

Magdalena LORENC

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Banksy a sprawa palestyńska – przypadek jednego politycznego muralu w Betlejem

Celem tekstu jest analiza muralu, czyli wielkoformatowego malowidła ściennego, przedstawiającego białego gołębia z rozpostartymi skrzydłami i gałązką w dziobie w kamizelce kuloodpornej znajdującego się na celowniku niewidocznej broni (dalej białego gołębia), wykonanego w Betlejem w 2007 roku (*vide* – Ilustracja 1). Praca przypisywana jest najbardziej znanemu brytyjskiemu artyście graffiti o pseudonimie Banksy, którego personalia nie są powszechnie znane. Stanowiła ona część większego przedsięwzięcia zainicjowanego w trakcie pierwszej wizyty Banksy’ego w Autonomii Palestyńskiej w 2005 roku. W czasie dwóch domniemanych pobytów artysty na terenach palestyńskich w 2005 i 2007 roku powstało szereg murali, z których część została sprzedana i wywieziona do galerii zagranicznych.

Weryfikacja autorstwa graffiti z białym gołębiem i dokładnej daty jego powstania nie jest przedmiotem niniejszego tekstu. Punkt wyjścia stanowi bowiem założenie, że w świadomości odbiorców jest ono dziełem Banksy’ego.

Dokumentacja zdjęciowa muralu sporządzona została przez autorkę w Betlejem w kwietniu 2013 roku.

Mural Banksy’ego z białym gołębiem jest egzemplifikacją używania sztuki do celów politycznych. To gest poparcia dla tzw. sprawy palestyńskiej, czyli prawa Palestyńczyków do ziemi i zarazem krytyka postępowania Izraelczyków na terytoriach okupowanych w wyniku „wojny sześciodniowej” z 1967 roku.

Do analizy i interpretacji graffiti użyta będzie metoda ikonograficzno-ikonologiczna zmodyfikowana pod wpływem teorii semiotycznej.

Zdaniem semiotyków komunikacja językowa stanowi model wszelkiej komunikacji. Obraz, taniec i wiersz to różne rodzaje tekstów. Rolą odbiorcy jest ich „odczytanie”, czyli interpretacja znaków specyficznych dla danego medium. Żeby zrozumieć tekst pisany, odbiorca musi dysponować określonymi kompetencjami, tj. znać język i potrafić czytać. Nie wy-

starczą one jednak do interpretacji treści, która wymaga szerszych i bardziej złożonych umiejętności. Stopień trudności tekstu i wiedza odbiorcy wyznaczają granice interpretacji. Treść sms zawierająca informację „Cześć, wracając kup masło”, wymaga mniejszych kompetencji na poziomie rozumienia i interpretacji, aniżeli lektura *Ulissesa* Jamesa Joyce’a. Żeby jednak móc skorzystać z komórki, trzeba umieć się nią posługiwać, a więc dysponować określonym kodem.

Banksy jako medium wybrał graffiti. Graffiti – z perspektywy teorii semiotycznej – jest rodzajem tekstu. Zbiór znaków w tekście i sposób ich użycia nie są przypadkowe, lecz właściwe medium. Wynikające z tego zadanie badawcze sprowadza się do próby odpowiedzi na pytania o:

- 1) specyfikę graffiti jako formy komunikacji;
- 2) sposób rozumienia i interpretacji użytych przez twórcę muralu znaków;
- 3) znaczenie kontekstu miejsca oraz czasu wykonania dla zrozumienia komunikatu.



Fot. Magdalena Lorenc

Ilustracja 1. Zdjęcie ściany w Betlejem z murem przypisywanym Banksy’emu, przedstawiającym białego gołębia (stan z kwietnia 2013 roku)

Graffiti jako medium

Graffiti w tym szablon obok, między innymi, naklejek i plakatów, składają się na street art, czyli sztukę ulicy. Street art jest zatem zjawiskiem niejednorodnym pod względem środków ekspresji artystycznej. Z uwagi na przedmiot badań, konieczne jest wyjaśnienie dwóch z przytoczonych wyżej terminów, tj. graffiti i szablon. Opracowania poświęcone sztuce ulicy zdarza się, że traktują street art jako synonim graffiti (Ganz, 2008). Tego rodzaju praktyka wydaje się nieuzasadniona. Graffiti to odręczne lub powstałe z wykorzystaniem szablonu rysunki, obrazy, teksty i podpisy, umieszczone zazwyczaj w przestrzeni miejskiej, wykonane przy użyciu farb nanoszonych pędzlem, puszką spray'u lub pistoletem natryskowym oraz markerów. Szablon to matryca, tj. wycięty w różnych materiałach wzór, pokrywany następnie farbami przy użyciu metod właściwych graffiti. Sposób zdefiniowania szablonu, jako jednej z technik graffiti, uzasadnia praktykę zamiennego używania obu terminów w niniejszym tekście.

