

Malwina BALCERAK 

TWORZENIE MURALI W MIEJSKIEJ PRZESTRZENI PUBLICZNEJ – ROLA AKTORÓW I PRZEBIEG PROCESU¹

5

Malwina BALCERAK – *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*
Wydział Geografii Społeczno-Ekonomicznej
i Gospodarki Przestrzennej
ul. Krygowskiego 10, 61-680 Poznań
e-mail: malwina.balcerak@amu.edu.pl
<https://orcid.org/0000-0002-1050-0514>

ZARYS TREŚCI: Celem artykułu jest przedstawienie procesu tworzenia murali oraz identyfikacja głównych aktorów tego procesu i określenie ich roli w jego przebiegu. Mimo że murale stały się w ostatnich latach nieodłącznym już elementem współczesnych miejskich przestrzeni publicznych, niewiele wiadomo o tym, jakie podmioty współpracują przy tworzeniu muralu oraz jak wygląda sam proces. Choć dostrzega się związki między działalnością artystyczną a przestrzenią, sztuka publiczna wciąż rzadko staje się przedmiotem badań geograficznych. W związku z tym przeprowadzono studia literaturowe oraz 18 indywidualnych wywiadów pogłębionych z aktorami procesu tworzenia murali. Badania wykazały, że proces ten jest złożonym i wieloetapowym działaniem, wymagającym

¹ Artykuł został opracowany na podstawie rozprawy doktorskiej pt. *Murale w procesie kształtowania przestrzeni publicznej poprzez sztukę*, obronionej na Wydziale Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Praca dostępna jest w repozytorium UAM pod adresem: <https://repozytorium.amu.edu.pl/items/0351a526-006b-4089-a182-dd79e9c96a29>.



© by the author, licensee University of Lodz – Lodz University Press, Lodz, Poland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license CC-BY-NC-ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)
Received: 29.08.2024. 6.11.2025. Accepted: 20.05.2025.

Funding information: Not applicable. **Conflict of interests:** None. **Ethical considerations:** The Author assures of no violations of publication ethics and takes full responsibility for the content of the publication.

współpracy wielu aktorów, ale również obarczonym licznymi niewiadomymi, wątpliwościami i koniecznością negocjacji. Artykuł analizuje proces powstawania murali, ze szczególnym uwzględnieniem podmiotów wpływających na finalny kształt dzieł. Zwraca także uwagę na etapy realizacji tej formy sztuki publicznej, opisując je z perspektywy zarówno twórców, jak i odbiorców. W ramach badań wyróżniono pięć faz procesu tworzenia murali oraz cztery grupy aktorów biorących w nim udział.

SŁOWA KLUCZOWE: mural, miejska przestrzeń publiczna, proces tworzenia murali, sztuka publiczna.

CREATING MURALS IN URBAN PUBLIC SPACES – THE ROLE OF STAKEHOLDERS AND THE PROCESS

ABSTRACT: The aim of this article is to present the process of mural creation, identify the main actors involved, and define their roles within this process. Although murals have become an inseparable part of contemporary urban public spaces in recent years, little is still known about which entities collaborate and are responsible for creating murals in these spaces, as well as how the process itself unfolds. While the connections between artistic activity and space are increasingly recognized, public art remains a rarely explored subject in geographical research. Therefore, a literature review was conducted, along with 18 in-depth individual interviews with the actors involved in the mural creation process. The research revealed that this process is a complex, multi-stage endeavor that requires the cooperation of various actors and is also fraught with uncertainties, doubts, and the need for negotiation. The article analyzes the process of mural creation, with particular emphasis on the entities that influence the final form of the artwork. It also highlights the stages of implementing this form of public art, describing them from the perspectives of both the creators and the audience. As part of the study, five phases of the mural creation process and four groups of actors involved were identified.

KEYWORDS: mural, urban public space, process of creating murals, stakeholders in the mural creation process.

5.1. Wprowadzenie

Współczesny krajobraz miejski jest nasycony treściami wizualnymi, co odgrywa coraz większe znaczenie w życiu społeczeństwa. W ostatnich latach sztuka publiczna, a w szczególności murale, stała się integralnym elementem miejskiej przestrzeni, wpływając nie tylko na jej estetykę, ale kształtując także jej wymiar kulturowy. Wraz z rozwojem tej formy ekspresji artystycznej wzrosła również rola różnorodnych aktorów zaangażowanych w proces jej tworzenia – od artystów, przez władze miejskie, aż po lokalne społeczności. Murale, będące dziś nieodłącznym

elementem krajobrazu współczesnych miast, przekształcają przestrzeń, nadając jej wyrazistość, znaczenie historyczne oraz artystyczną i lokalną wartość. Tworzenie murali to złożony proces, który nie ogranicza się jedynie do malowania obrazów na ścianach. Wymaga on współpracy między wieloma podmiotami, negocjacji wizji artystycznej czy uwzględnienia specyfiki przestrzeni miejskiej. Wciąż niewiele wiadomo o tym, jakie podmioty odpowiedzialne są za powstanie i funkcjonowanie muralu w przestrzeni publicznej, w jaki sposób wpływają na przebieg procesu tworzenia i wreszcie – jaka jest droga od inicjatywy powstania muralu do jego „życia” w przestrzeni publicznej.

Celem artykułu jest zatem przedstawienie rekonstrukcji procesu tworzenia murali oraz identyfikacja głównych aktorów tego procesu i określenie ich roli w jego przebiegu. Artykuł prezentuje, kto i w jaki sposób wpływa na finalny kształt murali oraz jakie etapy składają się na ich powstawanie, analizując tę formę sztuki zarówno z perspektywy twórców (jak się okazuje, nie tylko artystów), jak i odbiorców. Przedstawione w artykule refleksje nie ograniczają się jedynie do kwestii prawnych, finansowych czy technicznych, ale ukazują także pewne wątpliwości, problemy, jak również złożoność procesu.

W realizacji tego celu pomogły dwa pytania badawcze:

1. Kim są i jaka jest rola głównych aktorów w procesie tworzenia murali?
2. Jak przebiega proces tworzenia murali i czy kończy się on na pomalowaniu ściany?

Struktura artykułu jest następująca: na początku przedstawiono przegląd literatury na temat murali w przestrzeni publicznej. Następnie scharakteryzowano aktorów biorących udział w procesie tworzenia murali oraz wskazano ich rolę, a w dalszej kolejności szczegółowo opisano sam proces.

5.2. Mural w przestrzeni miejskiej – zarys problematyki

Sztuka publiczna obejmuje różnorodne formy działalności artystycznej, zarówno materialne, jak i performatywne, które umiejscowione są w zewnętrznych, otwartych przestrzeniach publicznych (Miles 1997; Cartiere 2008). Są one łatwo dostrzegalne i cechują się dostępnością wizualną (Niziołek 2015). Sztuka publiczna porusza najczęściej kwestie związane z problemami społecznymi lub stanowiącymi element dyskursu publicznego (Hein 1996). Jednocześnie wytwory sztuki publicznej odpowiadają na potrzeby społeczne, realizując przy tym estetyczne zamierzenia artysty (Lippard 1984).

