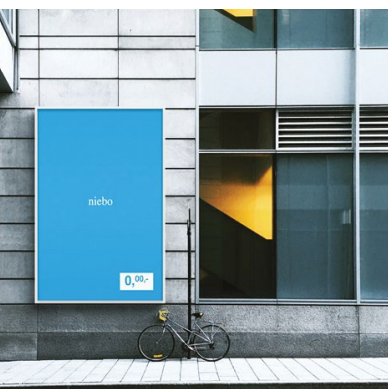


ŁUKASZ WIĄCEK

Jaka jest *Cena nieba*?

← RAFAŁ KAPICA, CENA NIEBA



Plakat społeczny to jedna z najbardziej wymagających dziedzin współczesnej sztuki. Od twórcy oczekuje nie tylko wrażliwości, ale i umiejętnego zobrazowania obranego tematu w taki sposób, aby był czytelny i w konsekwencji poruszający odbiorcę. Zmagania z czystością przekazu, kolorystyczną ascezą, prostą kompozycją oraz porzuceniem pewnego języka figuratywności odnajdujemy chyba najpełniej w stylistyce, w jakiej porusza się Rafał Kapica.

Gdy napotykamy prace Kapicy, doświadczamy pewnego rodzaju epistemologicznego rebusu, w którym twórca plakatu zawiera wyzwanie dla odbiorcy polegające na odnalezieniu własnego sposobu postrzegania i poznania otaczającej go rzeczywistości. Artysta w tytule *Cena nieba* zawiera również dodatkową wskazówkę, która nie jest obojętna dla warstwy treściowej pracy, ale nie stanowi jedynej drogi jej interpretacji. Jaka jest zatem najprostsza droga do nieba? I jaka jest cena jego doświadczenia?

Zdawałoby się, że najprostszą drogą do osiągnięcia tego celu jest tak mocno zakorzeniona w naszej kulturze religijność, a tym samym kroczenie ścieżką wskazaną w Dekalogu – przez umartwienie się, pokutę oraz modlitwę, które w konsekwencji prowadzą duszę wprost do biblijnego Edenu. Nie zapominajmy jednak, że dla wielu cena „zbawienia” przybiera zupełnie inny wymiar, gdyż sama myśl o śmierci oraz o tym, co czeka człowieka po niej, staje się mniej oczywista, a tym samym bardziej złożona. Halina Rarot pisze: *złaicyzowany podmiot (...) skłonny jest przecież widzieć swoje istnienie po śmierci właśnie jako specyficzną*

),-

przezroczystość, to znaczy jako przemianę materii w przejrzystą energię.¹ I tak za dnia „niebo” widziane z Ziemi zazwyczaj przybiera kolor modry – intensywnie niebieski, ponieważ światło słoneczne ulega rozproszeniu przez ową „przejrzystą energię”, czyli molekuł powietrza.²

W pracy *Cena nieba* twórca plakatu stawia pytanie o moralną kondycję otaczającego nas świata, stosując redukcję w obszarze wykorzystywanych środków wyrazu. Na uproszczonym, pozbawionym gradientu błękitnym monochromie artysta centralnie umieszcza biały napis *niebo*, będący syntezą jego myśli. Dla Kapicy oszczędna chromatyka pracy wydaje się być próbą odizolowania widza od otaczających go bodźców zewnętrznych, a tym samym próbą skierowania jego uwagi bezpośrednio na zaczerpnięty z poziomu społeczno-kulturowego problem „zbawienia”.³ Odnalezienia sensu osadzonego nie na powierzchni pracy, lecz zdecydowanie głębiej, gdyż jej istota tkwi w tym, co duchowe i niematerialne – w transcendentnym doświadczeniu rzeczywistości.

Umieszczony natomiast w prawym dolnym rogu biały prostokąt z ceną 0,00 sprawia wrażenie jakby praca stanowiła element kampanii reklamowej nowego katalogu IKEA – gdzie doświadczenie nieba oferowane jest w bardzo przystępnej cenie.⁴ Tym samym pojawia się kolejne pytanie: czy aby na pewno niebo w tak prosty sposób może stać się dostępne dla wszystkich?

Odpowiedź na to pytanie każdy z nas musi jednak odnaleźć w samym sobie. ✖



- 1 Zob.: H. Rarot, *O przejrzystości. Katalog wystawy Urszula Ślusarczyk Przezroczystość*, Galeria 72 Muzeum Ziemi Chełmskiej im. Wiktora Ambroziewicza, 2011, s. 13.
- 2 P. Gibbs, *Why is the sky blue?*, https://math.ucr.edu/home/baez/physics/General/BlueSky/blue_sky.html (dostęp: 28.06.2021).
- 3 Por.: J. Janicki, *Nie będzie kolorowo [w:] NIE BĘDZIE KOLOROWO Rafał Kapica, plakaty*, 14 sierpnia 2020, s. 6.
- 4 Ibidem, s. 5.