

♪[PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: „Audycje Kulturalne” – w dobrym tonie

DZIENNIKARKA MARTYNA MATWIEJUK: Przy mikrofonie Martyna Matwiejuk. Witam Państwa bardzo serdecznie w kolejnym odcinku Audycji Kulturalnych. Dziś przeniesiemy się do świata surrealizmu za sprawą książki zatytułowanej „Świat zwariował. Poradnik surrealistyczny. Jak przeżyć”. Jej autorka – pani Agnieszka Taborska jest moim i Państwa gościem. Dzień dobry.

AGNIESZKA TABORSKA: Dzień dobry.

DZIENNIKARKA MARTYNA MATWIEJUK: Pani książka to zbiór pięćdziesięciu sześciu porad, utrzymanych w żartobliwym tonie, które są takimi drogowskazami tego, jak żyć według surrealistów. Jak żyć, a w zasadzie jak przeżyć. Naczelnym hasłem tego ruchu była właśnie zmiana życia i jestem bardzo ciekawa, czego, pani zdaniem, powinniśmy się uczyć od surrealistów współcześnie.

AGNIESZKA TABORSKA: Myślę, że głównie znalezienia miejsca dla siebie, wejścia w głąb siebie. Otrząśnięcia się z tej codziennej bolączki, którą nas zalewają media. Katastroficzne relacje pandemiczno-polityczno-ekologiczne. Oczywiście surrealizm absolutnie nie jest ucieczką, bo surrealiści byli bardzo politycznie świadomi. Jako jedyna taka zorganizowana grupa na przykład występowała przeciwko kolonializmowi, kiedy różne kraje, łącznie z Polską, chciały mieć kolonie. Natomiast oni walczyli o to, żebyśmy nie stracili tej świeżości, jaką mają dzieci, zanim nie są ukształtowane przez wychowanie, przez edukację szkolną i żeby mieć świeżość spojrzenia na świat. Żeby nie stracić wyobraźni, żeby nie dać się właśnie pochłoniąć tej bardzo często męczącej codzienności. Myślę, że to jest dla nas w tej chwili recepta na wagę złota, jeśli się uda, to nikt na tym nie straci, a zyskamy mnóstwo.

DZIENNIKARKA MARTYNA MATWIEJUK: Breton pisał, że cudowność jest zawsze piękna. Tak jak pani powiedziała, najważniejsza była wyobraźnia. Wyobraźnia nieograniczona, nieskrępowana, autonomiczna, ale to może brzmieć nieco utopijnie. Co zarzuciłaby pani surrealistom?

AGNIESZKA TABORSKA: Zarzuciłabym im wiele. Te wszystkie ruchy awangardowe od początku dwudziestego wieku. Z naszego punktu widzenia oczywiście były często

mizoginistyczne. Surrealiści byli mizoginami, ale wszyscy wtedy mężczyźni, częściowo kobiety też, tymi mizoginami byli. Jednocześnie surrealizm dawał miejsce ucieczki dla młodych kobiet, które chciały do tego ruchu przystąpić i znajdowały tam to, czego nie znajdowały nigdzie indziej. Pani przytoczyła to bardzo ważne zdanie Bretona, definicję piękna, że piękno będzie kompulsywne albo nie będzie go wcale. To zainteresowanie kwestią piękna różni surrealizm od bardzo wielu innych, ważnych awangardowych ruchów. Dadaizm, z którego surrealiści się wywodzili, odrzucał piękno, odrzucał w ogóle wszystko. Dadaizm był totalną negacją i dlatego trwał krótko, bo nie miał szans na przeżycie. Surrealizm trwał znacznie dłużej. Historycznie niby zwykło przyjmować, że się skończył w sześćdziesiątych latach, ale to nieprawda, dlatego, że surrealiści, ci mężczyźni, bo kobiety były młodsze, żyły dłużej i dzięki temu nastąpił ten olbrzymi renesans. Uznaje się, że właśnie w sześćdziesiątych latach, wraz ze śmiercią Bretona i większości mężczyzn, surrealizm się skończył. To nie jest prawdą, bo w sześćdziesiątym ósmym roku, podczas Maja Paryskiego, studenci się odwoływali właśnie do haseł surrealistycznych poetyckich tego typu – „pod chodnikiem plaża”, czy „twórzmy senne komitety”, bo we śnie pracuje się lepiej. A teraz jesteśmy absolutnie otoczeni tą estetyką surrealizmu. Ona oczywiście często jest, najczęściej, prawie zawsze jest zbanalizowana, spłaszczona, nic za nią nie stoi, żadna znajomość Bretona czy Freuda. Została tylko ta dziwność, która oczywiście przemawia do twórców reklam, ale wracając do pani pytania, zarzuciłabym wiele, natomiast staram się pamiętać o historycznej perspektywie, o której już szalenie trudno pamiętać młodym ludziom. Ja już nawet w rozmowie ze studentami nie używam tego wyrażenia, bo oni reagują alergicznie na nie, ale perspektywa historyczna jest niesłychanie ważna.

