

Natalia Sielewicz, Tomasz Fudala

## **Tworzywa sztuczne: ciała, towary, fetysze od zimnej wojny po współczesność**

Fascynacja popkulturą, reklamą i mediami masowymi jako elementami współtworzącymi rzeczywistość była ważnym punktem odniesienia dla sztuki powojennej. Choć nieprzypadkowo historycy i krytycy za główny przedmiot swoich badań obierali w tym kontekście społeczeństwa, w których po drugiej wojnie światowej nastąpił boom ekonomiczny i wzrost konsumeryzmu, konsumpcyjne marzenia i pragnienia „ubogich peryferii”, w tym Europy Wschodniej i Globalnego Południa, były zwykle pomijane. A przecież, o ile realny socjalizm był ustrojem permanentnego niedoboru i ograniczonego dostępu do wielu towarów, o tyle marzenia o konsumpcji przenikały do kultury popularnej i sztuki krajów bloku wschodniego.

Próbując zakwestionować binarny podział na przesiąknięty fetyszyzmem towarowym i erotyką pop-art Zachodu i jego komunistyczną imitację w postaci soc-artu, pragniemy zadać pytanie: o czym śnili obywatele i obywatelki Europy Wschodniej? O czym śnią dzisiaj, trzydzieści lat po ustrojowej transformacji i wolnorynkowej rewolucji, kiedy obraz postsowieckiego dresa i melancholijnego Nowego Wschodu staje się obiektem konsumpcji, a nawet orientalizacji.

Część wystawy zatytułowana *Tworzywa sztuczne* śledzi przemiany pragnienia i konsumpcji w sztuce oraz życiu społecznym od czasów zimnej wojny aż po współczesność, obierając za metaforę plastikowe ciało: ciało będące obiektem pożądania i ciało pożądające, ciało wschodnie konsumujące w reżimie totalitarnym obrazy zza żelaznej kurtyny, wreszcie ciało dysponujące w oczach Zachodu symbolicznym naddatkiem tożsamości, tożsamości często umownych, projektowanych i „syntetycznych”, jak wspomniane tworzywa. Trawestując słowa filozofa Paula Preciado, który pisze, że w zachodniocentrycznej optyce Południe jawi się jako „zwierzę, kobieta, dziecko, oliwa i kawa, ludzka skóra i złoto”<sup>1</sup>, możemy stwierdzić, że stereotypowy obraz Wschodu jest obrazem podrabianych towarów, węgla, czekoladowego orła i rąk do pracy.

---

<sup>1</sup> Paul Preciado, *Mieszkanie na Uranie. Kroniki przemyślenia*, przeł. Agata Araszkiwicz, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2022, s. 276.

W naszej prezentacji kolekcji nieprzypadkowo sięgamy po metaforę plastiku i nafty, zdobywcy postprzemysłowego kapitalizmu, które w drugiej połowie XX wieku robią furorę zarówno w społeczeństwach dobrobytu, jak i w gospodarkach socjalistycznych. W krajach zachodnich boom na syntetyki zbiegł się z badaniami militarnymi (choćby w Projekcie Manhattan). Przy pomocy tanich tworzyw, takich jak etanol celulozowy, wiskoza, poliamid, poliester, akryl, polietylen, elastan, zaczęto też zaspokajać konsumpcyjne potrzeby ciała; wprowadzane je również do projektowania wnętrz i budownictwa. Związek Radzieckim dążył do wykorzystania energii jądrowej nie tylko w wojsku, ale i w przemyśle oraz innowacyjnych projektach użytkowych na potrzeby życia codziennego, co komunistyczne władze mocno podkreślały w propagandzie – w myśl sloganu, że atom miał być przede wszystkim robotnikiem, a nie żołnierzem<sup>2</sup>.