Murale stanowią dobry przykład relacji pomiędzy sztuką publiczną a przestrzenią. Wywodzą się one z tradycji malarstwa ściennego i stały się w okresie ostatnich kilkunastu lat jedną z najpowszechniejszych form artystycznej ingerencji w przestrzeń publiczną, pełniąc funkcję narzędzi ekspresji publicznej

(Mendelson-Shwartz, Mualam 2021). Zdefiniowanie tego, czym jest mural, nie jest łatwe, a opisy pojawiające się w literaturze są dość zróżnicowane – od ogólnych do szczegółowych. Przede wszystkim wskazuje się, że jest to ściennie malowidło wielkopowierzchniowe lub monumentalne (m.in. Rutkiewicz 2013; Warner 2017; Hołda 2020). Mówiąc o muralu, równie często akcentuje się jego lokalizację – mural to malowidło umieszczone na zewnętrznej ścianie budynku, który dostępny jest dla szerokiej publiczności (np. Greaney 2002; Mendelson-Shwartz, Mualam 2021). Należy przy tym wskazać, że w odniesieniu do muralu jako wizualnej formy sztuki publicznej ułożenie na zewnętrznej ścianie budynku stanowi jego cechą konstytutywną. Często podkreślana jest również legalność tej formy (Skinner, Jolliffe 2018) oraz jej funkcja dekoracyjna (Stępień 2010). Coraz więcej autorów zauważa także szersze znaczenie muralu, wykraczające poza dekoracyjność. Należy do nich M. Krajewski (2013: 30), który polemizuje z powszechnymi definicjami muralu i wskazuje, że istota murali nie sprowadza się do ich monumentalnego rozmiaru czy lokalizacji na zewnętrznych ścianach budynków, liczy się bowiem „przede wszystkim (...) związek z miejscem, w którym powstały, działanie na rzecz konkretnej wspólnoty, która jest ich współtwórcą, zaangażowanie społeczne lub polityczne”. M. Bąkowska (2007) reprezentując podobne podejście, definiuje mural jako autonomiczne malowidło, które wchodzi w relację z budynkami i przestrzenią, w której jest umiejscowione. J. Skinner i L. Jolliffe (2018) stwierdzają także, że murale dodają kolorytu, a czasem wprowadzają nawet chaos i wyrazistość do jednolitych i anonimowych przestrzeni, w których są lokalizowane.

Należy przyjąć, że mural to materialny wytwór sztuki publicznej, który nosi cechy sztuk plastycznych (głównie malarstwa). Składa się on z dwóch podstawowych elementów: formy (sposobu, w jaki treść muralu jest zarejestrowana i prezentowana odbiorcy; środek przekazu treści) i treści (obejmuje ogólny sens dzieła, który wpływa na jego odbiór i interpretację; może być wyrażona wprost lub ukryta). Wyróżnia się cztery główne rodzaje treści murali. Pierwsza to treść ekspresyjna, będąca wyrazem stanu ducha i umysłu artysty, jego przeżyć, uczuć i emocji. Treść ta, często przedstawiona poprzez odważną kolorystykę oraz dynamiczną kompozycję i rytm (por. Farthing 2011), jest subiektywna i zależy od indywidualnej interpretacji odbiorcy. Drugi rodzaj to treść edukacyjna, dzięki której odbiorca może zapoznać się z informacjami dotyczącymi m.in. problemów społecznych (np. walki z dyskryminacją, rasizmem, przemocą), historii, ekologii czy literatury. Murale tego typu mówią o istotnych problemach, często także wpływając na działania społeczne, jak również prowokują do dyskusji na ważne, aktualne tematy. Trzeci rodzaj treści to treść perswazyjna, która jest w pewnym sensie reakcją, komentarzem do ważnego wydarzenia społecznego lub problemu (Smoczyńska, Łapiński 2019). Murale mogą także pełnić w tym kontekście funkcję narzędzia marketingowego, promując produkty czy usługi (Rura 2016), jak również funkcję popularyzatorską

w zakresie idei oraz propagandową, dzięki czemu mural może wpływać na kształtowanie określonych poglądów (np. politycznych), zachowań lub przekonań społecznych. Ostatni, czwarty rodzaj to treść upamiętniająca (por. Salij-Hofman 2022), nazywana też historyczną, która ma na celu podtrzymywanie pamięci zbiorowej społeczeństwa. Często murale te przedstawiają ważne dla miejsca lub ludzi wydarzenia historyczne czy szczególnie zasłużone postacie, zarówno z przeszłości, jak i te współczesne, które wywarły wpływ na społeczeństwo, kulturę, naukę czy bieg wydarzeń. Są one także tworzone z okazji wydarzeń rocznicowych (por. Trzepacz 2023). Murale często odzwierciedlają społeczne, polityczne i kulturowe wartości przestrzeni publicznej, jednocześnie na nie wpływając. Choć są one stosunkowo trwałymi artefaktami, ich obecność w przestrzeni publicznej może trwać od kilku godzin do kilku stuleci.

Ta różnorodność treści pokazuje, że murale mają złożony charakter. Nie są one jedynie dekoracyjnymi obrazami na ścianach budynków. Stanowią kanwę do wyrażania wartości i idei, komunikowania, edukowania społeczeństwa oraz podtrzymywania pamięci zbiorowej. Ich często monumentalny rozmiar i lokalizacja w zewnętrznej przestrzeni publicznej sprawiają, że odbiorcy niemal nie mogą ich nie zauważyć, co w efekcie może skłaniać ich do refleksji i motywować do działań.

5.3. Metody i założenia badania

W postępowaniu wykorzystano dwie metody badawcze: dokonano przeglądu literatury oraz przeprowadzono indywidualne wywiady pogłębione (*IDI – Individual In-depth Interview*). W ramach tej drugiej metody przeprowadzono 18 indywidualnych wywiadów pogłębionych, w okresie od grudnia 2020 r. do listopada 2022 r. Wśród respondentów znaleźli się artyści zajmujący się tworzeniem murali (7 osób), reprezentanci administracji publicznej posiadający kompetencje w zakresie przepisów dotyczących wizualnych zmian w przestrzeni publicznej (3 osoby), przedstawiciele instytucji kulturalnych (2 osoby) i fundacji upowszechniających kulturę i sztukę publiczną (1 osoba), a także firm zajmujących się tworzeniem murali (2 osoby), jak również kuratorzy festiwalu murali (1 osoba) oraz mieszkańcy badanych przestrzeni (2 osoby)². Identyfikacja rozmówców

² W tekście zastosowano oznaczenia pozwalające zidentyfikować rozmówcę w sposób zapewniający anonimowość, a jednocześnie umożliwiające analizę wypowiedzi w kontekście danej grupy respondentów: oznaczenie składa się z litery R (skrót od „respondent”), numeru porządkowego przypisanego danemu respondentowi oraz informacji o funkcji lub roli społecznej respondenta, najczęściej w formie uproszczonej kategorii zawodowej (np. „urzędnik”, „aktywistka”, „ekspert”, „mieszkaniec”). Służą one rozróżnieniu wypowiedzi różnych osób i umożliwiają cytowanie bez ujawniania tożsamości.

dokonana została na podstawie studiów literaturowych oraz wiedzy uzyskanej z wywiadów z artystami, którzy brali udział w powstawaniu murali. Respondenci pochodzili z ośmiu polskich miast: Gdańska, Gdyni, Katowic, Krakowa, Łodzi, Pabianic, Poznania i Warszawy. Podczas wywiadów podejmowano m.in. tematy takie jak:

- rola aktora w procesie tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej,
- przebieg procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej z perspektywy danego aktora,
- opinia na temat odnoszenia się murali w treści i formie do kontekstu historycznego miejsca, kolorystyki otoczenia, szczególnych cech społeczności lokalnej.

