

Justyna Budzik

dr, Instytut Nauk o Kulturze,
Uniwersytet Śląski w Katowicach,
Polska. Filmoznawczyni i lektorka języka
polskiego jako obcego, absolwentka
podyplomowego studium historii
sztuki. Autorka książek *Filmowe
cuda i sztuczki magiczne. Szkice
z archeologii kina* (2015) oraz *Dotyk
światła. O zmysłowym doznawaniu
kina* (2012), współautorka (wraz
z Agnieszką Tambor) publikacji *Polska
półka filmowa. Krótkometrażowe filmy
aktorskie i animowane w nauczaniu
języka polskiego jako obcego* (2018).
Lektorka języka polskiego w INALCO
w Paryżu (2016/17), laureatka
Fulbright Slavic Award na University
of Washington w Seattle (2017/18).
Zawodowo i badawczo zajmuje się
edukacją medialną oraz glottodydaktyką
polonistyczną.
E-mail: justyna.budzik@us.edu.pl

(Eko)plakat

wobec zmian krajobrazu

w antropocenie

(...) pejzaż staje się współcześnie nośnikiem znaczeń najistotniejszych, treści najwyższej rangi, metafizycznych, egzystencjalnych i politycznych¹.

Krajobraz w sztuce plakatu z oczywistych względów podlega przetworzeniom, by spełnić wymagania stawiane formie i funkcji plakatu: jest niezadko uproszczony, umowny, a naturalne formy ukształtowania terenu czy obiekty architektoniczne stają się pretekstem do eksperymentowania z kształtem, barwą, linią i kompozycją.

Kiedy mówimy o plakatach turystycznych, których celem jest promocja i podkreślenie atrakcyjności przyrody czy dziedzictwa przemysłowego na danym terenie, to tym bardziej mamy do czynienia z syntezą realizmu i symbolizmu, by na ograniczonej przecież powierzchni przekazać jak najwięcej treści dotyczących historii, wyglądu czy wyjątkowości przedstawianego miejsca. Z pełną świadomością reguł projektowania plakatów chciałabym zaproponować spojrzenie na krajobrazy, jakie w plakatach kreuje dwoje współczesnych artystów: absolwent poznańskiej ASP Ryszard Kaja (1962–2019) i Magdalena Sołodyna (podpisująca się też jako Lena Solo), która dyplom magisterski uzyskała w 2012 roku, na Politechnice Białostockiej.

Kaja jest plakacistą o uznanej już renomie. Znawca plakatu Krzysztof Dydo jednoznacznie nazywa go kontynuatorem najlepszych tradycji polskiej szkoły plakatu: „Zawieszony między barokiem a współczesnością, zawierające wiele elementów niedorzecznych, ale równocześnie dowcip-

» 1 A. Kwiecień, *Dążąc ku rozproszeniu. Pejzaż jako przecucie katastrofy i pragnienie śmierci*, [w:] *Mocne stąpanie po ziemi w ramach projektu Rezerwat*, red. M. Lisok, Galeria Sztuki Współczesnej BWA, Katowice 2015, s. 34.

nych w pewnym sensie nawiązują do prac Franciszka Starowieyskiego [...]. nie ma w nich absolutnie żadnego naśladownictwa”². Chciałabym omówić kilka wybranych dzieł z serii *Plakat – Polska*, cyklu liczącego ponad 160 prac³, nad którym Kaja pracował przez kilkanaście ostatnich lat, po tym jak specjalizował się m.in. w scenografii i projektowaniu kostiumów, a także plakatów dla sztuk teatralnych i przedstawień operowych. Wszystkie omówione plakaty odnoszą się do polskiego wybrzeża Morza Bałtyckiego lub – szerzej – do regionu Pomorza.

Magdalena Sołodyna jest graficzką i ilustratorką z doświadczeniem w pracy nad cyfrową rekonstrukcją obrazu (*Powstanie Warszawskie*, reż. J. Komasa, 2014). Cykl *Pustynia Bałtycka*, który zestawię z plakatami Kai, jest projektem całkowicie autorskim, nie został przygotowany na żadne zamówienie. Część prac można zobaczyć w internetowym portfolio artystki⁴, a także podczas targów plakatów. To właśnie podczas takiego wydarzenia w Warszawie w 2019 roku⁵ miałam okazję poznać ten zamysł i nie tylko zachwyliłam się wizualną wyobraźnią artystki, ale też jej zaangażowaniem w propagowanie treści ekologicznych.

Plakaty obojga artystów chciałabym poddać lekturze ekokrytycznej, skupionej na reprezentacjach relacji łączących człowieka i jego środowisko w świecie przedstawionym literatury i w przestrzeni obrazów. Prace Kai i Sołodyny w skrótovej formie zwracają uwagę odbiorcy na bardzo ważne problemy antropocenu: zamieranie życia w morzach oraz globalne zaśmiecenie. O ile Kaja znany był z zamiłowania i szacunku do przyrody⁶, to jego plakaty nie są na pewno jednoznacznie propagandowe, ponieważ przeważa w nich konwencja plakatu reklamowego – turystycznego, prezentującego atrakcje przedstawionych miejsc. *Pustynia Bałtycka* Sołodyny jest natomiast dziełem aktywistycznym. W rozmowie ze mną artystka tłumaczyła, iż prace te wynikają z jej z troskowania skutkami kryzysu klimatycznego, jakie obserwuje ona nad polskim morzem.

