie, to jednak stacje mają spory udział w tym, że jakieś piosenki utrwalają się w świadomości odbiorców. Najczęściej piosenka czy wykonawca najpierw wyskakuje w internecie. – Przykładu, że rozgłoszonia radiowa wylansowała jakiegoś artystę od zera, dawno nie widziałem. Ostatni był Kortez w Trójce.

Zmienia się też samo radio. Programy są coraz bardziej zunifikowane, sformatowane. Niewiele pozostało audycji autorskich, emitowane są późno w nocy. Mówi się złośliwie, że muzyka w stacjach komercyjnych wypełnia przerwy między reklamami. Musi do nich pasować i broń Boże nie spowodować, żeby słuchacz zmienił stację. W takiej sytuacji wielu artystów już na dzień dobry nie ma wstępu na antenę, bo nie mieści się w formacie.

Zespół Heima każdy nowy singel wysłał do stacji radiowych – większych i mniejszych. Utwory zespołu puszczane były ponad 500 razy, w większości były to radia studenckie i lokalne. Zdarzyło się kilka odtworzeń w Radiu 357, Nowym Świecie, Czwórcie. – Nasza muzyka jest dość spokojna i niezbyt radiowa, dlatego wiele stacji z góry odpada – mówi Olga Stolarek.

RMF jest potentatem na rynku. Wielu artystów, którzy zrobili w Polsce karierę, dziś nie dostałoby się na playlistę RMF. – Jest taki bardzo zdolny łódzki artysta Patryk Pietrzak, który wydał ciekawą płytę – opowiada Marcin Tercjak. – Znalazły się tam ładne piosenki, ale stacja radiowa, która dba o tempo i o to, żeby pasowały do siebie bity piosenek i dżingli, nie zagra ich. Daria Zawiałow wystąpiła na Soundedit Spotlight, jeszcze zanim wydała debiutancką płytę. Dziś artystkę puszczą

MAGIEJ CHOLEWIŃSKI

Każdy musi napisać książkę

Marian Łohutko w 1978 roku opublikował w wydawnictwie „Iskry” książkę „Każdy musi napisać powieść”. Autor był z wykształcenia prawnikiem, a jako literat pisał opowiadania, sztuki teatralne i słuchowiska. Książkę kupiłem dla tytułu, który wydał mi się efektowny i inspirujący. Dziś w ogóle nie pamiętam jej treści; to była jakaś nowoczesność, trochę męcząca i przestylizowana groteska, żonglerka skrajzeniami i absurdalnymi sytuacjami. Czytałem ją w latach 80. ubiegłego wieku. Dość dobrze pasowała do ówczesności...

Jak ta literatura wpłynęła na moje życie? Napisałem powieść (bardzo dobrą zresztą) i kilka innych rzeczy. Czy były równie „wartościowe”, nie wiem. Ze zdziwieniem jednak zauważyłem, że najciekawszy w tych przedsięwzięciach wcale nie był efekt końcowy, ale praca nad nim.

Sam finał to była ulga, zmęczenie jak po długim biegu. I jeszcze jedno spojrzenie, które – oczywiście – musiało wychwycić jakąś niedoskonałość, rysę, błąd. A wydawało się, że wszystko zostało przejrane i przemyślane do najdrobniejszego szczegółu. Gdzie tam! Tu przecinek, tam trzeba „zamalować” – teraz to widać – zupełnie nieistotny szczegół, który wydawał się ważny. I tak w nieskończoność. Kolega malarz zwierzył mi się kiedyś, że najtrudniejsze w procesie tworzenia jest właśnie powstrzymanie się od poprawiania.

Najbardziej ekscytującym momentem jest nadejście pomysłu. Kiedy po prostu się wie, że powstanie coś naprawdę dobrego, może nawet genialnego. Muzycy biegną wtedy po instrument, pisarze zapalają w nocy lampkę i szybko zapisują objawioną frazę, rzeźbiarze... Tu trudno wymyślić coś sensownego.

