GRAFFITI JAKO ŚRODEK KOMUNIKACJI I POPULARYZACJI CZYTELNICTWA

Małgorzata Sławek-Czochra
Katolicki Uniwersytet Lubelski
Jana Pawła II

Graffiti jest środkiem komunikacji bliskim młodym ludziom. Wielu z nich bierze spray do ręki tylko po to, by spróbować tej ciekawej, innej od wszystkich techniki malowania. Spotykamy je na każdym kroku, w przejściach podziemnych, na przęśłach mostów, garażach, szkołach. Bywa kolorowe, żywiołowe i może pozytywnie wpływać na nastrój. Na Zachodzie Europy, gdzie otwarcie walczy się z nielegalnym graffiti, jedną z form przeciwdziałania mu jest prowadzenie specjalnych zajęć malowania graffiti tematycznych, np. dotyczących historii regionu. Rozwija to nie tylko umiejętności artystyczne, odpowiedzialność za przestrzeń publiczną, ale i jak udowodniono również rozbudza ciekawość i sprawia, że młodzi adepci sięgają do książek. Szukają w nich niezbędnych informacji i natchnienia. W Polsce z warsztatowej formy popularyzacji wiedzy korzystają niektóre fundacje, które zapraszając młodzież na wspólną przygodę z graffiti, upowszechniają idee takie jak ekologia, tolerancja, równouprawnienie. Tego typu graffiti pełnią wiele funkcji, zarówno wobec swoich autorów, jak i odbiorców. Doskonale nadają się też do popularyzacji czytelnictwa. Artykuł zawiera propozycje wykorzystania graffiti przez biblioteki oraz przykłady zrealizowanych już akcji.

Małgorzata Sławek-Czochra

Asystent w Katedrze Kultury Medialnej, pracownik Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Zainteresowania naukowe: kultura popularna, twórczość, subkultury, analiza przekazów medialnych.

Assistant of the Chair of the Media Culture, Institute of the Journalism and Social Communication. Scientific interests: popular culture, artistic work, subcultures, analysis of media transmissions.

Do widoku graffiti w naszych miastach zdążyliśmy się już przyzwyczaić. Na ogół przechodzimy koło niego obojętnie, spiesząc się do pracy, szkoły lub na zakupy. Czasem uchwycimy w locie coś, co nas zainteresuje, zbulwersuje lub rozbawi. Nie dostrzegamy jednak faktu, że zjawisko to wciąż się zmienia, rozwija, ewoluuje.

Różne były koleje jego rozwoju w Polsce. Początkowo, w l. 70-tych i 80-tych minionego stulecia, graffiti stanowiły głównie hasła i szablonny natury politycznej. Choć w większości przypadków trudno mówić o estetyce, to jednak były one wyrazem myśli i uczuć polskiego społeczeństwa, przejawem jego walki o suwerenność. Nie bez znaczenia dla ich społecznej oceny był fakt, że mury, na których powstawały te wczesne przejawy graffiti, nie były własnością mieszkańców i użytkowników budynków.

Wraz ze zmianą systemu i otwarciem granic pojawiła się nowa, importowana jakość. Nasze mury zalała fala malowideł będących przejawem formującej się subkultury graffiti. Poskręcane litery, wszechobecne tagi (podpisy graffitiarzy), groźne twarze charakterów (przedstawienia postaci) i nierzadko zakapturzonych autorów budzą obawy społeczeństwa, sprawiają, że ludzie pragną, by ich miasto, lokale, mieszkania i domy pozostały wolne od graffiti.

Według *Wielkiego Słownika Wyrazów Obcych* termin *graffiti* zawiera człon wyrazu wskazujący na związek z greckim słowem *grapo* – pisać, opisywać (Bańko M., 2003). W potocznym rozumieniu oznacza napis lub rysunek umieszczony na ścianach domu, parkanie lub chodniku. Ma on zwykle treść humorystyczną lub polityczną i wykonany jest farbą w sprayu. W odniesieniu do tego typu twórczości funkcjonują także określenia nacechowane pozytywnie: *spray art*, *sztuka ulicy*. Graffiti jest więc również często rozpatrywane jako rodzaj twórczości artystycznej, polegającej na tworzeniu obrazów w miejscach publicznych (Tamże).

Dziś taka definicja nie jest już wystarczająca, choć słusznie wskazuje na związki polskiego graffiti z tematyką polityczną i humorem. Podobne stanowisko co do obowiązującej definicji zajmuje również Mariola Wołk w swoim artykule (2000, s. 169).

Wyniki badań wskazują, iż w Polsce rozpoczął się proces separacji sztuki ulicy od graffiti, których główną tematyką są imiona twórców i nazwy grup, w których malują¹. Przebywając w tym środowisku można się łatwo przekonać, że owe dwa nurty dzieli wiele kwestii: tematyka, stosowane techniki malarskie, motywy malowania, a nawet historia. U podstaw tej separacji leży również negatywna opinia o graffitiarzach, której malujący dla dobra społeczności twórcy ulicy pragną uniknąć. Z roku na rok przybywa ulicznych obrazów, które śmiało można porównywać do sztuki. Zawartość ulicznej galerii zaczyna wносить pozytywne wartości i pracować na rzecz społeczeństwa.

Myśląc o graffiti niejako automatycznie odnosi się je do Stanów Zjednoczonych Ameryki l. 60-tych i 70-tych ubiegłego stulecia, kojarzy z subkulturą młodzieżową, pomazanymi ścianami, często również z wandalizmem. Podkreślić należy, że pierwsze murale pojawiły się na ścianach budowli aglomeracji miejskich w Stanach Zjednoczonych znacznie wcześniej. Mimo, że nie powstawały wówczas z powodów artystycznych, wiele z nich zostało uznanych za zabytki. Murale miały związek z trudną sytuacją społeczno-gospodarczą, w jakiej znalazły się Stany Zjednoczone w dobie wielkiego kryzysu światowego, lat trzydziestych ubiegłego stulecia. Za sprawą ogłoszonego przez Prezydenta Franklina D. Roosevelta programu odnowy gospodarczej „New Deal”, mającego za zadanie zapewnienie obywatelom wynagrodzenia za pracę, 1% ogólnych kosztów budownictwa federalnego przeznaczono na dekorację plastyczną miejskich obiektów. Program sprawił, że wiele amerykańskich osiedli zyskało w sferze estetycznej, ponadto bezrobotni artyści mogli zarobić na swoje utrzymanie. W l. 1935-1939 w samym tylko Chicago powstało 4400 obrazów, 280 murali, 842 rzeźby i prawie 270 000 plakatów (Kamiński I. J., 1981, s. 36).

