

Kinga Bartniak
Komodyfikacja Wolności

**Akademia Sztuk Pięknych
im. Eugeniusza Gepperta
we Wrocławiu**

Szkoła Doktorska

tytuł rozprawy doktorskiej

Komodyfikacja Wolności

Praca doktorska w dziedzinie sztuki, w dyscyplinie
sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki

autorka

Kinga Bartniak

promotor

dr hab. Maja Wolińska

Wrocław, 2022

Spis treści

Ekonomia ogrodu. Wstęp. ~~~~~	5
Część teoretyczna.	
Owoce. Praca nie jest towarem. (definicja pracy i towaru) ~~~~~	7
Maki. Wolność pracy. (definicja wolności twórczej) ~~~~~	12
Bukiety. Romantyzacja pracy artysty.	
Art-washing. Produkcja idei. ~~~~~	20
Cieplarnia. Przemysł szczęścia. Dekoracja wyzysku. ~~~~~	27
Część artystyczna ~~~~~	31
Słownik prac: ~~~~~	37
Zakończenie ~~~~~	78
The economy of the garden. Introduction. ~~~~~	80
Theoretical part.	
Fruits. Work is not a commodity.	
(definition of work and commodity) ~~~~~	82
Poppies. Freedom of/to work. ~~~~~	87
Bouquets. Romanticising the artist's work.	
Art-washing. The production of ideas. ~~~~~	94
A greenhouse. The happiness industry.	
Decoration of exploitation. ~~~~~	101
The artistic part ~~~~~	105
Dictionary of works: ~~~~~	109
Conclusion ~~~~~	123
Bibliografia: ~~~~~	124
Table of illustrations ~~~~~	130

Ekonomia ogrodu. Wstęp.

Wyobraźmy sobie, że ekonomia jest ogrodem. Prawdziwym — z glebą, słońcem, wiatrem i jej jedno- i wielokomórkowymi mieszkańcami. Dzieli się on na mniejsze, nieregularne działki. Zachodzą w nim różne procesy. Jego mieszkańcy przetwarzają to, co się w nim znajduje oraz sami ulegają przetwarzaniu. To praca. Efekty ich przetworzeń — owoce, wietrzenie gleby, energia — to towary. Natomiast przetwarzający to pracownicy. Praca jest ich życiem i wykonują ją od początku do końca. Jej efektywność zależy od czynników zewnętrznych. Zwykle rozpoczynają pracę dopiero wtedy, gdy wszystkie ich potrzeby są spełnione. Sucholubni nie wykiełkują na glebie bagiennej, a bagiennolubni na ilastej. Natychmiast porzucają pracę, jeśli warunki się zmieniają — czasami oznacza to oddanie siebie samego do przetworzenia komuś innemu. Po co tworzyć i produkować, jeśli ktoś inny w tych warunkach zrobi to lepiej? To jest wolność — nikt nie zmusza, nawet podstępem do pracy w warunkach, których nie można zaakceptować.¹

W ogrodzie koegzystuje wielu pracowników. Wszyscy korzystają z tych samych podstawowych zasobów — ziemi, wody i słońca, ale efekty ich pracy różnią się. Praca indywidualna może przebiegać przy wsparciu innych. Produktem ubocznym może być przygotowanie zasobów dla innych mieszkańców: gleby przez rośliny motylkowe (przedplon lub poplon) lub sztywnych podpór (wrotycz, wiesiołek) do wspinania się dla giętkich pracowników. Nie każdy mieszkaniec będzie w ten sam sposób postrzegał zależności — dla niektórych owoce czy narzędzia do produkcji energii są częścią ciała użytkownika, dla innych są towarem. To zależy od tego, jaki udział ma się w procesie przetwarzania

ogrodu. Coś, co nam nigdy nie wydałoby się towarem, dla kogoś innego oznacza coś do przetworzenia. To właśnie jest utowarowienie.

Odrębność pracy i towaru wydaje się być niepodważalna. Towarem może być warstwa próchnicza, czyjs początek (kiełki, larwy) albo to, co wytwarza dla innych (owoce). Pracą jest proces, w którym powstają towary. Gdy zachwiana zostaje równowaga wytwarzania i pojawia się nacisk na większą produkcję, praca może zostać utowarowiona. Środowisko pracownika zostaje użyżnione, otrzymuje on więcej światła i wody. Wprowadza się więcej motywatorów wzrostu, a także inhibitorów wypalenia, co minimalizuje negatywne odczucia. Pracownik otrzymuje więcej środków do konsumpcji w zamian za utowarowienie swojej wolności w decydowaniu o ilości i rodzaju pracy. Uzależnienie od konsumpcji nie tylko dóbr fizycznych, ale też idei, ma wynagrodzić brak wolności twórczej.

Część teoretyczna.

Owoce. Praca nie jest towarem. (definicja pracy i towaru)

Fructūs — po łacinie owoce — to części rośliny stworzone do rozsiewania. W formie pojedynczej fructus oznacza też dochód, czysty zysk.² Intencjonalnie jadalną częścią jest perykarp, czyli miękka, soczysta warstwa dookoła nasiona. To towar wytwarzany przez rośliny okrytozalążkowe. Zapłatą konsumentów za soczystą pracę jest przeniesienie potomstwa wytwórcy na większe odległości. Pracownicy doskonalą swój towar, wzmacniają jego smak, zapach i fakturę, by zwiększyć swoje cele reprodukcyjne. Następuje to jednak bardzo powoli, a każda sztuka jest odmienna, nie ma dwóch identycznych wolnych (celowo unikam słowa „dziki”) brzoskwiń czy poziomek. Produkty rzemieślnicze są rzadkie, wymagające wysiłku w konsumpcji. Mogą mieć większą i twardszą pestkę, być wytwarzane w trudno dostępnym miejscu albo z niewiadomych powodów zniknąć. Konsument może zapragnąć, by mieć ich więcej i szybciej — wymusić większą płodność poprzez silną ingerencję w ogród i wytwórców. Następuje wtedy ograniczenie wolności wytwarzania.

Innym rodzajem owocu są ziarniaki — caryopsis, wytwarzane przez rodzinę traw. Nie produkują one dla konsumpcji. Czasami pobierają z gleby krzem, który w postaci krzemionki wbudowują w swoje ciało³. Powstają wtedy fitolity, twarde cząstki niby-zbroi. Liście stają się ostrzami, tnącymi delikatne tkanki konsumentów, chcących utowarowić roślinę. Świadome atrakcyjności swoich efektów produkcji, wytwarzają jak najwięcej, aby konsument niejako przy okazji

3 <http://magazyn.salamandra.org.pl/m19ao6.html> dostęp, 30.06.2022

konsumowania, przeniósł choć część nasion na większe odległości. Utowarowienie również wymaga pracy. Zboża tworzą wartość, której wpływ na ogród — ekonomię zawazył o podziale na kulturę wschodnią i zachodnią u innego gatunku — człowieka.

Praca to pojęcie niejednorodne kulturowo — w każdym społeczeństwie jej rozumienie jest „oczywiste w inny sposób”. Tę heterogeniczność obrazuje hipoteza o kształtowaniu się kultur kolektywnych i indywidualistycznych, często przywoływana w formie ciekawostki w czasopiśmie ekonomicznych. To badanie nad tzw. kulturami ryżu i pszenicy, które wykształciły się w zależności od położenia geograficznego i możliwych tam upraw. Społeczeństwa żywiące się tym pierwszym zbożem, według badacza, okazywały być się bardziej kolektywne. Ryż wymaga nieustannego doglądania systemów nawadniania, a błąd sąsiada skutkuje utratą plonów wszystkich osób dzielących z nim pole.⁴ Wkład każdego członka społeczności jest równie ważny. Specyfika uprawy pszenicy jest inna, zależna bardziej od kaprysu natury — nie można uchronić pola od suszy czy deszczu. Zadaniem rolnika jest wyhodowanie odmiany jak najłatwiejszej do utowarowienia, znalezienie odpowiedniej ziemi, pracowników i maszyn, przygotowanie jej, obsianie i pozostawienie na kilka miesięcy, aż do zbiorów. Filozofie wschodnie widzą człowieka jako część społeczeństwa, gloryfikują poświęcenie jednostki dla ogółu. Zachodnie natomiast, z których korzeni wyrósł kapitalizm, są bardziej indywidualistyczne. W mojej pracy będę odnosić się do postrzegania pracy

4 Talhelm, T. (2022). *The Rice Theory of Culture*. Online Readings in Psychology and Culture, 4(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1172> dostęp: 10.05.2022

w systemie zachodnim i jedynie podawać przykłady konsumpcji myśli wschodniej.

Na potrzeby pracy naukowej szukałam definicji opisywanych pojęć w dostępnych wydawnictwach. Zaskakujące jest to, że wyjaśnienie pracy w słownikach ekonomicznych o kapitalistycznym wydźwięku (m.in. w nowym Słowniku Ekonomicznym Przedsiębiorcy) jest zdawkowe lub nie ma go wcale. Szeroko opisywane są jej rodzaje i stanowiska, lecz ona sama wydaje się być pojęciem pierwotnym, zbyt oczywistym, by poświęcić jej więcej niż kilka słów⁵. W dodatku postrzegana jest jako towar, za który trzeba zapłacić określoną cenę — o zwodniczości tego nastawienia traktuję w mojej rozprawie doktorskiej. Na przykład już na pierwszych stronach „Nauki o przedsiębiorstwie”⁶ pojawia się informacja — poparta licznymi przypisami, o towarowości „wolnej siły najemnej”. Jak zauważa węgierski ekonomista, Karl Polanyi, gospodarka kapitalistyczna usiłuje wytworzyć rynki zbytu na wszystkie czynniki produkcji: utowarować pracę, ziemię i pieniądze. Nie wszystko, co podlega sprzedaży czy kupnu, zostało wytworzone w tym celu. Pracownik podejmuje się pracy z różnych przyczyn, często indywidualnych, niezależnych od pracodawcy lub popytu na dane dobro. Jego aktywności nie można akumulować, w przeciwieństwie do jej owoców. Ekonomista uważał ziemię i pracę za towary fikcyjne.⁷ Według niego, odejście od wytwórstwa w małych warsztatach, na rzecz fabryk, sprawiło, że produkcja stała się ryzykowna. Każdy

5 https://www.naukowiec.org/wiedza/matematyka/pojecie-pierwotne_570.html, dostęp: 03.05.2022

6 Lichniak I., *Nauka o przedsiębiorstwie*, Warszawa 2009, s. 23

7 Polanyi K., *Wielka Transformacja, Polityczne i ekonomiczne źródła naszych czasów*, Warszawa 2010, str. 88

prześciej generował ogromne straty — stąd, w uproszczeniu, pracownicy musieli stać się uosobieniem towaru, który można nabyć i oczekiwać od niego nieludzkich rezultatów.

„Będąca fikcyjnym towarem „siła robocza” nie może być bowiem przenoszona, ślepo wykorzystywana czy nawet pozostawiona samej sobie bez wpływu na człowieka, który jest akurat „nosicielem” owego dziwnego towaru.”⁸

Tak oczywisty dla kapitalistycznych słowników towarowy wymiar pracy stoi w sprzeczności z przyjętą prawie 80 lat temu przez Międzynarodową Organizację Pracy Deklaracją Filadelfijską. „Praca nie jest towarem” (eng. Labour is not a commodity)⁹ to jej pierwsza zasada¹⁰. Dalsza część deklaracji kładzie nacisk na wspieranie programów promujących zatrudnienie zgodne z kwalifikacjami, a w konsekwencji polepszenie satysfakcji i efektywności z pracy. To podejście ma dwa następstwa: człowiek odzyskuje sprawczość i odpowiedzialność za pracę oraz jest efektywny, co przynosi zysk zatrudniającemu.¹¹ Powyższe wartościowe zmiany bywają cynicznie wykorzystywane poprzez m.in. systemy motywacyjne w miejscach pracy najemnej.

By odszukać nietowarową definicję pracy, należy zwrócić się w stronę publikacji traktujących o znaczeniu jednostki

8 Tamże

9 Declaration concerning the aims and purposes of the International Labour Organisation (DECLARATION OF PHILADELPHIA), I akapit, 1944
<https://www.mop.pl/doc/pdf/inne/dekfil.pdf> 04.05.2022

10 https://web.archive.org/web/20100218142359/http://www.ilo.org/global/About_the_ILO/Origins_and_history/lang-en/index.htm, dostęp, 29.04.2022

11 https://www.mop.pl/html/miedzynarodowe_standardy/konstytucja_mop.html, 29.04.2022

pracującej w społeczeństwie. Autorzy „Podstaw Ekonomii”, podręcznika pisanego z perspektywy polskiej gospodarki dopiero wkraczającej w kapitalizm, definiują pracę jako intencjonalne aktywności, poprzez które człowiek wpływa i przekształca otaczający go świat, ale również samego siebie. Ludzie pracujący nie są w swojej pracy sami — nawet względnie samotni wytwórcy są zależni od społeczeństwa. Metody produkcji stają się coraz bardziej zależne od dużej grupy osób — jeden produkt może być dziełem setek ludzi, którzy nigdy o sobie się nie dowiedzą.¹² To może doprowadzić do rozmycia odpowiedzialności i wolności twórczej — o czym traktuje kolejny rozdział.

12 Milewski R. Kwiatkowski E., *Podstawy ekonomii*, Warszawa 2006 str. 6

Maki. Wolność pracy. (definicja wolności twórczej)

„Dlaczego mak nie wykiełkował?” lub „Dlaczego wykiełkował nie tam, gdzie powinien?” - to jedne z częstszych pytań działkowiczów wysiewających te kwiaty w ogrodach. Mak polny to roślina o mikroskopijnie drobnych nasionach, wymagająca dużej ilości słońca i najlepiej braku konkurencji. Dlatego tak gęsto porasta puste hałdy ziemi pobudowlanej. Nawet wysianie jej w tym samym miejscu drugi raz, nie da gwarancji wykiełkowania. Maki to pracownicy o dużej świadomości sensu i wolności twórczej pracy. Ich narządy rozrodcze są romantyzowane w piosenkach i na obrazach, lecz zerwane i umieszczone w wazonie, natychmiast rezygnują z pracy. Ich turgor - czyli utrzymanie sztywności tkanek poprzez regulację ilości wody i napięcia ściany komórkowej - spada, a z nią walory estetyczne, dla których roślina jest utowarowiana.¹³ Więdnie. Pracuje tylko tam i w takich warunkach, jakie sama wybiera.

Na początku lat 2000. managerowie i badacze zwrócili uwagę na problem „aktywnego niezaangażowania”, który dotyczył coraz większą część pracowników dużych korporacji. Poczucie bezsensu i braku perspektyw oddziaływało na wyniki przedsiębiorstw tak mocno, że ocierało się o nieplanowaną dywersję.¹⁴ W zależności od kraju nawet jedna piąta pracowników pojawiała się w pracy tylko po to, by odczekać do jej zakończenia i potem oddać się zajęciom czasu wolnego.¹⁵ Obie przestrzenie społecznych aktywności były postrzegane jako przeciwstawne. Poczucie spełnienia

13 Solomon E., Berg L., Martin D., *Biologia*, Warszawa 2011, s. 681

14 Maier C., *Witaj Lenistwo*, Warszawa 2004, str 14

15 <https://www.gallup.com/workplace/352949/employee-engagement-holds-steady-first-half-2021.aspx>, dostęp 06.07.2022

czy szczęścia w pracy nie było analizowane w kontekście zysków firmy. Wartość pracy miała być wyższa od płacy i osiągnąć to poprzez upraszczanie procesów oraz odbieranie sprawczości pracownikowi. Zwrot nastąpił po zmierzeniu i przeanalizowaniu efektywności pracowników niespełnionych oraz spełnionych. Wyniki tych drugich wskazywały na korelację wydajności i satysfakcji. Szczęście stało się ważnym czynnikiem w zarządzaniu firmą, a wydatki poświęcane na zapewnienie pracownikom choćby jego namiastki przestały być postrzegane jako koszty, lecz inwestycja.¹⁶ Oczywiście samo uznanie, satysfakcja czy radość z pracy nie wystarczą, by zapewnić firmie przychody; podstawowe potrzeby, czyli pieniądze, bezpieczeństwo czy stosunek firmy wobec pracowników też są decydujące. W dwuczynnikowej teorii Hertzberga wymienione elementy zostały podzielone na czynniki higieniczne i motywatory. Autor publikacji „Zarządzanie operacyjne” wymienia trzy cechy motywacji: zaangażowanie, wytrwałość i cel. Przekonuje, że pracownicy, którzy mają je silnie zdefiniowane, pracują ciężiej i lepiej radzą sobie z problemami.¹⁷

„Wiemy więcej o pragnieniach pracowników, klientów, studentów i obywateli niż ktokolwiek inny na świecie. Wiemy, co jest dla nich najważniejsze w pracy i w życiu oraz jak te priorytety zmieniają się w czasie. I wykorzystujemy tę wiedzę do kreowania zmian.”¹⁸

16 Waters D. *Zarządzanie operacyjne. Towary i usługi*, Warszawa 2001, str. 463

17 Tamże

18 <https://www.gallup.com/corporate/212381/who-we-are.aspx>, dostęp, 06.07.2022

Gallup, czołowa firma zajmująca się segregacją predyspozycji zawodowych, przedstawia się jako organizacja, „znająca pragnienia pracowników i przyszłej siły roboczej lepiej, niż ktokolwiek na świecie”.¹⁹ W ramach swoich usług oferuje między innymi test predyspozycji, w którym dzieli „talenty” na cztery obszary: myślenie strategiczne, budowanie relacji, wywieranie wpływu i wykonywanie. Wiele firm wykupuje do niego dostęp i zachęca pracowników do wypełnienia — jako wartościowy benefit. Pracownik, który zna swoje „talenty”, może z większym zaangażowaniem poświęcić się firmie w danym obszarze. Firma Gallup opublikowała niedawno na swojej stronie materiał jak zmniejszył się udział „aktywnie niezaangażowanych” pracowników na przestrzeni ostatnich 20 lat. Korporacje dążą do tego, by pracownik oddawał firmie jak najwięcej swojej energii.

Przywołam tutaj rozmowę, którą odbyłam z księgową w korporacji w ramach Left Behind Garden — jednej z moich akcji na social mediach. W firmach robione są testy psychologiczne, które mają wykazać predyspozycje zatrudnionych. Często nic się z tymi wynikami nie robi, są po prostu bezsensownym benefitem, ale to już temat na inną pracę. Osoba, z którą rozmawiałam, wykonała test na tzw. półkule mózgowe. Lubiła malować, pracować manualnie i nie potrafiła dobrze zorganizować miejsca pracy. Otrzymała wynik, który sugerował jej predyspozycje artystyczne. Ukazało to jak bardzo stereotypowe jest postrzeganie pracy artysty. Ta osoba po uzyskaniu wyniku testu poczuła bezsens swojej pracy — z dnia na dzień nienawidziła jej coraz bardziej. Przecież mogłaby być artystką, malować piękne

¹⁹ <https://www.gallup.com/corporate/212381/who-we-are.aspx>, dostęp, 06.07.2022

krajobrazy, zamiast „wypisywać sznury liczb w Excelu”! Wy tłumaczyłam jej, że sposób pracy niektórych artystów przypomina bardziej stereotypowego urzędnika - pracochłonne, systematyczne zapisywanie kolejnych liczb przez całe życie u Romana Opałki lub statystyczne obrazy u Ryszarda Winiarskiego. Pracownica przyznała, że rzeczywiście mogłaby po prostu dostosować swoje stanowisko pracy i poprosić o inny przydział zadań, by praca była ciekawsza i przynosiła więcej wyzwań. Niekoniecznie potrzebna była do tego jej zmiana czy wymarzone i „wyromantyzowane” sztalugi i farby. W niejednej firmie, nastawionej na wydajnościowe uszczęśliwianie pracowników, zorganizowano by warsztaty kreatywne, których celem byłoby uśpienie pragnienia wolności twórczej. Wśród managerów pojawiła się nawet koncepcja biura jako placu zabaw. Przestrzenie odpoczynku wypełniane są gramy zespołowymi, huśtawkami, a Google jako pierwsza firma chwaliła się zjeżdżalnią, zamiast schodów.²⁰ Na portalach społecznościowych pracownicy dzielą się opiniami o warunkach pracy. Jeden z użytkowników wspominał o „zabawowych” biurach, w których pracował na przestrzeni lat. Atmosfera w nich była w jego odczuciu dużo mniej radosna niż w zwykłych miejscach pracy, a wszystkie gry i „umilacze” były postrzegane przez pracowników jako elementy PR.²¹ Działania te nie służą

²⁰ <https://www.resourceondemand.com/tech-cultures-playground/> dostęp 07.06.2022

²¹ <https://www.dezeen.com/2016/03/22/google-office-design-negative-effect-interiors-jeremy-myerson/> komentarz użytkownika Kay „I had the displeasure of working in a few of these „fun” offices along the years. [...] I have actually noticed their vibe to be measurably less jovial than other more bland places that I worked.” dostęp, 06.12.2021

pracownikom, lecz korporacji, która buduje w ten sposób pozytywny wizerunek dobrego pracodawcy. Firma ukrywa nieetyczne działania i kieruje uwagę klientów i pracowników na „dobłą atmosferę” w miejscu pracy. Przykładem jest wspomniane już Google i biura-place zabaw, ale także niedawno przejęta przez brytyjską spółkę polska firma CODEWISE. Usługi, jakie oferuje, znajdują się na granicy legalności. Firma sprzedaje tzw. ruch w internecie, czyli angażuje użytkowników, by wchodzili w interakcję z reklamami i spamem. Według portalu Spiderweb przedsiębiorstwo pośredniczy w oszustwach, ale nie można ich z nimi łatwo powiązać.²² Świadomych użytkowników internetu nazywa „bezwartościowymi”. Były prezes pragnął stworzyć miejsce pracy, z którego pracownik nie chciałby wychodzić nawet w niedzielę. Rekrutacja na staż reklamowana jest filmami osób pracujących w saunie, relaksujących się podczas masażu czy gry w bilarda.²³ Ludzie powinni z radością i pełnym zaangażowaniem pracować „w raju” cały dzień i całą noc, zapominając o nieetyczności biznesu, któremu poświęcają wolność twórczą. To też temat na osobną pracę naukową, ale zaskakujące jest religijne nacechowanie książek o rozwoju osobistym. Podczas spotkań z osobami zajmującymi się zarządzaniem, wielokrotnie polecano mi cykl książek Stephena Coveny - mówcy motywacyjnego, który oprócz tytułów naukowych, posiada doktorat edukacji religijnej. Biznesmen przez odbiorców wielokrotnie porównywany jest do Jezusa Chrystusa, a jego publikacje do Biblii - pragnęłabym tu podać lepsze źródło, ale niestety

22 <https://spidersweb.pl/2017/03/robert-gryn-codewise.html>, dostęp 03.04.2022

23 <https://www.youtube.com/watch?v=zCrYkc-qYKU>, dostęp 07.07.2022

mam do dyspozycji tylko komentarze na stronach mediów społecznościowych, m.in. Youtube. Należy też pamiętać, że część z użytkowników może być klakierami, a ja nie posiadam narzędzi, by to sprawdzić.²⁴ Podejrzewam, że jednym z powodów uwielbienia przez czytelników jest to, że autorzy w swoich publikacjach nie podają przypisów ani autorów parafrazowanych koncepcji, pośrednio przypisując całą wartość intelektualną samym sobie. Przykładem jest książka wymienionego biznesmena i rozdział „Mieć i być”, streszczający powierzchownie książkę Ericha Fromma „Mieć czy być”.²⁵ Możliwe, że autor wspominał w trakcie wywiadów lub w innej części książki o swoich inspiracjach, jednak w rozdziale nie pojawia się ani nazwisko filozofa, ani żaden przypis.