Pracą, która wydobywa militarno-konsumenckie źródła i fantazje wokół tworzyw sztucznych, jest prezentowana na wystawie rzeźba szwajcarskiej artystki Sylvie Fleury. W swojej twórczości Fleury, sięgając do ikonicznych przedstawień z historii mody, prasy popularnej i kinematografii, przygląda się uwodzicielskiej naturze reklamy i designu. Praca *Silver Rain* to rzeźba wykonana z włókna szklanego i żywicy syntetycznej. Przedstawia smukłe, skrzyżowane kobiece nogi w kolorze turkusowego, które otula srebrny winylowy płaszcz. Artystka używa jaskrawych, kontrastujących barw, które podkreślają konsumpcyjny charakter pozy.

Użyty przez artystkę płaszcz typu trencz przywodzi na myśl kokieterijne stylizacje gwiazd Hollywood, takich jak Sophia Loren w filmie *Klucz*, Marlene Dietrich w *Sprawach zagranicznych* czy Brigitte Bardot w *Babette idzie na wojnę*, które w romansach wojennych wcielają się w niebezpieczne *femme fatale*. Włókno szklane, z którego wykonano elementy rzeźby, było tworzywem wymyślonym na potrzeby armii. Z kolei w latach pięćdziesiątych zarówno post-militarny trencz jak i włókno szklane zostały spopularyzowane przez modę i wzornictwo. Fleury kojarzy przewrotny tytuł pracy – *Silver Rain* – zarówno z praktyką seksualną, jak i manewrem wojskowym. Artystka kontrastuje w ten sposób to, co stereotypowo kobiece i związane z przyjemnością, z męskimi wyobrażeniami przemocy.

W twórczości Fleury banalne przedmioty: samochody, buty, palety do makijażu, są włączane w kontekst sztuki i nabierają nowych znaczeń. Rzeźba z kolekcji Muzeum, podobnie jak wiele realizacji artystki, może się kojarzyć ze sztuką zdominowanych przez mężczyzn pop-

---

<sup>2</sup> Paul Josephson, *Red Atom: Russia's Nuclear Power Program from Stalin to Today*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh 2005.

artu i minimalizmu. Artystka zwraca uwagę na stereotypy płciowe i zadaje pytanie: jak wyglądałaby sztuka pop stworzona przez kobiety? Kto decyduje o przyjemności i definiuje obraz kobiety w popkulturze?

W sukurs przychodzą jej artystki epoki „atomowej”, dla których praca nad przechwyceniem kobiecego wizerunku była równie istotna co poszukiwanie materiałów, z których wyłania się nowa cielesność. Plastik, silikon, pleksi, formica to syntetyki grające główne role w pierwszej sali ekspozycji, gdzie dominują prace kobiet. Powyższe materiały stają się podstawowym tworzywem cielesno-zmysłowych rzeźb Aliny Szapocznikow i elementem kompozycji malarskich Evelyn Axell. Fosforyzująca paleta barwna pojawia się także w obrazie Kiki Kogelnik *Kobieta i nożyczki* (1964).

W latach sześćdziesiątych sztuka po obu stronach żelaznej kurtyny chętnie zbliża się do życia codziennego. Plakat, formy użytkowe i reklama są współtworzone przez artystów i wyrażają potrzebę manifestowania stylów życia bazujących na konsumpcji. Wyścig na nowoczesne życie trwa w obu systemach politycznych. Miejscem, do którego przenosi się zimnowojenna rywalizacja o to, komu żyje się lepiej, jest nowoczesna kuchnia – eksperymentalna kuchnia-laboratorium. Oferuje maszyny do przygotowywania posiłków, zmienia się w symbol statusu, kreatywne i duchowe serce domu.

Lampy Aliny Szapocznikow pochodzą z eksperymentalnego okresu jej twórczości – formalnemu nowatorstwu towarzyszy tu nowe ujęcie kwestii ciała i jego reprezentacji. Szapocznikow dotyka traumatycznych wątków pamięci Holokaustu, choroby, ograniczeń i słabości ciała, a jednocześnie przez jej twórczość przemawia niezwykła afirmacja życia i odniesienia do form sztuki użytkowej lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych. Przykładem bardzo świadomego i indywidualnego języka artystycznego jest rzeźba *Piers iluminowana*. Ta lampa udaje przedmiot codziennego użytku, a jednocześnie ma niezwykle złożoną formę i charakter: na długiej, smukłej łodydze otwiera się kwiat powstały z odlewów piersi i ust – ucieleśnienie kobiecej seksualności.

