

Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu
Wydział Rzeźby i Działań Przestrzennych

Re/interpretacje zła
na podstawie realizacji wybranych artystów i własnego doświadczenia
mgr Szymon Zwoliński

Streszczenie

Postanowiłem swoją pracę poświęcić reinterpretacji zła na podstawie teorii estetycznych i wybranych obiektów artystycznych, głównie współczesnych. Za kryterium przyjąłem to, jak obrazują one problem zła, a konkretnie wykorzystuję prace, których twórcy w moim odczuciu interpretują go podobnie jak ja. Pracę zamykam omówieniem własnych realizacji, które mają stanowić wizualne uzupełnienie analizy teoretycznej.

Zło w żadnym razie nie jest pojęciem jednoznacznym. Inaczej definiowano je w antyku, kiedy nie ukazywano go w jednej spersonifikowanej formie, niż w czasach wczesnochrześcijańskich, średniowieczu i później, kiedy zło symbolizował diabeł z licznymi pomocnikami — demonami. Postanowiłem kierować się najbardziej lapidarnym określeniem, że zło to brak dobra. Poświęciłem temu zagadnieniu rozdział 1, *Zło — etyka i estetyka*.

Istotną częścią mojej pracy jest omówienie teorii historiozoficznych, w których zło jest utożsamiane z narzuconym odgórnie systemem, stanowieniem norm i dyktowaniem zasad prawnych. Swoistą formę zła dostrzegam więc też w relacjach obecnych gigantów gospodarki wolnorynkowej z jednostkami. Dzisiejsze opresyjne idee korporacjonizmu społeczno-gospodarczego w wielkim stopniu przyczyniają się do obojętnienia człowieka na współlistnienie z innymi ludźmi. To temat drugiego rozdziału, *Sztuka a korporacjonizm i konsumpcjonizm*.

Zło utożsamiane ze współczesną niewolą konsumpcjonizmu inspiruje twórczość wielu wyjątkowych twórców. Do omówienia ich prac konieczny jest kontekst, dlatego zwracam uwagę na pierwsze reklamy i nowe reguły wizualizowania wynikające z podporządkowania obrazu funkcji informacyjnej, przede wszystkim — perswazyjnej.

W rozdziale trzecim, zatytułowanym *Zafascynowani złem — analiza wizualizowania zła na podstawie wybranych przykładów* przywołuję najważniejszych dla mnie artystów XXI wieku, tych mianowicie, którzy zajęli się badaniem wpływu systemu korporacji na ludzkie życie.

Należy przy tym zwrócić uwagę, że wcale nie w czasie II wojny światowej, lecz w Oświeceniu doszło do przewartościowania idei związanych ze złem, głównie wskutek wydarzeń społeczno-gospodarczych związanych z rewolucją francuską. II wojna światowa była po prostu jej odsuniętą w czasie konsekwencją.

Moje prace rzeźbiarskie dotyczą konsumpcji pośrednio, składają się bowiem z logo korporacji, które uznałem za najbardziej agresywne, ingerujące w moje życie. Powstały na podstawie logotypów korporacji, które uznałem za najbardziej ugruntowane w mojej głowie, zarówno w podświadomości, jak i świadomości. Pierwszym, który rozpoczął cały niniejszy projekt, był znak Coca-Coli, kojarzony przeze mnie w dzieciństwie w czasach komunistycznych z poczuciem wolności. Rzeźba była wstępem do dalszych poszukiwań. Kolejne płaskie logotypy rozczłonkowałem, zmieniałem w obrębie ich pierwotnego kształtu, ale zawsze tak, aby nie dodawać innych elementów i jednocześnie uczynić z nich obiekty przestrzenne. Czy statyczne i proste, czy dynamiczne i drapieżniejsze, odwołują się do treści znaku graficznego stanowiącego ich podstawę. Choć są dalekie od pierwowzorów, starałem się, aby odbiorca w kontakcie z nimi miał wrażenie, że obcuje z czymś znanym, a przy tym nie umiał już rozpoznać konkretnej marki.

Te współczesne hybrydy mają trochę ze ssaków, trochę z dinozaurami, a może nawet są cyborgami czy robotami. Ta radykalna krytyka konsumpcjonizmu nie oznacza jednak, że oczekuję od siebie czy od społeczeństwa wyrzeczenia się osiągnięć doczesnego świata. Moje realizacje rzeźbiarskie mają tylko skierować uwagę odbiorcy na nierówny podział dóbr materialnych uzyskiwanych dzięki wykorzystywaniu światowych zasobów. Żywię nadzieję, że gdy zachowujemy świadomość tej niesprawiedliwości, możemy nie utracić człowieczeństwa, stając się konsumentami.