Firmy promują więc wśród pracowników działania, które pozornie wydają się nie mieć związku z pracą. Bardziej otwarci na zmiany managerowie zachęcają do podążania za ciekawością, potrzebują świadomych, szczęśliwych pracowników, by osiągać określone cele biznesowe.²⁶ Jak daleko można przesunąć granicę między pracą i aktywnościami poza pracą, by wciąż była to praca? Czy można w ramach własnych poszukiwań szczęścia nie robić nic? Czy może to być zarówno protestem jak i działaniem pożądanym? Kontrolowane przez firmę działania nieproduktywne, mogą wydawać się auto-sabotażem, lecz w rzeczywistości celem jest dobro korporacji. Działania prowadzące do realnej

24 <https://www.youtube.com/watch?v=xaTmv67WpRM> dostęp 10.08.2022

25 Covey S., 7 nawyków skutecznego działania, Poznań 2022, str. 87

26 Gino F., Biznesowe uzasadnienie ciekawości, w: „Harvard Business Review”, 11/2018

zmiany muszą powstać z inicjatywy pracowników. Przykładem jest film Clément Carat'a *Fusi Time* jako sprzeciw wobec opresyjnego systemu. Termin „fusi” powstał w czasach komunistycznych na Węgrzech i oznaczał działania niezwiązane z pracą, ale wykonywane w jej czasie. Wykorzystywano do tego celu urządzenia i materiały pracodawcy, lecz głównym celem było „marnotrawienie” czasu i siły roboczej. Współcześni pracownicy mają podobne doświadczenia wynikające z utowarowienia ich pracy i również podejmują się sabotażu. Artysta w swoim projekcie udokumentował wyścigi wózków widłowych odbywane w czasie pracy.²⁷ Korporacja w sytuacji zerowej to moje przewrotne przeniesienie pojęcia z zakresu sztuki, w przestrzeń ekonomiczną. Sytuację zerową Jerzy Ludwiński opisywał jako dekonstrukcję pojęcia sztuki, moment, w którym robienie „prawie” niczego, jest jeszcze pracą artystyczną.²⁸ To zapowiedź mikro-rewolucji, której powierzchownym celem jest wzmocnienie efektywności kreatywnej pracownika, osiągnięcie „Bycia artystą”, a zarazem dotarcie do momentu, w którym pracownik-artysta balansuje na pograniczu całkowitej bezproduktywności.²⁹ Tak gloryfikowana kreatywność, potraktowana zupełnie poważnie, może być ślepym zaułkiem dla konsumpcjonizmu. Robienie niczego w ekonomii traktowane jest jako sabotaż systemu. Przywołuję tutaj pracę fińskiej artystki Pilvi Takali *The Trainee*, w której wcieliła się na miesiąc w rolę praktykantki w dużej firmie. Początkowo wykonywała niewzbudzające podejrzeń zadania zlecane przez prowadzącą, by w trakcie ostatnich

27 <http://wro2017.wrocenter.pl/works/fusitime/>,
dostęp 10.05.2022

28 Ludwiński J., *Epoka Błękitu*, Kraków 2003, 156 s.

29 Tamże

trzech dni praktyki wykonać performance. Pojawiła się w nowym dziale firmy i siedziała przy biurku „nie robiąc nic” przez cały dzień i na wszystkie pytania odpowiadając, że myśli. Całkowicie zaburzyło to pracę pozostałych osób w biurze i zapoczątkowało lawinę maili i telefonów od managerów do prowadzącej praktykę. Jawny opór przeciwko jakimkolwiek działaniom lub choćby pozorowaniu zaangażowania był niezrozumiały; każdy pracownik przecież robi przerwy czy „marnuje czas”, ale czyni to nieostentacyjnie. Nic-nie-robienie destabilizuje przyjęty porządek.³⁰

30 <https://pilvitakala.com/the-trainee>, dostęp: 10.05.2022

Bukiety. Romantyzacja pracy artysty. Art-washing. Produkcja idei.

Romantyzację pracy artysty można porównać do sadzenia kwiatów w ogrodzie i hodowli coraz wymyślniejszych okazów. Zapyłacze inaczej widzą barwy niż człowiek. Częściej kierują się ku drobnym, dzikim kwiatom, których kolory mogą być dla nich lepiej dostrzegalne. Rośliny hodowane dla estetyki człowieka, niekoniecznie muszą być atrakcyjne dla owadów. Ich barwne kielichy to narządy rozrodcze i nie zostały stworzone dla ludzkiej przyjemności.

Art-washing to natomiast cięcie kwiatów do bukietów. W wazonie nie spełnią swojej podstawowej roli reprodukcyjnej, służą ozdobie, ale ich obecność buduje atmosferę bliskości z naturą.

Praca niektórych pracowników trudniej ulega romantyzacji — chociaż coraz częściej podejmowane są takie próby. To między innymi praca, która nastawiona jest na fizyczną produkcję i nigdy nie była postrzegana jako atrakcyjna intelektualnie czy wizualnie. Dawniej była ukryta przed wzrokiem konsumenta. Powtarzalność pracy fizycznej sprawia, że pracownik może osiągnąć w niej niemal choreograficzną perfekcję. Poprzez robotyczność, precyzyjność i doskonałość ruchów, a także wytwarzane wrażenie niesamowitości (uncanny), jego praca staje się częścią „spektaklu”. Nagrania z szybkimi nakładaczami tynku czy mistrzami kręcenia waty cukrowej podbijają media społecznościowe, mają ogromną oglądalność, szybko też stają się viralami (filmami, który rozprzestrzeniają się jak wirus, zwykle ze względu na niecodzienną, emocjonalną zawartość). Forma ta szybko znalazła zastosowanie w biznesie poprzez marketing wirusowy, którego treści wizualne tworzone są zazwyczaj przez

osoby z branży kreatywnej.³¹ Zrozumienie sytuacji społecznej oraz kreatywność w czasach przeładowania bodźcami wizualnymi jest szczególnie pożądana. Produkcja pełnowymiarowej reklamy to rosnące koszty, a odbiorcy stają się coraz bardziej nieufni wobec starej formy promocji. Artyści potrafią pracować z niewielkim budżetem i dobrymi efektami. Biznes dostrzegł wartość pracy kreatywnej. Początkowo interesowała go reklama oraz innowacyjny marketing, którego owocem były wzrosty sprzedaży. Później zauważono inspirującą „moc” aktywności ze sfery hobby na wydajność pracowników, oraz zapraszano twórców i rękodzielników do prowadzenia specjalnych warsztatów firmowych. Obecnie działalność artystyczna wykorzystywana jest do kształtowania pozytywnego PR, m.in. podczas targów sztuki czy działań społecznych.

Zauważam tendencję „samokorporatyzacji” świata sztuki i „samosprzedaży” idei. Artyści wydają się być świadomymi jednostkami przeciwstawiającymi się metodom rządzącym światem konsumpcyjnym. Jednak idealistyczne, społeczne tendencje i często brak edukacji ekonomicznej sprawiają, że łatwo wpadają oni w pułapki kapitalistyczne. Bolączki sektora publicznego, niskie dochody artystów, rynek sztuki oparty na własności prywatnej, inwestycjach i przymus autopromocji, sprawiają, że dotyczą nas - artystów problemy podobne do tych, z którymi borykają się inni pracownicy. Młodym artystom narzucana jest obowiązkowa obecność w mediach społecznych, a także specyficzna nowomowa, sztucznie elityzująca przestrzeń wystawienniczą. Praca nad utrzymaniem motywacji i ciągłej produkcji, zabieganie

³¹ Brzezińska-Waleszczyk M., *Viral marketing i specyfika reklamy wirusowej jako formy komunikacji w social media*, Kultura – Media – Teologia, 2016 nr 27, s. 42-57

o widoczność, ale również wąski krąg osób realnie utrzymujących się ze sztuki, sprawiają, że poziom stresu w środowisku artystycznym jest bardzo wysoki. Brak granicy między czasem wolnym a pracą był wynoszony na piedestał przez twórców ubiegłego stulecia. Praca artystyczna, która staje się życiem — w obecnych czasach nadmiernej konsumpcji nie powinna być już wartością pozytywną. Wprowadzamy zmiany z kilkunastoletnim opóźnieniem w stosunku do korporacji, w których nad samopoczuciem i wydajnością pracowników, głowią się zarządzające zespoły. Może czasami jesteśmy jak pracownicy korporacji 1.0, w świecie korporacji 3.0?

Art-washing to termin nawiązujący do greenwashingu, czyli sytuacji, w której produkt czy usługi bezpodstawnie reklamowane są jako dobre dla środowiska. Praktyka ta wykorzystywana jest przez firmy, które zauważyły wyraźny zwrot konsumentów w stronę ekologii i intencjonalnie wykorzystują ich niewystarczającą wiedzę.³² Przykładem jest dodawanie na opakowaniu adnotacji o braku toksycznego lub zagrażającego środowisku składnika, który dużo wcześniej został prawnie wycofany i produkt i tak nie może go zawierać. Albo przemalowanie logo na kolor zielony, podczas gdy firma nie zmienia swojej filozofii na bardziej ekologiczną. Art-washing to natomiast działania artystyczne wpływające pozytywnie na wizerunek marki, która w ten sposób przykrywa nieetyczne i szkodliwe aktywności.

Artyści to grupa zawodowa, której działalność, niezależnie od kraju, jest czynnikiem akceleruującym gentryfikację. Ożywione przez sztukę — dawniej zdegenerowane tkanki

32 <http://ulicaekologiczna.pl/ekologiczne-pranie-mozgu-czyli-greenwashing-w-reklamach-cz-1/> dostęp 13.08.2022

miejskie — stają się atrakcyjne dla inwestorów i potencjalnych mieszkańców. Przykładów jest wiele, obecne są nie tylko w dużych ośrodkach, lecz i w miejscowościach „festiwalowych”. Skok cen nieruchomości obserwowany jest m.in. w Sokołowsku, w którym odbywają się trzy duże wydarzenia artystyczne, ściągające uczestników z całej Polski. W Wielkiej Brytanii grupa Young British Artists tworzyła nielegalne miejsca kulturalne w opuszczonych halach poprzemysłowych. Ich działania stały się zauważalne i przyciągały duże grupy widzów: na koncerty, wystawy czy warsztaty. Rząd dostrzegł w tym szansę na rewitalizację obiektów, na które nikt inny nie miał pomysłu i zaczął przekazywać wsparcie finansowe. Niedługo później dołączył sektor prywatny, który również zauważył możliwości inwestycyjne.³³

Poszukiwanie informacji o art brandingu i art-washingu doprowadziło mnie do uczestnictwa w konferencji (UN) COMMON GROUND, traktującej o wspólnych przestrzeniach oraz celach biznesu i sztuki. W Polsce temat ten podejmowany jest tylko przez największe, najbogatsze i zwykle luksusowe marki, które są filiami zachodnich firm-matek. To m.in. Deutsche Bank, Allegro, Mercedes, Porsche, ale też polska ERGO Hestia. Twórcy uczestniczą w sprzedawaniu swoich idei w ramach art washingu i nie zawsze mają możliwość świadomego wyboru zleceniodawcy. Z radością podejmują się lukratywnej — w porównaniu do wynagrodzeń w sztuce — współpracy z markami, które pozwalają tworzyć im w zgodzie z własnymi, przy okazji pasującymi do wizerunku firmy, wartościami. Wartości te

33 <https://www.dialog-pismo.pl/w-numerach/artwashing-zwiazki-sztuki-i-gentryfikacji> dostęp 09.05.2022

stają się formą malowania płatnej aureoli odpowiedzialności społecznej.³⁴ Nie mogę oceniać wyborów innych artystów — sama na pewno przystałabym na propozycję pracy z dużą komercyjną marką, jeśli stałyby za tym możliwości wystawiennicze i dotarcie do odbiorcy spoza kręgu artystycznego. Polepszanie wizerunku firm rękami artystów zbliża się i staje się coraz bardziej wyraźne już w Polsce i wśród najmłodszego pokolenia twórców. Żywym przykładem jest seria ubrań dla pracowników festiwalu Porsche Scopes, uszytych przez osoby z nieistniejącego już kolektiwu Dom Mody Limanka. Uniformy, które zostały wyprodukowane z resztek materiałów oraz zużytych billboardów, spotkały się z ekologicznym zrozumieniem i pozytywnym przyjęciem przez odbiorców festiwalu.³⁵ Czy to cynizm marki produkującej samochody luksusowe? To pojazdy o wysokim spalaniu i ogromnych kosztach eksploatacji, którym przyświeca myśl „kup nowe”, a nie „napraw”.³⁶

„Szaleńcze dążenie korporacji do przejścia z branży produktów do branży idei wyjaśniło kilka trendów naraz. Firmy nieustannie poszukiwały nowych wyrazistych idei oraz nieskalanych przestrzeni, na które mogłyby je rzutować, ponieważ tworzenie znaczeń stało się dla nich nowym aktem produkcji.”³⁷

34 Gałązkiewicz I., *Art Branding*, Lublin 2016, str. 39

35 <https://www.tomaszarmada.com/collections-1/9.-porsche-scopes-2021> dostęp 13.08.2022

36 <https://www.autocentrum.pl/publikacje/testy-aut-uzywanych/czy-warto-kupic-uzywane-porsche-cayenne-od-2002-do-2010/>, dostęp 13.08.2022

37 Klein N., *No Logo*, Warszawa 2016, s. 10

Kuratorzy pracujący z biznesem i galeriami prywatnymi pracują w świecie odrębnym (choć podobno połączonym) od instytucji państwowych. Inne jest też ich postrzeganie problemów ekologicznych. Podczas czytania książki *Art Branding* natknęłam się na wiele przykładów, w których widać niespójność idei, choć autor pisał o nich w jednoznacznie pozytywnym świetle. W art-washingu i greenwashingu królują korporacje luksusowe - w tym samochodowe. Koncern Volkswagen AG założył platformę Audi Urban Future Initiatives, która łączy firmę, projektantów, artystów i aktywistów. Przedsiębiorstwo sponsoruje przyznawaną co dwa lata nagrodę projektową, działania społeczne i pojawia się na targach sztuki.³⁸ Celem korporacji nie jest szukanie metod odejścia od indywidualnego transportu, lecz jego uatrakcyjnienie w oczach konsumentów. Lektor, w filmie pojawiającym się na głównej stronie, podniósł głosem opowiada o systemie zintegrowanych światel przekazujących dane sztucznej inteligencji znajdującej się w pojazdach. Przedstawiciele korporacji oczywiście słyszą głosy miejskich aktywistów wołających o zmniejszenie miejsc parkingowych i zrezygnuje swoje założenia w tę narrację. *Smart City of Tomorrow*³⁹ nie opiera się na wygodnej, wydajnej komunikacji zbiorowej, lecz sieci indywidualnych, komunikujących się ze sobą samochodów i optymalnemu zagospodarowaniu miejsc parkingowych. Programy uruchamiane przez korporacje nie współpracują z artystami czy projektantami na równych zasadach. Ich

38 <https://www.audi-mediacycenter.com/en/audi-urban-future-initiative-298> dostęp 14.08.2022

39 <https://www.audi-mediacycenter.com/en/audiomediavideo/the-smart-city-of-tomorrow-audi-urban-future-initiative-2984>

celem nie jest też wprowadzanie pozytywnych zmian, które mają wpływ na kulturę czy klimat, lecz usprawiedliwienie i przykrycie własnych, nieetycznych działań biznesowych.

Kolejnym przykładem jest marka BMW, która pojawia się na targach sztuki, m.in. na Frieze w Los Angeles, czy Art Basel. Zainteresowanie firmy artystami i ich pozytywnym wpływem na wizerunek zaczęło się wraz z pierwszym samochodem zaprojektowanym przez Alexandra Calder'a w 1975 roku. Jeden z kierowców rajdowych, Hervé Poulain, skontaktował się z artystą i poprosił go o pomalowanie karoserii maszyny, z którą stawał do wyścigu. Nie wygrał, ale został zapamiętany dzięki unikatowości swojego samochodu. Przedstawiciele BMW dostrzegli w sztuce potencjał marketingowy. Od tamtej pory zaprosili do projektowania dwiętnastu artystów. Jak opisują na stronie projektu, oferują im nieskończone możliwości twórcze, brak jakichkolwiek ograniczeń i specyfikacji. Jednak tylko dwa projekty z listy „wychodzą” poza kształt samochodu - pozostałe są po prostu estetycznymi malowidłami.⁴⁰ Jeff Koons regularnie, od wielu lat współpracuje z firmą, tworząc unikatowe (=ekskluzywne, drogie) modele samochodów z autorskimi grafikami.⁴¹ Artyści, dla których „karoseria samochodu staje się płótnem” mają ograniczone pole wypowiedzi, a ich praca staje się narzędziem uatrakcyjniania dóbr konsumpcyjnych.

⁴⁰ <https://www.bmw.com/en/design/history-of-the-bmw-art-cars.html> dostęp 17.09.2022

⁴¹ Gałązkiewicz I., Art Branding, Lublin 2016, str. 19

Cieplarnia. Przemysł szczęścia. Dekoracja wyzysku.

Nigdzie nie ma takich warunków jak w szklarni. Jest w niej idealna, kontrolowana kombinacja właściwego światła, wilgoci, temperatury, substancji odżywczych, braku konkurencji i pasożytów. Nie ma lepszych warunków do rozwoju i efektywnej produkcji. Warunki pracy są doskonałe przez całą dobę; noc jest skracana do minimum potrzebnego na efektywny wypoczynek, a dzień wydłużany przy pomocy sztucznego światła. Nie ma też zimy, wiatru, burz i gradu. Jedyne co należy robić, to nieprzerwanie rosnać i produkować dobrze lub coraz lepiej. Nie można przestać rosnać. Dlaczego miałyby pojawić się jakakolwiek myśli o zatrzymaniu? Warunki cieplarniane zapewniane są z przyczyn przemysłowych lub dekoracyjnych. Ktoś może chcieć Twoich owoców, ale równie dobrze możesz rosnać dla czyjejś wizualnej przyjemności.