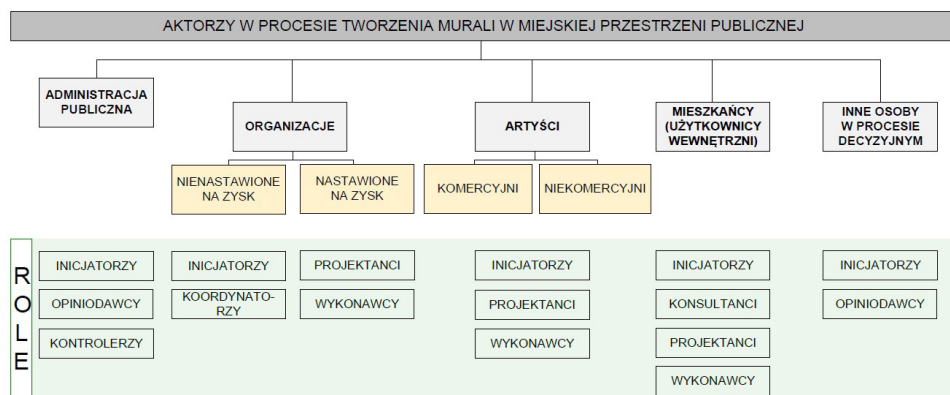
Odpowiedzi respondentów uczestniczących w wywiadach poddano analizie, która składała się z czterech etapów. Na początku zostały przeanalizowane wszystkie odpowiedzi respondentów pod kątem identyfikacji określonych wątków tematycznych, które wynikały z postawionego celu głównego. Następnie określono kody i stworzono ich listę, by w kolejnym etapie przypisać każdej z wypowiedzi odpowiedni kod. Kodowanie to metoda polegająca na kategoryzowaniu tekstu poprzez nakreślenie siatki głównych wątków występujących w tym tekście (Gibbs 2011). Ostatni etap polegał na pogrupowaniu kodów w większe kategorie i subkategorie.

W celu pełniejszej wizualizacji procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej wypowiedzi aktorów zostały zilustrowane przykładami, jak również bezpośrednimi odniesieniami do literatury. Nawiązania do tekstów naukowych i przykładów pozwoliły na usystematyzowanie i rozszerzenie perspektyw badawczych, a także na uzupełnienie badań jakościowych o kontekst historyczny i kulturowy, co niezbędne jest do pełnego zrozumienia roli sztuki w przestrzeni publicznej. Mogą one również pomóc w zidentyfikowaniu trendów i zmian w podejściu do sztuki w przestrzeni publicznej w różnych okresach. Zastosowanie przykładów i odniesień do literatury zilustrowało wpływ sztuki publicznej na przestrzeń i odwrotnie, pomogło wreszcie w krytycznej ocenie i analizie murali w przestrzeni publicznej.

5.4. Aktorzy i ich role w procesie tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej

Przed przejściem do opisu etapów i uwarunkowań procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej należy zwrócić uwagę na aktorów biorących w nim udział oraz na ich role. Badania pozwoliły zidentyfikować pięć grup aktorów biorących udział w tym procesie (rys. 1):

- administracja publiczna – podmioty, organy i instytucje, które odpowiadają za zadania realizowane na rzecz interesu publicznego (Izdebski, Kulesza 1999);
- organizacje:
 - niekomercyjne – organizacje pozarządowe, których działania nie mają na celu przyniesienia zysku; często finansowane z budżetów publicznych: państwowych, regionalnych, lokalnych,
 - komercyjne – są to firmy prywatne, których głównym celem jest generowanie dochodu dla ich właścicieli; podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą związaną z tworzeniem murali w przestrzeni publicznej; zazwyczaj wchodzi one we współpracę z samorządami, deweloperami, organizacjami pozarządowymi, markami czy nawet uczelniami i wykonują murale na ich zlecenie;
- twórcy, w szczególności artyści (komercyjni i niekomercyjni) zajmujący się tworzeniem murali zarówno na etapie projektu, jak i jego odwzorowania na ścianie;
- mieszkańcy (użytkownicy wewnętrzni danej przestrzeni);
- inne osoby uczestniczące w procesie decyzyjnym (np. radni miejscy, naukowcy, politycy).



Rys. 1. Aktorzy procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej i ich role

Źródło: opracowanie własne.

Administracja publiczna

W procesie tworzenia murali administracja publiczna może pełnić rolę inicjatora. Na przestrzeni ostatnich lat władze miast chętnie wykorzystywały murale jako instrument w procesie rewitalizacji, element podnoszenia jakości wizualnej przestrzeni czy jako narzędzie promocji miasta lub atrakcja turystyczna. Najczęściej inicjatywy te wychodzą od wydziałów urzędów samorządowych lub rządowych, które zajmują się rozwojem miasta, jego estetyką czy promocją. W niektórych polskich miejscowościach istnieją również publiczne (samorządowe) instytucje kultury (np. Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku), które zajmują się organizowaniem wydarzeń kulturalnych, prowadzeniem badań kultury czy też inicjowaniem i koordynowaniem procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej, np. poprzez organizację festiwalu murali, czy dofinansowaniem lub finansowaniem tego procesu w ramach konkursów ofert.

Jak wspomniano wcześniej, murale najczęściej są interwencją artystyczną o legalnym charakterze. Oznacza to, że nie mogą one powstawać bez odpowiednich pozwoleń i uzgodnień. W związku z tym administracja publiczna pełni także rolę opiniodawczą, jak również kontrolującą w sytuacji, gdy mural ma być namalowany na budynku stanowiącym własność miasta. Zajmują się tym m.in. plastycy czy architekci miejscy. Natomiast w przypadku tworzenia muralu na ścianie prywatnej nie jest wymagana zgoda administracji publicznej:

Formalnie patrząc, ja nie jestem umocowany ustawowo, więc jeżeli taki podmiot uzna, że on nie będzie konsultować (...), to może to zrobić i nie będzie pociągnięty do żadnej odpowiedzialności. Bo prawo budowlane nie nakazuje w takich sytuacjach zgłoszenia do urzędu czy innych formalności, tylko on sobie po prostu wymaluje na swojej prywatnej ścianie czy na ścianie innego właściciela, z którym to uzgodni (...) (R7_urzędnik).

Powyższa wypowiedź nasuwa pytania o to, kto ponosi odpowiedzialność za przestrzeń i za jej estetykę oraz jakie są konsekwencje braku konsultacji projektu z podmiotem, który wyznaczono do tego, by stał na straży ładu przestrzennego. Trudno jest odpowiedzieć jednoznacznie na takie pytania z uwagi na to, że tego typu luki w przepisach występują nie tylko w odniesieniu do murali. Mimo wszystko w niektórych miastach podejmuje się próby kontroli tego, co dzieje się w przestrzeni publicznej, w związku z czym każda artystyczna interwencja w owej przestrzeni musi zostać zgłoszona do właściwego podmiotu.

Z wypowiedzi respondentów, którzy należą do administracji publicznej, wynika, że działalność muralistyczna w miejskiej przestrzeni publicznej nie jest ugruntowana w żadnym z aktów prawa miejscowego, np. w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego.

Organizacje niekomercyjne

Do kolejnej grupy aktorów zalicza się organizacje niekomercyjne, zwane także organizacjami pozarządowymi lub pozasamorządowymi. Są to najczęściej stowarzyszenia lub fundacje, które działają w celu upowszechniania kultury i sztuki oraz propagowania jej w różnorodnych środowiskach w Polsce i za granicą. W procesie tworzenia murali pełnią one głównie rolę inicjatorów, którzy zazwyczaj także organizują i koordynują cały ten proces. W Polsce działania w tym zakresie podejmuje np. Fundacja Urban Forms z Łodzi. Jak wynika z wypowiedzi respondentów, do zadań takich organizacji należy również pomoc w zgromadzeniu odpowiednich środków finansowych na wykonanie muralu – oprócz pozyskiwania dofinansowania ze źródeł zewnętrznych wnoszą one do projektu swój wkład własny. Jak wskazywali w wywiadach artyści tworzący murale, w Polsce istnieje niewiele, w porównaniu z innymi krajami, instytucji, które wspierają ich działalność artystyczną. Zdaniem twórców pomoc takich instytucji jest często niezbędna, ponieważ oprócz dofinansowania pomagają one również w formalnej (np. zdobycie zgód na wykorzystanie ściany) i logistycznej (np. wypożyczenie podnośnika lub rusztowania) organizacji przedsięwzięcia, którym jest malowanie muralu. Dlatego twórcy doceniają współpracę z takimi podmiotami, co obrazuje poniższa wypowiedź:

Odezwałyśmy się do fundacji (...), która tutaj działała bardzo prężnie w tamtym czasie. No i oni byli zainteresowani współpracą. (...) łatwiej i dużo szybciej było im dostać wszystkie pozwolenia i finansowanie. (...) to jest najwygodniejsza forma, bo tak naprawdę ja zajmuję się tylko projektowaniem i malowaniem (R6_ artystka).