W kontraście do zagrożonego chorobą ciała formy nowoczesnej fantastyki przenikającej do projektowania przedmiotów odwołują się też do odbudowy z materialnych zniszczeń wojennych, do rozwoju, utopii obiecującej piękne przedmioty i lepsze życie, do naukowego i technicznego postępu. W 1947 roku po raz pierwszy użyto terminu „wzornictwo przemysłowe” – miało ono pogodzić propozycje artystów, masowe potrzeby oraz model industrializacji jako priorytetu nowego państwa.

„Wzmianki na temat możliwości, jakie oferują dla meblarstwa nowości chemiczne docierały oczywiście do polskich projektantów w postaci artykułów oraz przykładów realizacji zagranicznych [...]. Około roku 1963 do Poznańskich Fabryk Mebli trafiła maszyna umożliwiająca produkcję siedzisk z żywicy, a w następnym roku sformułowano zadanie opracowania skorupy takiego siedziska”<sup>3</sup>. Powstałe w wyniku tych eksperymentów krzesła Aleksandra Kuczmy o symbolach „KA-386” oraz „KA-237” pojawiają się na wszystkich targach i wystawach polskiego wzornictwa jako zastosowanie najnowszych technologii w przemyśle. Jednak pionierem takich siedzisk był w Polsce Czesław Knothe, który już w 1958 roku w Zakładach Doświadczalnych warszawskiej ASP wykonał jedno z pierwszych siedzisk z żywicy syntetycznej zbrojonej matą szklaną<sup>4</sup>. W tym samym roku nad siedziskiem z żywicy pracował w Łodzi Roman Modzelewski. Spełniające nowoczesne standardy produkcji przemysłowej meble proponowała także Teresa Kruszewska.

W rzeczywistości wzornictwo przemysłowe jest poszkodowane przez stan ekonomii. To on określa możliwości produkcji. Mimo propagandy nowoczesnego życia prezentowanego na łamach magazynów „Projekt”, „Ty i Ja” czy „Stolica” możliwości pracy artystów w przemyśle stają iluzoryczne. Pojawiają się, jak pisała Irena Huml, tak zwani półkownicy, czyli niezrealizowane projekty odłożone na półkę. Ta sama sytuacja – rozmijania się aspiracji artystek i artystów oraz rzeczywistych możliwości produkcji – dotyczy przemysłu tekstylnego, ceramicznego, szklarskiego i meblowego. Kolorowe strony czasopism i plakaty nie znajdują przełożenia na towar na półkach sklepowych, które najczęściej świecą pustkami. Projektowanie form użytkowych staje się sztuką dla sztuki, wartością samą w sobie prezentowaną na wystawach architektury wnętrz (najsłynniejsze odbywają się w Zachęcie w 1957 i 1963 roku) i stanowi zjawisko zupełnie nieprzystawalne do całego świata przedmiotów, który na co dzień otacza mieszkańców bloku wschodniego.

Przedmiotem pożądania stają się lekkie produkty z tworzyw sztucznych i odrzuty z eksportu. Zastosowany najpierw w spadochronach nylon zrewolucjonizował cały przemysł tekstylny. Tworzywa polimerowe wpłynęły na nowe możliwości projektowania i produkcji tanich przedmiotów codziennego użytku. Ich dekoracyjne formy zaspokajają potrzeby

---

<sup>3</sup> K. Łuczak-Surówka, *Nowoczesne formy z tworzyw sztucznych. Polskie siedziska z lat 50. i 60.* w: A. Kielczewska, M. Porajska-Hałka (red.), *Wizje nowoczesności. Lata 50. i 60. – wzornictwo, estetyka, styl życia*, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 2012, s. 80-81.