Wielu ekonomistów poszukiwało naukowych metod na zwiększenie efektywności pracowników. Jedną z pierwszych był Tayloryzm, który wziął nazwę od Fredericka W. Taylora. Wprowadził on system zarządzania, który umożliwiał „policzalność” wydajności — chronometraż. Operacje pracownika były mierzone przy pomocy sekundomierzy, a potem optymalizowane, by zajmowały mniej czasu i były bardziej precyzyjne. Wynagrodzenie zostało sprzężone z produktywnością.⁴² Obecnie taki system wciąż panuje m.in. w magazynach Amazonu. Jego przeciwieństwem jest współczesna metoda „zarządzanie szczęściem”. Nie opisuję tu filozoficznej idei szczęścia, lecz wyłącznie fizjologiczne i ekonomiczne teorie wykorzystywane do zwiększania zysków firm. Początkowo nie wiązano samopoczucia pracowników z wydajno-

⁴² <https://mfiles.pl/pl/index.php/Tayloryzm> Encyklopedia Zarządzania, 07.09.2022

ścią. Badano odczuwanie przyjemności towarzyszące kupowaniu i konsumpcji. Pierwsi specjaliści od reklamy mierzyli ciśnienie krwi czy ruchy gałek ocznych. Okrycie dopaminy — substancji szczęścia — pozwoliło na zrozumienie stanu „nagrody”, w którym znajduje się mózg po dokonaniu dobrego (w odczuciu klienta), konsumenckiego wyboru.⁴³ Dobra nie produkowały się same. Rozpędzona, przy pomocy dobrze skrojonej reklamy, konsumpcja była skorelowana z zawiązanymi normami produktywności i nieludzkimi, maszynowymi warunkami pracy. Wygórowane oczekiwania wpędzały pracowników w poczucie bezsensu i rezygnacji oraz prowadziły do spadku produktywności. Krańcowa przykrość pracy to termin ekonomiczny określający wzrost niechęci do działania, na który wpływa ilość przepracowanych godzin, wynagrodzenie, ale i inne czynniki, m.in. poczucie spełnienia. Można go zmniejszyć, redukując ilość godzin pracy, zwiększając pensję lub wprowadzając w przestrzeń pracy muzykę, aktywności czasu wolnego, gry i działania integracyjne.⁴⁴ Na tym opiera się koncepcja zarządzania szczęściem: bardziej zadowolony pracownik to wydajniejsza siła robocza. Przykład jest obrazowy: CEO firmy modowej Zappos, Tony Hsieh zwolnił około 10% osób w firmie, które były najmniej nastawione na dobrą atmosferę i budowanie zbiorowej szczęśliwości. Pozostałe 90% - można tylko domyślać się czy cyniczne, czy może jednak z pełnym zaangażowaniem — przyjęło „pozytywne” metody zarządzania.⁴⁵ Szczęście pomaga maksymalizować profity. Jest wyjątkowym źródłem optymalizacji: raczej nikt

43 Davies W., *The happiness industry*, Londyn 2016, str. 66

44 Milewski R. Kwiatkowski E., *Podstawy ekonomii*, Warszawa 2006 183 str

45 <https://www.theguardian.com/sustainable-business/happy-workforce-business-strategy-wellbeing>, 07.09.2022

nie będzie poruszał tematu wyzysku, jeśli efektywność narzuca sobie sam. Należy nakierować i umiejętnie podsycać motywację pracownika, oferując mu różnego rodzaju benefity. Manager startupu poświęcił się też pisaniu książki o szczęściu, jako strategii biznesowej. Tak bardzo „pragnął” przekazać swoje przekonania konsumentom, że pisał ją - jak podaje w wywiadach - bez przerw na regenerujący sen. Sposób życia i pracy, jaki prowadził, był przeciwny głoszonym ideałom.⁴⁶ Co nie zdetronizowało go z pozycji guru szczęścia.

Dlatego firmy chętnie inwestują w coaching. Odbyłam rozmowę z pochodzącym z Kanady przedsiębiorcą oferującym korporacjom szkolenia w formie interaktywnych gier biznesowych. To projekt pilotażowy, który jest jedynie częścią jego regularnej, konwencjonalnej działalności coachingowej. Przedstawił to jako zupełnie nową formę w polskim biznesie: oparł swoje działania o Cykl Kolba, czyli Model uczenia się przez Doświadczenie.⁴⁷ Jego gry nie służą wyłącznie integracji — celem zabawy jest nauka odpowiedzialności, pracy zespołowej i maksymalizacja indywidualnej produktywności. Fabułę rozgrywki oparł na historycznej postaci wodza Czerwonej Chmury, który wyjątkowo efektywnie prowadził wieloletnią wojnę z armią amerykańską, oraz wpłynął na kształtowanie praw dotyczących amerykańskiej ludności natywnej.⁴⁸ Omijając wewnętrzne konflikty między plemionami, mobilizował własne oddziały do partyzanckiej walki i odzyskał prawa do ziem zamieszkałych przez przodków. Uczestnicy zabawy wcielali się w rolę oddziałów dowodzonych przez

46 <https://www.wsj.com/articles/the-rise-and-fall-of-the-management-visionary-behind-zappos-11647061226>, 07.09.2022

47 <https://humanly.pl/cykl-kolba/> dostęp 09.08.2022

48 <https://training-excellence.pl/oferta/interaktywne-gry-biznesowe/> 05.08.2022

wodza: w uproszczony sposób doświadczali wspólnie historycznych problemów, klęsk, ale i zwycięstw. Druga część spotkania polegała na analizie zdarzeń, interpretacji i dopasowaniu do realiów konkretnej firmy. Nazywano po „imieniu” konkurencję, przeszkody i wymieniano się inspiracjami do przyszłego działania. Prowadzącemu zależało na „pełnej zmianie człowieka” poprzez doświadczenie.⁴⁹

Ciekawym przypadkiem, w którym coaching wykroczył poza przedsiębiorstwo, był system zwalczania bezrobocia wprowadzony w Wielkiej Brytanii. Przez wiele lat działała tam firma A4e (Action for Unemployment), która miała kontrakt rządowy na przywracanie bezrobotnych na rynek pracy. Zatrudniała coachów, którzy prowadzili szkolenia motywacyjne. Miały one przywrócić wiarę uczestników w sukces i szczęśliwy powrót na rynek pracy. Na kursy trafiali pracownicy, którzy byli m.in. ofiarami zwolnień grupowych, upadku zakładów czy osoby z niepełnosprawnościami (dla których warunkiem otrzymania zasiłku był udział w kursach — mimo że nie mogli pracować). Z relacji uczestnika szkolenia wynika, że nie brano pod uwagę indywidualnych ograniczeń — m.in. wiekowych, w zawodach, w których preferowano młodych pracowników. Uczestnikom wmawiano, że znajdą pracę, jeśli tylko w to uwierzą. Podczas szkolenia prowadzący nie brali pod uwagę tego, że problem stanowił autentyczny brak miejsc pracy.⁵⁰ Po serii oskarżeń o oszustwa firma została przejęta i przekształciła się w PeoplePlus. Wciąż oferuje podobne usługi.

49 Kolb D. A., *Experiential learning in teams*, Article in *Simulation & Gaming* 2005

50 „Positive thinking” for the unemployed - my adventures at A4e, <https://www.opendemocracy.net/en/opendemocracyuk/positive-thinking-for-unemployed-my-adventures-at-a4e/> dostęp 05.04.2022

Część artystyczna

Na część artystyczną składają się produkty uspokajające i skłaniające, a nawet przymuszające do spania lub nieświadomego marnowania czasu. Tytuł każdego opisywany jest w formie hasła słownikowego wydajnościowej nowomowy. Ich wyploterowane definicje przeznaczone są do wyklejenia na ścianach, w nawiązaniu do sloganów obecnych w dużych firmach. Wytworzone przeze mnie produkty działają na organizm odbiorcy na różnych płaszczyznach: chemicznych, mechanicznych czy psychologicznych. Są to m.in. rękawiczki i szezlong na dłonie, uspokajające cukierki, wybijające medytacyjny rytm wycieraczki samochodowe czy piżama z hasłem motywacyjnym oraz gry role-play.

Jeszcze przed początkiem pandemii pojechałam na specjalne oprowadzanie po jednym z magazynów firmy Amazon. Było ono skierowane głównie do studentów zarządzania i młodych managerów — ja otwarcie przyznałam się, że jestem artystką (co wywołało sensację). Wizyta trwała mniej więcej dwie godziny, w trakcie których zatrzymywaliśmy się przy najważniejszych etapach pracy. Przewodnik tłumaczył nam między innymi, jak wyliczany jest czas dościcia z przerwy na stanowisko oraz wpływ muzyki na samopoczucie i efektywność pracowników. Ogromny slogan „work hard. have fun. make history.” zajmował całą ścianę magazynu, miał kilkanaście metrów długości.⁵¹ Te słowa, kierowane do pracowników, uderzają już przy samej rekrutacji i przy wejściu do budynku. Nie znałam go wcześniej, kojarzyłam wyłącznie motto Amazona dla konsumentów tzn. „From A to Z”, odzwierciedlone w logo firmy. Ciekawiły

51 <https://www.istrategyconference.com/from-a-to-z-deconstructing-amazons-slogan/>, 05.05.2022

mnie nie tylko slogany, ale i korporacyjny żargon, służący nie komunikacji, lecz ukazaniu pozycji w hierarchii. Zjawiska słowotwórcze służące budowaniu zamkniętego kręgu osób, zauważyłam też w najbliższej mi grupie społecznej: wśród artystów. Na samym początku mojej drogi artystycznej uwielbiałam zabierać na wystawy osoby spoza świata sztuki. Było to dla mnie budujące doświadczenie: mogłam tłumaczyć język wizualny, na język zrozumiały odbiorcy bez przygotowania artystycznego. Spotykałam osoby, dla których barierą odgradzającą od galerii i muzeów, były niekomunikatywne opisy prac.

Na samym początku studiów brałam udział w warsztatach pisarskich dla młodych artystów. Do tej pory pamiętam prześmiewczy wykład wizytującego profesora Richarda Noyce, który pokazał nam listę modnych słów, m.in. liminality czy palimpsest, najczęściej pojawiających się w tekstach artystycznych. Zaczęłam zwracać uwagę na te wyrażenia i w trakcie jednodniowej wyprawy po wrocławskich galeriach wyliczyłam sześć prac o „palimpsestach myśli” (siedem lat później, na Biennale w Wenecji, naliczyłam siedemnaście słów pochodzących od „liminality”, a dodatkowych pięć kolejnych w artykułach opisujących wydarzenie - gdyby wynająć armię ludzi czytających z uwagą wszystkie teksty odnoszące się do wystawy, na pewno zliczylibyśmy ich więcej). Możliwe, że autorzy naprawdę tworzyli z myślą o nakładających się, przenikających znaczeniach czy granicach, a zrozumiałe dla całego środowiska słowo, pozwalało na napisanie bardziej zwięzłego i rozsądnie brzmiącego tekstu. Tracił jednak na tym „nieprzysposobiony artystycznie” odbiorca, dla którego mogła być to pierwsza i ostatnia wizyta w galerii. Otoczony niezrozumiałymi treściami czuł się przytłoczony, a jego reakcją obronną mogło stać

się dumne „nie rozumiem sztuki współczesnej”. Po kilku latach bycia w środowisku myślę, że sytuacja się polepszyła: nie wiem jednak, czy to ja przestałam zauważać problem, bo sama zaczęłam być jego nieświadomą, automatyczną częścią, czy naprawdę zaszły zmiany. To też jedna z moich motywacji, która przyświecała mi na początku doktoratu: chciałam tworzyć poza galeriami, w miejscach pracy, być z odbiorcą w trakcie tworzenia. Nie chciałam dokładać przeintelektualizowanych, mętnych znaczeń, uwodzących snobistycznych odbiorców, lecz sztukę, która nie zostanie zamknięta w galerii.

Ciekawym przykładem karykaturyzującym, zwykle nieświadomie, zjawisko jest generator artystycznego credo. Artist statement służy do zakomunikowania historii, która stoi za twórcą i indywidualizacji jego pracy. Może to być kilka zdań lub nawet słów, które opisują osobiste motywacje, skłaniające do robienia sztuki. Podejrzewam, że obawa przed ośmieszeniem, a także styczność z bardzo skomplikowanymi, często filozoficznymi opisami na wystawach, skłaniają artystów do „zbrojenia” swoich tekstów w nieprzystępne słowa. Istnienie generatorów może brać się z niezrozumienia przeznaczenia artist statementu. Tu koło niedostępności się zamyka: artysta szyfruje komunikację, a odbiorca pozbawiony dekodera rezygnuje z próby kontaktu. Udało mi się znaleźć cztery takie narzędzia, różnych autorów (liczba rosła w miarę szukania):

- www.artybollocks.com
- www.500letters.org/form_15.php
- www.10gallon.com/statement2000/
- www.survivingart.com/home/grow/artist-statement-generator/.

Podczas szukania adresów dla moich przykładów, natrafiłam na krótki post, sugerujący edukacyjną wartość generatora artist statementów.⁵² Wiele razy słyszałam rozmowy, w których pytano jakie zawody mogą być w przyszłości zautomatyzowane. Ich pracownicy zostaliby zastąpieni bezpowrotnie przez maszyny. Myślałam, że artyści (nie twórcy treści wizualnych) mogą czuć się bezpieczni. Jak rozumieć pochwałę automatyzacji pisania najważniejszego tekstu o swojej twórczości?



52 <https://artdeadline.com/articles/artist-statement-generator/>
dostęp 24.08.2022

Słownik prac:

2, 3



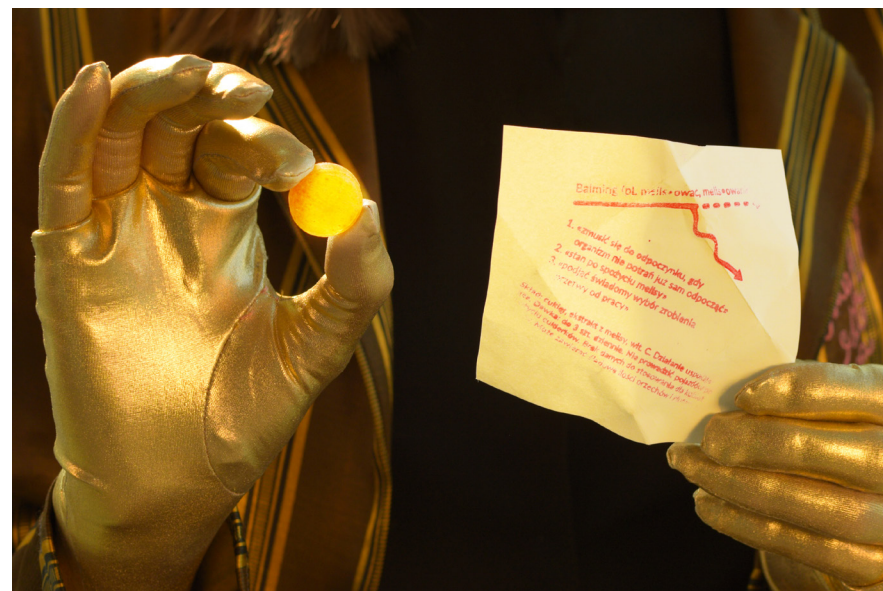
Balming (pl. melisować)

1. «zmusić się do odpoczynku, gdy organizm nie potrafi już sam odpocząć»
2. «stan po spożyciu melisy»
3. «podjąć świadomy wybór zrobienia przerwy od pracy»

200 cukierków w papierkach z grafiką, 2 karmniki
2021

Na pracę składa się 200 cukierków z ekstraktem z melisy. Owinęte są w grafikę przypominającą kartkę ze słownika i materiały do pierwszej pomocy. To pomoc dla organizmu osoby pracującej, zestresowanego niewystarczającą efektywnością i niepotrafiącego odpocząć bez pomocy farmakologii. Współczesna praca może prowadzić do wyczerpania psychicznego, bezsenności czy stanów lękowych. Jednym z elementów researchu była rozmowa, którą przeprowadziłam z Warszawskim sanepidem. Cukierki umieściłam w karmnikach, które powiesiłam na drzewach w Warszawie w ramach akcji na Festiwalu Myśli Abstrakcyjnej.

4



Po-głowie (eng. braindle (brain + bridle))

1. «czynności wykonywane przez pracownika lub zwierznika, mające na celu ograniczenie fantazjowania, gdy jest to niepotrzebne»
2. «brak czasu na błędzenie myślami»
3. «dać komuś po głowie»

animacja (0:28), szezlong (35 x 20 cm), rękawiczka
2022

Wśród gestów, których „unikają ludzie sukcesu” znajduje się nerwowe przebieranie i stukanie palcami. Na pracę składa się film wyświetlany na małym ekranie lub w formie animacji w druku soczewkowym, przedstawiający nerwowe stukanie palcami, których ruchy są kopią ruchów szarpanego za wodze konia podczas parady. Uszyłam błyszczącą niczym sierść konia złotą, ciasno opinającą dłoń rękawiczkę.



5



Zrobiłam też złoty szezlong na rękę. To taki mebel, na którym nie można spać, ale też nie da się pracować. Szezlong jest tak wyprofilowany, że ogranicza i tamuje nerwowe ruchy palcami. Wyciszony ruch wzmocniony jest dźwiękowo odgłosami tętentu kopyt nerwowego konia. W poduszce znajdują się sensory dotykowe oraz płytka elektroniczna.





8

Szybowanie (eng. Shielding)

- 1. «bycie pomiędzy czasem wolnym, a czasem pracy»**
- 2. «medytacyjne przyglądanie się wycieraczkom w samochodzie, podczas stania w korku»**
- 3. «odcinanie od marzenia»**
- 4. «ćwiczenie mentalne»**

wolnostojąca instalacja z wycieraczek samochodowych, potencjometr do sterowania szybkością

2021

Szybowanie to instalacja z zaprogramowanych wycieraczek samochodowych. Wycieraczki mają zamontowany rząd dzwoneczków i dzwonią, wybijając medytacyjny, mantrowy rytm. Jest to praca „pączek” od głównej idei doktoratu o przestrzeniach pomiędzy pracą, a czasem wolnym. Najbardziej dosłowna, ale i najwdzięczniejsza w kwestii badawczej i społecznej - nawiązanie kontaktu z podróżującymi jest o wiele łatwiejsze i naturalniejsze, niż torowanie drogi wejścia i działania w budynkach firm. Byłam tuż po lekturze książki „Nie zdążę” Olgi Gitkiewicz traktującej o wykluczeniu komunikacyjnym małych miejscowości, niszczeniu transportu publicznego, kolei i PKS-ów. Ciekawiły mnie aktywności, których podejmują się pracownicy zanim dotrą do pracy i znajdują się w pojeździe - miejscu niesprzyjającym działaniom twórczym.

Serwis filmowy IMDB pokazuje 58 wyników ze słowem „commuter” oraz 22 ze słowem „commuting”. Jest coś fascynującego w czasie, który znajduje się jeszcze nie u celu, a już nie na początku. Jeszcze nie w pracy, ale też nie w przestrzeni czasu wolnego. Język polski nie wytworzył jeszcze jednowyrazowego określenia na dojazd do pracy. Długie poranne podróże w mieście są zbyt nowe. Jakże mo-

głoby być słowo opisujące tę czynność? Commuter ma na cechowanie smutne, nużące, powtarzalne - przedłużają je nawet dwa „m” w środku. Pasażer i podróżnik nie oddają powtarzalności codziennego dojeżdżania w to samo miejsce. Pasażer jest bierny, ale nie mówi o czynności. Podróżnik mówi o czynności, lecz aktywnej.

Dojeżdżanie to przestrzeń nudy, tak bardzo potrzebnej do błędzenia myślami - odwrotności mindfulness, ciągłego przepełnienia świadomością miejsca, czasu i czynności. Czy reżyserowie tych 58 i 22 pozycji wymyślili fabułę w drodze? Jak mogliby ją wymyślić, gdyby byli skupieni na myśleniu o tym, że jadą lub mrugają powiekami? Fabuły tych filmów są przepełnione ludźmi znajomymi, lecz nie tak znajomymi.

Na samym początku doktoratu wsiadłam w autobus pracowniczy i pojechałam w 1,5 godzinną drogę do podwrocławskiej miejscowości, razem z pracownikami szklarni i oczyszczalni ścieków. Planowałam kontynuować takie podróże przez kolejne trzy lata - ale niestety zostały udaremnione przez pandemię.

Nie jechałam nigdy jako pasażerka w samochodzie osoby, która dojeżdża do pracy. (Kierowca, nie jest pasażerem i niekoniecznie podróżnikiem, oba słowa nie oznaczają osoby dojeżdżającej do pracy. Miliony osób nie mają swojego słownikowego określenia). Ta droga zwykle jest samotna. Gdy przyglądałam się rano osobom w samochodach, prawie nigdy nie ma tam więcej niż jednej osoby. Słyszałam kiedyś zabawną historię o mieście, w którym był problem ze smogiem i wprowadzono obowiązek jazdy z drugą osobą - za jazdę samotną był mandat. Ludzie jeździli z lalkami, ponieważ wykrywaniem „wykroczenia” zajmował się system

kamer. Nie rozróżniały jeszcze prawdziwych twarzy. Nie mogłam znaleźć źródła tej historii.

Szukałam słowa dla ludzi, którzy spędzają kilka godzin dziennie w różnych środkach transportu.⁵³ Milionów, a może i miliardów ludzi? Początkowo pracą nie miały być wycieraczki, lecz lektyka. To też środek transportu, a to, co robi się we wnętrzu, cechuje się tym samym, co robi się podczas jazdy do pracy. Nudą. Nie są to nosze, nie jest przeznaczona do niesienia nieprzytomnych ani okaleczonych ludzi. Jest bliższa samochodowi. Lektyka wydała mi się jednak zbyt obca kulturowo, znana raczej z książek i filmów, lecz bardzo odległa i nienamacalna. Chciałam zachować odrobinę tej „obcości”, a także wprowadzić do niej element „kradzieży myśli” - w tym przypadku dzwoneczków odnoszących się do tradycji wschodnich.