Organizacje komercyjne

Kolejna grupa aktorów, tj. organizacje komercyjne, odgrywa dwie zasadnicze role: projektanta oraz wykonawcy, a niekiedy także inicjatora. Projekt opracowywany bywa w konsultacji ze zleceniodawcą, najczęściej jednak jest on już gotowy, a zadaniem organizacji komercyjnej jest odwzorowanie go na ścianie budynku. W Polsce funkcjonuje kilka tego typu organizacji – m.in. Traffic Design z Gdyni, Murall Studio i Red Sheels z Poznania czy najbardziej popularna wśród klientów komercyjnych firma Good Looking Studio z Warszawy. Niektóre firmy oferują jeszcze szerszy zakres usług. Oprócz projektu, pośrednictwa w sprawach związanych z pozwoleniami i uzgodnieniami, a także malowania na ścianie, proponują one niekiedy analizę zasadności strategicznej danej kampanii reklamowej, aktywności okołomuralowe, a także materiały postprodukcyjne w postaci zdjęć i filmów, które klienci mogą wykorzystać do promowania muralu³.

³ <https://redsheels.com/> (dostęp: 12.12.2022).

W większości przypadków firmy te nie powstały jedynie w celu zysku finansowego. Rozmówcy reprezentujący tę branżę podkreślali, że pomysł na rozpoczęcie tego rodzaju działalności narodził się z chęci przekształcania przestrzeni, humanizowania jej i ubarwiania. Co więcej, jeden z rozmówców wskazał, że działalność muralistyczna była aktywnością hobbistyczną obecnych członków zespołu i tak narodził się pomysł na założenie firmy.

Twórcy (artyści)

Mimo że popularność murali wzrosła w ciągu ostatniej dekady i nadal rośnie, środowisko twórców murali wciąż jest dość nierozpoznane. Podczas wywiadów zdecydowana większość rozmówców stwierdzała, że są to główni aktorzy w procesie tworzenia murali w przestrzeni publicznej i że to oni najczęściej biorą odpowiedzialność za przestrzeń. Potwierdzają to badania M. Murzyn-Kupisz i J. Działka (2017: 10), którzy wskazali, że twórcy (artyści) „mogą stanowić grupę społeczną i zawodową, która zarówno inspiruje i wpływa na przemiany miast w zakresie funkcji, wizerunku, gospodarki, środowiska”. Wskazali oni także, że twórcy (artyści) stają się często pionierami w przekształcaniu pewnych przestrzeni (pod wpływem określonych bodźców, głównie o charakterze ekonomicznym) (Murzyn-Kupisz, Działek 2017). Wśród rozmówców byli zarówno twórcy, którzy określali się jako aktywiści (czy też artywiści), angażujący się w akcje protestacyjne i ruchy społeczne, jak i tacy, którzy traktują tworzenie murali jako szansę na wzrost popularności oraz zysk finansowy.

Artyści często są inicjatorami powstawania murali. W tym przypadku chcą oni zrealizować swój autorski pomysł na mural w związku z potrzebą ekspresji swojego talentu, ale także z chęci poprawy jakości wizualnej danej przestrzeni lub budynku, przełamania monotoności przestrzeni czy też upamiętnienia postaci bądź wydarzenia. W tym celu artyści zajmują się organizacją całego procesu – od wyboru ściany, poprzez opracowanie projektu, zdobycie niezbędnych pozwoleń, po realizację projektu. Zdarzają się także przypadki, kiedy to artyści są inicjatorami oraz wykonawcami projektu i później już samego muralu, ale zwracają się z pomysłem i prośbą o pomoc w jego realizacji do władz lokalnych (miasta czy osiedla), fundacji lub stowarzyszenia.

Przykładem jednej z najbardziej owocnych w skutkach inicjatyw artysty na rzecz powstania murali są pierwsze malunki w ramach Festiwalu Monumental Art na Osiedlu Zaspą w Gdańsku. W ramach festiwalu, który odbył się w 1997 r., a którego pomysłodawcą był miejscowy artysta Rafał Roskowiński, powstało 11 murali.

Artyści w procesie tworzenia murali odgrywają również rolę projektantów. Głównie są to artyści-ilustratorzy lub graficy, którzy współpracują z firmami

zajmującymi się tworzeniem murali bądź z agencjami reklamowymi. Do ich zadań należy wyłącznie wykonanie projektu muralu, który później zostanie przeniesiony na ścianę budynku. Zdarza się, że artyści są dobierani przez wspomniane organizacje pod konkretne realizacje:

Zapraszamy kogoś, kogo mamy upatrzonego. (...) na pewno na bieżąco śledzimy to, co się dzieje, i wybieramy osoby, z którymi fajnie by było coś zrobić. Mamy też taką grupę osób, z którymi współpracujemy często (R9_organizacja komercyjna).

Trzecia, podwójna rola artystów w procesie tworzenia murali związana jest z wykonaniem projektu, a także jego realizacją na ścianie budynku. W tym przypadku zajmują się oni wyłącznie etapem twórczym w tym procesie:

Ja swoje działanie ograniczam do malowania, więc wszystkie rzeczy typu farby i podnośnik musi organizować zleceniodawca (R8_artysta).

Do tej grupy należą także artyści, którzy pomysł na mural otrzymują od zleceniodawcy – w zakresie tej współpracy mają wykonać projekt zgodny z zaprezentowaną wizją. Są jednak twórcy, którzy niechętnie angażują się w realizowanie narzuconych koncepcji i wykonują tylko te murale, których interpretację treści sami ustalili:

Nie przyjmuję takich zleceń, że ktoś mi mówi, co mam malować, zazwyczaj, jeśli ktoś się do mnie zgłasza, to wygląda to tak, że ja przedstawiam dwie propozycje swoich rzeczy i raczej daję do wyboru – albo to, albo to (R8_artysta).

Mieszkańcy (użytkownicy wewnętrzni)

Opisując rolę aktorów w procesie tworzenia murali i tym samym kształtowania przestrzeni publicznej, nie należy zapomnieć o mieszkańcach danej przestrzeni (np. dzielnicy, osiedla, ulicy, podwórka lub miasta). Nie są oni wyłącznie biernymi odbiorcami, lecz, jak to nazywa K. Niziołek (2015: 250), „odbiorcami czynnymi”. Analiza wypowiedzi rozmówców pozwoliła stwierdzić, że mieszkańcy angażują się w proces tworzenia murali jako:

- 1) inicjatorzy procesu,
- 2) projektanci muralu – zgodnie z założeniem, że każdy może być twórcą, mogą oni uczestniczyć w powstawaniu projektu muralu – samodzielnie lub z pomocą artystów,
- 3) konsultanci projektu – mogą odgrywać tę rolę na każdym etapie procesu tworzenia muralu – zarówno przy powstawaniu projektu, jak i przy jego realizacji,

4) wykonawcy muralu – biorą udział w wykonywaniu muralu na ścianie na podstawie istniejącego projektu.