<sup>4</sup> Tamże.

estetyczne społeczeństw. W latach pięćdziesiątych w Stanach Zjednoczonych kształtują je *tupperware parties*, spotkania dla kobiet promujące uniwersalne zestawy plastikowych pudełek i naczyń. W Europie plastikową rewolucję w życiu codziennym propagowały zaś kolorowe i lekkie produkty mediolańskiej firmy Kartell.

Nową modernistyczną architekturę zdobią neony projektowane przez państwowe przedsiębiorstwo PUR „Reklama” założone w 1956 roku. Lekkość, ażurowość i dekoracyjność, typowe dla architektury i rzeźby tego czasu, można było odnaleźć na przykład w budynku kina Skarpa projektu Zygmunta Stępińskiego, zburzonym w 2008 roku – i w neonie kina, także zaprojektowanym przez Stępińskiego, a dziś należącym do kolekcji MSN. Reklamy i neony świetnie ilustrują odejście od funkcjonalizmu lat trzydziestych i zwrot w stronę nowych tendencji.. Jak pisze Hanna Jasicka, znakami tamtych lat „stały się już nie koło i kwadrat, lecz plama, linia krzywa, asymetrie; symbole żywiołu, emocji, intuicji, indywidualizmu”<sup>5</sup>. Konsumenci odrzucają corbusierowskie maszyny do mieszkania i chcą w przedmiotach codziennego użytku żywiołowych, bujnych form.

W takich rejestrach organiczności i radykalnej poetyckiej wyobraźni operuje Magdalena Abakanowicz. Artystka stworzyła własną kategorię rzeźby. W 1967 roku dotąd zwykle płaskie tkaniny pokazała w przestrzeni jako trójwymiarowe rzeźby. Abakany, miękkie rzeźby zaskakujące dużą skalą, zachęcają do fizycznej interakcji, która była oryginalnie intencją artystki, a po pół wieku nie pozwala na nią krucha materialność tych prac i związane z nią względy konserwatorskie. Określenie „kompozycja monumentalna” dobrze oddaje zamierzenie artystki, której chodzi o doznanie wzniosłości i stworzenie otoczenia, niczym *environments* w zachodniej sztuce.

W kolejnych powojennych dekadach zmienia się też architektura, zarówno bloki mieszkalne, jak i lubiane przez mieszkańców po obu stronach żelaznej kurtyny przeszklone, przyciągające kolorowym światłem witryn świątynie konsumpcji: wielkomiejskie domy handlowe (w Warszawie CDT, Domy Towarowe Centrum, Supersam). Popularne są fantazyjne abstrakcje na fasadach i we wnętrzach, pojawiają się też lekkie materiały, zwiewne, wiszące dachy, op-artowe kontrasty, które spopularyzowała międzynarodowa wystawa EXPO‘58 w

---

<sup>5</sup> H. Jasicka, w: E. Hornowska, Z. Kalinowski (red.), *Użytkowa fantastyka lat pięćdziesiątych*, kat. wyst., Muzeum Rzemiosł Artystycznych. Oddział Muzeum Narodowego w Poznaniu, Poznań 1991, s. 21.

Brukseli. „Styl brukselski” będzie odtąd obecny w bloku wschodnim, a swoje wyjątkowe realizacje zyska w Czechosłowacji i w Polsce. Jeden z odnowicieli polskiego projektowania form użytkowych, architekt Jerzy Sołtan, będzie twórczo interpretował tematykę „przestrzeni niewysłowionej”, która poszerza przestrzeń fizyczną o percepcję emocjonalną. Sołtan mówił: „Architektura są to budynki lub przedmioty, które oprócz wartości funkcjonalnych i technicznych mierzonych przez intelekt posiadają własności plastyczne, poetyckie, emocjonalne”<sup>6</sup>.