Mimo iż wizualny styl obojga twórców bardzo się różni, myślę, że zestawienie ich prac pokaże potencjał sztuki plakatu w zakresie refleksji proekologicznej, a tym samym – iż plakaty te można wpisać w ramy humanistyki ekologicznej⁷, zmierzającej nie tylko do zmiany paradygmatu

» 2 K. Dydo, *Ryszard Kaja ma zaledwie kilka dobrych prac...* op. cit., [w:] *Ryszard Kaja. Zachcianki codzienności* [katalog wystawy], Leszno 2018, s. 19.

» 3 Cały cykl do przejrzania na stronie: <https://galeriaplaku.com.pl/plakat-polska/> [dostęp: 26.04.2021].

» 4 <https://www.facebook.com/media/set/?vanity=lenasolo.art&set=a.119245716123847> [dostęp: 26.04.2021]; <https://lenasolo.pl/> [dostęp: 26.04.2021].

» 5 Targi Plakatu 2019, Dom Braci Jabłkowskich, Warszawa, 8.12.2019.

» 6 Zob. K. Marcinkiewicz, *Co zmalował Ryszard Kaja*, [w:] *Ryszard Kaja...*, s. 32–33.

» 7 Zob. E. Domańska, *Humanistyka ekologiczna*, „Teksty Drugie”, 2013, nr 1–2, s. 13–32, http://rcin.org.pl/Content/62034/WA248_79056_P-1-2524_domanska-humanist_o.pdf [dostęp: 26.04.2021].

badania naukowych, ale też kształtowania postawy odpowiedzialności za stan środowiska na Ziemi.

Dla twórczości obojga artystów istotny jest oczywiście nurt plakatu turystycznego, który w Polsce rozwinął się przede wszystkim w okresie dwudziestolecia międzywojennego⁸. Za mistrza tego nurtu uważa się Stefana Janusza Norblina (1892–1952). Podobnie jak Kaja, Norblin z wykształcenia był malarzem i u obu artystów zauważamy na plakatach elementy malarskiego potraktowania tematu. Co istotne, w twórczości Norblina obecny jest wątek relacji człowieka, natury, wytworów kultury, a także przemysłu: „trzy elementy – człowiek, krajobraz, architektura – stanowią zazwyczaj kanwę kompozycji”⁹. Zarówno u Kai, jak i u Sołodyny, człowiek obecny jest tylko na pojedynczych dziełach. W tych, które wybrałam do opisu, możemy mówić o próbie przekroczenia perspektywy antropocentrycznej, ponieważ pierwszoplanowe role na obrazach grają elementy natury lub wytwory człowieka, inaczej niż na plakatach twórcy z okresu dwudziestolecia, na których „w opozycji do dzikiej przyrody i egzotyki polskiej wsi stoi architektura nowoczesna, przemysłowa, jako synonim postępu i rozwoju”¹⁰. Na wybranych przez mnie obrazach dwojga współczesnych artystów ta modernistyczna myśl o wyższości techniki i postępu jest raczej kwestionowana.

Kaja – podobnie jak Norblin – wiele podróżował, a w swojej twórczości łączył nawiązania do różnych stylów (m.in. art déco, kubizm, abstrakcjonizm, ale też barok). O ile jednak Norblin proponował kompozycje łatwe do odczytania, działające na emocje i wywołujące proste skojarzenia, Kaja stawia na intelektualny koncept i niejednoznaczność interpretacji. Podobnie Lena Solo czerpie z repertuaru obrazów znanych z popkultury (futurystyczne dystopie po katastrofie ekologicznej) i fotografii reportażowej (dokumentacje regionu Morza Aralskiego). Obydwaj projektowali różnego typu plakaty (Kaja przede wszystkim operowe i teatralne, Sołodyna – dekoracyjne) oraz inne grafiki użytkowe.

Twórczość Kai i Sołodyny można też rozpatrywać w kontekście historii i teorii pocztówek. W drugiej połowie XIX wieku pojawiają się widokówki z grafiką, a potem fotografią, umieszczaną od pierwszych lat wieku XX na całej powierzchni awersu – a zatem oprócz pozdrowień nadawcy przesyłają adresatom obrazy miejsc. Funkcje kart widokowych wpisują się w myśl nowoczesną: „Pocztówki z widokami miejsc są kolejnym etapem kolekcjonerskiej pasji. Wreszcie, wraz z popularyzacją wystaw światowych,

» 8 Zob. np. M. Warda, *Dwudziestolecie międzywojenne*. Tom 49. *Plakat i reklama*, Edipresse Polska, Warszawa 2015.

» 9 K. Kulpińska, *Przepis na plakat według Stefana Juliusza Norblina*, [w:] *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu. 1900-1950*, red. P. Rudziński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2009, s. 97, 103 i n.