Mogą oni pełnić zarówno wszystkie funkcje jednocześnie, jak i pojedynczo, a także samodzielnie lub wspólnie z artystami albo firmami wykonującymi mural. Mieszkańcy uczestniczą w powstawaniu murali bezpośrednio lub pośrednio – w tym przypadku za pośrednictwem swoich przedstawicieli w radach miasta lub radach osiedli. Coraz częściej murale na osiedlach czy podwórkach są inicjatywą sąsiedzką – mieszkańcy wykonują projekt oraz w pełni finansują jego wykonanie z prywatnych środków.

Inne osoby uczestniczące w procesie decyzyjnym

Ostatnią grupą w procesie tworzenia murali w przestrzeni publicznej są osoby, które uczestniczą często w procesie decyzyjnym. Należą do nich np. radni miejscy, reprezentując lokalną społeczność, pełniąc rolę opiniodawczą i decyzyjną, często formułując ramy prawne i budżetowe dla działań artystycznych oraz uwzględniając potrzeby i zastrzeżenia mieszkańców. Kolejną grupą mogą być naukowcy i eksperci (historycy, socjologowie, urbaniści), którzy wnoszą wartość merytoryczną, doradzając, jakie treści muralu będą spójne z kontekstem społeczno-historycznym, oceniając jego wpływ na tożsamość miejsca, estetykę przestrzeni i bezpieczeństwo. Ponadto mogą oni wspierać procesy mediacji oraz partycypacji, ułatwiając wypracowanie kompromisu między interesariuszami. W procesie decyzyjnym biorą też czasami udział lokalni politycy, którzy mogą strategicznie wspierać lub blokować inicjatywy muralowe w ramach swoich działań wizerunkowych. Mogą oni podejmować decyzje administracyjne dotyczące lokalizacji i finansowania projektów oraz nadawać im wymiar symboliczny poprzez udział w oficjalnych inauguracjach i promocji medialnej.

5.5. Fazy procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej

Proces tworzenia murali składa się z pięciu faz, które są sekwencją następujących po sobie działań (rys. 2). Są to fazy: inicjująca i koncepcyjna, przygotowawcza, realizacyjna, promocyjna oraz ekspozycyjna. Fazy te można podzielić na dwie grupy działań – pierwsze trzy to proces powstawania muralu, natomiast dwie ostatnie to funkcjonowanie muralu w wielkomiejskiej przestrzeni publicznej. W przedstawionych opisach tych faz skupiono się na głównych działaniach, ograniczając szczegóły dotyczące niektórych etapów.



Rys. 2. Fazy procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej i podstawowe zadania w ramach tych faz

Źródło: opracowanie własne.

W całym procesie biorą udział jego główni aktorzy, a także mieszkańcy (użytkownicy wewnętrzni). Udział każdej z grup jest zróżnicowany w zależności od danej fazy (rys. 3).

Faza procesu / Aktor	Inicjująca i Konceptyjna	Przygotowawcza	Realizacyjna	Promocyjna	Ekspozycyjna
Administracja publiczna					
Organizacje niekomercyjne					
Organizacje komercyjne					
Artyści					
Mieszkańcy					
Inne osoby (decyzyjne)					

Rys. 3. Udział aktorów procesu tworzenia murali w poszczególnych jego fazach

Źródło: opracowanie własne.

Faza inicjująca i koncepcyjna

Proces tworzenia murali rozpoczyna się od pomysłu na wprowadzenie muralu do miejskiej przestrzeni publicznej. Koncepcja taka może wynikać z kilku różnych potrzeb. Wśród nich wyróżniamy m.in. potrzeby instrumentalne i estetyczne, związane z chęcią zagospodarowania pustej ściany lub podniesienia jakości wizualnej budynku, a tym samym otaczającej go przestrzeni. Przyczyną może być potrzeba uzewnętrznienia artystycznej wizji lub naznaczanie przestrzeni przez daną grupę związane z wyrażeniem problemów społecznych (potrzeby semiotyczne), chęć upamiętnienia postaci lub wydarzenia, reklamy towaru czy usługi w formie muralu bądź podniesienia wartości nieruchomości⁴. Źródłem inicjatywy dotyczącej powstania muralu może być zarówno chęć realizacji jednej potrzeby, jak i kilku równocześnie. Potrzeby te rzutują na funkcje pełnione przez murale.

Następnie rozpoczyna się faza koncepcyjna związana z powstaniem projektu muralu. Kluczowe decyzje, które zapadają w tej fazie, dotyczą miejsca muralu, jego treści i formy, a także wykonawcy projektu. Można wyróżnić dwie ścieżki postępowania w celu uzgodnienia tych kwestii. W pierwszym przypadku (ścieżka A) punktem wyjścia jest ściana, którą wskazano jako miejsce dla realizacji muralu, w drugim (ścieżka B) najpierw powstaje projekt, wizja muralu, a następnie szukana jest przestrzeń do jego realizacji. Wybór danej ścieżki nie jest regulowany żadną zasadą. Determinuje go głównie intencja powstania muralu.

Z powstaniem projektu muralu wiąże się także kwestia kontekstu miejsca, tj. kompatybilności muralu z najbliższym otoczeniem, w którym ma być umieszczony. Na przełomie lat 60. i 70. XX w. zmieniło się podejście do sztuki publicznej w kierunku wytworów, które miały odnosić się do miejsca lokalizacji i jego cech. Co więcej, w ostatnich latach postuluje się wręcz, by murale były wpasowane w kontekst miejsca, lokalnie zakorzenione. Przez kontekst miejsca rozumie się zarówno jego fizyczne cechy, takie jak kolorystyka, ale również właściwości niematerialne, takie jak historia czy szczególne cechy społeczności zamieszkującej tę przestrzeń. Głównymi aktorami zaangażowanymi w debatę dotyczącą podejścia do kontekstu miejsca są artyści oraz administracja publiczna. Wśród artystów nie ma zgody co do odnoszenia się do kontekstu miejsca, co ilustrują poniższe wypowiedzi:

⁴ Należy w tym miejscu wspomnieć, że oprócz wymienionych w artykule głównych aktorów procesu tworzenia murali istnieją także podmioty, które nie są związane z działalnością muralistyczną, czy nawet szerzej – kulturalną, a bywają inicjatorami powstania murali. Wśród nich są m.in. deweloperzy, którzy dzięki muralowi chcą podnieść cenę swoich nieruchomości, czy też przedsiębiorstwa, które chcą w ten sposób promować swoją działalność.

Zwykle, kiedy realizuję rzeczy związane z miejscem, z miastem, to analizuję to pod względem historycznym czy przekazu. Staram się wplatać idee, które wiążą się z tym miejscem (R3_artysta).

Nigdy nie lubiłem nawiązywać do historii danego miejsca ze względu na to, że w pewnym momencie co miesiąc byłem w innym kraju, w innym mieście i strasznie wydawało mi się to powierzchowne – odnosić się do jakichś lokalnych kontekstów (R8_artysta).

Różnice zdań w tym temacie wynikają z odrębnych wizji artystów co do ich roli w przestrzeni publicznej. Z jednej strony określają się jako kreatorzy przestrzeni, wpływający na odbiór otaczającej rzeczywistości i tym samym ponoszący odpowiedzialność za tę przestrzeń. Z drugiej strony czują się edukatorami, których zadaniem jest przybliżenie sztuki szerszemu gronu odbiorców – a więc poniekąd traktowanie przestrzeni publicznej jak galerii sztuki. Tu pojawia się pytanie o niezależność artysty i to, w jaki sposób wpływa na nią konieczność uwzględniania kontekstu miejsca. Czy w przypadku przestrzeni publicznej w ogóle można mówić o niezależności artystycznej? Wydaje się, że artyści, decydując się na wyjście do takiej przestrzeni, niejako godzą się na to, by ich prace nie miały autonomicznego bytu, tak jak w przypadku galeryjnych dzieł sztuki. Sztuka publiczna jako tworzona dla przestrzeni publicznej i z jej wykorzystaniem w pewien sposób staje się współwłasnością tej przestrzeni, co warunkuje kształt takich wytworów. Trudno jednak znaleźć odpowiedź na pytanie, czy sztuka publiczna musi odwoływać się do kontekstu miejsca.