By osiągnąć podobne wartości w grafice, w swoich okładkach czasopism i plakatach grafik Roman Cieślewicz używa kolażu i fotomontażu, a jego celem jest tworzenie „obrazów publicznych” dla masowego odbiorcy. W czasie odwilży postalinowskiej eksperymentuje z estetyką konstruktywizmu oraz zapożycza wizualne idiomy surrealizmu i ekspresjonizmu. W 1993 roku, trzydzieści lat po wyjeździe do Francji, w której oprócz nowofalowego czasopisma „Opus” współredagował modowy magazyn „Elle”, Cieślewicz przyznał: „Chciałem opuścić Polskę, by zobaczyć, jak moje plakaty oprą się neonom Zachodu”<sup>7</sup>.

Masowe projektowanie plakatów – eksponowanych na płotach w odbudowanych po wojnie miastach – jest polskim fenomenem. Podobnie jak w projektowaniu form użytkowych, w plakacie formy abstrakcyjne na trwałe zagościły około 1955 roku: pojawia się abstrakcja organiczna, kompozycje plam czystego koloru i układy asymetryczne. Twórcy plakatów, podobnie jak malarze, zwracali się chętnie ku abstrakcji we wszystkich jej odmianach. Uważali ją za reakcję na socrealizm, stanowiła obszar wolności i nowoczesności. Stare symbole przestały być aktualne. Dzięki obecności na międzynarodowych imprezach polski plakat, ilustracja książkowa i wystawiennictwo stają się znane na świecie. Pozycję plakatu utrwala powołane w Warszawie Międzynarodowe Biennale Plakatu i Muzeum Plakatu w Wilanowie.

Seryjność produkcji plakatu i środków masowej konsumpcji była chętnie eksplorowana przez twórców zachodniego pop-artu. Na wystawie prezentowana jest praca amerykańskiej artystki konceptualnej Sturtevant, która od końca lat sześćdziesiątych rozwinęła radykalną strategię twórczą polegającą na tworzeniu szczegółowych kopii („repetycji”) dzieł znanych

---

<sup>6</sup> Z wypowiedzi Jerzego Sołtana, wybrał Piotr Piętka, w: J. Sołtan, *On i ja. O architekturze i Le Corbusierze*, Centrum Architektury i Narodowy Instytut Architektury i Urbanistyki, Warszawa 2020, s. 53.

<sup>7</sup> Margo Rouard (ed.), *Roman Cieslewicz*, Centre Georges Pompidou, Paris 1993, s. 15.

artystów, zaledwie miesiące po premierze oryginału. W sekcji *Tworzywa sztuczne* pokazujemy repetycję słynnego płótna Martiala Raysse'a, głównego przedstawiciela francuskiego popu i nowego realizmu. Sąsiadujące z portretem palącej papierosa aktorki Ewy Stankiewicz pędzla Evelyne Axell i podświetlonym neonem kina Skarpa, płótno Sturtevant, zatytułowane *Raysse Peinture à haute tension (Obraz Raysse'a pod wysokim napięciem)* blisko nawiązuje swoim tytułem do oryginalnego obrazu Raysse'a *Peinture à haute tension (Obraz pod wysokim napięciem)*. To napięcie między kopią a oryginałem zapowiada zainteresowania artystek młodego pokolenia z Europy Wschodniej, które w ostatniej sali wystawienniczej będą rozwijać tematykę oryginału i podróbki w globalnym przemyśle konsumenckim.