Pierwsze murale powstawały we wnętrzach budynków użyteczności publicznej, m.in. szkołach, oddziałach poczty oraz bibliotekach publicznych. Tworzono freski, mozaiki i rozbudowane kompozycje malarskie o tematyce historycznej, portrety osób zasłużonych dla kultury, pejzaże,

¹ Wyniki przeprowadzonych w 2008 roku badań porównawczych graffiti w dwóch polskich miastach: Warszawie i Lublinie.

a także scenki rodzajowe przedstawiające zabawy dziecięce. Optymistyczne nastawianie i naturalistyczna stylizacja murali oraz fakt, że całość przedsięwzięcia była wydatnie wspomagana przez państwo, nasuwają porównanie z radziecką sztuką realizmu socjalistycznego, która rozwijała się w tym samym czasie w ZSRR. Amerykańskie wielkoformatowe malarstwo ściennie odróżnia jednak jego późniejsza „gniewna kontynuacja”, którą zapoczątkował w 1954 r. William Walker swoimi rozważaniami dotyczącymi „wybranego” audytorium i sztuki „publicznej”, dostępnej zarówno dla biednych, jak i bogatych odbiorców (Kamiński I. J., 1981, s. 38).

Innym ideologiem sztuki „publicznej” był John Weber, który wraz z Ewą i Jimem Cockcroftami opublikował w 1976 r. książkę *Towards a People's Art: The Contemporary Mural Movement*; prezentuje ona historię oraz ideologiczne założenia ruchu „ku sztuce ludowej”. Artysta nie poprzestał na rozważaniach i zrealizował specjalny program malarstwa na murach przeznaczony dla dzieci. Cieszył się bardzo dużym zainteresowaniem ze strony młodzieży uczęszczającej do chicagowskich szkół, w tym wielu znajdujących się w gettach przeznaczonych dla ludności napływowej. Dzieci biorące w nim udział ozdabiały swoją twórczością ściany garaży i cementowe ogrodzenia. W pracę z młodymi ludźmi zaangażował się także W. Walker i w 1969 r. założyli wspólnie z Johnem Weberem „Chicago Mural Group”. Organizacja skupiała artystów profesjonalnych, którzy poświęcili się tworzeniu publicznych, wartościowych dzieł sztuki przy współudziale mieszkańców miasta. Jedną z form działalności były seminaria i warsztaty propagujące twórczość społecznie ukierunkowaną; dokładano wszelkich starań, aby w pracę angażowali się ludzie z różnych warstw społecznych. Chciano by była to sztuka bez wyznaczonego odbiorcy, integrująca dwa środowiska: twórców i odbiorców, identyfikująca członków społeczności ze środowiskiem, w którym żyli, kształtująca ich tożsamość, a także łącząca we wspólnotę. Działania miały jednoczyć ludzi wokół zmiany i budowy własnego otoczenia poprzez proces ekspresji wizualnej. Uprawiano plastykę faktycznie zaangażowaną społecznie.

W działalności „Chicago Mural Group” można bez trudu odnaleźć polskie akcenty. W 1975 r. na 4040 W. Belmont Avenue przy współudziale polonii powstało malowidło „Razem” przedstawiające góralskie syl-

wetki i postać Janosika, który amerykańskim dzieciom łatwo kojarzy się z Robin Hoodem. W katalogu zaprezentowano 226 chicagowskich murali (Kamiński I. J., 1981, s. 36).

Podobne ugrupowania powstawały w wielu miastach Stanów Zjednoczonych. Założono wówczas „Public Art Work” w Kalifornii, a także „St. Elmo Village” w Los Angeles, ośrodek spontanicznego malowania i rysowania po murach i chodnikach. Realizowały one, z większą lub mniejszą dokładnością, założenia W. Walkera. W działalność na rzecz sztuki publicznego odbioru angażowało się wówczas wielu młodych absolwentów szkół artystycznych (Mopanek K., 1999, s. 33).

We wczesnych latach sześćdziesiątych murale na ścianach budynków Chicago, Nowego Jorku, Los Angeles i innych metropolii nawiązywały do problemów trapiących mieszkańców, m.in. biedy, narkomanii, dyskryminacji rasowej i etnicznej, bezrobocia i związanych z nim kłopotów mieszkaniowych, nosiły zatem znamiona sztuki społecznej interwencji. Nic więc dziwnego, że walczące z dziko powstającymi przykładami graffiti miasta w Stanach Zjednoczonych, zaczęły wykorzystywać malarstwo uliczne jako alternatywną formę aktywności w programach mających na celu odciążenie młodzieży od niszczenia mienia osób trzecich². Dzięki zaangażowaniu profesjonalnych artystów prowadzone są specjalne zajęcia malowania graffiti tematycznego przeznaczone dla młodzieży szkolnej. Poruszane przez organizatorów zajęć motywy mają na celu edukację młodzieży oraz poszerzenie wiedzy dotyczącej historii regionu, zamieszkujących go grup etnicznych, itp.

GRAFFITI JAKO NARZĘDZIE POPULARYZACJI IDEI

Według *Słownika Języka Polskiego* popularyzacja to rozpowszechnianie nauki, sztuki lub wiedzy o czymś wśród szerokich kręgów społeczeństwa (*Popularyzacja*, [online]).

² Całościowy program można prześledzić na stronach internetowych Miasta San Diego, Kalifornia, które wydaje się być modelowym zapisem dla omawianej działalności na terenie Stanów Zjednoczonych Ameryki (*Miasto San Diego...*, [online]).

Gdy człowiek myśli o popularyzacji czegokolwiek wśród szerokiej rzeszy odbiorców od razu nasuwają się media: prasa, radio, a przede wszystkim telewizja. Nieco później przychodzi do głowy znacznie młodszy Internet i telefonia komórkowa. Graffiti z reguły nie przychodzi na myśl, mimo że obraz służył człowiekowi jako środek komunikacji na długo przed wynalezieniem pisma i nowych technologii.

Media dają duży wybór różnorodnych treści, ale przeciętny obywatel ma niewielkie szanse na nadanie swojego komunikatu, szczególnie wtedy, gdy jego treść nie cieszy się dużą popularnością i zainteresowaniem ze strony społeczeństwa. Nawet Internet nie jest już przestrzenią wolną od „cenzury”. Zgodności wypowiedzi z tym co większość uważa za poprawne strzegą moderatorzy, ikony „zgłoś nadużycie”; komunikaty „treść została ukryta ze względu na dużą liczbę negatywnych komentarzy”, itp.