» 10 *Ibidem*, s. 104.

stają się jednym z elementów przemysłu turystycznego¹¹. Podobnie jak w przypadku zyskujących wtedy na popularności fotografii, zbieranie (i wysyłanie) kart pocztowych jest znakiem kolekcjonowania widoków świata, brania w posiadanie kolejnych terytoriów – choćby na zdjęciu. Zbiory widoków, tak jak i albumy fotograficzne, porządkują i katalogują świat¹², który staje się coraz bardziej na wyciągnięcie ręki, a wizualna eksploracja nieznanych wcześniej miejsc umacnia dominujące zapędy człowieka. Seria *Plakat – Polska Kai* jest reprodukowana na pocztówkach i chętnie kupowana jako pamiątka czy prezent, a Sołodyna w bałtyckim projekcie wprost odwołuje się do tradycji wysyłania widokówek. Postaram się jednak udowodnić, że twórczość obojga artystów poddaje w wątpliwość tezę o panowaniu człowieka nad środowiskiem naturalnym, odsłaniając niejednoznaczne i niehierarchiczne relacje ludzi i tego, co nie-ludzkie.

Plakaty turystyczne Kai oraz cykl plakatów i pocztówek Sołodyny traktuję jako przykłady realizacji koncepcji realizmu ekologicznego, który Anna Barcz opisuje na gruncie literaturoznawstwa. Nurt ten, który obejmowałby w moim rozumieniu nie tylko teksty, ale i obrazy, przedstawia konkretne, rozpoznawalne przez czytelnika (widza) elementy świata przyrody, ale przede wszystkim odsłania ukryte na pierwszy rzut oka związki łączące człowieka z naturą, przybliżając tym samym odbiorcy relacyjny i dynamiczny charakter współistnienia człowieka ze środowiskiem¹³. Wybrane przez mnie plakaty Kai oraz Sołodyny operują realistycznymi (choć przetworzonymi przez właściwe sztuce plakatu reguły: skrótowość, umowność kształtów, uproszczenia formalne) przedstawieniami krajobrazów, które widz z łatwością rozpoznaje i które, dzięki wyjątkowo sugestywnym połączeniom elementów znaczących, odkrywają w mojej ocenie istotne sploty i więzi człowieka i krajobrazu. Myślę, że w tych obrazach odbijają się różne koncepcje krajobrazu i strategię ekokrytyki, co postaram się udowodnić w szczegółowej analizie, skupionej przede wszystkim na odsłanianiu sieci relacji człowieka i jego środowiska w krajobrazie¹⁴. Oboje artystów przedstawia w swoich plakatach krajobraz antropocenu – epoki,

» 11 M. Michałowska, *Obraz utajony. Szkice o fotografii i pamięci*, Galeria f5 & Księgarnia Fotograficzna, Kraków, s. 270.

» 12 Por. A. Rouillé, *Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną*, przeł. O. Hedemann, TAIWPN Universitas, Kraków 2007, s. 107–122; S. Sontag, *Świat obrazów*, [w:] eadem, *O fotografii*, przeł. S. Magala, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2009, s. 161–192.

» 13 Zob. A. Barcz, *Realizm ekologiczny. Od ekokrytyki do zookrytyki w literaturze polskiej*, Wydawnictwo „Śląsk”, Katowice 2016, s. 89 i n.

» 14 Szczegółowo pod względem graficznym analizuję plakaty Ryszarda Kai: *Bałtyk, Zalew Wiślany, Ustka, Sopot, Nadmorsze, Krynica Morska, Kąty Rybackie, Żuławy oraz Chalupy* w artykule „Plakat – Polska” Ryszarda Kai: o krajobrazach i ekologii w nauczaniu języka polskiego jako obcego. Tekst ukaze się w „Postscriptum Polonistycznym” w 2021 roku, w numerze 2(27).

w której człowiek znacząco wpłynął na degradację środowiska naturalnego, zmieniając bezpowrotnie wygląd planety.

Krajobraz plakatów

Rozważania o plakatach wpisują w myśl Tadeusza Sławka, który ustalił nową definicję krajobrazu na gruncie oikologii (nauki o zamieszkiwaniu):

Krajobraz jest miejscem spotkania. Spotkania szczególnego rodzaju, gdyż w odróżnieniu od tego, co zwyczajowo nazywamy „spotkaniem”, a co jest tylko zejściem się kilku osób w wyznaczonym z góry miejscu i czasie w jakimś określonym celu, w krajobrazie spotyka się z sobą wszystko: ludzie i zwierzęta, osoby i przedmioty, natura z kulturą, ekonomia z polityką¹⁵.

Krajobraz zatem wyznacza przestrzeń, gdzie styka się ze sobą wszystko to, co ludzkie, z tym, co nie-ludzkie, gdzie uwidaczniają się wszystkie sploty i połączenia między człowiekiem a środowiskiem. Zgadzam się również z założeniem badacza, iż sposób, w jaki człowiek patrzy na krajobraz, jest odbiciem tego, jak rozumie on swoje otoczenie i jakie nadaje mu znaczenia: „Z tezy, iż krajobraz jest otuliną naszego bycia wynika, że to, jak postrzega go nasze spojrzenie, a tym samym, jak ogarnia nasza myśl, warunkuje sposób rozumienia świata. Krajobraz zatem to rozumienie i obdarzanie świata sensem”¹⁶.