Graffiti Banksy'ego w Betlejem to efekt zastosowania przede wszystkim szablonu. Hipoteza robocza dotycząca rodzaju wykorzystanej techniki jest wypadkową dotychczasowych wyborów artystycznych Banksy'ego, preferującego – wyłączając początkowe realizacje na terenie Bristolu – szablon (Wright, 2011). Podstawowym walorem szablonu jest znaczne, w porównaniu do graffiti malowanego odręcznie, skrócenie czasu wykonania muralu. Mając na uwadze ryzyko związane z uprawianiem tej formy sztuki, ograniczenie czasu wiąże się ze zmniejszeniem ryzyka zatrzymania artysty przez służby mundurowe i czyni szablon techniką bezpieczniejszą, a przez to bardziej praktyczną od graffiti tworzonego odręcznie. Jeżeli zatem przypisuje się mural przedstawiający białego gołębia Banksy'emu, to równocześnie należy założyć, że – przy braku materiałów źródłowych podważających tę hipotezę – praca została wykonana z użyciem szablonu i farb w spray'u, a następnie wykończona odręcznie.

Graffiti jest techniką i zarazem nurtem sztuki współczesnej o niedługim rodowodzie. Opracowania poświęcone graffiti niejednokrotnie upatrują antecedensów dla tej formy ekspresji artystycznej w malowidłach ściennych z okresu paleolitu, których najbardziej znanym przykładem jest jaskinia Lascaux we francuskiej Akwitanii. Bardziej zasadne wydaje się jednak łączenie genezy współczesnego graffiti z fenomenem miasta.

Narodziny street art'u w XX wieku to wypadkowa doświadczeń związanych z rozwojem technik propagandy i reklamy (Stępień, 2010,

s. 5–7). Dziewiętnastowieczne reklamy umieszczane na słupach informacyjnych i frontach budowli miały – tak jak i dzisiaj – wzbudzać zainteresowanie przechodniów oraz zachęcać do korzystania z usług i zakupu produktów. Adaptowanie przestrzeni publicznej do przekazywania komunikatów o treściach propagandowych było praktyką stosowaną w państwach niezależnie od reżimu politycznego. W totalitaryzmach XX wieku, plakaty i obwieszczenia służyły upowszechnianiu ideologii grupy rządzącej i piętnowaniu wrogów. W państwach demokratycznych – zachęcały do brania udziału w wyborach. Pierwsza i druga wojna światowa przyczyniły się do upowszechnienia plakatów nawołujących do wstąpienia do wojska, przekazywania darów itd. Podzielony przez Aliantów na mocy, między innymi, porozumień jałtańskich Berlin oklejony był plakatami stanowiącymi narzędzie egzekwowania przez władze okupacyjne zwierzchności jurysdykcyjnej. Na murach, pomnikach i latarniach w okupowanej przez hitlerowców Warszawie malowane były znaki Polski Walczącej (litera P przechodząca w kotwicę i dająca dwie połączone w jednym znaku graficznym litery PW), szubienicy ze swastyką i żółwia (zachęcający Polaków zatrudnionych w niemieckich fabrykach do wolniejszej pracy). Wszystkie one były wymierzone w okupanta, miały charakter integrujący i mobilizujący do walki z wrogiem. Równocześnie modyfikowano treść haseł propagandowych, czego przykładem był napis: „DEUTSCHLAND SIEGT AN ALLEN FRONTEN” („Niemcy zwyciężają na wszystkich frontach”), który po przemalowaniu S na L w drugim słowie hasła dawał: „DEUTSCHLAND LIEGT AN ALLEN FRONTEN” („Niemcy leżą na wszystkich frontach”) (Szwedowicz, 2011, s. 17). Polskie podziemie niepodległościowe traktowało graffiti jako rodzaj małego sabotażu. Wymienione przykłady plakatów propagandowych i graffiti z czasów okupacji służyły celom politycznym. Strona graficzna, a więc estetyka ich wykonania miała zazwyczaj znaczenie drugorzędne wobec przejrzystości komunikatu. Plakaty propagandowe, będące efektem realizacji zamówionych projektów, nie odbiegały w tym względzie od wykonywanych pod groźbą kary, odręcznie i w pośpiechu graffiti. Ta cecha różniła plakat i graffiti polityczne od reklamy, w której historii obecny był artyzm, czego dobitny przykład stanowią plakaty Alfonsa Muchy i Henri’ego Toulouse-Lautrec’a.

Adresatami komunikatów zawartych w graffiti i plakatach niezależnie od ich treści byli przypadkowi przechodnie, celem zaś – dotarcie do możliwie największej liczby osób i wywołanie u nich reakcji zwrotnej. Ten cel najłatwiej można było osiągnąć w miastach i przy szlakach komunikacyjnych, takich jak drogi i linie kolejowe.

Wynalezienie billboardu i związana z tym ofensywa kampanii reklamowych doprowadziły po drugiej wojnie światowej do zdominowania, przez oferty usług i produktów, doświadczeń wizualnych mieszkańców miast. Obecność i wielość reklam wielkoformatowych nie pozostały bez wpływu na kształtowanie się wrażliwości estetycznej, która umożliwiła rozwój graffiti jako sztuki.