Graffiti jest pod tym względem inne, prawdziwie demokratyczne. Pozwala na przekazywanie dowolnych komunikatów, w formie, jaką nadał nadawca. Pozostawia też szerszy margines swobody w interpretacji treści niż tradycyjnie rozumiane media. Graffiti niczego nie narzuca, nie tłumaczy, zmusza do myślenia i zachęca do samodzielnych poszukiwań. Nic więc dziwnego, że sięgają po nie grupy marginalizowane przez tradycyjne media, spychane na margines społeczny, na przykład ekolodzy. Organizują oni warsztaty kierowane przede wszystkim do dzieci, których nawyki nie zostały jeszcze utrwalone, licząc na to, że przekażą wiedzę rodzicom. Z malowania graffiti, jako formy popularyzacji wiedzy, korzysta często Fundacja Ekologiczna Arka. Realizuje ona cykl różnorodnych projektów, mający na celu uświadomienie ludziom, że są odpowiedzialni za środowisko naturalne, w którym żyją. Graffiti wykorzystano na przykład w projekcie „Ratujmy Beskidzkie Lasy”, gdzie Dariusz Paczkowski i Wiesław Łysakowski tworzyli murale, przedstawiające połamane siekiery, symboliczne, odarte z liści drzewa, porośnięte sosnami ludzkie głowy. Malujący wraz z nimi twórcy sztuki ulicy ubarwili otoczenie, przedstawiając graficzne wariacje na temat drzew i lasów. Na uwagę zasługuje ciekawa praca artysty o pseudonimie KIS, która przedstawia przejrzystą sylwetkę człowieka. Jedyнным widocznym narządem jest jego serce, z którego prawej komory, niczym

naczynia krwionośne wyrasta drzewo. Sprawia ono, że niewyraźna zamazana sylwetka przechodzi w pełną wyrazu twarz człowieka. Nie bez znaczenia jest też szaro-czarne brudne tło – symbol zanieczyszczenia środowiska. Praca zwraca uwagę na fakt, że drzewa i lasy są płucami naszej planety, dlatego powinniśmy o nie dbać i je kochać³.

Inny ciekawy projekt wspomnianej fundacji dotyczy zwierząt potrącanych przez samochody. Realizowane na jezdniach i przęsłach mostów graffiti nawiązywały do pracy wyłonionej w konkursie plastycznym dla szkół podstawowych i gimnazjów, przedstawiającej leżącego na jezdni, potrąconego przez auto psa. Malowaniu towarzyszyły inne aktywności, jak wykłady, prezentacja krótkiego filmu „Pomóż potrąconym”, wycieczki do schroniska. O pozytywnym wydźwięku akcji świadczą relacje zamieszczane na stronie internetowej fundacji⁴.

Graffiti wspomagają też projekt „Zielona Gmina”, którego częścią jest m. in. ogólnopolska akcja „Leśne Graffiti”. Gościła ona w maju 2011 r. w Łodzi, podczas niej młodzież szkolna ze Szkoły Podstawowej nr 192 wspólnie z artystami graffiti tworzyła na billboardzie żyjący las pełen zwierząt.

W ramach projektu „To nie Krasnoludki Palą Śmieci” Fundacja Ekologiczna Arka odbijała szablony krasnali, na których umieszczała napisy: *to nie krasnoludki palą śmieci*, aby zwrócić uwagę na problem spalania odpadów w piecach domowych. Graffiti te towarzyszą Dniom Czystego Powietrza, które obchodzono 15 listopada 2010 r., w wielu miastach Polski (m.in. Poznaniu, Katowicach, Grudziądzu, Bielsko Białej, Warszawie i Łodzi). Malowaniu asystują happeningi i różne formy aktywności skierowane do dzieci (*Fundacja Ekologiczna Arka*, [online]). Jednym z przykładów realizacji jest mural na elewacji szczytowej i ścianach jednej ze zniszczonych kamienic we Wrocławiu. Trójpiętrowy budynek zyskał w ten sposób nowy wygląd. Stare cegły, plamy po wieloletnich naprawach zostały przykryte przez dużej wiel-

³ Opisy projektów i zdjęcia prac są zamieszczone na stronie internetowej Fundacji Ekologicznej Arka (*Fundacja Ekologiczna...*, [online]).

⁴ Całościowy opis projektu „Pomóż Potrąconym” można prześledzić na stronie internetowej Fundacji Ekologicznej Arka (Tamże).

kości zielone i żółte krasnale, ponad którymi z rury będącej częścią budynku wydobywa się malunkowy szaro-niebieski dym. Obecny wygląd domu jest efektem pracy siedmiu artystów i młodzieży, która malowała w ramach czterodniowych warsztatów graffiti, pod okiem Dariusza Paczkowskiego z grupy 3fala.art.pl i Konrada Iwanowskiego z grupy Kolektyf. Mural jest także realizacją projektu „Akcji rewitalizacji” prowadzonego przez Stowarzyszenie Trampolina. Do wspólnej pracy przyłączyły się także Fundacja Klamra, Fundacja Ekorozwoju, Łokietka 5 – Infopunkt Nadodrze oraz Fundacja Dom Pokoju (Tamże).

W maju 2011 r. wspomniani już D. Paczkowski K. Iwanowski zorganizowali podobne trzydniowe warsztaty artystyczno-edukacyjne z udziałem dzieci z jednej z wrocławskich szkół. W ich trakcie uczestnicy własnoręcznie wykonywali szablony i przy ich pomocy malunki na ścianie w centrum miasta. Tematyką zabawy było segregowanie surowców i recykling.