Rodzi się pytanie: co dalej? Jak zmierzyć się z wyzwaniem? Rozmawiałem z artystami. Z grubsza rzecz biorąc, są dwie szkoły (wiadomo: falenicka i otwocka) – jedni od razu

rzucają się w wir pracy i z żelazną dyscypliną prą do przodu, krok po kroku, a inni nie tylko chodzą i cierpią. Godzinami, dniami, miesiącami, aż przychodzi ten właściwy dzień – narodzin.

Niezależnie od wybranej metody okazuje się, że autor z chwilą rozpoczęcia pracy wkracza w jakąś iście metafizyczną krainę, w której obowiązują inne prawa i zwyczaję, inaczej biegnie czas. Wydobywa się z mroku postaci, których już dawno nie ma, chodzi się po ich ulicach (lub kamienicach), przeżywa nie swoje problemy, zgłębia motywy. Kiedy okazuje się, że w czymś zyciorysie są całe miesiące o nieznanym przebiegu, trzeba to odtworzyć jak zniszczoną mozaikę, ułożyć jak puzzle. Świadków zazwyczaj już nie ma, a ci, którzy pozostali, niewiele pamiętają albo nie mają ochoty rozmawiać. Zaczyna się uciążliwa, ale jakże przyjemna wędrówka wśród urzędów, archiwów, bibliotek, prywatnych mieszkań, wypełniona wizjami lokalnymi, zdmuchiwaniem kurzu z teczek z rosyjskim napisem „Дело”, rozpaczliwymi próbami odcyfrowania ręcznej cyrylicy, słów pisanych „nutkami” w jidysz czy „szwabachą” po niemiecku.

Spotkałem znajomą, którą również dotknął ten „obłąd”. Odziedziczyła po zmarłym ojcu całe jego archiwum, a że był artystą, to i pokaźne, i ciekawe: notatki, zdjęcia, grafiki, rysunki, drobne prace na papierze, dokumenty, jakieś legitymacje. Najpierw chciała to po prostu uporządkować, choć raczej było uporządkowane. Jęła przeglądać te pisma, oglądać fotografie, wspominać, przypominać sobie rozmowy, których już nie powtórzy. No i zaczęło się – „archeologizowanie”...

Odtąd rozmawiamy tylko o pisaniu. Dzielimy się informacjami, sposobami dotarcia do źródeł i w ogóle wrażeniami z podróży w czasie, z której dość często wracać się nie chce. Tak to jest, gdy się pisze książki. Nawet te, których nikt potem nie czyta.

GALERIA KALEJDOSKOPU

ZŁOTA NITKA

FESTIWAL WIRTUALNEJ MODY

Kolekcja „Inwokacja” jest jego debiutem, a on sam uważa się za samouka – 21-letni Mikołaj Żurek zdobył główną nagrodę w Ogólnopolskim Konkursie Złota Nitka, który odbył się 22 X w ramach Łódź Young Fashion. Niespodzianek było więcej – bowiem po rocznej przerwie w organizowaniu festiwalu zaproponowano nietypową edycję. Na żywo, w murach Centrum Promocji Mody ASP, odbyła się wyłącznie 25. Gala Dyplomowa Instytutu Ubioru ASP – z livestreamingiem w internecie (zwyciężyła Anna Aksamitowska-Goncerz). Złotą Nitkę zrealizowano natomiast jako prezentację w technologii VR z jednoczesną projekcją w CPM i na budynku w OFF Piotrkowskiej. A dotychczasowy Międzynarodowy Konkurs Łódź Young Fashion Award został zastąpiony przez I Fashion Film Festival z filmowymi prezentacjami kolekcji (zwyciężyła Florentina Leitner z Austrii). Łódź Young Fashion zorganizowały Akademia Sztuk Pięknych i Stowarzyszenie Pola Designu w partnerstwie z miastem.

O wydarzeniu można przeczytać na e-Kalejdoskop.pl.

W galerii prezentujemy kolaże pokazujące wybrane kolekcje młodych projektantów biorących udział w Ogólnopolskim Konkursie Złota Nitka.