Omawiane plakaty traktują jako zapisy sposobu postrzegania krajobrazu przez ich twórców, które mogą rezonować z tym, jak na „otulinę bycia” patrzy ich odbiorca, a także skłaniać go do głębokiego przemyślenia swoich relacji ze środowiskiem.

Ustalania Sławka są też znaczące w kontekście szerszej zakreślonej historii pejzażu jako gatunku malarstwa, do której należałoby odnieść plakaty Kai i Sołodyny jako przedłużenie konwencji malarskiego pejzażu. Warto pamiętać, iż w epoce nowożytnej: „[r]zeczywiste widoki rzadko stanowiły inspirację dla malarskich przedstawień; miał miejsce wręcz odwrotny mechanizm – to malarskie ujęcia widoków kształtowały percepcję krajobrazu rzeczywistego”¹⁷. Pejzaże malarskie bywały wykorzystywane politycznie, były polem testowania urządzeń optycznych, a także metaforycznymi obrazami kondycji człowieka, aż w okresie impresjonizmu nastąpiło „odkry-

» 15 T. Sławek, *Adres i wędrówka. Szkic oikologiczny*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego” 2014 nr 24, s. 66.

» 16 *Ibidem*, s. 67.

» 17 A. Lebensztejn, *Odkrycie pejzażu. Kilka słów o historii i znaczeniu gatunku*, [w:] *Mocne stąpanie po ziemi...*op. cit., s. 46.

cie potencjału malarstwa nie jako realistycznej reprezentacji widoku, lecz za pośrednictwem kryjących się za nią sił i mechanizmów natury”¹⁸.

Sztuka plakatu turystycznego, ale też aktywistycznego, buduje swoją moc oddziaływania na przemianach gatunku malarskiego, a w perspektywie ekoekologicznej pejzaż zyskuje na znaczeniu, ponieważ staje się przedstawieniem splotów człowieka z otoczeniem, obrazem metaforycznej tkanki, w której zacierają się ostre granice między tym, co ludzkie, a tym, co nie-ludzkie.

Zacznę od spojrzenia na trzy plakaty autorstwa Kai: *Sopot*, *Nadmorze* oraz *Ustka*. Dwa z nich promują kurorty uzdrowiskowe, *Nadmorze* natomiast w nazwie odwołuje się do wakacyjnego celu podróży. W obrazach tych rozpoznaję krajobraz jako miejsce spotkania człowieka i jego środowiska, tak jak rozumie to Sławek: widzimy na nich zarówno elementy, które uznalibyśmy za naturalne (woda, niebo, słońce, piasek), jak i takie, które zaliczylibyśmy do wytworów kultury (przedmioty używane na plaży, kieliszki, kawiarniany parasol). Szczególnie *Nadmorze* pokazuje przeobrażenie się naturalnego krajobrazu dzikich plaż w mozaikę parawanów i koców, które zasłaniają horyzont, przesłaniając widok na morze i zaśmiecając nadmorski pejzaż. *Sopot* stawia na udogodnienia i drobne, ludzkie przyjemności w kontakcie z morzem, *Ustka* zaś może być żartobliwą ilustracją trendów plażowej mody i pożądanego wyglądu podczas plażowania: paski na stroju kąpielowym kobiety o pełnych kształtach i wyraźnie podkreślonych czerwieni ustach (wydobyta gra słów w nazwie miejscowości) odpowiadają paskom na ręczniku i parasolu, ale są także echem graficznie przedstawionych – jako paski również – morskich fal.

Ekoekologiczne interpretacje plakatów Kai można też wywieść z przedstawień erotyzujących naturę. Na pozór zupełnie inne niż już omówione, ale również wpisane w obrazowanie relacji w środowisku, są plakaty *Leba* i *Hel*. Wprawdzie nie ma na nich postaci ludzkich ani przedmiotów świadczących o obecności człowieka, lecz pod powierzchnią obrazów dostrzegam odniesienia do antropocentrycznego (oraz antropomorficznego) wyobrażenia natury. W obu plakatach obecne są subtelne aluzje do cielesności, przede wszystkim w *Lebie*: opływowe kształty wydm i roślinność przypominają kształty i części kobiecego ciała. Plakat ten cechuje harmonia kompozycji, która może być odczytana jako znak równowagi między poszczególnymi elementami pejzażu bez człowieka – choć przecież ukształtowanie wydm jest manifestacją antropomorfizującego spojrzenia na przyrodę. Skojarzenia z męskością natomiast byłyby uzasadnione w *Helu* (kształt półwyspu, kompozycja obrazu). Zmysłowy trop uprawniałyby plakaty o erotycznym podtekście z serii *Plakat – Polska* (np. *Wisła* z konturem rzeki przypominającym profil kobiety z zaznaczonym sutkiem,

» 18 *Ibidem*, s. 53.

Podhale z rysunkiem parzenicy w miejscu wzgóрка łonowego kobiecej sylwetki ujętej w zbliżeniu). *Łebę* i *Hel* można wiązać z dekonstrukcją typowo amerykańskiej perspektywy reprezentacji Ziemi jako kobiecego ciała kolonizowanego przez mężczyznę¹⁹.