Innym przykładem popularyzacji wiedzy poprzez malowanie tą techniką może być impreza, która odbyła się w czerwcu 2010 r. we Wrzeszczu Gdańskim. Hasło przewodnie akcji „Graffiti Jam – dla małych i dużych” brzmiało: *Prawa człowieka to coś, czego nikt nie może ci odebrać*. Były to warsztaty legalnego malowania, którym przyświecało podjęcie dwóch problemów: z jednej strony estetyki podwórka, które dotychczas było szare i bez wyrazu, a z drugiej strony poruszenie kwestii praw dziecka. W wydarzeniu uczestniczyli zarówno mali, jak i dorośli mieszkańcy dzielnicy. Dzieci miały możliwość uczestnictwa w warsztatach pod okiem artystów oraz wyrażenia swoich plastycznych interpretacji na wielkoformatowych planszach dotyczących poszczególnych norm prawnych dotyczących nieletnich, w ramach zajęć pt. „Mam prawo tworzyć”. Wizerunki szczęśliwych, unoszących się na błękitnym niebie dzieci, splotły się z poważną tematyką, a nawet literami prawdziwych grafficiarzy, którzy przyłączyli się do wspólnego malowania. Dodatkowo dorośli i dzieci na przygotowanych stanowiskach mieli możliwość zapoznania się z Konwencją o Prawach Dziecka (*Graffiti jam...*, [online]). W wyniku tej akcji powstały murale umiesz-

zione bezpośrednio na ścianach okalających podwórko. Organizatorzy akcji byli bardzo zadowoleni z przebiegu akcji i jej efektów:

To był nasz pierwszy taki projekt w przestrzeni miejskiej, ale na pewno nie ostatni. Nasze działania opierają się na założeniu, że prawa człowieka mają sens tylko wtedy, kiedy są znane. Poprzez podobne projekty chcemy poprawiać przestrzeń miasta – na bardziej przyjazną, kolorową i z charakterem (Tamże)⁵.

Kolejnym tematem, który starano się przybliżyć społeczeństwu w maju 2011 r. poprzez malowanie graffiti, to problem ludzi zmagających się z autyzmem. Na dwóch billboardach udostępnionych w tym celu namalowano portrety podopiecznych fundacji SYNAPSIS, m. in. Heli, Meli i Agnieszki. W ten sposób organizatorzy akcji, którzy od ponad 20 lat wspierają zarówno dzieci jak i dorosłych, uświadamiali zwykłych przechodniów, czym jest autyzm i w jaki sposób ogranicza on kontakty społeczne ludzi chorych.

Warsztaty graffiti stanowiły część kampanii „Kojarzysz autyzm? Wiedza jest trendy”, która miała na celu zmianę stereotypowego wizerunku osób z autyzmem. Nad artystyczną stroną malowania czuwał Szyman z Pracowni N22, D. Paczkowski, a także wolontariusze. Pozostałymi elementami akcji był konkurs fotograficzny „Autyzm wprowadza zmysły w błąd” i wizualizacja eksponowana w Bibliotece Uniwersytetu Warszawskiego – cube sensoryczny, pokazujący w jaki sposób osoba z autyzmem odbiera świat (*Wymalowali graffiti...*, [online]). Wydarzenie połączyło osoby dotknięte autyzmem, ich rodziny i znajomych uwrażliwiając przy tym innych na ich problemy.

⁵ Organizatorami całego wydarzenia była Fundacja Nasza Przestrzeń, w partnerstwie z Regionalnym Centrum Wolontariatu w Gdańsku przy współudziale sponsorów – firmy Sprint i Klubu Muzycznego Wiele Twarzy. O powodzeniu przedsięwzięcia zdecydowali bez wątpienia wolontariusze – artyści, którzy pomagali dzieciom podczas całych warsztatów.

FUNKCJE GRAFFITI REALIZOWANYCH PRZEZ FUNDACJE

Tomasz Goban-Klas w publikacji *Media i komunikowanie masowe* zauważa, że tradycyjne media, takie jak obraz, nie przestają istnieć, a rozwój techniki sprawia, że zmieniają się tylko funkcje, jakie pełnią w społeczeństwie (2001, s. 13).

W związku z tym ważne jest, aby pod tym kontem przeanalizować graffiti powstające w ramach omówionych powyżej projektów i akcji.

Pierwszą z nich jest komunikacyjna, która przebiega według schematu Harolda D. Lasswell'a – od nadawcy przez przekaz, środek, odbiorcę po skutek (1948, s. 32-51). Nadawca, którym w tym wypadku są fundacje działające na rzecz ochrony środowiska naturalnego, ochrony praw dziecka, czy wspierające osoby autystyczne, formułują przekaz używając kodu charakterystycznego dla określonej kategorii (przede wszystkim dzieci i młodzieży) oraz poruszając ważne dla nich kwestie. Dodatkową atrakcją stanowi tu sam środek przekazu, który wyraźnie przyciąga młodych ludzi.

Według Elżbiety Miodek cechą charakterystyczną współczesnego graffiti jest to, że w trakcie nadawania przekaz nie jest rejestrowany przez żadnego odbiorcę. Nadawca nie potrafi przewidzieć, kto odbierze jego komunikat. Skierowany jest on do wszystkich, którzy zechcą go odebrać lub uczynią to mimowolnie (2001, s. 151). W tym przypadku powstawanie graffiti można nie tylko oglądać, ale również brać w nim czynny udział. Przekaz kierowany jest przede wszystkim do młodzieży, ale organizatorom warsztatów zależy na wszystkich ludziach, którzy wejdą z nim w kontakt. Odbiorcy graffiti dowiadują się w ten sposób, co dla innych jest ważne i mają okazję skonfrontować to z własnymi przekonaniami.

W jednym z analizowanych przypadków, powstały podczas warsztatów mural miał za zadanie promować imprezę „Zamień Odpady na Kulturalne Wypady”, organizowaną przez Fundację EkoRozwoju FER. Funkcja promocyjna jest tu oczywista, natomiast sam sposób realizacji ciekawszy niż klasyczna reklama. Dobrze zaprojektowane i zrealizowane graffiti jest dużo bardziej naturalne niż zadrukowana plachta

papieru. Mimo to wyróżnia się pozytywnie w przestrzeni miast, gdzie panuje chaos spowodowany właśnie przez nadmiar plakatów reklamowych. Dodatkowym atutem jest fakt, że kampanie społeczne i akcje, w których używane jest graffiti, często przyciągają lokalne media, a ich relacje z wydarzenia nadawane są w programach informacyjnych. W ten sposób znacząco poszerza się krąg odbiorców przekazu nadanego poprzez malowidło.