Mimo wszystko administracja publiczna zmierza do tego, by murale, których projekty opiniuje, uwzględniały kontekst miejsca, np. przygotowując materiały z opisem tego miejsca dla artystów. Co więcej, jest to dla tego aktora na tyle ważne, że pojawiają się próby instytucjonalnego zastrzeżenia konieczności uwzględniania kontekstu miejsca w projektach murali. Przykład takich działań można odnaleźć w Krakowie, gdzie pod koniec 2021 r. ogłoszono założenia polityki muralowej, której celem jest „lepsze zarządzanie zasobem muralowym miasta, zapobieganie powstawaniu prac słabych jakościowo i technicznie, przeciwdziałanie nadprodukcji murali komercyjnych”⁵. Założenia polityki muralowej zakładają również dbałość o to, by projekty związane były z kontekstem miejsca, w którym powstają, dzięki czemu – w opinii komisji ustalającej kryteria tej polityki – będzie można odpowiednio kreować przestrzeń miasta.

Podczas opracowywania projektu muralu pojawia się również kwestia konsultacji społecznych. W ostatnim czasie, zarówno na obszarach miejskich, jak i wiejskich, mamy do czynienia z rozkwitem demokracji lokalnej. W tym zakresie

⁵ https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=155940 (dostęp: 20.12.2022).

zachęca się miejscową społeczność do angażowania się w sprawy publiczne, które docelowo będą na nią oddziaływać. Coraz częściej już na etapie projektu konsultuje się z mieszkańcami treść muralu czy jego kolorystykę. Najpopularniejszą praktyką jest przedstawianie projektu radzie danej jednostki, w ramach której przedstawiciele mieszkańców podejmują decyzje w imieniu ogółu. Taką praktykę ilustruje poniższa wypowiedź:

Artyści przygotowywali ten projekt, on był później przedstawiany do akceptacji w radzie spółdzielni, ponieważ właścicielem budynków, na których były murale malowane, jest spółdzielnia mieszkaniowa. (...) Też w tej radzie byli przedstawiciele mieszkańców, więc to też było w taki sposób konsultowane. (...) później dostawaliśmy zwrotnie jakąś rekomendację co do projektu (R2_ administracja publiczna).

Zdania artystów na temat konsultacji społecznych w sprawie projektu muralu są podzielone. Przyczynę negatywnego podejścia do konsultacji społecznych wyjaśnia wypowiedź jednego z twórców:

Myślę, że to zależy od artysty w dużym stopniu, dlatego że są różne strategie, są artyści, którzy tworzą, poruszają się w jakimś swoim imaginarium plastycznym, bardzo takim, bym powiedział, wąskim. Wąskim w tym sensie, że ono ma pewne założenia, pewne cele, znane tylko samemu twórcy, i no, oni są konsekwentni (R1_ artysta).

Natomiast zwolennicy angażowania społeczności w projektowanie muralu twierdzą, że takie podejście może sprawić, że poziom akceptacji malowidła będzie wyższy. Niektórzy artyści uważają, że już samo powiadomienie społeczności lokalnej o zamiarze stworzenia muralu wpływa na jego odbiór i przyjęcie w „ich” przestrzeni oraz może rzutować na jego akceptację:

Ludzie bardzo czują identyfikację z miejscem i lubią wiedzieć, co się dzieje. Oni są ambasadorami tego muralu trochę. Jeżeli oni jako pierwsi się dowiedzieli, co tam będzie, i nawet jeśli on im się za bardzo nie podobał (...), to oni po prostu akceptowali to (R6_ artystka).

Co w takim razie sądzą sami mieszkańcy?

Myślę, że lepiej chociaż poinformować, co tu w ogóle się dzieje, bo to ograniczy, no nie wiem, jakąś falę protestu czy czegoś, że to tutaj powstało. Według mnie to lepiej działa niż zaskakiwanie ludzi, co powstanie (R18_ mieszkanie).

Faza przygotowawcza

Zanim rozpocznie się przenoszenie projektu muralu na ścianę, następuje faza przygotowawcza. Plan postępowania w tej fazie określa przede wszystkim status własnościowy budynku, na którym ma być wykonany mural. W miejskiej przestrzeni publicznej znajdują się zarówno budynki będące własnością osób prywatnych, jak i te należące do zasobów miasta. Faza przygotowawcza różni się w każdym z tych przypadków. Sytuacja nieco się komplikuje, kiedy budynek, do którego należy dana ściana, jest ujęty w rejestrze zabytków, niezależnie od tego, czy jest to własność prywatna, czy miejska. W takim przypadku bezwzględnie należy wystąpić o opinię konserwatora zabytków. Nie ma jednak szczegółowych wytycznych co do tego, jak powinien wyglądać mural w strefie ochrony konserwatorskiej, na co zwracają uwagę w szczególności artyści czy organizacje tworzące dany projekt:

Problemy zaczynają się wtedy, jak trzeba dogadać ten mural z wieloma jednostkami. (...) chodzi mi tu konkretnie o konserwatora zabytków, instancja, z którą się ciężko współpracuje, bo nie potrafią dać konkretnych wytycznych (R5_organizacja komercyjna).

Co więcej, trudno stwierdzić, do kogo należy się zwrócić po opinię w pierwszej kolejności – do plastyka czy konserwatora. Problem ten opisuje wypowiedź jednego z twórców:

Pojawiał się tutaj pewien problem dotyczący kolejności. (...) plastyk miejski był niezadowolony, że projekt trafia najpierw do konserwatora. Konserwator był niezadowolony, że projekt trafia najpierw do plastyka (R1_artysta).

Murale w miejskiej przestrzeni publicznej są uregulowane prawnie w niewielkim stopniu. Mimo że jest to znaczna ingerencja w krajobraz miejski, brakuje szczegółowych wytycznych co do zasad, na jakich murale mają w nim funkcjonować. Istnieją co prawda regulacje w prawie krajowym oraz uchwały rad miast, które znajdują swoje zastosowanie także w przypadku takich form sztuki publicznej jak mural. Są to m.in. wspomniane już prawo dotyczące ochrony obiektów zabytkowych, prawo budowlane czy inne przepisy o ruchu drogowym. Natomiast jeśli chodzi o sam projekt, nie ma formalnych wytycznych.

Jak wspomniano, próbę prawnego umocowania murali podjął Kraków, a wynikało to z chęci uregulowania wszystkich elementów dotyczących procesu powstawania murali i samego wyglądu dzieł. Powstaje zatem pytanie: jaki charakter będzie miała sztuka publiczna, gdy zostanie ujęta w biurokratyczne ramy? Czy będzie ona kolejną „procedurą”, w której wolność artystyczna będzie w jakiś sposób ograniczona? A może, tak jak w przypadku uchwał krajobrazowych dotyczących

redukcji reklam, takie uregulowanie funkcjonowania murali w przestrzeni publicznej pomoże w ograniczeniu chaosu przestrzennego i w uporządkowaniu krajobrazu miejskiego? Jak widzimy, zderzają się tutaj dwa przeciwne światy – artystyczny, który charakteryzuje się swobodą, oraz urzędowy – opierający się na regulacjach i biurokracji.