Autorzy opracowań poświęconych graffiti nie są zgodni, co do miejsca i czasu jego narodzin. Większość podkreśla jednak, że początków zjawiska należy szukać w nowojorskiej subkulturze hip-hop'u lat siedemdziesiątych XX wieku i w Filadelfii (por. Rutkiewicz, Sikorski, 2011, s. 6; Ganz, 2008, s. 8).

Abstrahując od kwestii stylów i technik graffiti, które na przestrzeni lat ewoluowały, należy stwierdzić, że dynamiczny rozwój graffiti w USA i Europie Zachodniej możliwy był dzięki wprowadzeniu na rynek ogólnodostępnych farb w spray'u. Cechę charakterystyczną tego medium stanowiło operowanie przez writer'ów (makaronizm zapożyczony z języka angielskiego oznaczający twórcę graffiti) głównie w przestrzeni miejskiej. Nie znaczy to, że poza miastami niemożliwe było graffiti, czego przykładem są wagony kolejowe. Miasto stanowiło jednak przestrzeń najczęściej wykorzystywaną przez osoby uprawiające ten rodzaj ekspresji artystycznej. Efektem czego może być recypowane przestrzeni miejskiej jako „naturalnego” kontekstu dla tej sztuki lub nawet warunek *sine qua non* jej występowania.

Przestrzeń tę niekiedy określa się mianem publicznej, co jest nadużyciem, gdyż budynki wykorzystywane do wykonywania murali niejednokrotnie stanowiły własność prywatną. Niezależnie od statusu własnościowego obiektów, jeżeli prace wykonane zostały bez wymaganego zezwolenia to było to naruszenie prawa, które mogło skutkować pociągnięciem twórcy do odpowiedzialności karnej. W etos artystów uprawiających sztukę ulicy wpisane zatem było i jest ryzyko, którego uniknąć mogą wykonując legalne zlecenia, malując w miejscach do tego wyznaczonych i uczestnicząc w oficjalnych konkursach. Wszelkie pozostałe działania, polegające na wykorzystywaniu składów pociągów, murów, przęseł mostów, przejść podziemnych itd., są nielegalne.

Banksy malując gołębia w Betlejem wykorzystał specyfikę medium, tj. odwołał się do tradycji graffiti politycznego, działał nielegalnie w przestrzeni miejskiej celem dotarcia do wielu odbiorców, wreszcie – operując szablonem starał się ograniczyć czas wykonania pracy. Mural jako forma przekazu użyta przez Banksy'ego stanowił sygnał dla lokalnej społecz-

ności, że graffiti może służyć jako narzędzie walki politycznej, dalece różne od przemocy, co nie znaczy, że nieefektywne.

Łatwe do zrozumienia znaki

Graffiti może być wandalizmem lub sztuką (por. Dymna, Rutkiewicz, 2012, s. 5). Wandalizm oznacza świadomą dewastację dobra. Mając na uwadze, że pustostany podobnie jak obiekty zabytkowe przynależą do kategorii 'dobro', zasadne wydaje się ją zróżnicować. Wandalizmem określać będą te graffiti, których niewielkie walory estetyczne nie rekompensują strat wynikających z ich wykonania. 'Duże walory estetyczne' będą zatem stanowić warunek zakwalifikowania danego muralu do sztuki. Co oznaczają 'duże walory estetyczne' i co tym samym przynależy do kategorii sztuka nie jest rzeczą oczywistą. Sztuka to – zdaniem Władysława Tatarkiewicza – „pojęcie, które na próżno usiłuje się określić” (Tatarkiewicz, 1975, s. 48). Bardziej użyteczna dla potrzeb niniejszej analizy wydaje się jednak koncepcja Arthur'a Danto i George'a Dickie'go, określana mianem 'instytucjonalnej definicji sztuki' (Danto, 1964; Dickie, 1974). Podstawą uznania przedmiotu za dzieło sztuki jest kontekst, a nie walory estetyczne lub nie tylko walory estetyczne danej pracy. Dziełem sztuki jest: „1) artefakt, 2) któremu ze względu na pewne cechy jakaś osoba lub osoby działające w imieniu świata sztuki nadały status kandydata do oceny” (cyt. za Dziamski, 1996, s. 69). Pojawienie się w 2007 roku prac przypisywanych Banksy'emu w domach aukcyjnych Bonhams i Sotheby's oraz włączenie do kolekcji stałej, m.in. przez British Museum, prac podzuconych przez Banksy'ego, spełniają z naddatkiem kryteria 'instytucjonalnej definicji sztuki'. Zgodnie z przyjętą definicją artysta Banksy, malując graffiti, tworzy sztukę.