To właśnie rozrastająca się sfera informacyjna współczesnej kultury sprawiła, że zdezorientowany odbiorca zaczął na nowo poszukiwać w sztuce odpowiedzi na nurtujące go pytania. Dzięki temu swoistej nobilitacji doczekała się poznawcza funkcja sztuki. Nauka odczłowiecza świat, sztuka natomiast go subiektywizuje, poucza, proponuje ogląd ludzkiego ciała i losu. Wielu autorów, estetyków i pedagogów wyraża pogląd, że *dzieła sztuki stanowią zarazem swoisty, ale istotny czynnik moralnego, społecznego i światopoglądowego wychowania ludzi* (Morawski S., 1963, s. 26). Stefan Morawski rozumie przez wychowawczą (poznawczą) funkcję sztuki [...] *wszelkie oddziaływanie pozostawiające taki ślad w psychice odbiorcy, którego efektem jest mniej lub bardziej dostrzegalna zmiana postawy życiowej, a często także pewna zmiana postępowania* (1963, s. 25). Podczas gdy polskie media główny akcent kładą na bieżące wydarzenia polityczne, polskie organizacje twórców graffiti organizują projekty w celu zmiany społecznego nastawienia do wielu ważnych kwestii⁶.

Graffiti pełni funkcję poznawczą nie tylko poprzez oddziaływanie obraz – odbiorca, ale poprzez cały szereg złożonych działań, których celem jest poszerzenie horyzontów intelektualnych społeczeństwa. Graffiti inspiruje, zmusza do myślenia, jest bodźcem dla odbiorcy, by zainteresował się czymś ważnym, dowiedział się czegoś nowego. Dzięki emocjonalnemu zaangażowaniu w powstawanie malowidła, wiedza na temat przewodni zapada na długo w pamięć. Utrwała się też

⁶ Angażują się m. in. na rzecz ochrony Doliny Rospudy, wolności dla Tybetu, zapobiegania i zwalczania rasizmu, a także na rzecz wyrównania lokalnych niedorozwojów. Więcej można przeczytać na stronie internetowej ugrupowania (*3fala.art.pl*, [online]).

w świadomości lokalnej społeczności, ponieważ mieszkańcy widzą je codziennie zmierzając do swoich zajęć. Malowidło takie może powstać na zniszczonej przez wandalę ścianie, co daje dodatkowe możliwości edukacyjne i poprawia walory estetyczne przestrzeni publicznej. Poprzez udział w zajęciach uczestnicy poznają podstawy dobrych postaw obywatelskich, dbania o swoje najbliższe środowisko oraz poszanowania mienia społecznego.

Dzieło sztuki pełni również rolę poznawczą w stosunku do samego twórcy. Według Stefana Szumana *poprzez twórczość własną zdobywają oni doświadczenie w zakresie tego, jak się rodzi, powstaje, jak stopniowo kształtuje się utwór plastyczny, muzyczny albo literacki, jakiego nie sposób zdobyć, gdy się tylko ogląda gotowe dzieła malarzy* (1990, s. 97-98). Technika malowania farbą w sprayu jest na tyle odmienna od innych technik plastycznych, że młodzi ludzie często po raz pierwszy sięgają po puszkę tylko po to, żeby spróbować malowania na ścianie. Angażując swoje wysiłki na rzecz akcji społecznych, organizowanych przez ugrupowania twórców graffiti, nieustannie poszerzają również swoją wiedzę. Sztuka, a więc i graffiti, jest odpowiedzią na *potrzebę rozszerzania w czasie i przestrzeni granic osobowego istnienia, wzbogacenia własnego istnienia i przynajmniej częściowego i symbolicznego zaznania tego, co jest udziałem ludzi innych epok i kultur, środowisk geograficzno-klimatycznych i grup społecznych, ludzi innej płci lub innego wieku* (Dziemidok B., 1976, s. 98).

Razem z informacją, poprzez graffiti przekazywane są również wartości, normy, wzory zachowań i ujednolicone znaczenia, co prowadzi do powstawania grup, mających względnie jednorodny wobec nich stosunek. Wspólnie malowane graffiti sprawia, że młody człowiek nie tylko odbiera je poprzez oglądanie obrazu, ale styka się z ludźmi, którzy nimi żyją na co dzień. W ten sposób są one łatwiej przyjmowane za własne, pojawia się pewna więź, rozrasta społeczność. Takie oddziaływanie możemy nazwać funkcją społeczną (Kuczyńska A., 1976, s. 86).

Tworzone w ramach warsztatów graffiti pełni także funkcję integracyjną, inaczej nazywaną funkcją dezalienacyjną. Sztuka pozwala człowiekowi wejść w bezpośredni zmysłowy kontakt z rzeczywisto-

ścią pozbawioną intelektualizacji. Te same naścienne malowidła są przedmiotem percepcji ludzi różnych narodowości, poziomów wykształcenia, zawodów. Według Alicji Kuczyńskiej ludzie ci tworzą wspólnotę, która jest *wspólnotą nietrwałą, chwilową, mikro-społeczeństwem, które dla swojego istnienia wymaga punktu odniesienia – konkretnego wytworu* (1976, s. 89). Człowiek niemal instynktownie zajmuje jakieś stanowisko wobec tego, co na murze zobaczył i przeczytał. Utożsamia się z tym lub sprzeciwia. W jednym i drugim przypadku znajduje się w grupie ludzi, którzy przyjęli taką samą jak on postawę.

Organizowane przez fundacje warsztaty mają na celu zmianę chwilowej wspólnoty na stałą. Prowadzący mają nadzieję, że młodzież biorąca udział w zajęciach jak i zwykli obserwatorzy, zainteresują się tematyką przewodnią graffiti, wyciągną wnioski, zmienią coś w swoim życiu codziennym.

Zarówno organizatorzy akcji, jak i uczestnicy warsztatów, malując graffiti dają wyraz swojej identyfikacji z różnego typu ideologiami i środowiskiem, w którym żyją. W tym wypadku mamy do czynienia z ekologią, tolerancją i równouprawnieniem. Wyznawane idee przekładają się na sferę symboliczną realizowanych prac, co uwidacznia się szczególnie w przypadku graffiti ekologicznych. Z jednej strony ich akcje prowadzone są w środowiskach lokalnych, poszczególnych miastach i gminach, z drugiej często obejmują swoim zasięgiem teren całego kraju. Są świadectwem ich identyfikacji z ideą, środowiskiem zamieszkania oraz narodem.

Pomimo, że funkcja estetyczna w przypadku warsztatowego wykorzystywania graffiti jako środka popularyzacji wiedzy i idei nie jest najważniejsza, towarzyszy wszystkim pozostałym. Pod okiem doświadczonych twórców sztuki ulicy często powstają estetyczne dzieła na wysokim poziomie artystycznym, a zdewaluowana przestrzeń nabiera nowego wyrazu. Obecność takich graffiti sprawia, że otoczenie staje się kolorowe, pogodne i bardziej estetyczne, a co za tym idzie, przychylniejsze człowiekowi.