Powróć jeszcze do *Helu*: czarny kolor kreski półwyspu kontrastuje z błękitnościami fal, a ukośna linia Helu przełamuje ich horyzontalny układ, tak jakby pas ziemi stawiał opór morzu. Przypomnijmy, iż w wyniku ocieplenia klimatu obniża się poziom Morza Bałtyckiego, które powoli zabiera Półwysep Helski (jak i całą linię brzegową). Filip Springer w reportażu *Zmiana klimatu już tu jest* pisze o cyklicznej akcji dosypywania piasku na helskie plaże i o innych zabezpieczeniach przed morzem: „Co dwa lata trzeba dosypywać piasku na helskie plaże, sto pięćdziesiąt–dwieście tysięcy metrów sześciennych. W wydmach wzdłuż całego półwyspu ukryte są zaś kamienne i betonowe bariery, które mają chronić mieszkających za nimi ludzi. Ustawiono je po tym, jak w latach 80. Bałtyk przedarł się w głąb półwyspu i zagroził jego przerwaniem”²⁰. W uproszczonym krajobrazie plakatu widzę dodatkowy sens: kreska półwyspu musi stawić opór morzu, które na skutek działań człowieka zagraża równowadze ekosystemu.

Naturo-kultura

Proponuję znów zestawić ze sobą trzy plakaty Kai, na których splatają się relacje między naturą a kulturą. Dualizm kultury i natury, ludzkiego i nie-ludzkiego, stanowił podstawy modernistycznej myśli Zachodu²¹. W refleksji spod znaku humanistyki ekologicznej i ekokrytyki ta opozycja zostaje zawieszona, a do opisu świata ludzi i nie-ludzi stosuje się pojęcia *naturo-kultury* (Bruno Latour) i *naturokultury* (Donna Haraway)²². Latour wskazuje „na dialogiczny związek natury i kultury, na wzajemne wpływy i przenikanie się”²³.

Ilustracją takiej wizji splotu natury i kultury wydają się plakaty *Krynica Morska*, *Kąty Rybackie* oraz *Żuławy*. W *Krynicy* i *Kątach* kompozycja jest centralna i symetryczna, w *Żuławach* rozproszona i połączona z wariacją na temat perspektywy pasowej. We wszystkich trzech plakatach trudno rozdzielić terytoria natury i człowieka, a ponadto artysta przed-

» 19 Zob. J. Fiedorczuk, *Cyborg w ogrodzie. Wprowadzenie do ekokrytyki*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2015, s. 23.

» 20 F. Springer, *Zmiana klimatu już tu jest*, „Pismo. Magazyn opinii”, 7.08.2019, <https://magazynpismo.pl/cykle-pisma/podroz-do-przyszlosci/sympatyczny-początek-konca/> [dostęp: 26.04.2021].

» 21 Zob. J. Fiedorczuk, *Cyborg...*, op. cit., s. 39–45 i in.

» 22 Zob. M. Dąbrowska, *Biografie gatunków stowarzyszonych. Danuta Hryniewicz i polskie owczarki nizinne*, „Kultura i Historia”, 2017, nr 31, s. 188.

» 23 *Ibidem*.

stawia raczej tzw. drugą naturę w terminologii Lawrence'a Buella, czyli przekształconą pracę człowieka²⁴. *Krynica* ma w centrum latarnię morską, ale wokół niej kołują ptaki, *Kąty Rybackie* przedstawiają na środku łódź do połowów, ale przysiadł na niej kormoran (obok miejscowości znajduje się rezerwat tego gatunku ptaków, ale nawet rezerwat nie jest przecież przestrzenią „pierwszej natury”, dzikiej według Buella). W *Żuławach* z daleka trudno rozróżnić wiatraki od wierzb: zarówno drzewa, jak i budowle czy maszyny są czarne i potraktowane schematycznie, rysunkowo, a prostokątne plamy zieleni w różnych odcieniach mogą być zarówno polami uprawnymi, jak łąkami czy nieużytkami.

Na tych trzech plakatach nie zobaczymy człowieka, ale współistnienie przyrody oraz elementów przez człowieka stworzonych. Dlatego też, w moim odczuciu, Kai udało się uchwycić dynamiczną relację między naturą a człowiekiem, splątanie ich relacji – ze świadomością, że sztywny podział na ludzkie i nie-ludzkie nie broni się, kiedy uważnie przyglądamy się krajobrazowi.

Przecucie katastrofy (ekologicznej)

Ostatnie dwa plakaty Kai, które chciałam przywołać, są zdecydowanie bardziej mroczne, niż te omówione do tej pory. *Bałtyk* oraz *Zalew Wiślany* urzeczywistniają według mnie obecną w sztuce i filozofii myśl o pejzażu, w którym ujawnia się przecucie katastrofy. Malarstwo i późniejsze dziedziny sztuk wizualnych dostrzegają w naturze pewną niejednoznaczność: może być ona zarówno rajem, jak i piekłem, ziemią obiecaną i krainą zniszczenia. Ten pogłębiony ogląd natury przez artystów opisuje historyczka sztuki Agnieszka Kwiecień:

Natura jest wewnętrznie sprzeczna, a właściwie są dwie natury. (...) Jedna z nich to arkadia i marzenia spokojnego istnienia, druga to doświadczenie naszego trwania i tajemnica, którą pragniemy poznać. Obie utrwalali na płótnach malarze przez setki lat. W obydwóch kryje się melancholia człowieka²⁵.