Wśród metod analizy dzieł sztuki właściwych badaniom prowadzonym na gruncie historii sztuki na uwagę zasługuje metoda ikonograficzno-ikonologiczna, która zmodyfikowana pod wpływem teorii semiotycznej wydaje się mieć odpowiedni potencjał do określenia znaczenia przedstawionych na muralu Banksy'ego znaków. Ikonografia rozumiana jako identyfikacja przedstawień i ikonologia polegająca na wyjaśnianiu ich sensu, to – zgodnie z koncepcją Erwina Panofsky'ego – następujące w porządku linearnym etapy badania dzieła sztuki (Panofsky, 1972). Analizę ikonograficzną poprzedza opis preikonograficzny, będący efektem działania tzw. nieuprzedzonego oka, czyli widza-ignoranta, którego po-

ziom wiedzy wystarczy do rozpoznania podstawowych cech formalnych, takich jak kształt, kolor, linia itd. Jest to schemat postępowania badawczego ważny z perspektywy rozwoju refleksji nad sztuką renesansu włoskiego, przez co – w swojej klasycznej postaci – niefunkcjonalny przy analizie dzieł sztuki współczesnej (Alpers, 1983). Mural Banksy'ego przedstawiający białego gołębia dowodzi bezużyteczności kategorii „nieuprzedzonego oka”, która wiąże się z wykluczeniem natychmiastowego, tj. następującego w chwili zetknięcia z dziełem sztuki, przejścia do etapu analizy ikonograficznej bez konieczności przepracowania fazy preikonograficznej. Założenie, że odbiorca jest *tabula rasa* lub jeżeli tak nie jest, to być powinno, aby procedura badawcza została dopełniona, stanowi o słabości klasycznej analizy ikonograficzno-ikonologicznej. Doświadczenie, wykształcenie, pochodzenie, wyznawane wartości i inne, to zmienne, które różnicują odbiorców i wykluczają generalizacje dotyczące poziomu, jak powiedzieliby zwolennicy hermeneutyki, przedwiedzy. Nie istnieje bowiem statystyczny, możliwy do uśrednienia, odbiorca prac Banksy'ego, podobnie jak trudno mówić o jednej konkretnej interpretacji dzieła sztuki. Wydaje się, że zawsze będzie to „jakiś” odbiorca i „jakaś” interpretacja.

Jeżeli przyjąć, że celem analizy ikonograficzno-ikonologicznej dzieła sztuki jest odkrycie oraz nazwanie symboli i alegorii w nim zawartych, a następnie rozpoznanie kontekstu kulturowego ich występowania, to wypada zauważyć, że w zglobalizowanym świecie istnieją znaki, które zatraciły specyfikę kultury, z której się wywodzą i nabrały charakteru uniwersalnego. Przykładem takiego znaku jest biały gołąb, który symbolizuje pokój. Patrząc na namalowanego białego gołębia odbiorca wie, że reprezentuje on coś innego aniżeli przedstawia dosłownie. Nie znaczy to, że każdy, kto zobaczy namalowanego białego gołębia, zinterpretuje go jako symbol pokoju. Warunkiem rozpoznania znaku jest bowiem wiedza kulturowa. Mało zatem prawdopodobne, że nastoletni analfabeta z Bangladeszu, pracujący nielegalnie od 8 roku życia w garbarni, w chwili gdy zetknie się z narysowanym białym gołębiem, skojarzy go z pokojem. Podobnie jak mało prawdopodobne jest również, że pochodzący z klasy średniej turysta z Europy zwiedzający Betlejem, który zobaczy mural Banksy'ego przedstawiający białego gołębia, nie rozpozna w nim symbolu pokoju. Zasadniczy potencjał semiotyki dla analizy dzieła sztuki polega więc na uświadomieniu sobie, że to artysta, odbiorca i kultura tworzą znaczenia. O ile zatem, w przypadku nastolatka z Bangladeszu, można zakładać konieczność przejścia całej procedury analizy ikonograficzno-ikonologicznej dla zrozumienia muralu Banksy'ego, o tyle kazus tu-

rysty z Europy wskazuje coś przeciwnego, czyli ograniczenie się do rozpoznania i interpretacji symbolu bez analizy preikonograficznej, która jest niemożliwa do przeprowadzenia. Turysta wie, że biały gołąb jest symbolem pokoju. Trudno oczekiwać, że wyprze się on lub zapomni o tym, co stanowi element jego przed-wiedzy, nawet jeżeli nie jest w stanie określić źródła posiadanych informacji i ich zweryfikować. Artysta wie, że turysta wie, że biały gołąb z gałązką jest symbolem pokoju. Artysta i turysta pochodzą z jednego kręgu kulturowego. Biały gołąb jest symbolem pokoju wywodzącym się z tradycji judeo-chrześcijańskiej. Biblijna Księga Genesis traktuje o powrocie na arkę Noego gołębiczy z gałązką oliwną. Jej przylot oznaczał ustąpienie wód Potopu i koniec gniewu bożego oraz przywrócenie pokoju między Stwórcą i ludźmi. Gałązka, którą trzyma gołąb nie jest więc jakąś gałązką, lecz gałązką oliwną. Przedstawienia gołębia stanowią częsty element w sztuce chrześcijańskiej w której, poza pokojem, namalowany lub wyrzeźbiony ptak symbolizował Ducha Świętego, duszę opuszczającą przez usta ciała zmarłych świętych i miłość (Kopaliński, 2003, s. 366). Biel symbolizuje zazwyczaj czystość, prostotę, uczciwość, niewinność i prawdę (Kopaliński, 2003, s. 104).