W „Szybowaniu” odnajduję „mantrowość” i rytmiczność, a także pustynię bezbodźcową, którą wypełniam dźwiękiem. Odwołuję się do dojazdów do pracy w godzinach o wzmożonym ruchu samochodowym. Dzwoneczki cichną z chwilą zatrzymania samochodu lub polepszenia warunków pogodowych. Odwołują się bezpośrednio do tańca z Ghungroo - indyjskimi bransoletkami na kostkę. W niektórych społecznościach kobiety noszą je nie tylko podczas występów, ale codziennie. Gdy kobieta wychodzi z domu, a dźwięk milknie, partner ma doświadczać tęsknoty. Świadomość marnowania czasu, a potem pragnienie powrotu do sytuacji, w której nie ma zadań i można błędzić myślami. Angielska wersja nowego terminu odnosi się do słowa „windshield”, czyli przedniej szyby samochodu chroniącej

53 <https://hbr.org/2021/05/that-dreaded-commute-is-actually-good-for-your-health>, 16.06.2022

przed wiatrem, na której montowane są wycieraczki. Nawiązuje też do intencji instalacji, czyli chronienia i nadawania sensu chwilom, w których nie można zrobić nic produktywnego. Przeciwnieństwo błędzenia myślami, praktyka „mindfulness”, w której umysł cały czas procesuje informacje, jest tak cenna dla rynku kapitalistycznego, że mówi się wyłącznie o jej pozytywnych aspektach. Natomiast jej negatywny wpływ na zdrowie psychiczne opisywany był w źródłach buddyjskich już setki lat temu.⁵⁴

54 <https://www.verywellhealth.com/mindfulness-can-be-harmful-researchers-say-5186740>





10

Chciałby być (eng. wish+if=wisfying)

J"aurais voulu être un artiste / Chciałbym być artystą

1. «stan, w którym ktoś pragnąłby być, ale uważa to za zbyt ryzykowne»
2. «nienawiść do obecnej pracy»
3. «myśli formułowane przez osoby, które „malowały od małego” - zawsze chciałem/chciałam być artystą»

dwuczęściowa piżama (rozmiar M) z haftami
działanie performatywne

2022

Uszyłam pełną piżamę z miękkiego, luksusowego materiału — satyny bawełnianej. Piżama ma formę marynarki, a jej nocne przeznaczenie zdradza materiał, z którego dawniej szyto podomki i szlafroki. Na piersi wyhaftowałam fragment piosenki z musicalu Starmania, „J"aurais voulu être un artiste”, co w literackim francuskim oznacza „Chciałbym/łabym być artystą”. Tekst jest formą cytatu motywacyjnego, śpiewanego przez biznesmena, który ma wszystko: biuro wśród chmur, pieniądze, sekretarkę i wpływ na politykę, ale nie jest artystą. Fabuła budowana jest wokół programu muzycznego o ogromnej oglądalności, gdzie zapraszani są najlepsi śpiewacy, ale i kontrowersyjni celebryci. Bohaterowie musicalu: grupa rockmenów-anarchistów i żądny władzy kapitalista widzą w nim sposób na zdobycie rozgłosu i przekazanie światu swoich idei. Napis wyszyłam w odbiciu lustrzanym, by można było go odczytać w lustrze przed snem, podczas mycia zębów. To włamanie się produktywności, konsumpcji marzeń, w przestrzeń snu.

Haft nieodłącznie kojarzy się z kreatywnością, zręcznością manualną, poświęceniem i wyobraźnią. To technika ozdabiająca - „nieużyteczna”, nie można ubrać się w haft. Zwykle

zajmowały się nim kobiety w oczekiwaniu na wiosnę: haftowały to, za czym tęskniły i co chciały „przywołać”.⁵⁵ Były to głównie motywy kwiatowe, roślinne, ukazujące rajskość lata — ornamenty były bogate i żywe, niemalże ciężkie od bujności. Haft jest jednym z pierwszych hobby w historii. Bariera wejścia jest minimalna, materiały — tanie i zapewnia niemalże medytacyjne zajęcie na długi czas. Jest on łatwo dostępny ze względu na bogatą ofertę zajęć - warsztaty z haftu oferowane są jako rozwijające kreatywność pracowników. Wiele kursów internetowych prowadzonych jest przez osoby, które „porzuciły wieloletnią pracę za biurkiem” na rzecz nauki haftu. Dla mnie, jako artystki, haft maszynowy jest wizualnie bliski rysunkowi, ale poszerzony o dostęp do dodatkowych zmysłów. Przestaje być rysunkiem dwuwymiarowym, a staje się obiektem z fakturą nici, ciężarem lub lekkością materiału, dodaje wymiar dotykowy do pracy wizualnej.

11



12



13, 14





Nabujać (lielying = to lie + lying)

1. «bujanie do snu, gdy nic więcej niż sen nie pozostaje»
2. «aktywność, która wydaje się być pożyteczna»
3. «troska na pokaz»
4. «bajerować, bałamucić»
5. «bujać w obłokach»

performance dokamerowy (4:25)

2021

To postprodukcyjnie przetworzony performance dokamerowy, który przybiera formę wygaszacza ekranu. Bujam rośliny do muzyki klasycznej - The Garland Waltz z baletu Śpiąca Królewna Piotra Czajkowskiego. Utwór kojarzony jest głównie z filmem animowanym Disney'a o tym samym tytule co sztuka i piosenki śpiewanej przez bohaterkę, księżniczkę Aurorę, Once Upon a Dream. Performance jest na przekór dziesiątkom (wdzięcznych i wiralowych) badań, podczas których testowany jest wpływ różnych gatunków muzyki na funkcje życiowe i wzrost roślin.⁵⁶ Mogą one odczuwać dźwięki, choć może niekoniecznie potrze-

56 Anindita Roy Chowdhury and Anshu Gupta (2015). Effect of Music on Plants – An Overview, International Journal of Integrative Sciences, Innovation and Technology (IJIT), 4(6), 30 – 34.



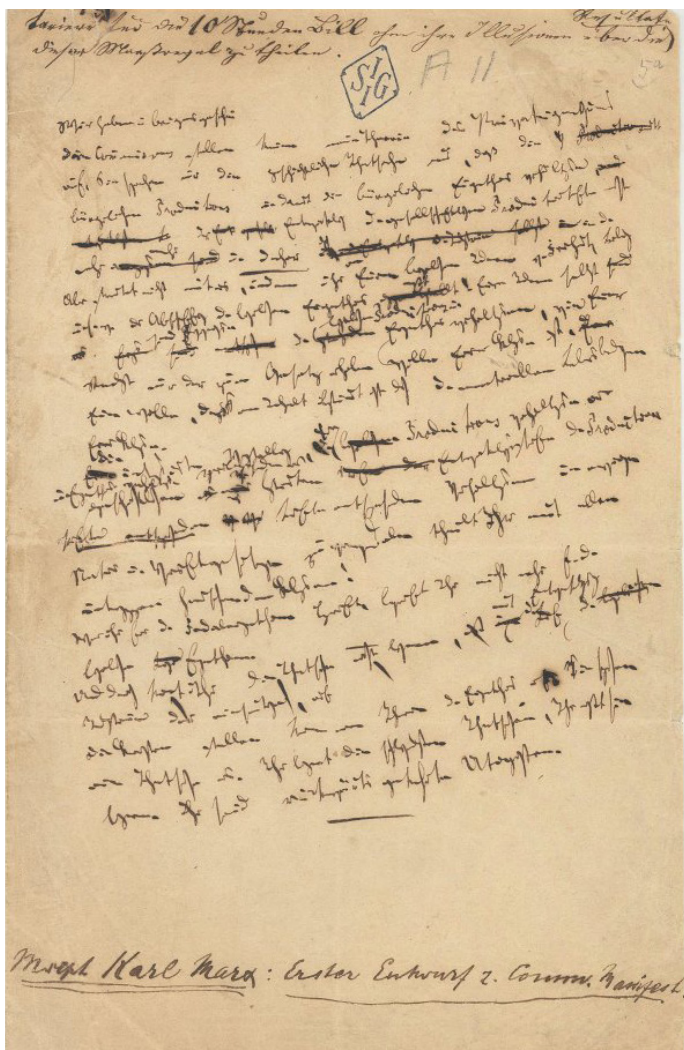
bują muzyki klasycznej granej z głośników. Biolożka Monica Gagliano przeprowadziła doświadczenia na korzeniach roślin i dźwięku wody. Posadziła rośliny w rozgałęziającym się ku podstawie pojemniku. W jednej części podawała im wodę, podstawiała zamknięte naczynie z prawdziwą, bulgoczącą w nim wodą lub włączała na głośniku dźwięk nagranej wody. Korzenie w ośmiu na dziesięciu przypadkach rozrastały się w kierunku wilgoci lub odgłosów prawdziwej wody. Większość roślin unikała natomiast głośnika i usytuowanych przy nim urządzeń elektrycznych.⁵⁷

W trakcie mojego działania nie ukrywam, że wychodzę z pozycji antropocentrycznej, choć wizualnie może wyglądać to na troskę wobec innego gatunku. Robię to, co dla mnie byłoby uspokajające — nie robię nic pozytywnego dla roślin, które nie lubią być dotykane. Dotyk może oznaczać niebezpieczeństwo. Przenoszenie jest stanem nienaturalnym. Noszę je bardzo delikatnie, ale rośliny możliwe, że znają swoje położenie. Niektóre, np. benjaminsy są wrażliwe na jakąkolwiek zmianę kąta padania światła i zrzucają liście, gdy obróci się doniczkę.

57 Gagliano, Monica & Grimonprez, Mavra & Depczynski, Martial & Renton, Michael. (2017). Tuned in: plant roots use sound to locate water. *Oecologia*. 184. 151-160. 10.1007/s00442-017-3862-z.







19

Charakteryzować (eng. Typify)

1. «nieproszona relikwia»
2. «wyrażać emocje za pomocą wyglądu tekstu: „font matters”»
3. «zmieniać wygląd, dopasowywać do roli»

krój pisma (bitmapa), format otf

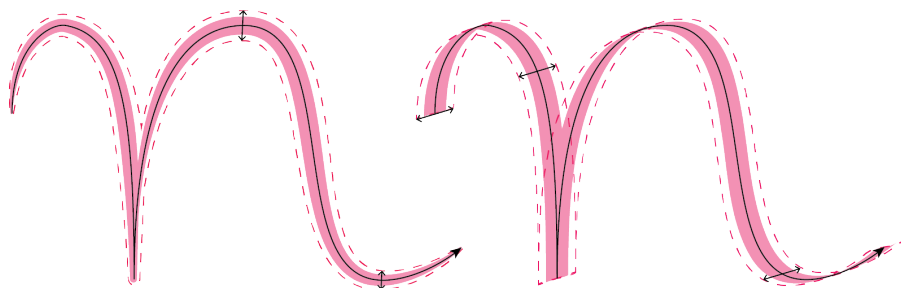
2022

Przygotowałam krój pisma, który oparłam na piśmie odręcznym Karola Marksa. Posiłkowałam się zdjęciami udostępnionymi przez Deutsches Historisches Museum oraz wystawionymi na aukcje manuskryptami. Zadziwiający obiekt komodyfikacji myśli osiągnął wartość ponad pół miliona dolarów.⁵⁸ „Relikwia” komunistyczna stała się towarem na rynku kapitalistycznym. Korzystałam z kilkunastu różnych dokumentów, szukając najwyraźniejszych liter. Pismo Karola Marksa było prawie nieczytelne, pokreślone, często towarzyszyły mu niedbałe rysunki, mogące świadczyć o błędzeniu myślami przez autora. Możliwe jak najmniej ingerując w charakterystykę litery, nadałam pismu najważniejsze cechy pisma dziełowego. Skorygowałam proporcje i wielkość wydłużeń górnych oraz dolnych, ustawiłam litery na linii bazowej i ujednoliciłam wysokość x - czyli wysokość kształtu bez „ogonków” i „kresek”. W plątaniu pisma filozofa nie udało mi się odnaleźć wszystkich liter, ale nie wpływa to negatywnie na efekt końcowy. Jedną z ważniejszych zasad pracy nad nowym fontem, decydującą o spójności kształtów, jest budowanie całego alfabetu na podstawie kilku glifów i ich elementów rozpoznawczych. O czytelności kroju pisma - w tym przypadku tzw. pisanki - decyduje ciągłość wizualna tekstu i to jak litery

58 <https://timesofindia.indiatimes.com/world/china/a-page-from-karl-marxs-manuscript-sold-for-523000/article-show/64289030.cms>, dostęp 06.06.2022

łączą się w wyrazy, a potem w zdania. Wyzwaniem projektowym było też przekształcenie sposobu budowania kontrastu litery - Karol Marks pisał ostro zakończoną stalówką, a grubość kształtów zmieniała się poprzez mocniejsze lub lżejsze dociskanie pióra, tzw. kontrast przez rozszerzenie.⁵⁹

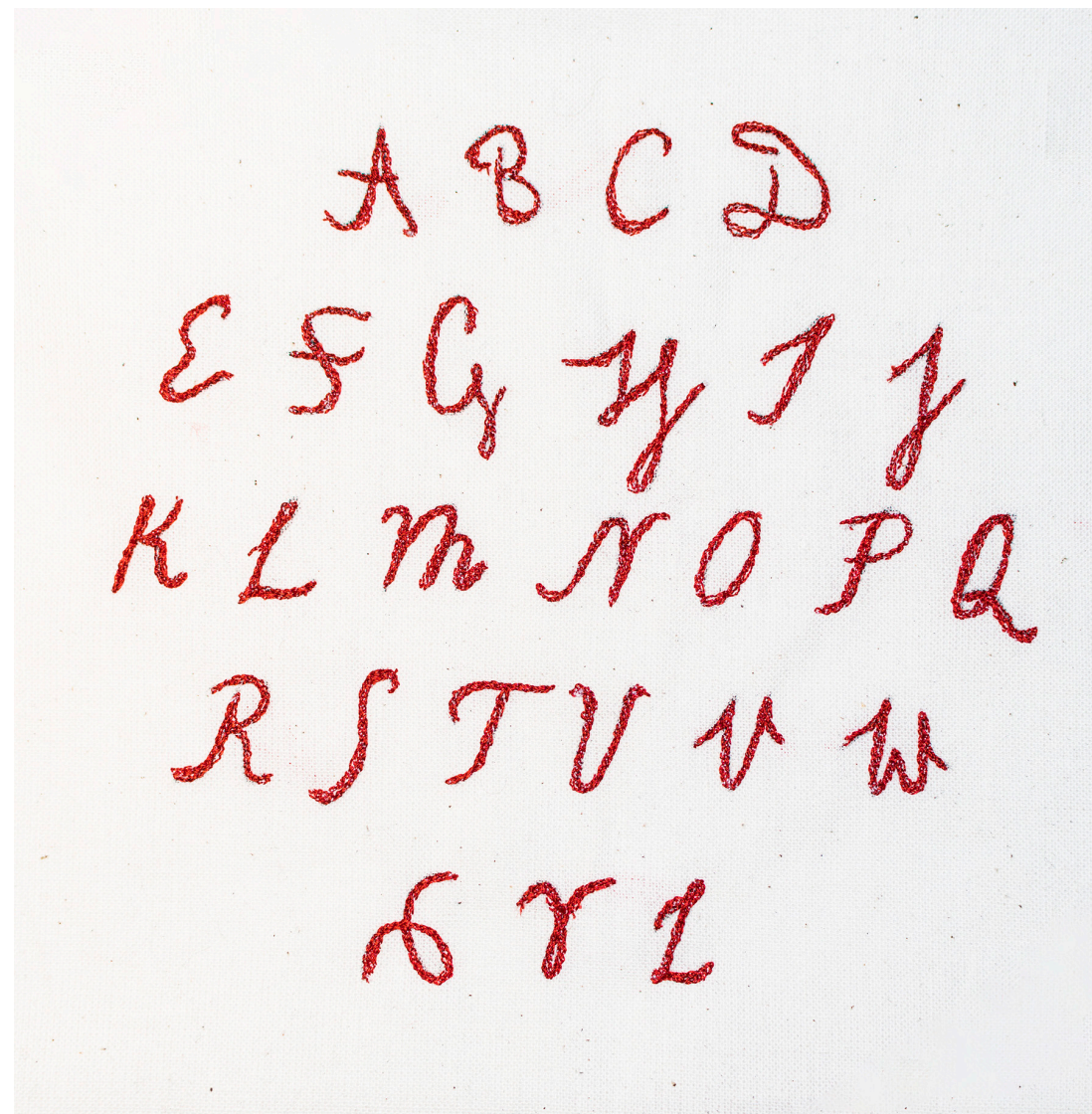
20



Ten sposób pisania ukazuje wyraźnie emocje piszącego, zamaszystość, ciężkość pociągnięć lub ich lekkość i delikatność. Tworzony przeze mnie font, początkowo rysowany, potem w wersji komputerowej, która pozwoliła na ostateczne dopracowanie kształtów, wyszłam na maszynie. Ścieg zygzakowy, którym się posłużyłam, wizualnie odpowiada innemu rodzajowi stalówki - ściętej, płaskiej. Kontrast uzyskiwany w tym przypadku to tzw. kontrast przez przeniesienie, linie są cienkie lub grube, w zależności od kąta nachylenia rysunku.

W obu przypadkach zachowana została jednak konstrukcja powrotna liter, najbardziej naturalna dla pisma odręcznego, ale i ruchu wywodzącego się z wyszywania na maszynie.⁶⁰

⁶⁰ Noordzij G., *Kreska, Teoria Pisma*, Kraków 2014



21

A spectre is
haunting
Europe.

22

Legumina (eng. Bliss Point)

1. «optymalne warunki, w których konsumpcja trwa»

2. «słodka przyjemność»

3. «nadanie ważności innym zmysłom»

gra role-play online, www.legumina70.wixsite.com/secondlife
2020

To pierwsza tekstowa gra role-play, którą rozwijałam podczas doktoratu. Wieże na bramach miast, produkty higieniczne i niewielka lub żadna interakcja między sąsiadami to tylko niektóre z wielu pamiątek po epidemiach. Drzwi reagujące na ruch, zaistniały w książkach science-fiction już u XIX-wiecznych autorów (H.G. Wells, „Kiedy śpiący budzi się”). W kolejnym stuleciu sterylność i brak kontaktu fizycznego były jak spełnienie marzeń - społeczeństwo puściło w niepamięć wielowiekowe doświadczenia epidemiczne. Coraz silniejsze poczucie bezpieczeństwa skłoniło do powrotu do fizyczności i dotyku.

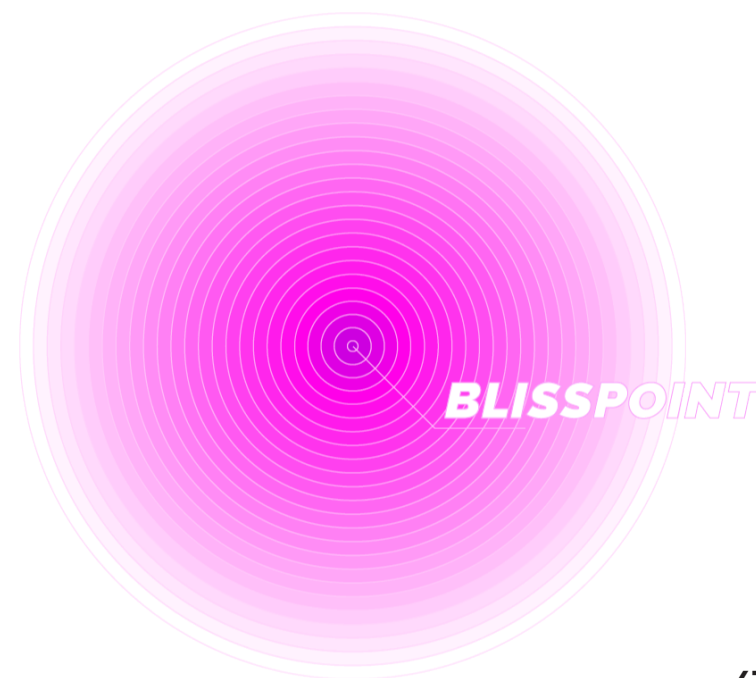
W trakcie pandemii wydłużył się średni czas rozmowy na portalach randkowych. Czy rozmowa może być substytutem fizyczności? Może przeciwnie - staje się dotykiem psychicznym? W trakcie izolacji następuje powrót form komunikacji online – czatów tekstowych i wideo. Często jest forma tzw. Role Play przez forum, gdzie uczestnicy odgrywają sceny angażujące pozostałe zmysły – nie tylko wzrok i słuch.⁶¹ Gra Legumina Second Life rozpoczyna się wprowadzeniem do fabuły, stylistyki, oraz wytłumaczeniem terminu blisspoint. Teksty były inspirowane opisami doznań zmysłowych, drukowanymi na etykietach win

⁶¹ Tekst własny do wystawy, dostępny na stronie gry:
<https://legumina70.wixsite.com/secondlife>

i pudełkach czekoladek. Użytkownicy zapoznają się z nietypowymi dla formy gry zasadami: o otwartym zakończeniu, braku hierarchii, braku celu i całkowitej anonimowości. Potem mogą założyć swoją kartę postaci, dołączyć do jednego z „pokojów” i wejść w interakcję z innymi graczami. Działanie odbyło się w formie wernisażu i trwało około trzech godzin.