Arkadia i sielanka to kategorie, którymi opisał naturę człowiek, a które następnie przeniósł do gatunku pejzażu prezentującego świat przyrody jako rajski ogród. Z jednostronną reprezentacją natury nie zgadza się jednak Kwiecień, a proces kształtowania się pastoralizmu i później odchodzenia od niego w literaturze opisuje Julia Fiedorczuk²⁶. W dziełach literac-

» 24 Zob. J. Fiedorczuk, *Cyborg...*, op. cit., s. 43–44.

» 25 A. Kwiecień, *Dążąc ku rozproszeniu...*, op. cit., s. 32–33.

» 26 Zob. J. Fiedorczuk, *Cyborg...*, op. cit., s. 82–97.

kich i artystycznych, przywoływanych jako przykłady głębokiego wglądu w naturę, zawsze istnieje zapowiedź kataklizmu. „Zawsze już pejzaż będzie pejzażem po lub też przed katastrofą”²⁷ – pisze Kwiecień. *Bałtyk* i *Zalew Wiślany* to widoki krajobrazu tuż przed ekologiczną zagładą.

Plakat *Bałtyk*, w którym Kaja wykorzystuje jedną z obrazowych klisz, na pozór jest wariacją na temat pocztówkowego widoku zachodu słońca nad morzem. Jednak zachód słońca to też przecież schyłek dnia, kiedy w krajobrazie zaczyna dominować ciemność, a metaforycznie możemy rozumieć ten motyw jako zmierzch jakiejś epoki. Rybi szkielet wpisany w kształt słońca – na wpół czerwonego, na wpół ciemnoniebieskiego – może być zapowiedzią katastrofy (także ekologicznej). W tym miejscu warto zaznaczyć, że katastrofa nie musi być rozumiana jednoznacznie negatywnie. W wykładzie *Edukacja jako kata-strofa* Tadeusz Sławek, przypominając grecki źródłosłów tego pojęcia, argumentował, że wstrząs może przecież stać się początkiem zmiany, a na polu edukacji – punktem wyjścia do „od-uczania się” tego, co umiemy i znamy²⁸. W kontekście humanistyki ekologicznej, która ma wyraźną misję edukacyjną, przecucie apokalipsy, jakie odnajduję w sugestywnym plakacie *Bałtyk*, może również mieć charakter kataraktyczny i spowodować, że w nadmorskim widoku zobaczymy możliwe efekty kryzysu klimatycznego i dzięki temu zastanowimy się nad relacjami człowieka z naturą.

Zalew Wiślany wydaje się jeszcze bardziej pesymistyczny, wprost przywodzi na myśl katastrofę ekologiczną, ponieważ w sposób dosłowny przedstawia destrukcję natury i efekty jej zaśmiecenia przez człowieka. Chociaż zarys krajobrazu na brzegu (drzewa o bujnych koronach różnych kształtów, chmury, słońce dość wysoko na nieboskłonie) odsyła znów do konwencjonalnych przedstawień sielankowego, polskiego pejzażu, to jest on rozmyty, jakby za mgłą. Kolorystyka – beże i brązy – wywołuje nastrój niepokoju, choć woda raczej kojarzy się z uspokajającymi niebieskościami, zwłaszcza w skrótowych i syntetycznych ujęciach właściwych plakatom. Wybrane przez Kają kolory ziemi przywodzą na myśl wyschnięcie, pył, degradację środowiska. Hybryda ryby i butelki w centralnej części kompozycji jest akcentem kolorystycznym (ciemna, nasyciona barwa) i przełamuje ponownie reprezentację natury jako arkadii: to twór monstrialny, wymykający się rozróżnieniom na to, co ludzkie, i to, co nie-ludzkie, zaświadcza o ogromnych mocach natury, która przywłaszcza niechciane „dziedzictwo” człowieka, czyli śmieci.

Obiekt ten możemy też rozpoznać jako przykład tzw. pułapki ekologicznej: „Mamy z nią do czynienia, kiedy na skutek zmian środowiska

» 27 A. Kwiecień, *Dążąc ku rozproszeniu...*, op. cit., s. 38.

» 28 T. Sławek, *Edukacja jako kata-strofa*, wykład wygłoszony podczas Interdyscyplinarnej Konferencji Naukowej Dydaktyka polonistyczna i jej nauki, Katowice, 9.10.2019.

jakieś przystosowanie i typowe zachowanie gatunku uniemożliwia wypełnienie życiowej misji – przekazania genów”²⁹. Stanisław Łubieński – kulturoznawca i zaangażowany w sprawy ekologii eseista – podaje wiele przykładów takich pułapek, m.in. właśnie też butelki, które są mylone przez zwierzęta z naturalnymi schronieniami, a w konsekwencji stają się ich grobami: uwięzione w środku żywe istoty nie potrafią z nich wyjść i umierają z głodu, braku powietrza lub przegrzania. Istnieje jednak także inna możliwość wykorzystania śmieci przez zwierzęta: „stają się kryjówką, miejscem zdobywania pokarmu czy rozrodu. Można powiedzieć, że stwarzają różne, nieoczekiwane możliwości”³⁰. Na plakacie Kai hybryda butelki i ryby wydaje się nieoczywista: nie wiemy, czy brązowe szkło okaże się trumną, czy miejscem schronienia, jest to obiekt niejednoznaczny. *Zalew...* może być elegijnym obrazem na cześć milionów istot żywych, które co roku giną w Polsce, myśląc śmieci z niezbędnymi im materiałami naturalnymi, albo futurystyczną wizją „natura-kultury”, w której istnieją monstrialne mieszańce odpadów i zwierząt. Obie możliwości są równie niepokojące.