W czasie gierkowskiego „cudu”, gdy towary wykorzystywano jako narzędzia polityki państwowej, a na warszawskich ulicach reklama mieszała się z propagandą, artyści często wycofywali się do „prywatnego” w lęku przed tym, co „społeczne” i „publiczne”. Zauważali, że nowymi środkami konsumpcji stawały się wnętrza oddawanych masowo do użytku małych mieszkań. Ważnym zjawiskiem tego czasu było jednocześnie odwoływanie się do intymności i popartowej estetyki. Prywatny charakter ma sztuka Natalii LL, która w swoich fotografiach i wideoperformansach polemizuje z oficjalną fotografią z kolorowych magazynów i proponuje własne medialne przekształcenie obrazu ciała i rozkoszy. W latach 1972–1975 stworzyła jeden ze swoich najbardziej ikonicznych cykli zatytułowany *Sztuka konsumpcyjna*, w którym pokazała różne permutacje aktu konsumpcji i jego znaczeń. Artystka zapraszała młode modelki do wykonywania przed kamerą rozmaitych aktów seksualizacji jedzenia. Skupiając się na ich mimice i gestach, rejestrowała erotycznie naładowane grymasy. Bezkompromisowa seksualność modelek bawiących się bananami, kiełbaskami, preclami i płynnym jedzeniem wywołała w polskim środowisku artystycznym skandal. Ale sztuka Natalii LL unaoczniała również różne stanowiska i systemy wartości organizujące ówczesne myślenie o feminizmie i wyzwoleniu. Choć na Zachodzie druga fala feminizmu postrzegała wyzwolenie kobiet jako walkę z konsumpcjonizmem, reklamą i masowymi mediami, śmiało wypowiedzi feministycznej konceptualistki z Polski mówią o długo tłumionym pragnieniu wyrwania się z rutyny ponurej stagnacji i nijakiej uniformizacji. W swojej pracy Natalia LL demistyfikuje sposób w jaki kobiety są uprzedmiotowione w mediach i podważa propagandową fantazję o pełnym dostępie do dóbr wspólnych w socjalizmie.

Fantazje te weryfikuje ekonomiczny eksperyment transformacji ustrojowej. Wiele artystek i artystów na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych w krytyczny sposób komentuje nowy konsumpcyjny hedonizm. W *Lego* Zbigniew Libera pokazuje wykreowany z

plastikowych klocków nowy produkt – zestaw do zbudowania obozu koncentracyjnego. Artysta współtworzył najciekawsze środowiska i przedsięwzięcia sztuki niezależnej w Polsce, między innymi łódzką Kulturę Zrzuty, grupę muzyczną NAO i Sternenhoch, czasopismo „Tango”, środowisko skupione wokół Zofii Kulik i Przemysława Kwieka. Jest uznawany za czołowego przedstawiciela nurtu sztuki krytycznej. W swoich pracach analizuje i krytykuje kulturę masową i tradycyjne modele wychowania, a także porusza kwestie manipulowania rzeczywistością przez media. Praca *Lego* zyskała ogromny rozgłos - jej zakup do kolekcji nowojorskiego Jewish Museum stał się inspiracją do zorganizowania tam ważnej wystawy *Mirroring Evil: Nazi Imagery/Recent Art* [Odzwierciedlając zło: nazistowska ikonografia/sztuka najnowsza] (2002). *Lego* pokazuje, że systemy totalitarne mają zakorzenienie w codziennych decyzjach i w polityce opartej na rzekomo racjonalnych systemach ekonomicznych. Praca zapowiada dominację wartości konserwatywnych po przełomie 1989 roku i zagrożenie powrotem faszyzmu.

Karol Radziszewski odnosi się z kolei do wykorzystania kultury popularnej w procesie społecznej emancypacji wobec takich problemów jak epidemia AIDS na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych czy prześladowania osób homoseksualnych w PRL. Artysta poszerza debatę na temat queerowej historii o Europę Środkową.

Sztuka podejmuje jednak także problematykę wschodnioeuropejskiej Inności jako towaru i fetyszu. Artystki urodzone w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych zadają pytanie o to, w jaki sposób obrazy „nieokiełznanego” i „zacofanego” Wschodu Europy mogą być przechwytywane i przetwarzane. Czy mogą one podlegać melancholijnej autoegzotyzacji? A może stają się obiektem-fetyszem w oczach zachodniego odbiorcy? Monumentalna instalacja Henrike Naumann *Eurotique* opowiada o peryferyjnej modernizacji krajów nadbałtyckich w latach dziewięćdziesiątych oraz nadziejach związanych z akcesją do Unii Europejskiej. Z kolei *Bojaźń prowincji* to rekonstrukcja muralu o tym samym tytule namalowanego w 2000 roku przez Paulinę Ołowską i Lucy McKenzie w ramach projektu *Marzenie prowincjonalnej dziewczyny* – cyklu wystaw wykurowanych przez artystki wspólnie z Julitą Wójcik w wynajętym mieszkaniu w Sopocie. Realizując *Marzenie prowincjonalnej dziewczyny* artystki zamieszkały wspólnie w sopockim mieszkaniu i oprócz prowadzenia galerii, zajmowały się na pozór prozaicznymi sprawami, takimi jak pielęgnacja roślin i szydełkowanie. Artystki próbowały przechwycić dla pola sztuki aktywności stereotypowo utożsamiane z domem i kobietą poetyką, kreując doświadczenie wspólnoty, intymności i