Symbolikę białego ptaka i gałązki oliwnej rozumie, poza artystą i turystą, również Palestyńczyk-muzułmanin. Choć wychowany w innej niż judeo-chrześcijańska tradycji kulturowej, wie on, że w islamie białe ptaki, czyli dusze sprawiedliwych, śpią pod tronem Allaha do chwili Sądu Ostatecznego. Gałązka oliwna to natomiast od czasów starożytnej Grecji symbol pokoju i płodności (Kopaliński, 2003, s. 875). Dowód zrozumienia pokojowej symboliki gałązki oliwnej i wpisania jej w walkę narodu Palestyńskiego dał w 1974 roku, w trakcie tzw. debaty palestyńskiej, na forum Zgromadzenia Ogólnego ONZ Jasir Arafat, ówczesny przywódca Organizacji Wyzwolenia Palestyny. Oświadczył on, że przybył na obrady z bronią bojownika o wolność i gałązką oliwną – symbolem pokoju. Dokonanie wyboru między walką a pokojową regulacją konfliktu izraelsko-palestyńskiego, przewodniczący OWP pozostawił w gestii uczestników zgromadzenia. Efektem debaty było przyznanie przez ONZ OWP statusu obserwatora przy tej organizacji (Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 3237 z 22 listopada 1974 r.). Sukces J. Arafata miał istotne znaczenie w procesie uznania Palestyńczyków za naród walczący o wyzwolenie spod obcej okupacji na gruncie prawa międzynarodowego publicznego.

Gałązka oliwna to dla Palestyńczyków nie tylko symbol pokoju, lecz wytrwałości i długowieczności. Sady oliwne stanowią podstawowe źródło

utrzymania dla wielu Palestyńczyków. Ich likwidacja będąca efektem inwestycji izraelskich lub też warunkowana względami bezpieczeństwa, czego przykładem są praktyki wycinania przez Izraelczyków sadów w miejscach, gdzie stanowiły schronienie dla palestyńskich zamachowców, wpływa na zmianę krajobrazu, który staje się – na co zwraca uwagę Raja Shehadeh – kwintesencją polityki (Shehadeh, 2011). Gaje oliwne, pojemniki na wodę na budynkach mieszkalnych i wystające elementy konstrukcyjne stale nadbudowywanych domów stanowią dowód obecności Arabów palestyńskich. Odradzające się drzewa oliwne bywają traktowane jako symboliczne potwierdzenie prawa Palestyńczyków do terenów, które nazywają Palestyną, a Izraelczycy – Judeą i Samarią. Drzewo oliwne jest symbolem zrozumiałym również przez Izraelczyków, o czym świadczy twórczość wybitnego izraelskiego pisarza – Amosa Oza (Oz, 1998).

Wykorzystując semiotyczną teorię aktu komunikacyjnego Romana Jakobsona (Jacobson, 1989), należy uznać, że Banksy tworząc swoje prace operował kodem zrozumiałym dla odbiorców: turyści i mieszkańca Betlejem. Jeżeli przyjąć, że obraz jest wiadomością, graffiti – medium, nadawca i odbiorca znają kod umożliwiający odczytanie znaku graficznego, to wówczas proces komunikacji kończy się powodzeniem. Mural Banksy'ego jest przykładem takiego sukcesu komunikacyjnego. Biały gołąb z gałązką oliwną w dziobie w kamizelce kuloodpornej znajdujący się na celowniku niewidocznej broni to dowód, że Banksy dobrał odpowiedni kod do wyrażenia określonej wiadomości. Użyte znaki można zinterpretować przykładowo jako: zagrożenie dla pokoju, używanie siły przez silniejszych wobec słabszych, ale nie bezbronnych, zderzenie dobrych intencji z brutalną rzeczywistością itd. Znaczenia znaku można mnożyć, gdyż dzieło sztuki – jak zauważył Norman Bryson – ma charakter otwarty (Bryson, 1981). „Dryf semiotyczny” ma jednak swoje granice określone przez kontekst kulturowy.

Kontekst czasu i miejsca

Wybór Autonomii Palestyńskiej jako miejsca wykonania muralu miał fundamentalne znaczenie dla zrozumienia komunikatu jako gestu solidarności z Palestyńczykami. W wydany w 2013 roku albumie, którego autorstwo przypisywane jest Banksy'emu, jedna z części poświęcona graffiti w Autonomii Palestyńskiej zatytułowana jest *Sztuka oporu*

(Banksy, 2013, bez numeracji stron). W innym opracowaniu, również przypisywanym Banksy'emu, znajduje się uzasadnienie wyboru miejsca: „Palestyna jest największym na świecie więzieniem na świecie powietrzu i wymarzoną miejscem na wakacje dla artystów graffiti” (Banksy, b.d.w., s. 110).