W obliczu zasypujących planetę zwałów śmieci i postępującego wymierania gatunków plakaty *Bałtyk* i *Zalew Wiślany* wprawiają odbiorcę w melancholię, którą badacze tłumaczą jako „[s]tan tęsknoty za szczęściem utraconym, mitycznym, nieosiągalnym oraz wiecznym, niekończącym się”³¹. Kaja portretuje dwie natury: arkadyjską i przerażającą, przy czym ta pierwsza rozmywa się, rozpuszcza we wszechogarniającej katastrofie planetarnej. Sielski zachód słońca przysłonięty jest przez szkielet ryby, *pars pro toto* wymierających w ekspresowym tempie gatunków morskiej fauny i flory³², a nizinny pejzaż z zadrzewionymi terenami przestaje być widoczny z powodu śmieci, które dają początek hybrydom zwierząt i przedmiotów.

Otwarcie katastroficzne są seria plakatów oraz pocztówka z cyklu *Pustynia Bałtycka* Magdaleny Sołodyny, prezentująca wizję wyschniętego Bałtyku i ogarniętego suszą Pomorza. W pocztówce „Bałtyk pozdrawia” Sołodyna posługuje się – podobnie jak wcześniej Kaja – konwencjonalnym ujęciem zachodu słońca, umieszczając na jego tle kontury stoczniowych żurawi. To bardzo czytelna identyfikacja miejsca; również Kaja wykorzystał podobny motyw w jednej z wersji plakatów *Gdańsk*.

U Sołodyny jednak mamy do czynienia z szerszym planem – pocztówka ma orientację horyzontalną, a maszyny na tle zachodzącego słońca umieszczone są na linii horyzontu, która została poprowadzona nieco powyżej połowy wysokości obrazu. Na pierwszym planie pocztówki spodziewa-

» 29 S. Łubieński, *Książka o śmieciach*, Wydawnictwo Agora, Warszawa 2020, s. 145.

» 30 *Ibidem*, s. 146.

» 31 A. Kwiecień, *Dążąc ku rozproszaniu...*, op. cit., s. 33.

» 32 Zob. np. <https://www.tokfm.pl/Tokfm/7,124813,26925401,baltyk-coraz-bardziej-martwy-ekolodzy-apeluja-o-podpisywanie.html> [dostęp: 26.04.2021].

libyśmy się powierzchni morza – ale zamiast fal Bałtyku widzimy spękaną, suchą ziemię. W postapokaliptycznej wizji młodej artystki Bałtyk wysechł. W rzeczywistości poziom mórz się podnosi, niemniej obrazy ogarniętej suszą krainy są bardzo sugestywne i warte rozważenia jako uzasadnione naukowo i historycznie: pocztówka oraz kilka innych ilustracji z projektu wyraźnie nawiązują do zdjęć Morza Aralskiego, a raczej tego, co po nim pozostało³³. Na rewersie „Bałtyk pozdrawia” Sołodyna umieściła hipotetyczny tekst „Wakacje są super! Doskonale się bawimy mimo skwaru. Ciekawe, jak to wyglądało w czasach wody”, który sprawia, iż dystopijny świat wykreowany na awersie jeszcze mocniej oddziałuje na wyobraźnię³⁴. Czy chcielibyśmy być nadawcami lub odbiorcami takich pozdrowień znad morza?



Il. 1.

Magdalena Sołodyna, *Bałtyk pozdrawia*, dzięki uprzejmości artystki

W projekcie graficzki znalazły się też innego typu obrazy, m.in. stylizowana na plakaty reklamowe z PRL reklama wody w proszku, z dopracowanymi czcionkami nawiązującymi do stylu art déco i chwytliwym sloganem. Z jednej strony plakat ten możemy uznać za nieco żartobliwy

» 33 Zob. np. cykle fotograficzne: R. Skrivanek, *Aral Tengizi – Story of a Dying Sea*, <https://www.lensculture.com/articles/radek-skrivanek-aral-tengizi-story-of-a-dying-sea> [dostęp: 30.04.2021]; L. Weyl, *Mer d’Aral*, <https://laurentweyl.com/en/portfolio/mer-daral/> [dostęp: 30.04.2021].

» 34 Warto porównać wizję Sołodyny z dystopijną opowieścią, której motywem stała się walka o dostęp do wody, ukazaną w filmie *Mad Max: Fury Road*, reż. G. Miller, USA 2015; zob. też: B. Malec, *Myślenie utopijne w Mad Max: Na drodze gniewu*, „*Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio FF*”, 2016, nr 2 (vol. XXXIV), s. 137–148).

montaż nawiązań do trendów w projektowaniu, ale z drugiej strony wizja produkcji substytutu wody jest przerażająca, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę realną groźbę wojen o dostęp do wody³⁵.