siostrzeństwa. Postanowiły dowartościować tytułową prowincję i prowincjonalność, jako przestrzeń opartą na sile kobiecych relacji, marzeń i determinacji.

W książce z 1999 roku *(Per)wersje miłości i nienawiści* słowiańska filozofka Renata Salecl kreśli intrygującą metaforę struktury pragnienia i jego miejsca w procesie transformacji kulturowej<sup>8</sup>. Przyglądając się temu, jak marki zarządzają ludzką potrzebą autoekspresji, badaczka zwraca uwagę na zmianę trendów, która nastąpiła w połowie lat dziewięćdziesiątych w kampaniach reklamowych domów mody i kosmetyków. Przygląda się powrotowi minimalizmu i prostoty w kampaniach Calvina Kleina, marki, która po fali ponadczasowego eklektyzmu wyłania nową ascetyczną podmiotowość, niepotrzebującą ozdoby. Salecl zauważa, że takie nazwy perfum jak Obsession (Obsesja), Eternity (Wieczność), Escape (Ucieczka) wyrażały naddatek tożsamości i potrzebę ucieczki w świat fantazji wykraczającej poza agonię egzystencji. Ucieczka od znoju codziennego życia przychodzi z pomocą magicznej miłości, którą podmiot może wywołać, używając perfum. Kontrapunktem dla eskapistycznych poszukiwań staje się rozkwit indywidualizmu przełomu lat dziewięćdziesiątych i dwutysięcznych, nowego pokolenia, które nie wierzy w normatywne ideały oferowane przez społeczeństwo i podchodzi twórczo do swojej tożsamości. Trend ów badaczka ilustruje przykładem reklamy perfum Hugo Bossa Hugo Woman, która namawia: „Nie naśladuj. Bądź innowacją” („Don't Imitate, Innovate”).

Co jednak znamienne, praktyki wizualne początku lat dwutysięcznych często opierały się na strategiach zawłaszczenia i remiksu. Jak słusznie zauważa Nicolas Mirzoeff w książce *Jak zobaczyć świat*, praktyki w przeszłości przynależne do kultury wysokiej, takie jak fotografia czy sztuka konceptualna stały się częścią globalnej kultury wizualnej w wyniku rewolucji 2.0, w ramach której zasadniczą rolę w sieci zaczęły odgrywać treści generowane przez jej użytkowniczkę i użytkowników. Bezprecedensowa jak dotąd wolność komunikacji i ekspresji sprawiła, że pierwsi twórcy tak zwanej sztuki postinternetowej tworzyli własne kanały prezentacji i przestrzenie wspólnoty, między innymi w internecie i oddolnych galeriach<sup>9</sup>.

Przełomowe działania artystek i artystów tego nurtu z początku drugiej dekady XXI wieku nosiły znamiona krytyki instytucjonalnej: remiksowały konwencje sztuki

---

<sup>8</sup> Por. R. Salecl, *(Per)wersje miłości i nienawiści*, przeł. Ł. Mokrosiński, Subversion, Warszawa 2009.

<sup>9</sup> Por. N. Mirzoeff, *Jak zobaczyć świat*, przeł. Ł. Zaremba, Karakter, Wydawnictwo Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, Kraków-Warszawa 2016.

awangardowej, kwestionowały status oryginału, kopii i innych uwarunkowań obiegu dzieła sztuki.