23

LEGUMINA SECOND LIFE



1. «pracownik, który spełnia oczekiwania
(who is a good boi?)»

2. «człowiek, który kradnie dobra intelektualne innych gatunków, czyt. inspirowanie się naturą (how does a good human steal?)»

3. «utowarowienie idei»

strona internetowa z elementami graficznymi i roślinnymi
2022

Ekonomia czerpie pojęcia ze wszystkiego, co istnieje. Jest pełna metafor. Nowe systemy zarządzania kipią od pojęć biologicznych, którym nadaje się nowe znaczenia, a opiera na obserwacji przyrody. Tak jakby pieniądź był czynnikiem kształtującym środowisko, w którym obraca się zwierzę — człowiek.

Akumulacja paczkowanie

deflacja filie

przepływ (pieniędzy)

analiza chłonność (turystyczna)

antybodziec (coś, co hamuje rozwój czegoś)

fuzje ekosystem

rozkwit

byki i niedźwiedzie (przeciwstawność na giełdzie papierów wartościowych)

burza (mózgów)

cykl życia (produktu)

błękitne oceany (tam gdzie nikogo nie ma).

How does a good human steal? Jak dobry człowiek kradnie? Nazywa kradzież biomimikrą, czyli inspiracją naturą.⁶² Dobry człowiek wyjeżdża z dużego miasta do lasu na forest bathing, jedzie do Amazonii „zanurzać się” w kontakcie z przyrodą, słucha, czego mogą nauczyć go zwierzęta, kopiuje haczyki łopianu i przekształca je w Velcro lub zastanawia się jak wykorzystać koncepcję procesów glebotwórczych do stworzenia nowej ekonomii. Dobry człowiek uważa, że kradzież intelektualna od innych gatunków to kreatywność. Czy etycznie jest uczyć się o komunikacji lasu, by przełożyć to na lepsze, wydajniejsze funkcjonowanie firmy i większe zyski? Postanowiłam wykorzystać społeczny zwrot w stronę natury i zrobić grę, naiwny produkt, pełen natury i procesów glebotwórczych — jednym słowem wszystkiego, co kojarzy się z naturalnością, bujnością (richness) i rajem.

Szukałam trendów pojawiających się wśród osób pracujących w korporacjach. Skupiam się między innymi na coachingu motywacyjnym, rosnącej potrzebie posiadania hobby - najczęściej związanego ze sztuką i rzemiosłem, wykrawaniu z innych kultur obrzędów i zachowań, które zwiększają produktywność oraz zainteresowaniu biofilia — potrzebą przebywania wśród zieleni. Rośliny przedstawiają dla człowieka określoną wartość: są pożywieniem, ich tkanki przetwarzane są na materiały, dają ochłodę, cień i poczucie relaksu, produkują tlen, a ich zieloność kojarzy zmęczone od pracy komputerowej. Są cichymi pracownikami biur, recepcji, szkół, uczelni i mieszkań. Wymiana szczepkami prowadzi do budowania społeczności

62 Janine M. Benyus, *Biomimicry: Innovation Inspired by Nature*, Glasgow 2002

i jest miękką kolonizacją miejsc pracy. Gdyby można było zrobić badania DNA zielistek we wrocławskich urzędach, mogłoby się okazać, że to jedna, rozproszona roślina. Są też symbolem statusu — nowoczesne sale konferencyjne, biura czy restauracje zdobią wieloletnie strelicje, nietypowe odmiany monster i alokazji. W demonstracyjnym pokoju wrocławskiego oddziału Google, gdzie udałam się w ramach badań artystycznych, zwracały uwagę ogromne donice z wysokimi zamioculcasami. Pamiętam też rozmowę ze znajomym ogrodnikiem, który jeszcze w latach 90. zajmował się roślinami w budynku kancelarii adwokackiej. Opowiadał o wielkich palmach i bogactwie egzotycznych, niespotykanych wówczas roślin, a przekaz ten brzmiał jak legendy o wiszących ogrodach Semiramidy. Po najcięższym okresie pandemii i powrocie pracowników do biur czy uczelni wyrzuconych na śmietnik zostało bardzo dużo zapomnianych roślin.

W trakcie pandemicznego działania „Ogród Pozostawiony” wynosiłam z biur martwe rośliny-pracowników, których zamiast ratować, wymieniono na świeżych. Ich „służba” dobiegła końca. Miałam w wyobraźni tkliwe filmy z akcji ratunkowych psów w trakcie katastrof, organizmów, wobec których wytworzyliśmy odpowiedzialność. Zastanawiałam się, jak wyglądałby raj roślin i jak bardzo różniłby się od rajy człowieka, w którym rośliny stanowią wyłącznie zasób (zasób zarówno żywnościowy jak i estetyczny). Najgłębsza empatia nie pozwala w pełni zrozumieć członka tego samego gatunku, jak możemy więc pojąć organizm z innego królestwa? Możemy wzniesić się na wyższy poziom świadomości i kopiować samowystarczalność, elastyczność roślin, ale czy nie służą nam one w ten sposób raz jeszcze, oddając nie tylko dobra fizyczne, ale intelektualne? Tworząc koncepcję

nieba roślin, zauważyłam, jak różne mogą być jego wyobrażenia: tropikalne, kojące, zielone, czyste, wilgotne i gorące, pełne bogactw i owoców, a może raczej oparte na związkach chemicznych, hormonach, grzybnii, świetle, dużym stężeniu azotu i dwutlenku węgla, samowystarczalności i niemalże utopijnej kooperacji? Czy nie przypominają one modeli ekonomicznych? Myślałam o wytworzeniu nowych utopijnych form ekonomicznych, projektowanych na zasadzie ogrodów, w których można odpocząć od konsumpcji lub innych typowych zachowań społecznych.

Brakuje miejsc, które nigdy nie zostały dotknięte żadną formą kolonizacji. Dzisiaj zastępuje ją komodyfikacja. Oczy człowieka-kolonizatora, zwracają się ku idei, fantazji i temu, co jeszcze niedostępne. Alexandra Daisy Ginsberg stworzyła wideo-instalację „The wilding of Mars”, opowiadającego o powolnym przejściu, „dziczeniu”, Marsa przez rośliny. Artystka w tytule użyła słowa, który nie ma bezpośredniego tłumaczenia w języku polskim, ale opisuje proces oddawania władzy naturze. Inne niż zwierzęce królestwo etapowo i systematycznie pracuje nad dostosowaniem nieprzyjaznych warunków nowej planety do życia kolejnych gatunków. Pionierzy, często we współpracy z grzybami, przygotowują grunt dla kolejnych. W trakcie swojej pracy nie eksploatują zasobów, lecz powolnie nadbudowują nowe, bardziej odżywcze warstwy, które ożywią planetę. Rozwijają ekosystem, nie przekraczając możliwości środowiskowych: zawartości wody, składników odżywczych czy temperatury.⁶³

Zastanawiam się nad sposobami naprawczymi ekonomii. Szukałam aktywności sprawiającej wrażenie inspirującej

63 <https://www.daisyginsberg.com/work/the-wilding-of-mars>
dostęp: 12.02.2022

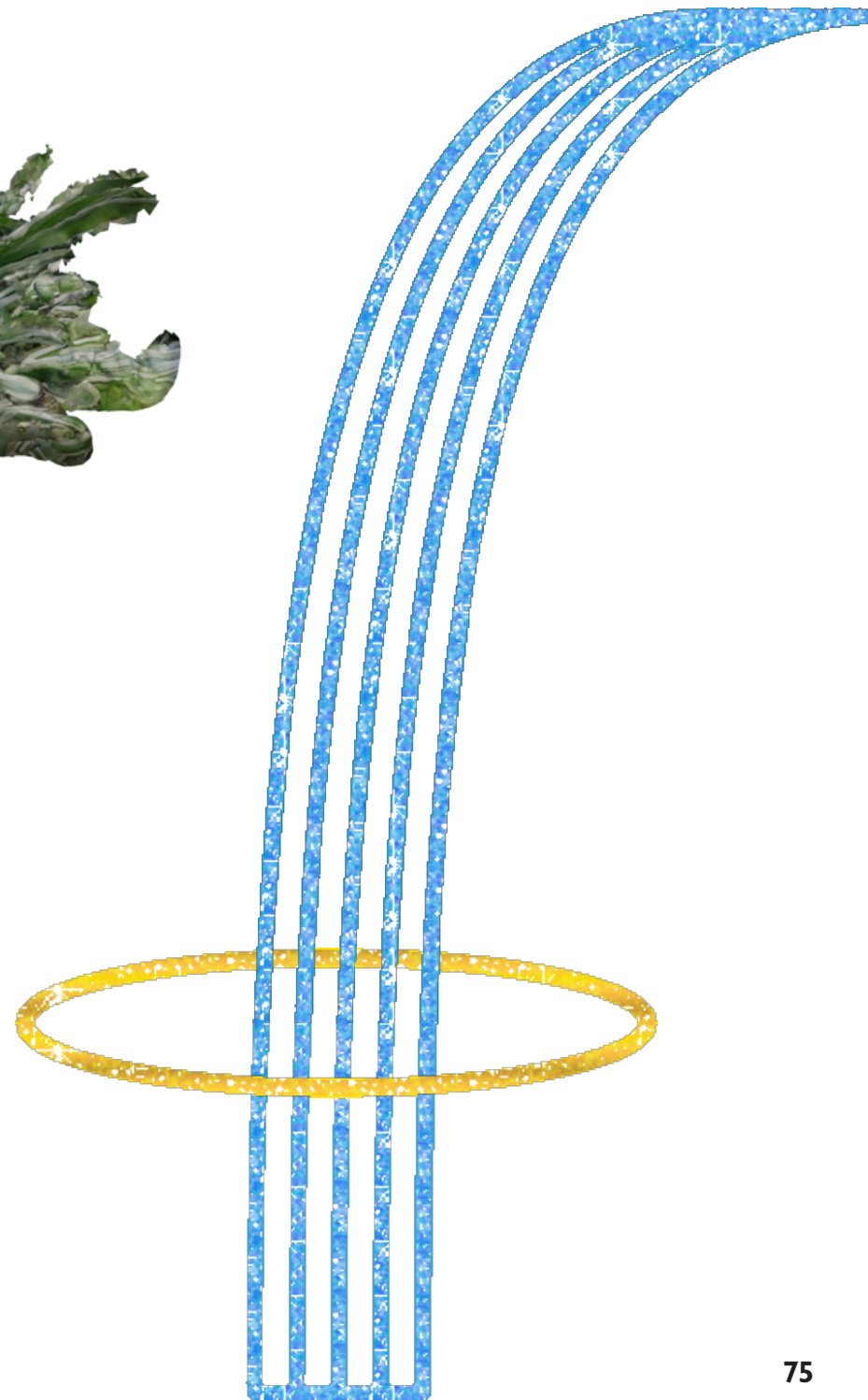
i kreatywnej, pozytywnej w powierzchniowy i akceptowalny sposób. W rzeczywistości moim celem było marnowanie czasu widzów i ukryte skłonienie do myślenia o kapitalizmie. Przygotowuję interaktywną stronę internetową z elementami gry role-play. Uczestnicy-pracownicy będą mogli wcielić się w rolę czynników glebotwórczych - słońca, roślin czy wody i zainspirować się wpływem, jaki mają na innych graczy. „Ekonobiom” nie jest idealnym odwzorowaniem całej ekonomii. Ma on potencjał dydaktyczny i naprawczy, choć nie pouczający. Jest ogrodem, w którym można „usiąść” i odpocząć od konsumpcji.

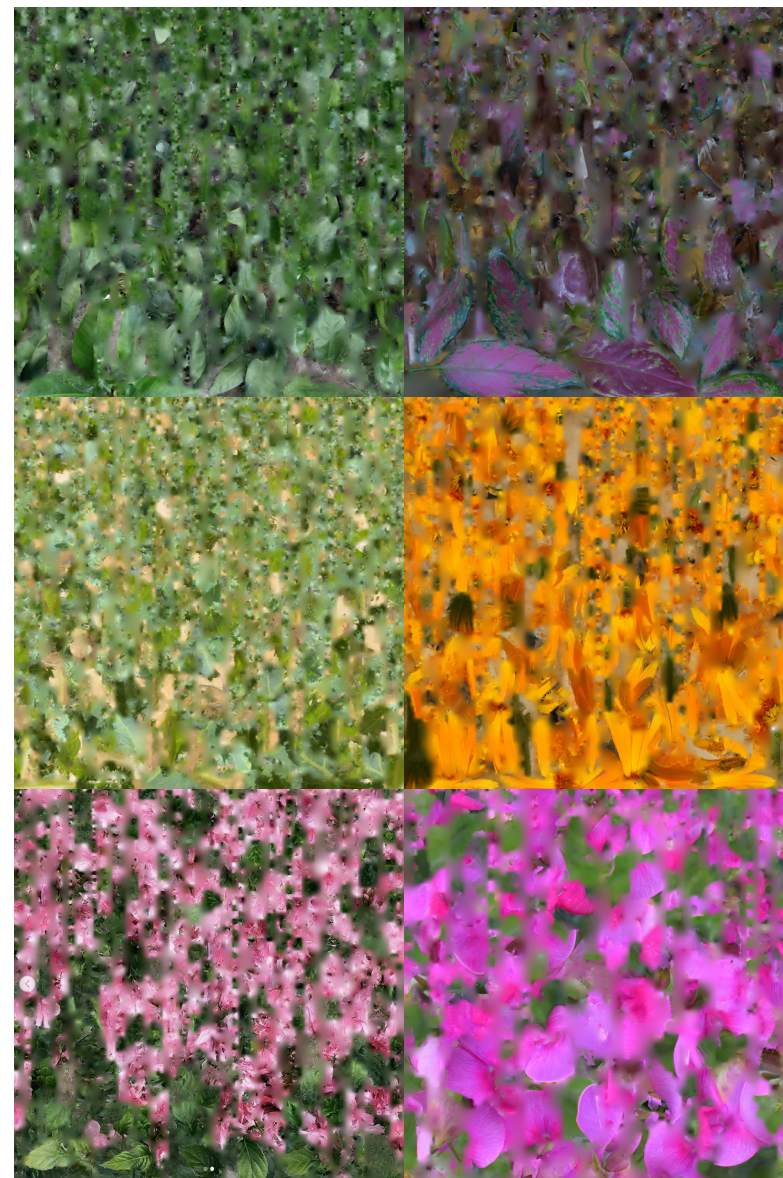
Na szatę wizualną składają się skany 3D roślin oraz animowane, brokatowe elementy graficzne. Są nawiązaniem do gifów oraz kartek online z życzeniami, często przedstawiających bujną naturę, wodospady i wyobrażenie raju.



24-29

30-34

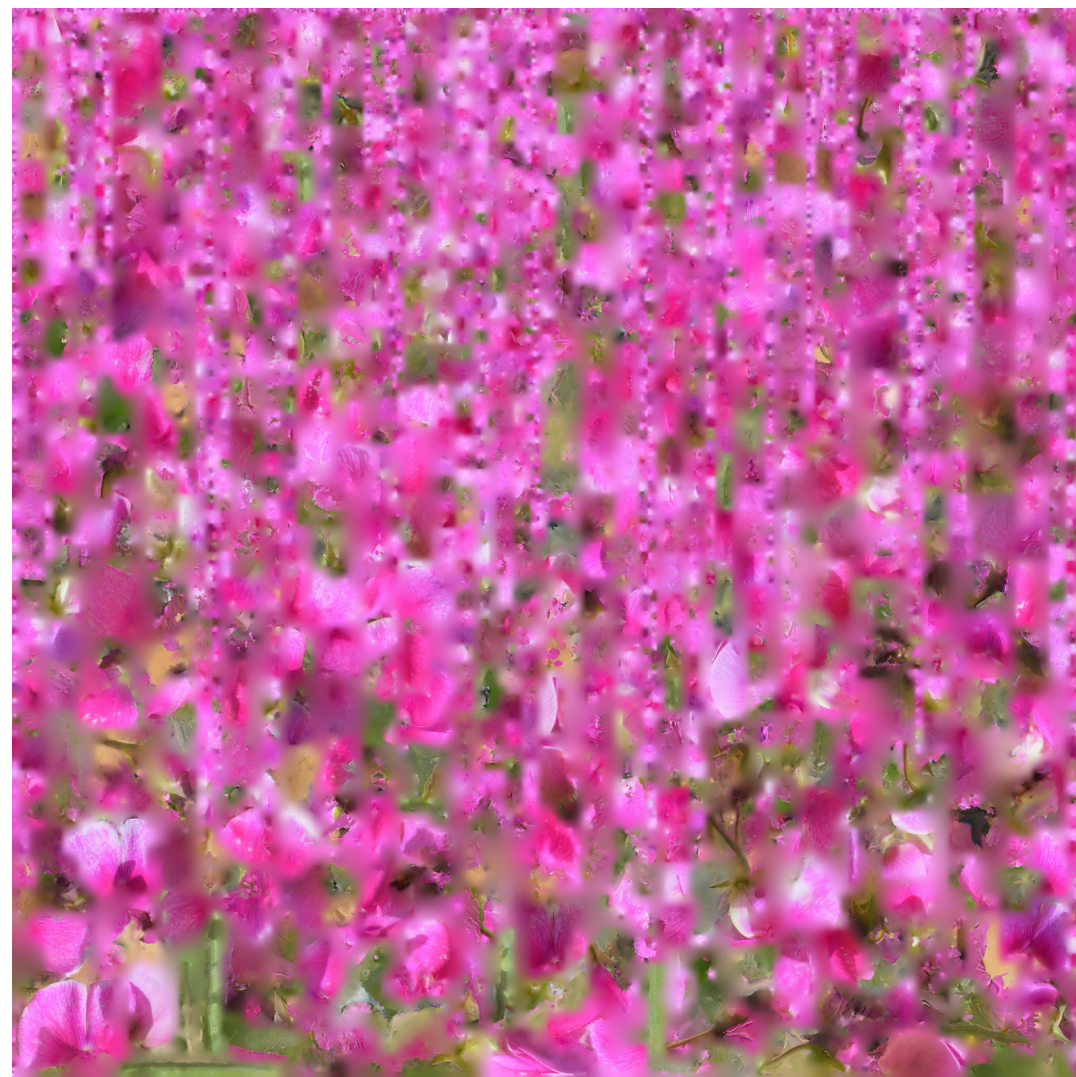




Zakończenie

Nietrudno dać uwieść się wizualności ogrodu. Tuż przed oddaniem pracy do druku, włączyłam do dokumentacji nieużyte dotychczas pliki z teksturami skanowanych roślin. Były produktem ubocznym, który powstawał regularnie podczas przygotowywania modeli 3D do strony The Good Human. Czekałam na każde ich wyświetlenie po uruchomieniu komendy “build textures” i wyeksportowaniu. Były tylko wierzchnią warstwą pozbawioną wartości koncepcyjnej, ale ogromną przyjemność sprawiało mi oglądanie rozproszonych skrawków płatków, liści czy łodyżek. Ich „udekoracyjniac” części nie służyły już dekoracji. Były elementem pomiędzy. Na jedną grafikę potrzebowałam od 30 do 120 dokładnych zdjęć. Przy ich wykonywaniu wykształcenie artystyczne czy umiejętności kadrowania były niepotrzebne. Stan „bycia artystką” zanikał. Obrazy wzięły swój początek z prawdziwej, istniejącej w przestrzeni rośliny, ale mój wkład w ich przetwarzanie był niewielki. Nie musiałam też zrywać pędów, ponieważ z powodów technologicznych, łatwiej pracuje się z modelami generowanymi na naturalnym tle.

Abstrakcyjne, cieszące oko, komputerowo generowane obrazy i nieprzemyślane elementy techniczne — to przeciwieństwo efektów mojego procesu twórczego. Długo zastanawiałam się jak stworzyć ogród, w którym można odpocząć od konsumpcji. Budowałam platformy do niehierarchicznego i nieuregulowanego kontaktu. Statyczne i przypadkowe obrazy nie mają żadnych zasad. Nie są też celem rzemieślniczego mistrzostwa ani nie przynoszą przyjemności z wytwarzania. Nie wzmacniają też romantycznego



wizerunku artysty. Nie uczą niczego, nie mają potencjału wzmacniania żadnej aktywności konsumpcyjnej. Ich odbiór koncepcyjny jest wyłącznie indywidualny i osobisty. Może to, czego szukałam, rodziło się przypadkiem, w trakcie procesu?

The economy of the garden. Introduction.