Przedmiot estetyczny to taki, który wzbudza przeżycie piękna, *zdolny jest nasycić nim odbiorców, w miarę tego jak potrafią oni*

to piękno w dziele odnaleźć i sobie je przyswoić (Szuman S., 1990, s. 49). Ludzie dla których funkcjonowanie estetyczne odpowiada jakiejś bardzo ważnej potrzebie kontaktu ze sztuką, różnicuje się na kilka kręgów: koneserów, potomków duchowych odbiorców dawnych epok, profesjonalistów (Rudzińska K., 1978, s. 80). Oglądający graffiti także nie są jednakowo do tego spotkania przygotowani. Inaczej odbiera graffiti człowiek młody, wychowany w kulturze popularnej, inaczej emeryt. Członek subkultury graffiti lub artysta zobaczy w nim coś innego niż przypadkowy przechodzień. Pozytywny kontakt uczuciowy, dzięki któremu dane dzieło wydaje się nam estetyczne, zdumiewające lub zachwycające, sprawia, że odbiorca chce z nim obcować.

Dzieło sztuki czy też graffiti pełni również tę samą funkcję w stosunku do jego twórcy. Według S. Szumana artysta tworząc dzieło emocjonalnie odczuwa jego estetycznie wartościową jakość: *Antycypuje on, być może, także satysfakcję i zachwyt przeżycia estetycznego, jakie zaktualizuje w nim percepcja jego dzieła [...] Artyści są bowiem nie tylko twórcami, ale i pierwszymi odbiorcami i krytykami własnych dzieł* (1990, s. 50).

Oczywiście nie są to wszystkie funkcje omówionych graffiti, a zaledwie ta ich część, która wydaje się być ważna w kontekście ich wykorzystania do popularyzacji wiedzy, czy idei. Funkcje takie jak komunikacyjna, poznawcza, informacyjna i promocyjna odpowiadają na potrzeby zaspokojenia ciekawości, wymiany informacji i doświadczeń. Społeczna, integracyjna i tożsamościowa spotykają potrzebę życia we wspólnocie, a estetyczna dążeniu człowieka do przebywania w świecie pięknym. Ze wszystkich tych funkcji i potrzeb najistotniejsza dla popularyzacji czytelnictwa i biblioteki powinna być wspólnota, ponieważ to jej poszukują dzieci i młodzieży wstępując do różnego rodzaju subkultur (Piotrowski P., 2003, s. 28).

Współczesna kultura sprawia, że musi to być wspólnota atrakcyjna, świeża, otwarta na młodego człowieka, który odrzuca wszystko co skostniałe i kojarzące się z wysiłkiem. Pod tym względem graffiti ma wiele do zaproponowania bibliotece.

GRAFFITI W BIBLIOTECIE – STRATEGIE WYKORZYSTANIA

Dorastający w świecie mediów młodzi ludzie coraz rzadziej sięgają do książek. Można zaryzykować stwierdzenie, że to właśnie one odciągają ich od czytania. Wykorzystując fakt, że graffiti jest rodzajem medium, które przyciąga młodzież, można ją za jego pośrednictwem do czytania namówić.

Jednym ze sposobów na zachęcenie młodych ludzi do czytania książek może być organizacja warsztatów graffiti na temat dotyczący czytelnictwa lub samej biblioteki. Mogą być one realizowane w ramach obchodów różnego typu uroczystości związanych z patronem biblioteki, bądź jej funkcjonowaniem. Dobrą praktyką jest powiązanie takich warsztatów z pogadanką na temat odpowiedzialności społecznej i karnej związanej z malowaniem graffiti bez zezwolenia. Pomimo, że media często same interesują się tego typu wydarzeniami, warto zadbać o rozgłos samemu je zapraszając. Popularyzowana idea dotrze wówczas do znacznie większej liczby osób. Organizując tego typu imprezę trzeba liczyć się z faktem, iż malowanie muralu jest zajęciem czasochłonnym, warto więc rozpiścić ją na dwa lub trzy dni; należy też zadbać o odpowiednią opiekę artystyczną.

Warsztaty mogą przebiegać według następującego schematu pracy:

Dzień pierwszy:

1. Zajęcia w kręgu (czas 30 min.) Po powitaniu należy przedstawić uczestnikom plan zajęć i cel warsztatu. Idea projektu graffiti, który będzie wspólnie realizowany powinna zostać szczegółowo omówiona. Uczestnicy dzielą się swoimi opiniami na temat przesłania muralu, który mają za zadanie namalować.
2. Pogadanka dotycząca malowania graffiti zaangażowanego społecznie (czas 1 godzina). Szczególnie ważne jest wytłumaczenie młodym adeptom malarstwa ściennego, że wszyscy jesteśmy odpowiedzialni za otaczającą nas przestrzeń publiczną, musimy dbać o dobro wspólne, zabytki, obiekty sakralne, czy odnowione elewacje. Warto wzbogacić ją pokazem slajdów.

3. Zapoznanie uczestników z techniką szablonu, przygotowanie projektów oraz wycinanie wzorów (czas 3 godziny).
4. Przygotowanie podkładu na ścianie (czas 2 godziny).
5. Zajęcia w kręgu (czas 30 min.). Podsumowanie dnia i pożegnanie.

Dzień drugi:

1. Zajęcia w kręgu (czas 30 min.). Po powitaniu uczestnicy dzielą się wrażeniami z poprzedniego dnia.
2. Dokończenie wycinania szablonów oraz praca przy malowaniu graffiti na ścianie (czas 5 godzin). Część uczestników może zacząć malować ścianę, podczas gdy inni będą jeszcze wycinać szablony.
3. Zajęcia w kręgu (czas 30 min.). Podsumowanie warsztatów i pożegnanie.

Dzień trzeci:

1. Zajęcia w kręgu (czas 1 godz.). Powitanie, wymiana wrażeń z dnia poprzedniego. Jeśli zostały zawiadomione media warto przygotować młodzież do spotkania z nimi.
2. Kończenie malowania, konferencja prasowa na tle malujących uczestników (czas 4 godziny/ok. 30 min.).
3. Zajęcia w kręgu (czas 30 min.). Podsumowanie warsztatów i pożegnanie.

Podczas całej akcji można rozdawać materiały promocyjne, zachęcające do korzystania z biblioteki.