Albańska artystka Anna Ehrenstein bada stereotypy płci, religii i rasy w zderzeniu kulturowym Wschodu i Zachodu. Interesuje ją status oryginału i imitacji obrazów oraz produktów, zwłaszcza tych, dla których miejscem wytwarzania i rynkiem zbytu jest europejskie centrum podróbek – miasto Durrës w zachodniej Albanii.

Tłem dla tych rozważań jest złożona tożsamość artystki i miejsce, z którego pochodzi. Praca przedstawia postument z popiersiami dwóch postaci w hidżabach. To nakrycie głowy, które nosi część kobiet wyznających islam, tutaj służy raczej jako modny dodatek i akcesorium ułatwiające rozmowę przez telefon komórkowy bez użycia rąk. Tytuł pracy *Zen dla Hoejabi* jest grą słów: hidżab i *hoe*. Ten slangowy termin został zawłaszczony przez wyzwolone obyczajowo i seksualnie muzułmanki, które nie zrzucają jednak hidżabu jako elementu tradycyjnego osobistego stroju<sup>10</sup>. Artystka, należąca do albańskiej diaspory w Niemczech, komentuje w ten sposób wojny kulturowe wokół wolności obyczajowej i religijnej. Do produkcji rzeźb Ehrenstein wykorzystwała technologię skanu 3D, którą stosuje się w wyrobieniu podróbek. Przygotowała za jej pomocą odlewy swojej twarzy. Nie wiemy, która postać jest imitacją, a która pierwowzorem. Oba popiersia łączy splot kabli od ładowarek do telefonów komórkowych, na których wyświetlane są popularne filmiki z mediów społecznościowych. Artystka użyła nagrania z *busta accounts*, czyli kont użytkowników, którzy demaskują celebrytów noszących tanie imitacje markowych produktów. Na stelażach za rzeźbą wyeksponowane są wydruki lentikularne – druki na folii soczewkowej stosowane zazwyczaj w reklamie.

Instalacja Ehrenstein sygnalizuje symboliczny powrót do witryny sklepowej oraz wchodzi w dialog z miejscem, w którym powstało nowe Muzeum – placem Defilad, gdzie do 2009 roku znajdowały się hale targowe KDT. W zgentryfikowanych miastach ulice centralnych dzielnic nie różnią się znacząco od siebie, coraz bardziej przypominają homogeniczne pasaż handlowe z podobnymi markami i sieciówkami. W ostatniej sali tej części wystawy, pod hasłem „Bunt manekinów” prezentujemy – rzeźby figuratywne, które są ekspresją nadwyżkowych, stale remiksowanych i przenikających się tożsamości. To obraz kalejdoskopowych, fragmentarycznych tożsamości w świecie zdominowanym przez media

---

<sup>10</sup> Romaisaa Benzizoune, *How to Be a Hoejabi*, „The New York Times”, 29 czerwca 2018, <https://www.nytimes.com/2018/06/29/opinion/sunday/hoejabi-hijabi-muslim-culture.html>.

cyfrowe i zglobalizowaną konsumpcję. Manekiny spoglądają z „witryny” nowego budynku Muzeum na ulicę Marszałkowską i Domy Towarowe Centrum, jedno z pierwszych centrów handlowych w powojennej Polsce. Czy minimalistyczna bryła Muzeum jest ekranem współczesnych fantazji warszawiaków i warszawianek? Pomostem między socjalistyczną przeszłością miasta a jego neoliberalnym wcieleniem? A może architektonicznym CK One, punktem zero, który nie potrzebuje ornamentu?

W czasach, kiedy nawet kampanie polityczne posługują się silnymi symbolami estetycznymi do wyrażenia marki i tożsamości, architektura nowego Muzeum oferuje przestrzeń inną od architektury konsumeryzmu. Minimalistyczny budynek jest tłem dla sztuki i codziennych zdarzeń z życia miasta.