**KOLEKCJA
MIKOŁAJA ŻURKA.**
Grafika: Jagoda Skawska

O laureacie i jego kolekcji

Zwycięzca tegorocznej Złotej Nitki mógł być tylko jeden. Spośród 15 kandydatów z całej Polski jury jednogłośnie wybrało Mikołaja Żurka – pochodzącego spod Bielska-Białej, a mieszkającego w stolicy absolwenta warszawskiej Międzynarodowej Szkoły Kostiumografii i Projektowania Ubioru. Laureat uważa się za samouka – konstruowania ubiorów nauczył się, robiąc wiwisekcje ciuchów z lumpeksu.

Jego kolekcja strojów uszytych z używanych na polskich wsiach dwustronnych kap rodem z PRL wyróżniała się wśród innych spójnością, wycuciem formy, oryginalnością. I dojrzałością – co zaskakuje, gdy weźmie się pod uwagę, że autor ma zaledwie 21 lat, a konkursowa propozycja to jego debiut. Banalną rzecz udało się Żurkowi uszlachetnić i „uezgotyczyć”. A zainspirowały go także spiskie i góralskie stroje ludowe oraz... polskie szkło unikatowe, również z PRL. Nazwa kolekcji „Inwokacja” miała oznaczać wstępną do kariery młodego projektanta. I tak się zapewne stanie.



**KOLEKCJA
MARIOLI HOMONCIK.**
Grafika: Jagoda Skawska



**KOLEKCJA
WIKTORII ŁASKAWIEC.**
Grafika: Natalia Polkowska

HISTORIA CIĄGLEJ ZMIANY

Tomasz Ferenc

Dzieje fotografii to nieustające zmiany technologiczne, systematyczne poszerzanie zakresu wzorów estetycznych oraz pełnionych przez to medium funkcji dokumentacyjnych, identyfikacyjnych, komunikacyjnych. Z tego powodu coraz trudniejsze jest dziś pisanie o fotografii en bloc. Stała się ona fenomenem zbyt złożonym, różnorodnym i powszechnym, aby poddać ją prostej i szybkiej analizie.

Można jednak wskazać kilka trendów i procesów, którym fotografia podlega. Podstawą do spisania tych uwag stała się wystawa „Photography Never Dies”, zaprezentowana we Wrocławiu w 2016 roku.

Po pierwsze, fotografia dociera dziś do nas z rozmaitych źródeł: prasy, albumów, druków, zbiorów archiwalnych, ale przede wszystkim z mediów elektronicznych, a te z kolei powodują, że zdjęcia zmieniły swój ontologiczny status, podlegając innym mechanizmom obiegu, inaczej są też używane i oglądane. Medium determinuje przekaz, zdjęcia z ekranu działają na nas inaczej niż barytowe odbitki lub zwykłe wydruki.

Fotografia jak impuls

Wstawiane w mozaikę komputerowego interfejsu, dryfują w stronę infotainmentu (przekazywanie informacji za pomocą luźnej formy, często spotykane dziś w środkach masowego przekazu, głównie w mediach elektronicznych – przyp. red.), są szybko zastępowane przez następne i dodatkowo otoczone masą konkurencyjnych komunikatów. Struktura mozaiki wymaga nieustannego selekcjonowania bodźców, w czym coraz skuteczniej „pomagają” nam algorytmy tworzone przez Google czy Facebook. Dostarcza się nam komunikatów zindywidualizowanych, pasujących do naszych pragnień i preferencji. Na zasadzie sprzężenia zwrotnego my zaglądamy w otchłań, a ona z kolei

wnika w nas. Poczucie totalnej wolności w dostępie do informacji jest iluzoryczne i niebezpieczne. Fotografia odgrywa tu ważną rolę – nieustannie podtrzymuje naszą uwagę i angażuje nas emocjonalnie. Po drugie, fotografia sprzężona z telefonią komórkową stała się nowym, dynamicznym sposobem komunikacji. Takie zdjęcia stają się pomostami komunikacyjnymi, przestając być obrazami fotograficznymi w dawnym tego słowa znaczeniu. Zwykle też mają one krótki żywot, nie służą temu, aby „chwila trwała”, nie „zamrażają czasu”, nie aspirują do pozostania na dłużej, lecz działają jak impuls, który szybko wygasa. Po nim zaś natychmiastowo pojawiają się kolejne. Snapchat i inne tego rodzaju aplikacje, na których życie zdjęcia trwa przeciętnie kilka sekund, zdają się kształtować przyszłość fotografii. Nawet jeśli nie zostaną one skasowane, to i tak znikną, pogrzebane w lawinie kolejnych obrazów. Zdjęcia, których przeznaczeniem jest jedynie kilkusekundowa egzystencja, całkowicie negują dominującą do tej pory logikę wykonywania fotograficznych rejestracji. Zdjęć powstaje coraz więcej, ale los większości z nich jest niepewny.