DZIENNIKARKA MARTYNA MATWIEJUK: Ja chciałabym jeszcze zatrzymać się przy wątku reklamy, o którym pani wspomniała. Pisze pani w książce o komercjalizacji tego ruchu. Współczesna reklama czerpie garściami z surrealistycznych rozwiązań. Jak do tego w zasadzie doszło, bo u podstaw łączenia niepasujących obiektów, czy konwencji, u podstaw niepasujących kontrastów, czy operowania szokiem, zadziwieniem, które wykorzystywali surrealiści, nie leżała przecież chęć zysku.

AGNIESZKA TABORSKA: Nie. Właśnie to jest jeden z tych olbrzymich paradoksów, bo surrealiści w większości byli absolutnie nieulegający żadnym pokusom finansowym. Breton, nazywany słusznie papieżem surrealizmu, miał regularnie odcinany prąd, bo nie płacił za rachunki. Magritte, którego obiekty, fotografie, obrazy zaczęły osiągać astronomiczne ceny na aukcjach po jego śmierci, żył w biedzie. Zresztą Dorothea Tanning powiedziała, że żeby to się zmieniło, trzeba wpierw umrzeć. Natomiast to jest jeden z tych, oczywiście cała historia sztuki, w ogóle cała historia wszelaka jest pełna paradoksów, ale to jest ten jeden z większych paradoksów ruchu surrealistycznego. Surrealiści zaproponowali zupełnie nowe spojrzenie na rzeczywistość, które to spojrzenie właśnie się nie odżegnywało od kwestii piękna, a to piękno tylko

w rozumieniu było też cudownością, dziwnością, tym innym spojrzeniem na otaczającą nas rzeczywistość i prozaiczność. Oni uważali, że nie należy, oczywiście można, ale niekoniecznie musimy podróżować, w cudzysłowie, do egzotycznych krajów, żeby się zachwycić. Można zachwycić się na własnym podwórku, jeżeli spojrzymy na to podwórko inaczej, jeżeli będziemy mieli wszelkie zmysły otwarte na chłonięcie tego, co wokół. Także surrealiści w ogóle są winni temu, co się stało, nie wszyscy, główni winowajcy są dwaj. To znaczy Dali i Magritte. Dali, który był wielkim artystą w młodości, a potem, jednak ogromnie, biegał za pieniędzmi, zresztą stąd ten anagram utworzony przez Bretona z jego imienia i nazwiska – Abida Dolares, czyli chciwy dolarów i Dali sam, sam się podkładał, występując w reklamach, na przykład jest taka reklama, w której są animowane jego ciemne wąsy, kiedy je czekoladę Lanvin. Inna reklama, kiedy na ciele, co prawda nie nagim, ale ubranej w taki kostium sugerujący nagość modelki, wyciska jej na brzuchu farby i to jest reklama Alka-Seltzer, pomagająca na jakieś jelitowe problemy. I on rzeczywiście chcąc w drugiej połowie życia zarabiać dużo i szybko, zresztą mówił o tym ogromnie otwarcie, że o to chodzi, podpisywał kartony in blanco, na których różni fałszerze robili pseudo rysunki czy grafiki. Projektował też mnóstwo takich reklamowych gadżetów – butelek perfum, czy też jakichś pseudo figurek, wzorowanych na jego obrazach, jak te miękkie zegarki – bardzo słynne, które do niedawna jeszcze, nie wiem czy teraz, ale do niedawna można było kupić w Muzeum Dalego, w różnych wersjach można było – złoto, srebro, w zależności od tego, jakimi się pieniędzmi dysponowało. Z drugiej strony był Magritte, który w swoich obrazach łączy chyba najdoskonalej taką właśnie codzienność z dziwnością i tutaj lista cytatów, w których pojawiają się jego reprodukcje, albo nieco tylko przekształcone reprodukcje jego obrazów na plakatach linii lotniczych, na okładkach książek, na plakatach reklamujących bardzo wiele rzeczy – płyty, pchle targi, ona jest listą bez dna. A trzecia może rzecz, to są zdjęcia Man Raya, który sam nigdy, chociaż też nie powinnam powiedzieć, że nigdy, bo on zrewolucjonizował zdjęcia reklamowe, on przez kilka sezonów był odpowiedzialny za zdjęcia reklam głównych we francuskich magazynach mody i to pokazywanie właśnie modnych strojów absolutnie zrewolucjonizował. Na przykład fotografując modelkę nie na wybiegu, czy na piedestale, tylko na przykład w tapicerowanych taczkach. Efekt znakomity, strój świetnie widać i jednocześnie jest ta dziwność i kiedy pomyślimy o jego zdjęciach, w których on głównie operuje właśnie efektem zbliżeń, to jest ewidentne, że on traktuje czy kłaczek waty, czy klucz, czy rewolwer w swoich reklamach w taki sam sposób, jak tradycyjna sztuka traktowała czy ludzką twarz, czy świetny obraz. Czyli nadawał wagi i znaczenia przedmiotowi w sposób niespotykany dawniej i to samo robił w reklamach, prawda, bo fotografując, nie wiem, sukienkę czy buty właśnie w tym zbliżeniu i traktując je, jako niedościgniony ideał, wzbudza się chęć potencjalnego klienta, chęć posiadania tego magicznego przedmiotu.