Biały gołąb budzi pozytywne konotacje. Gołąb to nie tylko symbol pokoju, ale i metafora ofiar – Palestyńczyków, toczących nierówną walkę z izraelskim okupantem. To uznanie praw Palestyńczyków do walki o własne państwo. Namalowanie identycznego muralu w innym miejscu zmienia znaczenie znaku, gdyż modyfikacji ulega równocześnie kod kulturowy, do którego się on odwołuje. Mural przedstawiający wyobrażenie białego gołębia namalowany na murze w Belfaście, mimo identyczności znaku graficznego z tym wykonanym w Betlejem, będzie inaczej rozumiany. Symbolika białego gołębia z gałązką oliwną pozostanie taka sama, ale zmieni się identyfikacja ofiary i sprawcy.

Banksy namalował białego gołębia w Betlejem, około trzydziestosięćmiejscowej niewielkiej aglomeracji na Zachodnim Brzegu Jordanu, oddalonej o około 8 km od Jerozolimy. Status miasta w roku wykonania muralu, tj. w 2007, był wypadkową wydarzeń z ostatniego ponad półwiecza.

Zgodnie z rezolucją ONZ o podziale Palestyny na dwa państwa z 29 listopada 1947 roku, Betlejem miało być – wraz z Jerozolimą – enklawą o statusie międzynarodowym (Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 181 z 29 listopada 1947 r.). W wyniku pierwszej wojny arabsko-izraelskiej z lat 1948–1949, miasteczko zostało włączone do Haszymidzkiego Królestwa Jordanii. Przegrana sił koalicji państw arabskich, która wywołała konflikt zbrojny w 1967 roku, oznaczała początek izraelskiej okupacji syryjskich Wzgórz Golan, egipskiej Strefy Gazy i Półwyspu Synaj, jordańskiego Zachodniego Brzegu Jordanu wraz z Betlejem oraz wschodnią Jerozolimą. Nabytki terytorialne Izraela, będące konsekwencją spektakularnego zwycięstwa w „wojnie sześciodniowej”, nie zostały zaakceptowane przez społeczność międzynarodową, która zażądała przywrócenia *status quo* sprzed konfliktu zbrojnego (Rezolucja Rady Bezpieczeństwa ONZ nr 242 z 22 listopada 1967 r.). Wyłączając Półwysep Synaj, który został oddany Egiptowi, władze izraelskie nie zastosowały się do rezolucji ONZ. Wzgórz Golan i wschodnia Jerozolima zostały inkorporowane przez Izrael. Pozostałe obszary, nazywane przez część Izraelczyków, głównie zwolenników prawicy, „ziemią wyzwoloną” (Weiss, 2006), a przez Arabów „terytoriami okupowanymi”, stały się kartą przetargową w negocjacjach arabsko-izraelskich w myśl zasady „ziemia za pokój”. Na

mocy porozumień z Kairu z 4 maja 1994 roku i z Waszyngtonu z 28 września 1995 roku (tzw. Oslo II), zawartych między władzami Izraela i OWP, zdecydowano o utworzeniu Autonomii Palestyńskiej na terenach Zachodniego Brzegu Jordanu i Strefy Gazy. Warunkiem przekazania przez Izraelczyków określonych kompetencji jurysdykcyjnych była rezygnacja przez Palestyńczyków ze stosowania metod terrorystycznych.

Według ustalonej w 1995 roku klasyfikacji stref Autonomii, Betlejem należy do strefy A, w której władza polityczna i sprawy bezpieczeństwa znajdują się w gestii Palestyńczyków. Poza miastem rozciąga się strefa C wraz z rozszanymi osiedlami zamieszkałymi przez osadników żydowskich. W strefie C Autonomii władza znajduje się w gestii izraelskiej. Izraelczycy korzystają tam z pełni swobód obywatelskich, inwestują w sieć dróg i – wbrew uzgodnieniom z Palestyńczykami – rozbudowują osiedla dla osadników żydowskich, co niejednokrotnie jest środkiem odwetowym wymierzonym we władze Autonomii. W strefie A (głównie miasta Autonomii) wykluczona jest obecność Żydów izraelskich. Palestyńczycy nie mogą natomiast poruszać się między strefami z wyjątkiem Arabów posiadających obywatelstwo izraelskie, osób pracujących legalnie w innej strefie i posiadających stosowne zezwolenia lub udających się do szpitala. Arabowie palestyńscy uprawnieni do opuszczenia strefy A i udający się przykładowo do strefy C, muszą liczyć się z długotrwałą i kompleksową kontrolą izraelskich służb mundurowych. W 2002 roku władze izraelskie zdecydowały o postawieniu bariery oddzielającej strefy. Projekt zakładał budowę żelbetonowego muru o wysokości od sześciu do ośmiu metrów, przechodzącego w metalowy płot z drutem kolczastym i pod napięciem wraz z rozbudowanym systemem wież strażniczych i punktów kontrolnych. Mur miał powstać w miejscach, gdzie strefa A sąsiaduje bezpośrednio ze strefą C, gęsto zaludnioną przez Żydów izraelskich i gdzie ryzyko zamachów terrorystycznych ze strony Palestyńczyków wydawało się największe. Pozostałe tereny przewidziano wygrodzić płotem. Utworzenie bariery uzasadniano względami bezpieczeństwa, w tym przede wszystkim chęcią powstrzymania palestyńskich ataków samobójczych, których eskalacja nastąpiła po wybuchu w 2000 roku drugiego powstania palestyńskiego, tzw. intifady Al-Aksa.