Przykładem zrealizowanej już warsztatowej promocji biblioteki może być projekt wykonany na ścianie Miejskiej i Powiatowej Biblioteki Publicznej w Kutnie. Biblioteka nie była tu jednak podmiotem organizującym, a jedynie udostępniła swoją ścianę dla potrzeb projektu realizowanego przez Łódzki Dom Kultury. W ramach „Graffiti 2 – Sztuka Miasta” młodzi artyści pod kierunkiem artystów ulicy Egona Fietke, Gregora oraz Dadola pomalowali ścianę skupiając się na czytelnictwie, książkach i kulturze.

Bogdan Donelski, dyrektor MiPBP w Kutnie dostrzega estetyczne i edukacyjne walory graffiti:

Graffiti to współczesna sztuka. Dzięki niej budynki często nie mające swojego charakteru ożywiają się, są ubarwione, stają się trendy. Taki budynek, jakim jest biblioteka musi mieć swój mural. Sądzę, że podjęliśmy dobrą decyzję, aby na naszej instytucji znajdowała się ta nowatorska sztuka z wykorzystaniem elementów poznawczych tj.: książka, globus, czy elementy regionalne (Nowy mural..., [online])⁷.

Dodatkowym argumentem przemawiającym za realizacją tego typu warsztatów graffiti może być fakt, że wiążą one placówkę z jej otoczeniem społecznym. Dzieci i młodzież biorące udział w malowaniu mają okazję poznać z bliska nie tylko budynek, ale i pracowników biblioteki. Pozostawiając na niej swój malarski ślad czują ojcowską więź wiążącą artystę z jego pracą. Fakt istnienia biblioteki w konkretnym otoczeniu zostaje podkreślony również wśród obserwatorów i zwykłych przechodniów.

Dobrze wykonane graffiti może później pełnić funkcję reklamy zewnętrznej. W przeprowadzonych przez autorkę badaniach wielu respondentów podkreślało, że graffiti dobrze sprawdza się jako reklama kierowana do młodych ludzi, a o takie zainteresowanie należy w dzisiejszych czasach zabiegać. Świat biznesu doskonale rozumie związek reklamy z pozyskiwaniem nowych kontrahentów i konsumentów, co z kolei przekłada się na zysk. Biblioteka, która z założenia nie jest organizacją nastawioną na zysk powinna jednak zrozumieć, że w dzisiejszych czasach coś, co nie jest reklamowane, ma niewielkie szanse na zaistnienie w świadomości młodych ludzi.

Innym sposobem na zachęcenie dzieci i młodzieży do czytania może być np. ogłaszanie konkursów na projekty graffiti nawiązujące do twórczości konkretnych autorów. Wyłonione w drodze konkursu najlepsze prace można zrealizować na płytach np. OSB (Oriented Strand Boards), które zamocowane do ściany mogą stanowić element

⁷ Projekt został sfinansowany przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

dekoracyjny biblioteki, czyniąc ją bardziej kolorową, przychylniejszą dzieciom i młodzieży.

Wprowadzanie graffiti w przestrzeń biblioteki może być też realizowane poprzez ogłaszanie konkursów związanych z omawianym rodzajem sztuki. Dobrym przykładem ożywiania zainteresowania biblioteką poprzez graffiti może być konkurs ogłoszony przez filię numer 9 Miejskiej Biblioteki Publicznej i Zespół Szkół Technicznych w Sosnowcu. Celem było uświadomienie młodzieży potrzeby kreowania obrazu miasta, w którym uczą się i mieszkają, poznanie Sosnowca i miejsc wartych pokazania, ale i tych, które należy zmienić, aby nie wstydzić się własnego miasta. Równie ważne było rozbudzenie w uczniach odpowiedzialności za wizerunek Sosnowca, lokalnego patriotyzmu oraz potrzeby dbania o wygląd miasta oraz obchody 110 rocznicy nadania praw miejskich miastu Sosnowiec (*Miejska Biblioteka Publiczna*, [online]). Konkurs skierowano do uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych.

Jeszcze innym sposobem na ożywienie atmosfery i przyciągnięcie dzieci do biblioteki może być prowadzenie zajęć muzyczno-plastycznych. Tego typu spotkania zaproponowała w 2011 r. Miejska i Powiatowa Biblioteka Publiczna w Wodzisławiu Śląskim zapraszając młodych czytelników na „Podróż do świata hip-hopu – muzyczne graffiti”. W ramach zajęć dzieci podzielone na dwie grupy rywalizowały ze sobą wykonując wielkoformatowy plakat graffiti (*Miejska i Powiatowa Biblioteka Publiczna...*, [online]).

Warto też wykorzystywać przestrzeń biblioteki do ekspozycji własnych i zewnętrznych wystaw graffiti. W celu realizacji pomysłu należy:

- odnaleźć i skorzystać z pomocy miejscowych liderów środowiska twórców graffiti realizujących się w sztuce ulicy,
- nawiązać współpracę z Domami Kultury, w których ofercie można spotkać warsztaty graffiti lub przyłączyć się do akcji realizowanych przez inne ośrodki, fundacje czy organizacje,
- poszukać dofinansowania w ramach różnego rodzaju projektów unijnych lub konkursach ogłaszanych przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Warto też zadbać o sponsorów, np.

producentów farb czy sklepy, ponieważ realizacja muralu jest kosztownym przedsięwzięciem.

Biblioteki, dla których realizacja warsztatowego muralu jest przedsięwzięciem zbyt kosztownym i zajmującym organizacyjnie, mogą skorzystać z innych technik street artu, np. vlepek⁸. Drukuje się je i wycina na papierze samoprzylepnym, aby później przykleić do ściany lub innej powierzchni. W tym przypadku im więcej przyklejonych vlepek z nazwą i miejscem funkcjonowania biblioteki tym lepiej. Warto też zainteresować się wykorzystaniem szablonu w marketingu partyzantkim. Używany jest z powodzeniem w branżach telekomunikacyjnej i odzieżowej, które podobnie jak biblioteki kierują swoją ofertę do młodzieży⁹.

Graffiti może korzystnie wpłynąć na wizerunek biblioteki, sprawiając że stanie się ona bliższa młodemu człowiekowi. Przestanie kojarzyć się z ciszą, regulaminem i nudą a zacznie być widziana jako miejsce kolorowe, sprzyjające kreatywności i młodości. Zacznie odpowiadać potrzebom dzieci i nastolatków.