W skład *Pustyni Bałtyckiej* wchodzi też seria kolorowych i czarno-białych plakatów eksplorujących kolejne katastroficzne tropy. Na jednym z kolorowych projektów o horyzontalnym układzie widzimy pejzaż podobny do tego z pocztówki: spękana powierzchnia wyschniętego morza jest ledwie widoczna, a stoczniove żurawie (linia horyzontu przebiega niżej (mniej więcej na ¼ wysokości obrazu) stoją tym razem na tle gęstej, pomarańczowej chmury dymu (lub pyłu?). Jest zupełnie nieprzejrzysta, a niebo widziane poza jej konturami jest bardzo ciemne, grafitowo-purpurowe. Wywołuje skojarzenie z komiksowymi obrazkami wybuchów, pożarów, może być burzą piaskową, a w naszej części świata dodatkowo przypomina grzyb po eksplozji atomowej. Kolorystyka ilustracji: brudny pomarańcz i czerwień (barwy zachodu słońca), grafit, ciemny fiolet, znów – jak w *Bałtyku Kai* – mogą być odczytane jako metafora schyłku dnia, upadku naturo-kultury, jaką znamy. Inna ilustracja – w skali fioletów – ukazuje bałtycką pustynię z trzema słońcami lub księżycami ponad nią. Czarno-biały widok po katastrofie – ujęcie dziewczynki obok wraku statku na piasku – również pokazuje zmiany w otaczającym nas krajobrazie.

Przyglądając się artystycznym poszukiwaniom w sztuce krajobrazu, Agnieszka Kwiecień konstatuje, iż „Znikanie tego, co było, to zawsze jakiś symptom materializującej się na nowo i nadchodzącej z przyszłości katastrofy”³⁶. W zestawieniu omówionych plakatów Ryszarda Kai i Magdaleny Sołodyny dostrzegam zapis odchodzenia krajobrazów utrwalonych w konwencjonalnych widokach znad morza, a także namysł nad nadciągającą – a w zasadzie już obecną w naszej „otulinie bycia” – katastrofą ekologiczną. Plakaty te są symptomatyczne dla sposobu, w jaki artysta, ale i każdy człowiek świadomy zagrożeń ekologicznych, patrzy na krajobraz.

Powróćmy na koniec do perspektywy oikologicznej, pamiętając, że zamieszkujemy otulający nas krajobraz. Tadeusz Sławek podkreśla, jak ważny jest akt świadomego, refleksyjnego patrzenia: „Studium spojrzenia to studium nas samych, naszego sposobu bytowania w świecie, i obserwując to, jak spoglądamy na świat, uświadamiamy sobie jeszcze wyraziściej różnicę między nami a światem. (...) W krajobrazie dokonuje się wyostrenie tego rozróżnienia”³⁷. Pytania, które sobie zadaje, kiedy przyglądam się

» 35 Na ten temat – oraz o suszach w Polsce – zob.: T.S. Markiewka, *Zmienić świat raz jeszcze. Jak wygrać walkę o klimat, r. 1 – CO2, COVID-19 i inni aktorzy polityczni*, Wydawnictwo Czarna Owca, Warszawa 2021 [dostęp: 30.04.2021].

» 36 *Ibidem*, s. 35.

» 37 T. Sławek, *Adres i wędrówka...*, op. cit., s. 68.

plakatom – ale i przebijającym zza powierzchni obrazów krajobrazom – to na przykład: Kto patrzy na krajobraz? Kim jest? Jak czuję się w tym krajobrazie? Gdzie jest moje miejsce w nim? Kim jestem ja w tym pejzażu? Jakie jest moje z nim spotkanie?

Skoro „krajobraz to odzwierciedlenie naszego bycia razem, naszego współ-bycia nie tylko z tym-co-ludzkie, ale przede wszystkim z tym-co-nie-ludzkie”³⁸, to Kaja i Sołodyna pokazują nam, do czego prowadzi działanie człowieka, które nie zważa na współistnienie ze środowiskiem, tylko przyczynia się do degradacji planety, do zniszczenia krajobrazu. Badacze, ale i artyści plakatu uzmysławiają nam, że katastrofa ekologiczna już tu jest – być może plakaty obudzą w nas choć melancholię za utraconym kształtem „natura-kultury” i staną się źródłem zmiany naszej postawy, w myśl zasady, iż plakat ma skłonić odbiorcę do działania. Fiedorczuk powtarza za Lawrence’em Buellem, iż „Kryzys ekologiczny to przede wszystkim kryzys wyobraźni”³⁹ – wynika nie tylko z niedostatecznej naukowej wiedzy, ale też z rozziwów między rzeczywistością a jej literackimi i artystycznymi wyobrażeniami. Ryszard Kaja i Magdalena Sołodyna, mimo plakatowej konwencji, rzucają wyzwanie naszej wyobraźni, prezentując krajobrazy odpowiadające realnemu obrazowi katastrofy ekologicznej. ●

» 38 *Ibidem*.

» 39 J. Fiedorczuk, *Cyborg...*, op. cit., s. 12.