Bariera okazała się efektywnym sposobem na ograniczenie palestyńskich zamachów samobójczych. Izraelczycy popełnili jednak błąd propagandowy i początkowo, zarówno politycy, jak i dziennikarze, używali na określenie bariery słowa 'mur'. Negatywne skojarzenia z murami gett i murem berlińskim, zostały wykorzystane przez Palestyńczyków i zagra-

niczne media. Wizerunek Izraela ucierpiał również w skutek modyfikacji planów przebiegu bariery, która pierwotnie miała pokrywać się z tzw. zieloną linią, czyli granicą rozejmu z 1949 roku, a ostatecznie ma być zdecydowanie dłuższa i liczyć około 712 km¹.

Budowa bariery doprowadziła do powstania enklaw palestyńskich, między którymi komunikacja została znacznie utrudniona, a miasta Autonomii uzależniono, w przeważającej mierze, od pomocy międzynarodowej. Sytuacja Betlejem różni się w tym względzie od Ramallah, Nablusu czy Hebronu, gdyż miasto korzysta z wpływów z turystyki.

Główną atrakcją turystyczną Betlejem jest Bazylika Narodzenia Pańskiego, wybudowana w IV wieku n.e. w domniamanym miejscu narodzin Jezusa Chrystusa i mieszcząca Grotę Narodzenia. Ponieważ jest to miejsce licznych pielgrzymek chrześcijan oraz muzułmanów, turystyka jest jednym z ważnych źródeł dochodów miasta. Sukcesywnie rozbudowywana i zróżnicowana infrastruktura hotelowa stanowi korzystną pod względem cenowym ofertę noclegową w porównaniu z Jerozolimą.

Władze miasta dokładają również starań, aby zatrzeć pamięć wydarzeń z 2002 roku (2 kwietnia–10 maja), kiedy to Bazylika została zajęta przez około stu pięćdziesięcioosobową grupę Palestyńczyków, w części uzbrojonych i szukających schronienia przed siłami izraelskimi biorącymi udział w operacji Tarcza Ochronna. Obawiając się, że Izraelczycy wkroczą na teren Bazyliki, Palestyńczycy rozmieścili na jej terenie ładunki wybuchowe, których detonacja mogła spowodować zrujnowanie obiektu i śmierć osób w nim się znajdujących. Kryzys udało się zażegnać (przy stratach w ludziach i materialnych) w wyniku mediacji międzynarodowej, ale jego przebieg wzbudził krytykę postępowania izraelskich władz ze strony części społeczności międzynarodowej. Dodatkowo nie wpłynął korzystnie na promocję Betlejem jako miejsca bezpiecznego dla turystów.

Betlejem w roku wykonania przez Banksy'ego muralu z białym gołębiem, czyli w pięć lat po kryzysie w Bazylice, było miastem bardziej otwartym niż, przykładowo, Hebron. Przedstawiciele władz obcych

¹ Dane Biura Narodów Zjednoczonych ds. Koordynacji Spraw Humanitarnych na Palestyńskich Terytoriach Okupowanych (ang. United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs occupied Palestinian territory – OCHA) z lipca 2013 roku: http://www.ochaopt.org/documents/ocha_opt_barrier_factsheet_july_2013_english.pdf (dostęp: 7.12.2013 r.). Por.: http://www.btselem.org/separation_barrier/map (dostęp: 7.12.2013 r.).

państw, w trakcie oficjalnych wizyt, często przyjeżdżali i nadal przyjeżdżają do Betlejem, traktowanego jako rodzaj wizytówki Autonomii.

Obecność w przestrzeni miasta prac Banksy'ego – najbardziej znanego artysty graffiti na świecie – stanowi dodatkową atrakcję turystyczną, wykorzystywaną przez społeczność lokalną do celów promocyjnych. W przewodnikach turystycznych można znaleźć wzmianki o lokalizacji graffiti z białym gołębem i pozostałych murali Banksy'ego w Betlejem.

W dobie Internetu, każdy jego użytkownik ma dostęp do zdjęć przedstawiających graffiti Banksy'ego. Lokalny charakter akcji z 2005 i 2007 roku nabrał wymiaru międzynarodowego. Dostęp do informacji przyczynił się natomiast do popularyzacji sprawy palestyńskiej przez sam fakt pobytu artysty w Autonomii Palestyńskiej.