DZIENNIKARKA MARTYNA MATWIEJUK: Obok opowieści o ewolucji fotografii przytacza pani w książce też kilka technik artystycznych, takich jak dekalkomania, frotaż czy kolaż, które zaistniały, lub rozwinęły się dzięki

surrealistom i zastanawiam się, który z tych surrealistycznych wynalazków wydaje się pani najciekawszy?

AGNIESZKA TABORSKA: To znaczy żaden z tych wynalazków, prawie żaden, nie był absolutnie wynalazkiem surrealistycznym, może z wyjątkiem właśnie solaryzacji Mana Raya, którego to technika, tak jak wiele innych technik, zaistniała przez przypadek, kiedy to jego asystentka – Lee Miller, zapaliła światło w pracowni, zdaje się przerażona myszą, która się tam pojawiła i zdjęcie nagle nabrało takiej świecistej aury, aureoli. Inne techniki, czyli rayogramy i frotaż, i dekalkomania, one istniały wcześniej, tyle, że surrealiści je rozwinęli. Nadali im ogromnej wagi i brnęli dalej. Taką podstawową techniką, może najważniejszą, jest rysunek automatyczny, bo od rysunku automatycznego dużo innych technik się wywodzi i wielu artystów, niekoniecznie surrealistycznych, tej techniki używa, prawda. Jak się siada przed kartką papieru, czy płótnem naciągniętym na blejtram, z otwartą głową, gotowi na chłonięcie wszelkich bodźców zewnętrznych i robi się pierwszą kreskę, czy pierwszą kropkę, a potem się słucha tego wewnętrznego głosu i powstaje rysunek, czy obraz automatyczny. Oczywiście, że te techniki, tak jak powiedziałam już, istniały wcześniej, nawet Leonardo Da Vinci pisał o tych plamach powstających na murze, przypadkowych plamach, w których można odczytać scenę bitewną. Tyle, że surrealiści na początku, w tych dwudziestych latach dwudziestego wieku, przypisując wielką rolę tym technikom, walczyli z bardzo silnym – dziewiętnastowiecznym pojęciem mistrza, geniusza, kogoś, kto jest przede wszystkim po studiach artystycznych, ma dyplom szkoły artystycznej, ma prawo do uprawiania sztuki, a oni mówili, że nie, że absolutnie sztukę może tworzyć każdy, literaturę może tworzyć każdy i te techniki automatyczne pomagają w tym, o co im głównie chodziło, czyli znowu w tym otwarciu dróg wyobraźni i powrotu wyobraźni z dzieciństwa, która potem ulega zatraceniu.

DZIENNIKARKA MARTYNA MATWIEJUK: Surrealiści uważali, że sztuka jest dla każdego i dzięki poradom, które zawarte są w książce zatytułowanej „Świat zwariował. Poradnik surrealistyczny. Jak przeżyć” każdy z Państwa może spróbować stać się surrealistą, albo przynajmniej sprawdzić, czy surrealizm jest dla niego. Gościłam dziś w Audycjach Kulturalnych panią Agnieszkę Taborską. Bardzo dziękuję za nasze dzisiejsze spotkanie.

AGNIESZKA TABORSKA: Dziękuję.

♪[PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: „Audycje Kulturalne” – w dobrym tonie