Wśród twórców murali i osób zaangażowanych w proces ich tworzenia zdania na temat polityki muralowej są podzielone. Główne zarzuty dotyczą osób, które mają decydować o muralach (np. zarządcy przestrzeni, radni miejscy) – wskazuje się, że większości z nich brakuje odpowiednich kompetencji artystycznych do podejmowania decyzji o muralach. Najwięcej negatywnych opinii na temat wprowadzania konkretnych regulacji dotyczących murali wyrażają artyści, którzy stawiają na niezależność w swojej działalności. Niemniej jednak pojawiają się także głosy mówiące, że w miejsce konkretnych wytycznych powinno powstać ciało doradcze składające się z przedstawicieli środowiska artystycznego oraz osób zajmujących się estetyką miasta, które nakreślałoby wyłącznie kierunek działań artystycznych w przestrzeni miejskiej.

Ważnym aspektem procesu tworzenia murali, zarówno w fazie przygotowawczej, jak i realizacyjnej, jest jego finansowanie. Istnieje kilka źródeł finansowania tego przedsięwzięcia. Najczęściej są to środki miasta przeznaczone na rewitalizację, w ramach której przewidziano stworzenie muralu. Czasami murale finansowane są także ze środków spółdzielni lub wspólnoty mieszkaniowej, na obszarze której ma on powstać. Coraz częściej murale powstają w ramach budżetów obywatelskich.

Powstawanie murali w przestrzeni publicznej bywa również finansowane ze środków indywidualnych sponsorów, np. znanych marek, którzy obejmują mecenat nad malowidłem. Dość rzadko zdarza się, że mural zostaje stworzony dzięki wsparciu prywatnych inwestorów. W przypadku, gdy organizacja zajmująca się tworzeniem murali w przestrzeni miejskiej chce sfinansować swój pomysł, najczęstszym rozwiązaniem jest zorganizowanie festiwalu murali. Festiwale, oprócz środków własnych organizatora, są dofinansowywane przez miasto. Do najpopularniejszych festiwali tego typu w Polsce należą Festiwal Monumental Art w Gdańsku (zakończony w 2016 r.) czy Festiwal Urban Forms w Łodzi.

Faza realizacyjna

Po fazie przygotowawczej następuje faza realizacyjna, która składa się z etapów typowo technicznych. Pierwszy z nich, tj. odpowiednie przygotowanie ściany pod mural, jest według artystów najważniejszy, ponieważ rzutuje na trwałość dzieła. Najczęściej przygotowanie to jest zadaniem samych artystów, firm zajmujących się kompleksową realizacją murali lub organizatorów przedsięwzięcia. W kolejnym etapie następuje przeniesienie projektu na ścianę. Istnieje kilka technik w tym

zakresie: użycie tak zwanej siatki, tj. podzielenie projektu na mniejsze części i następnie nanoszenie go na ścianę fragmentami, wykorzystanie projektora, który ustawia się tak, by tzw. rzut projektu znalazł się na ścianie, lub przenoszenie za pomocą szablonów wyciętych w skali 1:1 (nie jest to jedna duża powierzchnia szablonu – jest on rozbity na kilka części). Niekiedy również murale powstają z „wolnej ręki” – głównie za pomocą farb w sprayu. Wybór odpowiedniej metody jest indywidualną decyzją każdego z wykonawców muralu. Trzecim etapem jest malowanie muralu na ścianie polegające na wypełnianiu kolorem konturów naniesionego wcześniej projektu.

Faza promocyjna i ekspozycyjna

Proces tworzenia murali nie kończy się na ich fizycznym powstaniu. Kiedy projekt muralu urzeczywistni się na ścianie budynku, dopiero wtedy rozpoczyna się kształtowanie jego wizerunku. We współczesnym świecie rolę głównej platformy promocyjnej dla wytworów sztuki publicznej odgrywają strony internetowe oraz media społecznościowe. Internet, a w szczególności media społecznościowe są już nie tylko przestrzenią rozpowszechniania i ekspozycji sztuki publicznej, ale pomagają w jej promowaniu i zwiększaniu popularności. Świat internetowy nadaje muralowi pewien status, wpływa na to, jak będzie on postrzegany i oceniany. Promocja murali w przestrzeni cyfrowej ma również wpływ na wzrost liczby osób odwiedzających dane miejsce. Co więcej, dzięki temu, że mural promowany jest w Internecie, będzie można go w pewien sposób doświadczać nawet po jego usunięciu – zostanie zarchiwizowany.

Nie tylko murale i inne wytwory sztuki publicznej korzystają z promocji w przestrzeni internetowej. Prawie wszyscy artyści, z którymi przeprowadzono rozmowy w ramach badań, zgodnie stwierdzili, że dzięki mediom społecznym ich popularność wzrosła, a kariera nabrała tempa. Kiedy zaczęli oni prezentować tam swoje realizacje, społeczność zgromadzona na ich profilach zaczęła udostępniać zdjęcia, dzięki czemu mogły one trafić do jeszcze szerszego grona odbiorców. Jak wskazuje jeden z rozmówców, przełożyło się to na liczne propozycje udziału w festiwalach murali czy w innych jednostkowych inicjatywach. Zamieszczanie swoich projektów w social mediach stało się nieodzownym elementem pracy twórców. Media społecznościowe i strony internetowe to jednak nie jedyne miejsca promocji sztuki publicznej. Na rynku pojawia się coraz więcej książek prezentujących zarówno kilka form sztuki publicznej, jak i np. same murale. Często są to albumy ze zdjęciami, jednakże pojawiają się również książki, w których wypowiadają się autorzy murali (w formie wywiadów bądź zapisu wspomnień lub refleksji).

Murale w publicznej przestrzeni cyfrowej to nie tylko zdjęcia na Instagramie. Jak wskazał jeden z rozmówców, istnieją również grupy miłośników czy też

poszukiwaczy murali, w ramach których społeczność dzieli się swoimi znajomościami. Prezentowane są tam murale z każdego zakątka świata. Często również dodawana jest informacja o autorze muralu, data powstania, czasem także krótka historia i dokładna lokalizacja. Społeczność może w takich grupach dzielić się opiniami na temat danego muralu oraz udostępniać je w innych miejscach, co poszerzy grono jego odbiorców.

Równocześnie z fazą promocyjną rozpoczyna się faza ekspozycyjna muralu, która trwa do końca jego istnienia w przestrzeni publicznej. Dochodzi w niej do kontaktu odbiorcy z malowidłem, podczas którego kształtuje się tożsamość muralu i tym samym zaczyna on oddziaływać na przestrzeń publiczną. Kontakt ten może być bezpośredni – w miejskiej przestrzeni publicznej, jak również pośredni – w przestrzeni cyfrowej, a także przypadkowy oraz celowy.

Z ekspozycją muralu w przestrzeni publicznej wiąże się także zjawisko wandalizmu. Jednak w tym przypadku nie jest wcale oczywiste, co dla danej społeczności może oznaczać wandalizm. W odniesieniu do ścian budynku (zarówno pustych, jak i z muralami) wandalizmem powszechnie określa się ich niszczenie przez nielegalne, często wulgarne napisy lub „tagi” wykonane sprayem. Zdarza się także, że mural pod wpływem warunków atmosferycznych blaknie lub zaczyna odpadać wraz z tynkiem. Brakuje jednak regulacji związanych z odpowiedzialnością za mural. Długość ekspozycji dzieła wiąże się także z jego względnie czasowym istnieniem – mural może zostać zamalowany lub zastąpiony innym. Najkrócej w przestrzeni publicznej „żyją” murale reklamowe z uwagi na ustalony okres ekspozycji reklamy.