Zastosowanie sztuki ulicy do promocji czytelnictwa pozwoli pokazać inne, poza wypożyczaniem książek funkcje biblioteki – ekspozycyjną, kulturalną, itp. Pokarże jak wiele swoich potrzeb młody człowiek może zaspokoić w bibliotece.

Po drugie młodzież nauczy się sięgać do książek po natchnienie i wiedzę. Zrozumie, że czytanie nie jest nudne, że inne dzieci także spędzają czas na czytaniu. Wspólne malowanie pozwoli stworzyć wspólnotę i zaznaczy wyraźnie istnienie biblioteki w przestrzeni publicznej osiedla.

Warto więc wykorzystać graffiti by opowiedzieć młodzieży o bibliotekach za pośrednictwem tego młodzieżowego medium.

⁸ Obecnie w ten sposób promują się kluby sportowe i organizacje fanów zwłaszcza piłki nożnej.

⁹ Wykorzystywany jest szeroko przez markę Heyah czy firmę Levis.

BIBLIOGRAFIA

- Bańko M. (red. nauk.) (2003), *Wielki Słownik Wyrazów Obcych PWN*, Warszawa, Wyd. Naukowe PWN, ISBN 83-01-13941-2
- Dziemidok B. (1976), *Katartyczno – kompensacyjna funkcja sztuki*, [w:] Kuczyńska A. (red. nauk.), *Kreatywne funkcje sztuki. Sztuka i społeczeństwo*, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, s. 92-128
- Goban-Klas T. (2009), *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, ISBN 83-01-12707-4
- Graffiti jam: podwórko zmieniło oblicze, portal internetowy „Wybrzeże24pl”*, [online], aktualizacja: 22.06.2010, [dostęp: 15.04.2012], dostępny w Internecie: <<http://www.wybrzeze24.pl/gazeta-gdanska-aktualnosci/graffiti-jam-podworko-zmienilo-oblicze>>
- Fundacja Ekologiczna Arka*, [online], [dostęp: 15.04.2012] dostępny w Internecie: <<http://www.fundacjaarka.pl/programy/ratujmy-beskidzkie-lasy>>
- Kamiński I. J. (1981), *Notatnik amerykański* (3), „Sztuka” nr 2, s. 34-37
- Kuczyńska A. (1976), *Kreatywne działanie sztuk*, [w:] Taż (red. nauk.), *Kreatywne funkcje sztuki. Sztuka i społeczeństwo*, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, s. 47-91
- Lasswell H. D. (1948), *Structure and functions of communication in society*, [w:] Bryson L. (red.), *The communication of ideas*, New York, Harper, s. 32-51
- Miasto San Diego, Kalifornia*, [online], [dostęp: 30.03.2012], dostępny w Internecie: <<http://www.sandiego.gov/graffiti/school.shtml>>
- Miejska Biblioteka Publiczna im. Gustawa Daniłowskiego w Sosnowcu*, [online], [dostęp: 18.04.2012], dostępny w Internecie: <<http://www.biblioteka.sosnowiec.pl/imprezy/konkursy/1214-konkurs-fotograficzny-f9.html>>
- Miejska i Powiatowa Biblioteka Publiczna w Wodzisławiu Śląskim*, [online], [dostęp: 16.04.2012], dostępny w Internecie: <<http://www.biblioteka.wodzislaw.pl/strona,aktualnosc,538.html>>

- Miodek E. (2001), *Graffiti we współczesnej kulturze językowej polskiej młodzieży*, „Nauczyciel i Szkoła” nr 3/4, s. 149-154
- Mokanek K. (1999), *Socjologiczny fenomen graffiti*, „Opcje” nr 1, s. 32-38
- Morawski S. (1963), *Trojaka funkcja wychowawcza sztuki*, „Estetyka” r. IV, s. 18-66
- Nowy mural w Kutnie, [w:] Portal internetowy „Kutno.com.pl”, [online], [dostęp: 14.04.2012] aktualizacja: 06.06.2011, dostępny w Internecie: <<http://www.kutno.com.pl/kultura/nowy-mural-w-kutnie>>
- Piotrowski P. (2003), *Subkultury młodzieżowe. Aspekty psychospołeczne*, Warszawa, Wydawnictwo Akademickie Żak, ISBN 83-88149-96-2
- Rudzińska K. (1978), *Między awangardą a kulturą masową. Wokół społecznej roli pisarza*, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy
- Szuman S. (1990), *O sztuce i wychowaniu estetycznym*, Warszawa, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, ISBN 83-02-04128-9
- Popularyzacja, [w:] *Słownik Języka Polskiego*, [online], [dostęp: 30.03.2012], dostępny w Internecie: <<http://www.pwn.pl/?module=multisearch&search=popularyzowa%E6+&submit2=szukaj>>
- 3fala.art.pl, [online], [dostęp: 13.09.11], dostępny w Internecie: <<http://archiwum.graffiti.pl/projekty.php?id=307&sub=ow>>
- Wołk M. (2000), *Graffiti dialogiczne na tle innych form twórczości graficyzacji*, „Prace Językoznawcze”, z. II, s. 169-183
- Wymalowali graffiti na billboardach dla osób z autyzmem, [w:] Portal internetowy „gazeta.pl”, [online], aktualizacja: 19.04.2012, [dostęp: 15.04.2012], dostępny w Internecie: <http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34889,9466628,Wymalowali_graffiti_na_billboardach_dla_osob_z_autyzmem.html>

GRAFFITI AS MEAN OF COMMUNICATION AND POPULARIZATION OF READING

Graffiti is a medium which is very close to young people. Many of them try to paint with spray because this technique is very different from other techniques of painting. We meet graffiti all along the way, in underpasses, on spans of bridges, garages, schools. It is sometimes colorful, impetuous and can have a positive effect on our mood. On the West of Europe, where people fight with the illegal graffiti openly, one of the forms of counteraction is conducting special classes of thematic painting, e.g. concerning the history of the region. It develops not only artistic abilities, responsibility for the public sphere but also, as it has been proven, it arouses curiosity and makes young people refer to books. They search for necessary information and inspiration in them. In Poland, this workshop form of knowledge popularization is used by some foundations which invite young people to adventure with graffiti and promote in this way ideas of ecology, tolerance, equal rights. The graffiti of this type fulfills a lot of functions both towards their authors as well as an audience. This kind of street art fits the idea of popularization of reading very well. The article contains proposals of how this technique can be used by libraries and examples of finished actions.