Imagine that the economy is a garden with soil, sun, wind, and single and multi-cell inhabitants. It is divided into smaller, irregular plots. Various processes take place in it. The inhabitants transform what is in it and are themselves transformed. This is work. The results of their processing - fruit, soil weathering, energy - are commodities, whereas processors are the workers. Work is their life and they do it from beginning to end. Work efficiency depends on external factors. They don't start their work until all their needs are met. The drylanders will not germinate on marshy soil, and the wet-likers on clayish one. They abandon work immediately when the conditions have changed - sometimes this means sacrificing themselves to get processed by someone else. (The garden assimilates them.) Why create and produce if someone else does it better in those conditions? This is freedom - no one forces anyone, even by trickery, to work in unacceptable conditions.¹

Many labourers coexist in the garden. They all use the same basic resources - land, water and sunshine - but the results of their work differ. An individual can work with the support of others. As a by-product, they may create new resources for other inhabitants: soil by papilionaceous plants (forecrop or aftercrop) or stiff climbing supports (tansy, evening primrose) for the flexible workers. Not every inhabitant perceives relationships in the same way - for some, fruit or energy-producing tools are part of the body; for others they are a commodity. It depends on how one contributes to the processing of the garden. Things that

¹ Milewski R. Kwiatkowski E., *Podstawy ekonomii*, Warszawa 2006, str. 4

some would never consider a commodity, others consider material for processing. That is called commodification.

The distinction between the work and the commodity seems unquestionable. A humus layer, a beginning of life (sprout, larvae) or what is produced for others, may be among goods. The work is a process of production of commodities. When the balance of creation is disturbed and the pressure for efficiency grows, labour can be commodified. The employees' environment is fertilised and they receive more light and water. More growth motivators and burnout inhibitors are introduced, which minimises negative feelings. The worker acquires more means of consumption in return for commodifying his freedom to decide how much and what kind of work to pursue. Dependence on consuming physical goods and ideas is supposed to compensate for the lack of creative freedom.

Theoretical part.

Fruits. Work is not a commodity. (definition of work and commodity)

Fructus - meaning fruit in Latin - are the parts of a plant made for spreading. In the singular form fructus also means income, pure profit.² The soft, juicy, edible layer around the seed is called the pericarp. This is the commodity produced by angiosperm plants. Consumers' reward for the juicy labour is carrying the producer's offspring to greater distances. Workers improve their commodity, enhancing its taste, smell and texture. It's a way to increase the chances of meeting their reproductive goals. This progresses very slowly, and each creation is different; no two free (I deliberately avoid the word „wild“) peaches or strawberries are identical. Artisanal products are rare and consuming them requires effort. They may have a bigger and harder stone, be produced in a hard-to-reach place or vanish for unknown reasons. The consumer may crave to have more products and obtain them faster. It is achieved through strong interference in the garden and the producers. The freedom to create is thus restrained.

Another type of fruit is the grains - caryopsis, produced by the grass family. What they create is not for consumption. Sometimes they intake silicon from the soil, which they incorporate into their bodies in the form of silica.³ It then forms phytoliths, hard particles of quasi-armour. The leaves become blades that cut through the delicate tissues of consumers seeking to commodify the plant. Aware of the attractiveness of the results of their production, they produce as much as possible. The consumer will then spread the seeds unintentionally to greater distances when consuming. Commodification also requires work. Grains create a

unique value that impacted the creation of an eastern and western culture of a different species - humans.

Work is a culturally heterogeneous concept - in every society, its meaning is understood differently. This heterogeneity is illustrated by the hypothesis of the formation of collective and individualistic cultures. Talhelm's study is often cited as a curiosity in economics journals. He researched the so-called rice and wheat cultures, which developed according to geographical location and the crops that could be grown there. According to the researcher, societies feeding on rice appeared to be more collective. This cereal requires constant maintenance of irrigation systems and a neighbour's mistake results in the loss of the harvest of all the people sharing the field with him.⁴ The contribution of each member of the community is equally important. The specifics of growing wheat depend more on the whim of nature - one cannot protect a field from drought or rain. The farmer's task is to grow the most commodifiable variety, find suitable land, workers and machinery, prepare it, sow it and leave it for several months until harvest. Eastern philosophies see man as part of society, glorifying the sacrifice of the individual for the whole. Western culture is more individualistic. That approach prepared a rich soil for capitalism to develop. In my thesis, I will focus on the Western system's perception of work and only mention the „consumption“ of Eastern thought.

I searched for definitions of work and commodification in the available publications. Surprisingly, there is little or no explanation of labour in economic dictionaries with capi-

4 Talhelm, T. (2022). *The Rice Theory of Culture*. Online Readings in Psychology and Culture, 4(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1172>, 10.05.2022

talist leanings (such as the new Entrepreneur's Economic Dictionary). Its forms and functions are described extensively, but it itself seems to be a primary concept, too obvious to devote more than a few words to it.⁵ In addition, it is perceived as a commodity of monetary value. For example, in the very first pages of „The Enterprise Studies”, there is information - supported by numerous footnotes, about the commodity nature of labour. As the Hungarian Economist Karl Polanyi observes, the capitalist economy attempts to create markets for all production factors. It aims to commodify labour, land and money. Not everything that is subject to sale or purchase has been produced for this purpose. The worker undertakes work for various reasons, often individual, beyond the employer's control or the demand for the good he makes. His activity cannot be accumulated, unlike its „fruits”. The Economist regarded land and labour as fictitious commodities.⁶ According to him, the shift from manufacturing in small workshops to factories made production risky. Every stoppage generated huge losses - hence, workers had to become the embodiment of a commodity to be purchased and expected to produce inhuman results.

„For the alleged commodity „labor power” cannot be shoved about, used indiscriminately, or even left unused, without affecting also the human individual who happens to be the bearer of this peculiar commodity.”⁷

5 <https://www.naukowiec.org/wiedza/matematyka/pojecie-pierwotne-570.html>, dostęp: 03.05.2022

6 Polanyi K., Wielka Transformacja, Polityczne i ekonomiczne źródła naszych czasów, Warszawa 2010, str. 88

7 Polanyi K., The great transformation: the political and econo-

The commodity nature of labour, so obvious to capitalist glossaries, contradicts the Declaration of Philadelphia, established almost 80 years ago by the International Labour Organisation. „Labour is not a commodity” is its first principle.⁸ A further part of the Declaration emphasises support for programmes that promote employment in harmony with skills and, eventually, improve job satisfaction and performance.⁹ This approach has two consequences: people are empowered and given back responsibility for their work, and they are effective, which is profitable for the employer.¹⁰ The positive effects of these changes are sometimes cynically exploited through motivational systems.

To find a non-commodified definition of work, one must turn to publications discussing the importance of the working individual in society. The authors of Fundamentals of Economics, a textbook written from the perspective of a young Polish economy entering capitalism, define work as intentional activities through which man influences and transforms the world around him, but also himself. Working people are not alone in their work - even relatively solitary producers are mutually influenced by society. Production methods are becoming incre-

mic origins of our time, USA Beacon Press, 2001, p. 76

8 https://web.archive.org/web/20100218142359/http://www.ilo.org/global/About_the_ILO/Origins_and_history/lang-en/index.htm, dostęp, 29.04.2022

9 Declaration concerning the aims and purposes of the International Labour Organisation (DECLARATION OF PHILADELPHIA), 1944

10 https://www.mop.pl/html/miedzynarodowe_standardy/konstytucja_mop.html, 29.04.2022

as a group of people. One item may be produced by hundreds of people who will never know about each other.¹¹ As the next chapter discusses, this can lead to a blurring of responsibility and creative freedom.

Poppies. Freedom of/to work.

„Why haven't the poppies germinated?" or „Why have they germinated in the wrong place?" - are common questions gardeners ask when they plant these flowers in their gardens. The field poppy is a plant with tiny seeds requiring a lot of sunlight and, ideally, no competition. This is why it grows so densely in empty piles of construction soil. Sowing it in the same place the second time does not guarantee germination. Poppies are workers for which freedom of creative work matters a lot. Their reproductive organs are romanticised in songs and paintings, but when picked and placed in a vase, they immediately give up their work. When their turgor - the right balance of water in cells - declines, the aesthetic qualities for which the plant is commodified decline too.¹² It wilts. Poppies work only under the conditions they choose for themselves.

In the early 2000s, managers and researchers turned their attention to the problem of „active disengagement" affecting an increasing proportion of employees in large corporations. The sense of meaninglessness and lack of perspectives was impacting so strongly on corporate performance that it was verging on unplanned sabotage.¹³ Depending on the country, up to a fifth of workers showed up at work only to wait until it was over and then indulge in leisure activities.¹⁴ These two areas of social activity were seen as contradictory. The sense of fulfilment or happiness at work was not analysed in the context of company profits. The value of work was supposed to be higher than pay and this was achieved by simplifying processes and taking away the worker's autonomy. The harm it caused for the company's budget became apparent when the performance of unful-

filled and fulfilled employees was measured and analysed. The results showed a correlation between performance and satisfaction. Happiness became a critical element in the management of a company, and the expenses devoted to providing employees with a substitute for it were no longer seen as a cost but as an investment.¹⁵ Of course, recognition, satisfaction or job enjoyment alone are not enough to generate revenue for a company. Money, job security or the company's attitude towards its employees are fundamental needs. Herzberg's two-factor theory divides the elements listed into hygiene factors and motivators.¹⁶ The author of the publication „Operational Management” lists three characteristics of motivation: commitment, persistence and purpose. He argues that employees who have these strongly defined work harder and perform better.¹⁷

„We know more about the will of employees, customers, students and citizens than anyone in the world. We know what matters most to them at work and in life and how those priorities change over time. And we use that knowledge to create transformation.”¹⁸

Gallup, the leading firm for profiling career predispositions, presents itself as an organisation „that knows the desires of employees and the future workforce better than anyone in the world”.¹⁹ Amongst its services,

¹⁵ Waters D. *Zarządzanie operacyjne. Towary i usługi*, Warszawa 2001, p. 463

¹⁶ Ibidem p. 463

¹⁷ Ibidem p. 463

¹⁸ <https://www.gallup.com/corporate/212381/who-we-are.aspx>, dostęp, 06.07.2022

¹⁹ Ibidem

it offers an aptitude test that categorises „talents” into four areas: strategic thinking, relationship building, influencing and performing. Many companies buy access to it and encourage employees to complete it - as a valuable benefit. An employee who knows his or her „talents” is more likely to commit to the company in a particular area. Gallup recently published material on its website on how the proportion of „actively disengaged” employees has declined over the last 20 years. Corporations push the employee to give as much of his or her energy to the company as possible.

I recall a conversation with an accountant as part of Left Behind Garden - one of my social media projects. Psychological tests are done in companies to show the predisposition of the staff. Often nothing is actually done with these results, they are just a meaningless benefit, but that's a topic for another essay. The person I spoke to took a test on the cerebral hemispheres. She enjoyed painting and manual work and could not keep her workspace tidy. She received a result suggesting she had an artistic inclination. It showed how stereotypical the perception of an artist's work is. After receiving the test result, this person began sensing the futility of her job - she hated it more and more every day. After all, she could be an artist, painting beautiful landscapes instead of „writing out strings of numbers in Excel”! I explained to her that the way some artists work is more like that of a stereotypical civil servant - the laborious, systematic writing down of successive numbers over a lifetime in Roman Opalka's case or the statistical paintings in Ryszard Winiarski's case. The employee admitted that she could adapt her workstation and ask for a different assignment to make the work more exciting and

challenging. She did not necessarily need a career shift or her dreamed-up and „romanticised” easel and paints to do so. In companies focused on making employees happy in a productive way, creative workshops would be organised to quell the desire for creative freedom. The concept of the office as a playground has emerged among managers. Relaxation spaces are filled with team games and swings. Google was the first company to build a slide instead of stairs.²⁰ On social media, employees share their views on the working environment. One user mentioned the „fun” offices he had worked in over the years. In his opinion, their atmosphere was much less joyful than in regular, „dull” workplaces, and employees saw all the games and „time-charmers” as PR elements.²¹ These activities are not for the benefit of the workers but for the corporation, which is, in this way, building a positive image of a good employer. The company hides unethical activities and draws the attention of customers and employees to the „good atmosphere in the workplace. An example is the already mentioned Google and playground offices and the Polish company CODEWISE, recently overtaken by a British company. The services it offers are on the edge of legality. The company sells inter-

20 <https://www.resourceondemand.com/tech-cultures-playground/> 7.06.2022

21 <https://www.dezeen.com/2016/03/22/google-office-design-negative-effect-interiors-jeremy-myerson/> user Kay’s comment: „I had the displeasure of working in a few of these „fun” offices along the years. [...] I have actually noticed their vibe to be measurably less jovial than other more bland places that I worked. [...] toys most often were for show and employees felt that their purpose was PR rather than for any internal purpose, be it collaborative or social.” 06.12.2021

net traffic; it engages users to interact with advertisements and spam. According to the Spiderweb website, the company commits fraud but cannot be easily linked to it.²² It calls internet safety-aware users „worthless”. The former CEO wanted to create a workplace from which an employee would not want to leave even on a Sunday. Recruitment for internships is advertised with videos of people working in the sauna, relaxing during a massage or playing billiards.²³ People should happily and wholeheartedly work „in paradise” all day and all night, forgetting the unethical nature of the business to which they are sacrificing their creative freedom. This is also a topic for a separate academic paper, but it is surprising to see the religious overtones of personal development books. During my meetings with managers, they frequently recommended me a series of books by Stephen Coven. He is a motivational speaker who, besides his academic degrees, holds a doctorate in religious education. Audiences repeatedly compare the businessman to Jesus Christ and his publications to the Bible. I would like to provide a better source, but unfortunately, I only have comments on social media sites, including Youtube. I am aware that some of the users may be claptrap, and I don’t have the tools to verify this.²⁴ I suspect that one reason for readers’ glorification is that in his publications, Stephen Coven does not provide footnotes or credit to the authors of the paraphrased concepts. He indirectly attributes all the intellectual value to himself. A case in point is the book

22 <https://spidersweb.pl/2017/03/robert-gryn-codewise.html>, 03.04.2022

23 <https://www.youtube.com/watch?v=zCrYkc-qYKU>, 07.07.2022

24 <https://www.youtube.com/watch?v=xaTmv67WpRM> 10.08.2022

by the businessman mentioned above and the chapter „To have and to be”, superficially summarising Erich Fromm’s book „To have or to be”.²⁵ It is possible that the author mentioned his inspiration during the interviews or in another part of the book. Still, neither the philosopher’s name nor any footnote appears in the chapter.

Companies are therefore promoting activities to employees that appear unrelated to work. More open-minded managers encourage people to follow their curiosity; they need conscious, happy employees to achieve specific business goals.²⁶ How far can the boundary between work and non-work activities be pushed so that it is still „work”? Is it possible to do nothing as part of one’s search for happiness? Can it be both a protest and a desirable activity? Company-controlled unproductive activities may appear to be self-sabotage, but the goal is the corporation’s good. Action leading to real change must arise from the initiative of workers. Clément Carat’s film *Fusi Time* as a protest against an oppressive system is a case in point. The term „fusi” originated during the communist era in Hungary and meant activities unrelated to work but performed during work time. The employer’s equipment and materials were used for this purpose, but the primary purpose was to „waste” time and workforce. Contemporary workers have similar experiences resulting from the commodification of their work and also undertake sabotage. In his project, the artist documented forklift races during working hours.²⁷

²⁵ Covey S., 7 nawyków skutecznego działania, Poznań 2022, p. 87

²⁶ Gino F, Biznesowe uzasadnienie ciekawości, w: „Harvard Business Review”, 11/2018

²⁷ <http://wro2017.wrocenter.pl/works/fusitime/> 10.05.2022

The corporation in the situation-zero is my subversive transfer of a concept from the field of art into the economic space. Jerzy Ludwinski described the situation-zero as a deconstruction of the notion of art, a moment when doing „almost” nothing is still artistic work.²⁸ It heralds a micro-revolution, the superficial aim of which is to enhance the creative efficiency of the worker, to achieve „Being an artist”, while at the same time reaching the point where the worker-artist balances on the verge of total unproductivity.²⁹ Such glorified creativity, taken entirely seriously, can be a dead end for consumerism. Doing nothing in economics is seen as sabotaging the system. I refer here to the work of Finnish artist Pilvi Takala *The Trainee*, in which she took on the role of an apprentice in a large company. Initially, she performed unsuspicious tasks assigned by an instructor. She intended to make a performance during the last three days of her practice. She appeared in a new department of the company and sat at her desk „doing nothing” all day and answering all questions by saying „she was thinking”. This completely disrupted the other people’s work in the office and started an avalanche of emails and phone calls from managers to the practice leader. The outright resistance to any action or even a facade of engagement was incomprehensible; after all, every employee takes breaks or „wastes time”, but does so non-ostentatiously. Doing nothing destabilises the accepted order.³⁰

Bouquets. Romanticising the artist's work. Art-washing. The production of ideas.

Romanticising an artist's work is like planting lots of flowers, forgetting that their colourful blooms are reproductive organs and were not created for human pleasure. Pollinators see colours differently from humans. They often look for petite wildflowers whose colours may be more appealing. Plants bred for human aesthetics are not necessarily attractive to insects. Art-washing, on the other hand, is cutting flowers for bouquets. They will not fulfil their primary reproductive role in a vase but serve a decorative purpose. Their presence creates an artificial atmosphere of closeness to nature.

The work of some labourers is harder to romanticise - although there are more attempts to do so. Physical production has never been seen as intellectually or visually appealing. It used to be hidden from the eye of the consumer. The repetitive nature of physical work means the worker can achieve almost choreographed perfection. The roboticity and precision of the movements, as well as the impression of uncanny, make their work become a part of a „spectacle”. Footage of fast plasterers or candyfloss twisting masters conquers social media, has a vast audience and quickly becomes viral (videos that spread like a virus, usually due to the unique, emotional content). This form has quickly found its way into the business through viral marketing (the visual content usually created by those in the creative industry).³¹ Understanding the social situation and creativity in times of visual stimulus overload is parti-

31 Brzezińska-Waleszczyk M., *Viral marketing i specyfika reklamy wirusowej jako formy komunikacji w social media*, Kultura – Media – Teologia, 2016 nr 27, p. 42-57

cularly desirable. The production of large-scale advertising is a rising cost, and audiences are becoming increasingly distrustful of the old form of promotion. Artists can work with a small budget and get good results. Businesses recognised the value of creative work. Initially, advertising and innovative marketing attracted it, resulting in increased sales. Later, the inspiring „power” of activity from the hobby sphere on employee productivity was noticed, and artists and craftspeople were invited to run special corporate workshops. Artistic activities are used to create positive PR, e.g. at art fairs or social activities.

I notice a tendency towards the „self-corporatisation” of the art world and the „self-selling” of ideas. Artists seem conscious individuals resisting the methods that rule the consumerist world. However, idealistic social tendencies and often a lack of economic education make them easily fall into capitalist traps. The troubles of the public sector, the low income of artists, the art market based on private property, investment and the compulsion of self-promotion make us artists suffer from problems similar to those faced by other workers. A mandatory social media presence is demanded of young artists, and specific newspeak artificially elitises exhibition spaces. Maintaining motivation and continuous production, striving for visibility, and the narrow circle of people who make a living from art, result in very high stress levels in the art community. The lack of borders between leisure and work was elevated to a pedestal by the artists of the last century. Artistic work becoming life - in these times of over-consumption - should no longer be a positive value. We are implementing changes several years behind the corporations, where the well-being and productivity of employees are what the management

teams are thinking about. Maybe sometimes we are like employees of corporation 1.0, in a world of corporation 3.0?

Art-washing is a term derived from greenwashing, a practice in which a product or service is baselessly advertised as being good for the environment. This practice is used by companies that have noticed an apparent turn towards environmentalism by consumers and intentionally exploit their insufficient knowledge.³² An example is the addition of a statement on the packaging about the absence of a toxic or environmentally hazardous ingredient, which has been legally withdrawn much earlier, and the product cannot contain it anyway. Another example is repainting a logo green, while the company does not change its philosophy to a greener one. On the other hand, art-washing is an artistic activity that has a positive impact on the image of the brand, which thus covers up unethical and harmful behaviour.

Artists are professionals whose activities, regardless of country, are an accelerating factor in gentrification. Revitalised by the arts - formerly degenerated urban fabric - they become attractive to investors and potential residents. Examples are numerous and present not only in large centres but also in „festival” villages. For instance, a surge in real estate prices is being observed in Sokołowsko, which hosts three major art events, drawing participants from all over Poland. In the UK, a group of Young British Artists created unofficial cultural venues in abandoned post-industrial halls. Their activities became visible and attracted large audiences: for concerts, exhibitions and workshops.