Jak pokazała powyższa charakterystyka faz procesu tworzenia murali, jest to dość złożone zjawisko, a do jego zaistnienia niezbędne jest zaangażowanie określonych aktorów. Zaproponowany schemat postępowania może być zastosowany w różnych typach miejskiej przestrzeni publicznej. Warto również dodać, że proces ten może odbywać się w dwojaki sposób: jednostkowo (powstają pojedyncze projekty murali) oraz zbiorowo w postaci festiwalu murali.

5.6. Podsumowanie

Celem badań była rekonstrukcja procesu tworzenia murali w miejskiej przestrzeni publicznej, identyfikacja głównych aktorów tego procesu oraz określenie ich roli w jego przebiegu. Jak pokazały badania, proces tworzenia murali w przestrzeni publicznej jest wieloaspektowym zjawiskiem, które angażuje różnorodne grupy aktorów – od administracji publicznej, przez organizacje niekomercyjne i komercyjne, po artystów i mieszkańców. Badania pokazały, że każdy z tych podmiotów odgrywa istotną rolę na różnych etapach tworzenia murali, wpływając

na ostateczny wygląd i funkcję tej formy sztuki publicznej – dotyczy to zwłaszcza niedocenionych, a znaczących aktorów, czyli mieszkańców danej przestrzeni.

Indywidualne wywiady pogłębione potwierdziły, że problemem jest brak jasno określonych regulacji dotyczących funkcjonowania murali w przestrzeni publicznej. Choć w niektórych miastach, jak np. w Krakowie, podjęto próby wprowadzenia polityki muralowej, to nadal brakuje spójnych przepisów na szczeblu krajowym. Jednakże artyści często podkreślali, że nadmierna biurokratyzacja procesu może negatywnie wpływać na ich swobodę twórczą, co prowadzi do pytania o granice niezależności sztuki w przestrzeni publicznej. Wydaje się, że kluczowe w tej kwestii jest znalezienie balansu między wolnością artystyczną a potrzebą regulacji, które zapewnią wizualny ład przestrzenny przy jednoczesnej swobodzie twórczej.

Rola murali w przestrzeni publicznej nie ogranicza się jednak jedynie do funkcji dekoracyjnych. Murale mogą odgrywać rolę edukacyjną, perswazyjną, a także upamiętniającą, wpływając na kształtowanie świadomości społecznej oraz podtrzymywanie pamięci zbiorowej. Ich ekspozycja w przestrzeni publicznej, choć naraża dzieła na zjawisko wandalizmu, ma duże znaczenie dla odbiorców – zarówno mieszkańców danej przestrzeni, jak i odwiedzających. Dlatego tak ważnym elementem współczesnego funkcjonowania murali wydaje się ich promocja w mediach społecznościowych, która umożliwia szeroką dostępność do tych utworów oraz ich archiwizację.

Proces tworzenia murali w przestrzeni publicznej jest złożonym i wieloetapowym działaniem, wymagającym współpracy wielu aktorów oraz uwzględnienia specyfiki miejsca. Murale są nie tylko wyrazem artystycznym, ale także narzędziem wpływania na przestrzeń miejską, jej estetykę oraz społeczny odbiór. Stały się one w ostatnim czasie przedmiotem dyskusji, z uwagi na coraz powszechniejsze występowanie. Pomimo szeroko wymienianych korzyści związanych z pojawianiem się murali w przestrzeni publicznej wywołują one również napięcia i sprzeczności, co stanowi wyzwanie dla decydentów, twórców i osób zaangażowanych w ich tworzenie. Aby murale mogły przyczyniać się do ożywienia zaniedbanych części miast, proces ich tworzenia wymaga balansowania pomiędzy wyrażaniem artystycznej wizji a szacunkiem dla przestrzeni i jej społeczności, jak również współpracy między aktorami. Zaleca się, aby przyszłe inicjatywy muralowe uwzględniały dialog z lokalnymi społecznościami, co pozwoli na tworzenie realizacji, które nie tylko podnoszą walory estetyczne przestrzeni, lecz również przyczyniają się do wzmacniania więzi społecznych.

Literatura

- Bąkowska M., 2007, *Images in architecture – from murals to illuminating projections*, „Town Planning and Architecture”, 31(1): 54–61.
- Cartiere C., 2008, *Coming in from the cold: A public art history*, [w:] C. Cartiere, S. Willis (red.), *The practice of public art*, Routledge, New York: 7–17.
- Farthing S., 2011, *Sztuka. Od malarstwa jaskiniowego do sztuki ulicznej*, Muza, Warszawa.
- Gibbs G., 2011, *Analizowanie danych jakościowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Greaney M.E., 2002, *The power of the urban canvas: Paint, politics, and mural art policy*, „New England Journal of Public Policy”, 18(1): 1–42.
- Hein H., 1996, *What is public art? Time, place, and meaning*, „The Journal of Aesthetics and Art Criticism”, 54(1): 1–7.
- Hołda R., 2020, *Jesteście w naszej pamięci. Polskie murale jako nośniki pamięci i popularna forma patriotyzmu*, „Relacje międzykulturowe”, 1(7): 47–64.
- Izdębski H., Kulesza M., 1999, *Administracja publiczna. Zagadnienia ogólne*, Liber, Warszawa.
- Krajewski M., 2013, *Sztuka popularna. Od murali do dużych obrazów i z powrotem*, [w:] A. Wołodźko (red.), *Czytając mury. Książka fotograficzna*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk: 29–34.
- Lippard L., 1984, *Get the Message?: A Decade of Art for Social Change*, EP Dutton, New York.
- Mendelson-Shwartz E., Mualam N., 2021, *Taming murals in the city: A foray into mural policies, practices, and regulation*, „International Journal of Cultural Policy”, 27(1): 65–86.
- Miles M., 1997, *Art, space and the city: Public art and urban futures*, Routledge, London.
- Murzyn-Kupisz M., Działek J., 2017, *Artyści w przestrzeni miejskiej Krakowa i Katowic*, Universitas, Kraków.
- Niziołek K., 2015, *Sztuka społeczna. Koncepcje – dyskursy – praktyki*, Uniwersytet Białostocki, Białystok.
- Rura P., 2016, *Sztuka egalitarna czy przestrzeń zawłaszczona? Rola murali w przestrzeni miejskiej na przykładzie miasta Poznania*, [w:] P. Rura, M. Żurawska (red.), *Słabo to widzę... Kultura wizualna a nierówności społeczne*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań: 31–47.
- Rutkiewicz M., 2013, *Murale w Polsce*, [w:] A. Wołodźko (red.), *Czytając mury. Książka fotograficzna*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk.
- Salij-Hofman B., 2022, *Z piedestału na ścianę. Wrocławskie murale upamiętniające jako nowe pomniki w przestrzeni miejskiej*, „Quart. The Quarterly of the Institute of Art History at the University of Wrocław”, 63(1): 102–121.
- Skinner J., Jolliffe L. (red.), 2018, *Murals and tourism: Heritage, politics and identity*, Routledge, Abingdon.
- Smoczyńska A., Łapiński J.L., 2019, *Murale jako galeria sztuki w krajobrazie miejskim na przykładzie miasta Lublin*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego”, 41(1): 7–24.
- Stępień B., 2010, *Łódzkie murale: niedoceniona grafika użytkowa PRL-u*, Dom Wydawniczy Księży Młyn, Łódź.

Trzepacz P., 2023, *Murale i street art w przestrzeni miasta. Przypadek Krakowa*, „Prace Geograficzne”, 173: 231–256.

Warner E.S., 2017, *Marketing the Monumental: Wall Painting at Midcentury*, „Archives of American Art Journal”, 56(2): 26–49.

Strony internetowe

<https://redsheels.com/> (dostęp: 12.12.2022).

https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=155940 (dostęp: 20.12.2022).