Po trzecie, fotografia miała pozwolić na poszerzenie możliwości pamięci, uczynić ją intersubiektywnie kontrolowaną. Tymczasem zdaje się, że zamiast wzmocnienia pamięci, stała się jej niepewną i nieprzewidywalną w swej zwodniczości proteżką. To zdjęcia kształtują nasze wizje przeszłości, wskazują na to, co warte zapamiętania, a co nie. O wiele trudniej jest dziś utrzy-

mać w zbiorowej pamięci coś, co nie ma wizualnej, fotograficznej reprezentacji, niż to, co zostało utrwalone. Im więcej mamy zdjęć ukazujących jakieś wydarzenie, tym intensywniejsza staje się jego powszechna świadomość. Gdy nie mamy zdjęć, nie ma historii. Tu jednak ujawnia się paradoks polegający na tym, że obecność fotografii także z reguły nie czyni tych historii istotnymi. Potrzebujemy zdjęć, żeby jeszcze szybciej i łatwiej zapominać. Zobaczone przestaje niepokoić, staje się wyobraźalne, może zatem zostać pozornie przepracowane. Jeśli jednak się nad tym zastanowić, łatwo dojść do wniosku, że najmocniej pamięta się to, czego z różnych powodów nie udało się nam sfotografować. Jeśli czegoś nie utrwalimy, a było to istotne, to nie mając innego wyjścia, musimy utrzymywać ten obraz w pamięci, pielęgnować, odświeżać. Tymczasem to, co mechanicznie utrwalone, może zostać odesłane do archiwum i nie trzeba się już tym więcej zajmować. Przynajmniej przez jakiś czas.



Mural w Detroit, fot. Tomasz Ferenc

Obrazy martwe, ale żywe

Po czwarte, możemy dziś obserwować różne postawy wobec obrazów fotograficznych, a szerzej – obrazów w ogóle. Znajdujemy się pomiędzy ikonoklazmem a idolatrią. W te dwie postawy, które sytuują się na przeciwnych biegunach, wpisuje się szereg pośrednich. William John Thomas Mitchell trafnie zauważa, że dwie skrajności: ubóstwienie i nienawiść względem obrazów łączy jedno – śmiertelnie poważne ich traktowanie, a co za tym idzie, przekonanie co do tego, że obrazy mają potężną moc, zbawczą lub bluźnierczą. Starcie to odzwierciedla różne wizje świata, odmienne podejście do rozumienia fundamentalnych pojęć, takich jak wolność, twórczość, naród, wiara, płęć. Obrazy mogą skutecznie obrażać i zdarza się, że są za to karane. Wynika to z opisanego

przez Mitchella fundamentalnie dwoistej postawy wobec obrazów: wiemy, że są martwe, ale często reagujemy na nie tak, jakby były żywe.

Kwestia piąta. Zdaniem Stevena Edwardsa dawny paradygmat fotografii opierał się na dokumentalizmie (wierze w odzwierciedlenie i reprezentację rzeczywistości), aktualnie trybem dominującym, nadającym ton i charakter stała się reklama. Nie trzeba długo rozwodzić się nad tym, jaki typ obrazów dostarcza nam ten rodzaj wizualnego przemysłu. Jednak skutków jego działania nie można nie docenić. Tak popularne dziś selfie także jest następstwem czysto reklamowej strategii, przeniesionej na poziom prywatnego, osobistego marketingu. Stylizacje przyjmowane przez autorów selfie doskonale pokazują, jak głęboko wchłonęliśmy język współczesnej