32 <http://ulicaekologiczna.pl/ekologiczne-pranie-mozgu-czyli-greenwashing-w-reklamach-cz-1/>, 13.08.2022

The government saw this as an opportunity to revitalise venues that no one else had an interest in and began to provide financial support. It was not long before the private sector joined in and saw investment opportunities.³³

My search for information about art branding and art-washing led me to attend the (UN)COMMON GROUND conference, which deals with common territories of business and art. In Poland, this topic is only addressed by the largest, richest and usually luxury brands, which are branches of Western parent companies. These include Deutsche Bank, Allegro, Mercedes, Porsche, and Polish ERGO Hestia. The creatives are involved in selling their ideas through art washing and do not always have the opportunity to choose their client consciously. They are happy to take on lucrative - compared to art salaries - collaborations with brands that allow them to create in line with their values, which, incidentally, fit with the company's image. These values become a form of painting a paid halo of social responsibility.³⁴ I am not in a position to judge the choices of other artists - I would certainly accept an offer to work with a large commercial brand if the exhibition possibilities and reaching a broad audience outside the artistic circle were behind it. Companies refine their image with the hands of artists. They are becoming more pronounced already in Poland and among the youngest generation of creators. A vivid example is a series of clothes for the Porsche Scopes festival staff, sewn by people from the discontinued collective Dom Mody Limanka.³⁵ The uniforms, which were pro-

33 <https://www.dialog-pismo.pl/w-numerach/artwashing-zwiazki-sztuki-i-gentryfikacji> dostęp 09.05.2022

34 Gałązkiewicz I., Art Branding, Lublin 2016, str. 39

35 <https://www.tomaszarmada.com/collections-1/9.-porsche->

duced from leftover materials and used billboards, were ecologically understood and positively received by the festival audience. Is this the cynicism of a luxury car brand? These vehicles have high combustion and huge maintenance costs, driven by the idea of „buy new” rather than „repair”.³⁶

” The frantic drive of corporations to move from the product industry to the idea industry explained several trends at once. Companies were constantly on the lookout for new expressive ideas and uncontaminated spaces into which to project them, as meaning-making became a new act of production for them.”³⁷

Curators dealing with business and private galleries work in a world separate (though supposedly connected) from public institutions. Their perception of environmental issues is also different. While reading the book *Art Branding*, I came across many examples where the inconsistency of ideas is apparent, although the author wrote about them in an unambiguously positive light. Luxury corporations - including car corporations - reign supreme in art-washing and greenwashing. Volkswagen AG founded the Audi Urban Future Initiatives platform, which brings together the business, designers, artists and activists. The company sponsors a biennial design award, social activities and appears at art fairs.³⁸ The corporation’s aim is

-scopes-2021 dostęp 13.08.2022

36 <https://www.autocentrum.pl/publikacje/testy-aut-uzywanych/czy-warto-kupic-uzywane-porsche-cayenne-od-2002-do-2010/> dostęp 13.08.2022

37 Klein N., *No Logo*, Warszawa 2016, p. 10

38 <https://www.audi-mediacycenter.com/en/audi-urban-future-initiative-298>, 14.08.2022

not to find ways to abandon individual transport but to make it more attractive to consumers. In a video appearing on the main page, the lector speaks in a lifted voice about a system of integrated lights transmitting data to the artificial intelligence found in the vehicles. Corporate representatives hear the voices of urban activists calling for a reduction in parking spaces and skilfully fit their guidelines into this narrative. The Smart City of Tomorrow is not based on convenient, efficient public transport but a network of individual, intercommunicating cars and the optimal use of parking spaces.³⁹ The programmes launched by corporations do not cooperate with artists or designers on equal terms. Nor do they aim to make positive changes that affect culture or climate, but to justify and cover their own unethical business practices.

Another example is the BMW brand, which appears at art fairs such as Frieze in Los Angeles and Art Basel. The company’s interest in artists and their positive impact on its image began with the first car designed by Alexander Calder in 1975. One of the race drivers, Hervé Poulain, contacted the artist and asked him to paint his machine’s exterior. He did not win the next race but was remembered for the originality of his car. BMW representatives noticed the marketing potential in art. They have since invited nineteen artists to create designs. As described on the project’s website, they offer infinite creative possibilities, no restrictions and no specifications. However, only two of the designs on the list „go beyond the shape of the

39 <https://www.audi-mediacycenter.com/en/audi-mediacytv/video/the-smart-city-of-tomorrow-audi-urban-future-initiative-2984>, 14.08.2022

car - the others are simply aesthetic paintings.⁴⁰ Jeff Koons has regularly, and for many years, collaborated with the company to create unique (=exclusive, expensive) car models with original graphics.⁴¹ Artists for whom the „car body becomes a canvas” have a limited field of expression, and their work becomes a tool for making consumer items more attractive.

A greenhouse. The happiness industry. Decoration of exploitation.

A greenhouse is a perfect place with an ideal environment. There are no conditions like that elsewhere. It has an excellent, controlled combination of the right light, humidity, temperature, nutrients, lack of competition and parasites. There are no better conditions for growth and efficient production. The working environment is perfect 24 hours a day; there is no nighttime, and the light is always on. There is also no winter, no wind, no storms and no hail either. The only thing to do is to keep growing and producing well or better and better. You cannot stop growing. Why would there be any thought of stopping? Greenhouse conditions are provided for industrial or decorative reasons. Someone may want your fruit, but you might as well grow for someone else’s visual pleasure.

Many economists have pursued scientific methods to make workers more efficient. One of the first was Taylorism, which took its name from Frederick W. Taylor. He introduced a management system that allowed productivity to be „quantifiable” - chronometric. A worker’s operations were measured using a second-meter and then optimised to take less time and be more precise. Salaries were correlated with productivity.⁴² Today, such a system still prevails in Amazon’s warehouses. Its opposite is the modern „happiness management” method. I am not describing the philosophical idea of happiness here, but only the physiological and economic theories used to increase company profits. Initially, employee well-being was not linked to productivity. The sensations of pleasure ac-

42 <https://mfiles.pl/pl/index.php/Tayloryzm> Encyklopedia Zarządzania, 07.09.2022

companying buying and consumption were researched. The first advertising specialists measured blood pressure or eye movements. The discovery of dopamine - a substance of happiness - made it possible to understand the „reward” state the brain enters after making a good (as perceived by the customer) consumer choice.⁴³ Goods do not get produced on their own. Spurred on, with the help of well-tailored advertising, consumption was correlated with exaggerated productivity standards and inhumane, machine-like working conditions. The inflated expectations drove workers into a sense of meaninglessness and resignation and led to a decline in productivity. Marginal utility at work is an economic term used to describe an increase in unpleasantness, influenced by the amount of time worked, wages, and other factors, including a sense of fulfilment. It can be reduced by cutting the number of hours worked, increasing the salary or introducing music, leisure activities, games and team-building activities into the workspace.⁴⁴ The concept of happiness management is based on this: a happier employee means more productive labour. An illustrative example: the CEO of the fashion company Zappos, Tony Hsieh, dismissed about 10% of the people in the company who were least focused on a good atmosphere and building collective happiness. The remaining 90% - one can only guess whether cynical or perhaps fully committed - adopted „positive” management methods.⁴⁵ Happiness helps to maximise profits. It is a unique source of optimisation: no-

⁴³ Davies W., *The happiness industry*, London 2015, p. 66

⁴⁴ Milewski R. Kwiatkowski E., *Podstawy ekonomii*, Warszawa 2006 183 str

⁴⁵ Smedley T., Can happiness be a good business strategy, <https://www.theguardian.com/sustainable-business/happy-workforce-business-strategy-wellbeing>, 07.09.2022

body is likely to raise the issue of exploitation if efficiency is self-imposed. Employee motivation needs to be directed and skillfully fuelled by offering various benefits. The start-up manager also devoted himself to writing a book on happiness as a business strategy. He was so „keen” to communicate his beliefs to consumers that he wrote it - as he states in interviews - without breaks for regenerative sleep. The way he lived and worked went against the ideals he preached.⁴⁶ That has not demoted him from his position as a happiness guru.

This is why companies are eager to invest in coaching. I had a conversation with a Canadian-based entrepreneur who offers corporations training in interactive business games. This pilot project is only part of his regular, conventional coaching service. He presented it as a completely new form in Polish business: he based his activities on the Kolb Cycle or the Experiential Learning Model.⁴⁷ His games are not just about integration - the purpose of play is to teach responsibility, teamwork and maximise individual productivity. He based the game’s storyline on the historical figure of Commander Red Cloud, who was extraordinarily successful in leading a years-long war against the US army and influenced the shaping of laws concerning the American native population.⁴⁸ By bypassing internal conflicts between tribes, he mobilised his troops for guerrilla warfare and regained rights to the lands inhabited by his ancestors. Participants played the role of the divisions commanded by the chief: in a simplified way, they experienced historical problems, defeats, and victories

⁴⁶ <https://www.wsj.com/articles/the-rise-and-fall-of-the-management-visionary-behind-zappos-11647061226> , 07.09.2022

⁴⁷ <https://humanly.pl/cykl-kolba/> 09.08.2022

⁴⁸ <https://training-excellence.pl/oferta/interaktywne-gry-biznesowe/> 05.08.2022

together. The second part of the meeting consisted of analysing incidents, interpreting them and matching them to the realities of a particular company. They identified competitors and obstacles and found inspirations for future development. The trainer intended to „fully change people” through experience.⁴⁹

An interesting case where coaching went beyond the enterprise was the unemployment scheme introduced in the UK. For many years there was a company called A4e (Action for Unemployment), which had a government contract to reintegrate the unemployed into the labour market. It recruited coaches who provided motivational training. These were intended to restore participants’ confidence in success and facilitate a successful return to work. The courses were attended by workers who were, for example, victims of redundancies, company bankruptcies or people with disabilities (for whom participation in the classes was a condition for receiving benefits - even though they could not work). According to a testimony from a participant, individual limitations - including age in professions where young workers were preferred - were not taken into account. Participants were told they would find a job if they believed in it. During the training, the tutors did not recognise that the problem was a genuine lack of jobs.⁵⁰ After a series of fraud allegations, the company was rebranded as PeoplePlus. It still provides similar services.

The artistic part

The artistic part consists of products that soothe and encourage, or even force, sleep or the unconscious waste of time. Each title is written in the form of a dictionary term of productivity newspeak. Their definitions are designed to be plotted on walls, referencing the slogans in large companies. The products I manufacture affect the recipient’s body on various levels: chemical, mechanical and psychological. These include gloves and a chaise longue for the hands, sedative sweets, car windshield wipers that beat out a meditative rhythm or pyjamas with a motivational slogan and role-play games. Before the pandemic started, I took a special tour of one of Amazon’s warehouses. It was mainly targeted at management students and young managers. I openly admitted that I was an artist (which caused a sensation). The visit lasted roughly two hours, during which we made stops at crucial stages of the production. The guide explained how they calculate the time needed to reach the workstation after a break. He also mentioned the impact music had on the well-being and efficiency of employees. The huge slogan „work hard. have fun. make history.” occupied an entire warehouse wall and was several metres long.⁵¹ These words, addressed to employees, are striking from the very moment of recruitment and upon entering the building. I was not familiar with it before; I only associated Amazon’s motto for consumers, i.e. „From A to Z”, reflected in the company logo. I was curious not only about the slogans but also the corporate jargon, designed not to communicate but to show position in the hierarchy. I also noticed vocabulary

⁵¹ <https://www.istrategyconference.com/from-a-to-z-deconstructing-amazons-slogan/>, 05.05.2022

phenomena used by the narrow circle of people in the social group closest to me: artists. At the very beginning of my artistic path, I used to take people from outside the art world to exhibitions. It was an inspiring experience for me: I could translate visual language into a language understood by an audience with no artistic training. I met people for whom uncommunicative descriptions of artworks were a barrier keeping them away from galleries and museums.

At the very beginning of my studies, I attended a writing workshop for young artists. I still remember a hilarious lecture by visiting professor Richard Noyce, who showed us a list of trendy words, such as liminality or palimpsest, often present in art texts. I began to pay attention to these phrases, and, during a one-day trip through the galleries of Wrocław, I counted six works about „palimpsests of thought”. Seven years later, at the Venice Biennale, I counted seventeen words derived from „liminality”, with an additional five more at articles describing the event. We would surely find more if we hired an army of people to read carefully all the texts relating to the exhibition. I believe that the authors really meant to create works about overlapping boundaries and that the word, understood by the whole community, allowed them to write a more concise and sensible-sounding text.

However, this was to the disadvantage of the „artistically untrained” viewer, for whom this might have been the first and last visit to a gallery. Surrounded by incomprehensible content, he felt overwhelmed, and his defensive reaction might have been a defensive statement - „I don”t understand contemporary art”. After a few years of being in the community, I think the situation has improved. However,

I don”t know if I stopped noticing the problem because I started to be an unconscious, automatic part of it myself, or if there really has been a change. This was also one of my motivations at the beginning of my PhD: I wanted to create outside galleries, in workplaces, to be with the viewer during „art-making”. I didn”t want to add more over-intellectualised, obscure meanings that seduce snobbish viewers. I wanted art that wouldn”t be locked away in a gallery.

An interesting, caricaturing example is the generator of an artistic statement. The artistic statement is used to communicate the story that stands behind the artist and to individualise their work. It can be a few sentences or words describing the personal motivations that drive one to make art. I suspect that the fear of being ridiculed and exposed to complex, often philosophical descriptions at exhibitions prompts artists to „arm” their texts with inaccessible words. The existence of generators may derive from a misunderstanding of the purpose of the artist”s statement. Here, the unavailability circle closes: the artist encrypts the communication and the viewer, deprived of the decoder, gives up trying to make contact. I managed to find four such tools by different developers (the number grew as I searched):

- www.artybollocks.com
- www.500letters.org/form_15.php
- www.10gallon.com/statement2000/
- www.survivingart.com/home/grow/artist-statement-generator/

While searching for links to my examples, I came across a short article suggesting the educational value of an artist statement generator.⁵² I have often heard discussions in which people asked what professions might be automated in the future. Machines would inevitably replace that workforce. I thought artists (not visual content producers) could probably feel safe. How can one possibly understand the praise of automation of the most crucial text about one's art?

52 <https://artdeadline.com/articles/artist-statement-generator/>
24.08.2022

Dictionary of works:

Balming (pl. melisować)

1. «to force oneself to rest when the organism can no longer rest naturally»
2. «a state of mind after the consumption of lemon balm»
3. «to make a conscious choice to take a break from work»

200 candies in wrappers with graphics, 2 feeders
2021

The work consists of 200 candies with lemon balm extract. They are wrapped in print that resembles a page from a dictionary and first aid materials. It is a help for the organism of the working person, stressed by underperformance and unable to rest without the use of pharmacology. Modern work can lead to mental exhaustion, insomnia or anxiety.

Po-głowie (eng. Braindle (brain + bridle))

1. «activities carried out by an employee or supervisor to reduce fantasising when it is unnecessary»
2. «no time for mind-wandering»
3. «hold your (horses) mind»

animation (0:28), chaise longue (35 x 20 cm), glove
2022

Among the gestures that „successful people avoid” is the nervous tapping of fingers. The work consists of a film projected on a small screen or as an animation in lenticular print. It depicts the nervous tapping of fingers whose movements copy those of a horse tugged by the reins during a parade. I also made a golden palm chaise longue. It's the kind of furniture you can't sleep on but can't work on either. The chaise longue for the hand is

shaped so that it restricts and inhibits the nervous movements of the fingers but reinforces them acoustically with the sound of the hoof thud of the nervous horse.

Szybowanie (eng. Shielding)

- 1. «being between leisure time and working time»**
- 2. «meditatively gazing at the wipers in the car while being stuck in traffic»**
- 3. «shielding oneself from the dream»**
- 4. «mental training»**

freestanding installation from car wipers,
potentiometer to control the speed

2021

Shielding is an installation of programmed car wipers. The windshield wipers have a row of bells attached to them and jingle, pounding out a meditative, mantra-like rhythm. It is a side work from the main idea of the PhD about the spaces between work and leisure. It's the most literal and grateful regarding research and social issues. Making contact with travellers is much easier and more natural than making way for entry and action in corporate buildings. I was just after reading the book „Nie zdążyć” by Olga Gitkiewicz, treating the transportation exclusion of small towns and the destruction of public transport, railways and bus services. I was curious about employees' activities before they get to work and find themselves in a vehicle - a place unsuitable for creative activities.

The IMDB cinema service lists 58 results with the word „commuter” and 22 with „commuting”. Something is fascinating about a time that is not yet at its destination, not yet at the beginning. Not yet at work, but not yet in the space of leisure either. The Polish language has failed to

develop a one-word term for commuting. Long morning journeys in the city are too novel. What could be a word to describe this activity? The commuter has a drab, tedious, repetitive connotation - the two „m”s even prolong it in the middle. A Passenger and a traveller do not convey the repetitiveness of the daily commute to the same place. The passenger is passive but does not talk about the action. The traveller speaks of an action, but an active one.

The commute is a space of boredom for the necessary mind-wandering - the opposite of mindfulness, which means a constant overflow of awareness of place, time and activity. Did the directors of these 58 and 22 items invent the plot on the road? How would they come up with the storyline if they were focused on the thought of driving or blinking their eyelids? These films' plots are filled with familiar but not so familiar people.

At the beginning of my PhD, I boarded a workers' bus and made the 1.5-hour journey to a village near Wrocław with workers from a greenhouse and a sewage treatment plant. I planned to continue such trips for the next three years - but unfortunately, they were terminated by the pandemic.

I have never ridden as a passenger in a commuter's car. A driver is not a passenger and not necessarily a traveller; both words do not mean commuter. Millions of people do not have their own vocabulary term. Their journey is usually a lonely one. When I look at the people in the cars in the morning, there is rarely more than one person there. I once heard a funny story about a city with a smog problem, and it was made compulsory to drive with a second person - there was a fine for going

alone. People drove with puppets because a camera system handled the detection of the „offence“. They did not yet distinguish between real faces. I could not find the source of this story.

I was looking for a word for people who spend several hours daily in different kinds of transport.⁵³ Millions, or perhaps billions of people? Initially, the artwork was not to be a windscreen wiper but a litter. It is also a means of transport, and what one does inside is characterised by the same thing one does when driving to work. Boredom. It is not a stretcher; it is not designed to carry unconscious or injured people. It is closer to a car. However, the litter seemed too culturally foreign to me, known from books and films, but very distant and intangible. I wanted to maintain a hint of this „strangeness“ and introduce an element of „thought stealing“ to it - in this case, bells relating to Eastern traditions.

In „Shielding“ I find a „mantra“ and rhythmicity, as well as a blank space that I fill with sound. I refer to commuting at busy hours. The bells quieten as soon as the car stops or the weather conditions improve. I recall directly dancing with Ghungroo - Indian ankle bracelets. In some communities, women wear them during performances but also daily. When the woman leaves the house and the sound falls silent, the partner is supposed to experience longing. It is about witnessing wasted time and then wanting to return to a situation where there are no tasks and the mind can wander. The English version of the new term al-

53 <https://hbr.org/2021/05/that-dreaded-commute-is-actually-good-for-your-health>

ludes to the word „windshield“, the front glass of a car that protects against the wind and on which the windscreen wipers are mounted. It also refers to the intention of the installation, which is to protect and give meaning to moments when nothing productive can be done. The opposite of mind-wandering, mindfulness, a situation when the brain processes information all the time, is so valuable to the capitalist market that only its positive aspects are discussed. In contrast, its adverse effects on mental health were described in Buddhist texts hundreds of years ago.⁵⁴

Chciałbyć (eng. wish+if=wisfying)

J'aurais voulu être un artiste / I wish I were an artist

1. «a state in which one wishes to be but believes it is too risky»

2. «resentment towards present job»

3. «thoughts formulated by people who have always wanted to be an artist»

two-piece pajamas (size M) with embroideries
performance

2022

I tailored a complete pyjama from a soft, luxurious fabric - cotton satin. The cloth is in the form of a jacket, and its nocturnal purpose is revealed by the material of housecoats and dressing gowns. On the chest, I have embroidered a fragment of a song from the musical *Starmania*, „J'aurais voulu être un artiste“. It literary in French means „I wish I were an artist“. The text is a motivational quotation sung by a businessman who has everything: an office among the clouds, money, a secretary and influence on politics, but is

54 <https://www.verywellhealth.com/mindfulness-can-be-harmful-researchers-say-5186740>

not an artist. The plot is built around a musical programme with a massive audience, where the best singers and controversial celebrities are invited. The musical's protagonists are a group of anarchist rockers and a power-hungry capitalist. They find it a way to gain publicity and communicate their ideas to the world. I embroidered the words in a reflection so that they could be read in the mirror before bed while brushing one's teeth. It is the invasion of productivity, the consumption of dreams, into dream space.

Embroidery is inseparably associated with creativity, manual skillfulness, dedication and imagination. It is a decorative, unwearable technique; you cannot dress in embroidery. Women usually did it while waiting for spring: they embroidered what they longed for and wanted to „evoke”.⁵⁵ They were mainly floral patterns, showing the paradise of summer - the ornaments were vibrant, almost heavy with lushness. Embroidery is one of the earliest hobbies in history. The entry barrier is minimal, the materials cheap, and it provides an almost meditative occupation for a long time. It is easily accessible because of the wide range of courses available - craft workshops are offered to develop employees' creativity. Many online classes are run by people who have „given up years of office work” to learn embroidery. Machine embroidery is visually close to drawing but expanded to include tactility. It ceases to be a two-dimensional drawing and becomes an object with the texture of the thread, weight, or the fabric's lightness, adding a haptic dimension to the visual work.

⁵⁵ <https://m.atostogoskaime.lt/en/craft-list/the-craft-of-embroidery/>

Nabujać (lielying = to lie + lying)

- 1. «rocking to sleep when nothing more than sleep remains»**
- 2. «activity that appears to be useful»**
- 3. «care for show»**
- 4. «tall tales»**
- 5. «a mind floating on a cloud (head in the clouds, floating on a cloud)»**

video-performance (4:25)

2021

This is the post-production of a video performance that takes the form of a screensaver. I am rocking the plants to classical music - The Garland Waltz from Peter Tchaikovsky's ballet *Sleeping Beauty*. The piece is mainly known for the Disney animated film of the same name as the play and the song sung by the heroine, Princess Aurora, *Once Upon a Dream*. I made this performance in spite of dozens of (graceful and viral) studies testing the effects of different genres of music on the vital functions and growth of plants.⁵⁶ They can sense sounds, although they may not necessarily need classical music played from loudspeakers. Biologist Monica Gagliano conducted experiments on plant roots and the sound of water. She planted the seeds in a container that branched towards the base. She either watered them, placed them in a closed container with real water bubbling, or switched on a loudspeaker to the sound of the recorded stream. The roots in eight out of ten cases grew towards the moisture or the sound of real

⁵⁶ Anindita Roy Chowdhury and Anshu Gupta (2015). Effect of Music on Plants – An Overview, *International Journal of Integrative Sciences, Innovation and Technology (IJIIT)*, 4(6), 30 – 34.

water. Most plants, however, avoided the loudspeaker and the electrical equipment next to it.⁵⁷

I make no secret that I am proceeding from an anthropocentric position, although visually, it may look like a concern for another species. I do what, for me, would be something - I don't do anything positive for plants that don't like to be touched. It means danger for them. Carrying is an unnatural state. I handle them gently, though the plants will likely know their position. Some, e.g. benjamins, are sensitive to any change in light exposure and shed their leaves when you rotate the pot.

Charakteryzować (eng. Typify)

1. «unwelcome relic»

2. «express emotions through the typeface»

3. «characterisation»

typeface (bitmap), otf format

2022

I prepared a typeface based on the handwriting of Karl Marx. I used photographs provided by the Deutsches Historisches Museum and auctioned manuscripts.⁵⁸ The surprising object of the commodification of thought has reached a value of more than half a million dollars.⁵⁹ The

57 Gagliano, Monica & Grimonprez, Mavra & Depczynski, Martial & Renton, Michael. (2017). Tuned in: plant roots use sound to locate water. *Oecologia*. 184. 151-160. 10.1007/s00442-017-3862-z.

58 Nie mam praw do udostępniania zdjęć, mam do nich dostęp wyłącznie w ramach prywatnego researchu.

59 <https://timesofindia.indiatimes.com/world/china/a-page-from-karl-marxs-manuscript-sold-for-523000/article-show/64289030.cms>

communist relic turned into a commodity on the capitalist market. I used a dozen different documents in search of the most evident letters. Karl Marx's handwriting was almost illegible, scribbled over, often accompanied by careless drawings that could indicate the author's wandering thoughts. I kept the characteristics of the letters and changed their purpose to become a book face. I corrected the proportions and size of the upper and lower extensions, aligned the characters on a baseline and standardised the x-height - that is, the height of the shape without „tails” and „dashes”. I could not find all the letters in the tangle of the philosopher's handwriting, but this does not negatively affect the final result. One of the most important principles of working on a new font, which determines the consistency of the shapes, is to build the entire alphabet based on a few glyphs and their identifying elements. The legibility of - in this case, the script typeface - is determined by the visual integrity of the text and how the letters combine to form words and sentences. It was also a design challenge to transform how the contrast of the letter was built up - Karl Marx wrote with a pointed nib, and the thickness of the shapes was changed by pressing the pen harder or lighter. Letters written this way have a so-called contrast through expansion.⁶⁰ This manner of writing reveals the writer's emotions, the sweep and heaviness of the strokes or their lightness and delicacy. I initially drew the letters, prepared the final refinement of the shapes on the computer, and then embroidered them on the sewing machine and digitized them. The zigzag stitch I used visually corresponds to a different type of nib - a broad one. The

60 Scaglione J., *Jak projektować kroje pisma. Od szkicu do ekranu*, Kraków 2013, str. 30

contrast achieved in this case is the contrast by transfer; the thickness of lines depends on the angle of the drawing. In both cases, handwriting and embroidery, the line is continuous - it forms a „return structure”.⁶¹

Legumina (eng. Bliss Point)

1. «comfortable environment for consumption»

2. «blissful enjoyment»

3. «appreciation of the other senses»

role-play online game, www.legumina70.wixsite.com/secondlife
2020

It is the first text-based role-play game I developed during my PhD. Town gate towers, hygiene products and little or no interaction between neighbours are some of the many remnants of epidemics. Automatic doors appeared in science-fiction books in the XIX century (H.G. Wells, „The Sleeper Awakens”). In the following decades, sterility and lack of physical contact were like a dream come true - society let go of generations of epidemic experiences. An increasingly strong sense of protection prompted a return to physicality and touch.

During the pandemic, the average conversation time on dating sites increased. Can conversation become a substitute for physicality? Perhaps, on the contrary, it becomes psychological touch. During isolation, there is a comeback of forms of online communication - text and video chats. A frequent form is a role-play through forums, where participants act out scenes involving the other senses - not just sight and hearing.⁶² The Legumina Second Life game be-

⁶¹ Noordzij G., *Kreska, Teoria Pisma*, Kraków 2014

⁶² Text available at the website of the game:
<https://legumina70.wixsite.com/secondlife>

gins with an introduction to the storyline, stylistics, and an explanation of the term blisspoint. The texts were inspired by descriptions of sensory impressions printed on wine labels and boxes of chocolates. Users are first introduced to the rules, which are unusual for the game form: an open-ended ending, no hierarchy, no goal and total anonymity. Then they can create their character card, join one of the „rooms” and interact with other players. The activity took place in the form of a vernissage and lasted about three hours.

Good Human (pl. Dobry Człowiek)

1. «a good boi (worker) who meets expectations»

2. «a good human who steals (gets inspired) the intellectual goods of other species»

3. «the commodification of ideas»

website with graphic and plant elements

2022

Economics borrows concepts from everything that exists. It is full of metaphors. The new systems of management are bursting with biological ideas that are given new meanings. It is as if money is a factor in shaping the environment in which the animal - human - operates.

Accumulation deflation flow (of money)

anti-stimulus (something that discourages action)

analysis absorption (tourism)

ecosystem

flourishing life cycle (of a product)

bulls and bears (opposing approaches on the stock market)

(brain) storm blue oceans (where there is no one)

How does a good human steal? One calls their theft biomimicry, or the inspiration of nature.⁶³ A good person leaves the big city for the forest bathing, travels to the Amazon jungle to „immerse” oneself in contact with nature, listens to what animals can teach, copies burdock hooks and turns them into Velcro, or wonders how to use the concept of soil processes to create a new economy. A good person considers intellectual theft from other species to be creativity. Is it ethical to learn about the communication of the forest to translate this into better, more efficient business operations and higher profits? I decided to take advantage of the social turn towards nature and make a game, a naive product, full of nature and soil-forming processes - everything associated with naturalness, lushness (richness) and paradise, in a word.

I have been looking for trends emerging among those employed in corporations. I have been focusing on motivational coaching, the growing need for hobbies - most often related to arts and crafts, the picking rituals and behaviours from other cultures that enhance productivity, and interest in biophilia - the need to be among the greenery. Plants represent a particular value to humans: they are food, their tissues are processed into fabrics, they provide cooling, shade and a sense of relaxation, they produce oxygen, and their greenness soothes eyes tired from a computer screen. Plants are quiet workers in offices, reception areas, schools, universities and flats. The exchange of cuttings leads to community building and the soft colonisation of workplaces. If a group of scientists did a DNA check on *Chlorophytums* in

63 Janine M. Benyus, *Biomimicry: Innovation Inspired by Nature*, Glasgow 2002

Wrocław's offices, it could turn out to be one big scattered plant. They are also a status symbol - modern conference rooms, offices or restaurants are decorated with long-lived *strelitzias*, unusual varieties of *monstera*s and *alocasias*.

In the demonstrative room of the Wrocław branch of Google, where I went as part of my artistic research, huge pots with tall *zamioculcas* caught my eye. I also remember a conversation with a gardener who, back in the 1990s, was responsible for plants in a lawyer's office building. He described colossal palm trees and a multitude of exotic, unusual plants, and the story sounded like the legends of the Hanging Gardens of Babylon. After the toughest period of the pandemic and when staff returned to their offices or universities, an extreme amount of forgotten plants were discarded. During the pandemic's „Garden Left Behind” activity, I carried out dead employee plants from the offices, which were replaced with fresh ones instead of being saved. Their „service” had come to an end. I recall affectionate films of dog rescue operations during disasters. They are organisms towards which we have developed a responsibility. I wondered what plant heaven would look like and how different it would be from a human paradise where plants are only a resource (for both food and aesthetics).

Even the most profound empathy does not help us fully understand a member of the same species, so how can we empathise with an organism from another kingdom? We can elevate ourselves to a higher level of consciousness and copy the self-sufficiency and flexibility of plants, but don't they serve us in this way once again, providing both physical and intellectual goods? In creating the concept of plant heaven, I

noticed how different the images of it could be: tropical, soothing, green, clean, humid and hot, full of riches and fruits, or instead based on chemical compounds, hormones, mycelium, light, high concentrations of nitrogen and carbon dioxide, self-sufficiency and almost utopian cooperation? Don't these resemble economic models? I have been thinking about the production of new utopian economic forms designed along the lines of gardens where one can take a break from consumption or other typical social behaviour.

There are very few places that have never been affected by any form of colonisation. Today it is being replaced by commodification. The human coloniser turns to the idea, the fantasy and the things yet inaccessible. Alexandra Daisy Ginsberg created the video installation *The wilding of Mars*, which tells the story of plants' slow takeover of Mars. The artist used a word in the title, which has no direct translation in Polish but describes the process of handing over power to nature. The non-animal kingdom is working systematically to adapt the hostile conditions of the new planet to the life of successive species. The pioneers, often collaborating with the fungi, prepare the ground for the next. They do not exploit resources in their work but slowly overbuild new, more nutritious layers that will revitalise the planet. They develop the ecosystem without exceeding environmental possibilities: water content, nutrients or temperature.⁶⁴

I am thinking about ways to fix the economy. I was seeking an activity that appeared inspiring and creative, superficially and acceptably positive. In truth, I aimed to waste the audience's time and disguisedly make them think

⁶⁴ <https://www.daisyginsberg.com/work/the-wilding-of-mars>

about capitalism. I am developing an interactive website with role-play elements. Participants-workers will be able to take on the role of soil-forming agents - sun, plants or water and be inspired by the impact they have on other players. „Ekonobiom” is not a perfect representation of the whole economy. It has the potential to be didactic and restorative, though not instructive. It is a garden where one can rest and take a break from consumption.

The visuals consist of 3D scans of plants and animated, glittery graphic elements. They are a reference to gifs and online greeting cards, often depicting lush nature, waterfalls and imagery of paradise.

Conclusion

It is natural to get seduced by the visuality of the garden. Just before I submitted the thesis to print, I included previously unused texture files of scanned plants in the documentation. They were a byproduct of preparing 3D models for The Good Human website. After running the „build textures” command, I waited in excitation for the rendering outcome. They were just a surface layer with no conceptual value, but seeing the scattered pieces of petals, leaves or stems gave me great pleasure. Their „decorative” parts no longer played a decorative role. They were an element in between. For one graphic, I needed between 30 and 120 detailed photos. When making them, artistic training or photography skills were unnecessary. The state of „being an artist” was vanishing. The images originated from an existing plant, but my contribution to their processing was minor. I also didn't need to pluck the stems because, for technological reasons, it's easier to work with models generated on a natural background.

Abstract, eye-pleasing, computer-generated images and unthought-of technical elements are the opposite of the outcomes of my creative process. I spent a long time thinking about how to create a garden where one can take a break from consumption. I built platforms for non-hierarchical and unregulated contact. Static and random images have no rules. Nor are they the purpose of artisanal mastery or the pleasure of creation. Nor do they reinforce the romantic image of the artist. They teach nothing and have no potential to enhance any consumption activity. Their conceptual reception is purely individual and personal. Perhaps what I was looking for was born by chance in the process.

Bibliografia:

Literatura dotycząca odpowiedzialności twórczej w pracy:

- Davies W., Happiness Industry, London 2016
- Deklaracja Filadelfijska, 1944
- Dowgiałło Z. (red.) Nowy Słownik Ekonomiczny przedsiębiorcy, wyd, VIII rozszerzone, Szczecin 2004
- Gałązkiewicz I., Art Branding, Lublin 2016,
- Gill E., Esej o typografii, Kraków 2016
- Gino F., Biznesowe uzasadnienie ciekawości, w: “Harvard Business Review”, 11/2018
- Graeber D., Praca bez sensu. Teoria, Warszawa 2019
- James Bloodworth, Zatyrań. Reportaż o najgorzej płatnych pracach, Warszawa 2021
- Gałązkiewicz I., Art Branding, Lublin 2016
- Harris J.A., Przedsiębiorcy i wizjonerzy, Warszawa 2013
- Lazar M., Biały dzień całą noc, Kraków 2019
- Maier C., Witaj Lenistwo, Warszawa 2004
- Milewski R. Kwiatkowski E., Podstawy ekonomii, Warszawa 2006
- Noordzij G., Kreska, Teoria Pisma, Kraków 2014
- Norman N. D. A., Wzornictwo i emocje, Warszawa 2015
- Polanyi K., From the Great Transformation to the Great Financialization, London 2013
- Polanyi K., Wielka Transformacja, Polityczne i ekonomiczne źródła naszych czasów, Warszawa 2010
- Scaglione J., Jak projektować kroje pisma. Od szkicu do ekranu., Kraków 2013

Toffler A., Trzecia Fala, Warszawa 1985
 Waters D. Zarządzanie operacyjne. Towary i usługi, Warszawa 2001
 Wilde O., Dusza człowieka w socjalizmie, Kraków 2019

Literatura dotycząca posiadania, konsumpcji i gier:

Appadurai A., The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective, Cambridge 1988
 Brzezińska-Waleszczyk M., Viral marketing i specyfika reklamy wirusowej jako formy komunikacji w social media, Kultura – Media – Teologia, 2016 nr 27
 Covey S., 7 nawyków skutecznego działania, Poznań 2022
 Fromm E., Mieć czy Być, Poznań 2017
 Goodman N., Ways of Worldmaking, Cambridge 1988
 Hansen O., Ku formie otwartej, Warszawa 2005
 Harman G., Speculative Realism : An Introduction, Oxford 2018
 Ludwiński J., Epoka Błękitu, Kraków 2003
 Klein N., No Logo, Warszawa 2016, s. 10
 Kolb D. A., Experiential learning in teams, Article in Simulation & Gaming 2005
 Milewski R. Kwiatkowski E., Podstawy ekonomii, Warszawa 200
 Narusyte A., The Aesthetics of Boredom, Vilnius 2010
 Livne R., Values at the End of Life: The Logic of Palliative Care, Harvard 2019
 Steyerl H., Hito Steyerl: This is the Future, New York

Literatura dotycząca odczuwania, języka i organizacji roślin i mezofauny:

Janine M. Benyus, Biomimicry: Innovation Inspired by Nature, Glasgow 2002
 Chang A. Y., Playing Nature: Ecology in Video Games, Minnesota 2019
 Chowdhury A. and Gupta A. (2015). Effect of Music on Plants – An Overview, International Journal of Integrative Sciences, Innovation and Technology (IJIT), 4(6), 30 – 34.
 Gagliano M., The Language of Plants : Science, Philosophy, Literature, Minnesota 2017
 Gagliano M., Thus Spoke the Plant: A Remarkable Journey of Groundbreaking Scientific Discoveries and Personal Encounters with Plants, Berkeley 2018
 Gagliano, Monica & Grimonprez, Mavra & Depczynski, Martial & Renton, Michael. (2017). Tuned in: plant roots use sound to locate water. Oecologia. 184. 151-160. 10.1007/s00442-017-3862-z.
 Ryan J. C., The Green Thread: Dialogues with the Vegetal World, USA 2019
 Solomon E., Berg L., Martin D., Biologia, Warszawa 2011
 Talhelm, T. (2022). The Rice Theory of Culture. Online Readings in Psychology and Culture, 4(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1172>
 Uziak S., Klimowicz Z., Elementy geografii gleb i gleboznawstwa, Lublin 2002

Źródła internetowe:

- www.elexicon.scripores.pl/pl/lemma/FRUC-TUS#haslo_pelny
- www.magazyn.salamandra.org.pl/m19ao6.html
- www.naukowiec.org/wiedza/matematyka/pojecie-pierwotne_57o.html
- www.mop.pl/html/miedzynarodowe_standardy/konstytucja_mop.html
- www.gallup.com/workplace/352949/employee-engagement-holds-steady-first-half-2021.aspx
- www.resourceondemand.com/tech-cultures-playground/
- www.dezeen.com/2016/03/22/google-office-design-negative-effect-interiors-jeremy-myerson/
- www.spidersweb.pl/2017/03/robert-gryn-codewise.html,
- www.youtube.com/watch?v=zCrYkc-qYKU
- www.youtube.com/watch?v=xaTmv67WpRM
- www.wro2017.wrocenter.pl/works/fusitime/
- www.pilvitakala.com/the-trainee
- www.dialog-pismo.pl/w-numerach/artwashing-zwiazki-sztuki-i-gentryfikacji
- www.tomaszarmada.com/collections-1/9.-porsche-scopes-2021
- www.audi-mediacycenter.com/en/audi-urban-future-initiative-298
- www.bmw.com/en/design/history-of-the-bmw-art-cars.html
- www.mfiles.pl/pl/index.php/Taylorizm Encyklopedia Zarządzania
- www.theguardian.com/sustainable-business/happy-workforce-business-strategy-wellbeing
- [ment-visionary-behind-zappos-11647061226](http://www.wsj.com/articles/the-rise-and-fall-of-the-manage-</div><div data-bbox=)

- www.humanly.pl/cykl-kolba/
- www.training-excellence.pl/oferta/interaktywne-gry-biznesowe/
- www.opendemocracy.net/en/opendemocracyuk/positive-thinking-for-unemployed-my-adventures-at-a4e/
- www.istrategyconference.com/from-a-to-z-deconstructing-amazons-slogan/
- www.artdeadline.com/articles/artist-statement-generator/
- www.verywellhealth.com/mindfulness-can-be-harmful-researchers-say-5186740
- www.m.atostogoskaime.lt/en/craft-list/the-craft-of-embroidery/ litewskie
- www.timesofindia.indiatimes.com/world/china/a-page-from-karl-marxs-manuscript-sold-for-523000/article-show/64289030.cms, dostęp 06.06.2022
- www.legumina70.wixsite.com/secondlife

Spis ilustracji

1. Kadr z filmu dokumentującego wyszywanie	35
2, 3. Karmniki z cukierkami	36
4. Cukierek i opakowanie ze stemplem	37
5. Propozycja prezentacji „Po-głowie”	39
6. Wybrane kadry z animacji „Po-głowie”	39
7. Obiekt szezlong na dłoń	41
8. Dokumentacja „Szybowania”	42
9. Dokumentacja „Szybowania”	47
10. Zbliżenie na haft z przodu marynarki	48
11. Piżama	51
12. Odbicie lustrzane haftu z przodu marynarki	51
13, 14. Wyszywanie haseł „Chciałbym/łabym być artystą/tką” na piżamach odwiedzających wystawę.	52-53
15. Haft na plecach marynarki	55
16. Zrzut ekranu, Once Upon a Dream „Sleeping Beauty”	57
17. Kadr, wideoperformance „Nabujać”	57
18. Kadr, wideoperformance „Nabujać”	59
19. Odręczna notatka Manifestu Karola Marksa	60
20. Kontrast pisma, ilustracje oparte na Noordzij G., Kreska, Teoria Pisma, Kraków 2014	62
21. Wyszyte litery, gotowe do digitalizacji	63
22. Zdigitalizowany font	64
23. Elementy graficzne z gry Legumina	67
24-34. Elementy graficzne z „Good Human”	73
35, 36. Tekstury zeskanowanych roślin	77

Table of illustrations

1. Frame from a film documenting embroidery	35
2, 3. Candy feeders	36
4. Candy and stamped package	37
5. Proposal of presentation „Braindle”	39
6. Selected stills from the animation „Braindle”	39
7. The hand chaise longue	41
8. Documentation of „Shielding”	42
9. Documentation of „Shielding”	47
10. Close-up of the embroidery on the front of the jacket	48
11. Pyjamas	51
12. Reflection of embroidery on the front of the jacket	51
13, 14. Embroidering „I wish I was an artist” on pajamas of exhibition guests	52-53
15. Embroidery on back of jacket	55
16. Still, Once Upon a Dream „Sleeping Beauty”	57
17. Still, videoperformance „Nabujać”	57
18. Still, videoperformance „Nabujać”	59
19. The first draft of the Manifesto in Marx’s handwriting	60
20. Type contrast, illustrations based on Noordzij G., Kreska, Teoria Pisma, Kraków 2014	62
21. Embroidered letters, ready for digitizing	63
22. Digitized font	64
23. Graphic elements from the game Legumina	67
24-34. Graphic elements from „Good Human”	73
35, 36. Textures of 3D scanned plants	77