Banksy jako marka używany jest w Betlejem również do reklamowania usług gastronomicznych (Banksy's Restaurant), sklepów z pamiątkami (Banksy's Shop) i produkcji gadżetów, takich jak kartki pocztowe (czego przykładem jest kartka ze zdjęciem muralu z gołębem z widniejącym na drugiej stronie opisem: „BANKSY – Armored Peace Dove Bethlehem, Palestine”), magnesy na lodówkę i innych. Reklamy odwołujące się do Banksy'ego i wykonanych przez niego prac, zredagowane są w języku angielskim lub w językach angielskim i arabskim. Adresatami ofert produktów i usług są więc głównie turyści, w tym pielgrzymi odwiedzający Betlejem. Przykładowo, w kwietniu 2013 roku biały gołąb Banksy'ego sąsiadował na ścianie m.in. z banerem reklamowym sklepu z pamiątkami oraz plakatem z napisem powitalnym: „Welcome to Palestine, Welcome to Bethlehem”, a także plakatem przedstawiającym prezydenta Autonomii Palestyńskiej Mahmuda Abbasa na mównicy w nowojorskiej sali posiedzeń Zgromadzenia Ogólnego ONZ, w dniu przyjęcia rezolucji przyznającej Palestynie statusu nieczłonkowskiego państwa obserwatora przy tej organizacji (Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 67/19 z 29 listopada 2012 r.).

Ostatecznie również graffiti przypisywane Banksy'emu są przedmiotem obrotu na rynku sztuki i uzyskują tam wysokie ceny. Niewykluczone zatem, że mural z białym gołębem podzieli los tych prac wykonanych w Betlejem, które zostały zakupione przez zagranicznych właścicieli galerii i kolekcjonerów, wycięte z kawałkiem ściany i wywiezione z Autonomii. Można to uznać za akt profanacji polegający na odarciu dzieła sztuki z kontekstu, z drugiej zaś strony – za dodatkową korzyść dla przedstawicieli lokalnej społeczności, wynikającą z faktu wzbogacenia się. Dotyczy to jednak wyłącznie murali namalowanych na ścianach budynków na tere-

nie Autonomii, a nie na murze oddzielającym strefy, gdyż ten jest własnością Izraela.

Podsumowanie

Mural Banksy'ego przedstawiający białego gołębia z gałązką w dziobie w kamizelce kuloodpornej znajdujący się na celowniku niewidocznej broni namalowany w Betlejem w 2007 roku był manifestacją solidarności z Palestyńczykami i sprzeciwu wobec izraelskiej okupacji. Artysta wykorzystując właściwości medium – obraz w przestrzeni miejskiej oraz proste do zrozumienia i interpretacji znaki – przekazał komunikat o treści politycznej. Ponadto dzięki graffiti osiągnął:

- 1) efekt estetyczny – pokryty jasną farbą mur w jednym z miast Autonomii Palestyńskiej pomalował kolorowymi farbami, czyniąc go bardziej atrakcyjnym pod względem estetycznym;
- 2) efekt mobilizujący – pokazał, że istnieją inne niż przemoc metody walki o prawa, wskazując na mur/ścianę jako miejsce, gdzie można dać upust emocjom malując obrazy;
- 3) efekt promocyjny – przyczynił się do popularyzacji Betlejem, tworząc dodatkową atrakcję turystyczną i polecany przez przewodniki punkt w programie zwiedzania miasta;
- 4) efekt komercyjny – dał społeczności lokalnej pretekst do reklamowania oferowanych produktów i usług poprzez opatrywanie ich słowem „Banksy”, z nadzieją na zwrócenie uwagi turystów.

Bibliografia

Rezolucje ONZ (w porządku chronologicznym):

Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 181 z 29 listopada 1947 r.: [http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/181\(II\)&Lang=E&Area=RESOLUTION](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/181(II)&Lang=E&Area=RESOLUTION).

Rezolucja Rady Bezpieczeństwa ONZ nr 242 z 22 listopada 1967 r.: [http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/242\(1967\)](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/242(1967)).

Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 3237 z 22 listopada 1974 r.: [http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/3237\(XXIX\)&Lang=E&Area=RESOLUTION](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/3237(XXIX)&Lang=E&Area=RESOLUTION).

Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 67/19 z 29 listopada 2012 r.: http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/67/19.

Opracowania:

- Alpers S. (1983), *The Art of Describing: Dutch Art in Seventeenth Century*, University of Chicago Press and John Murray, Chicago–London.
- Banksy, (2013), *You are an acceptable level of threat*, Carpet Bombing Culture, Darlington.
- Banksy, (b.d.w.), *Wojna na ściany*, Wydawnictwo Sine Qua Non, Kraków.
- Bryson N. (1981), *Word and Image: French Painting of Ancien Régime*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Danto A. (1964), *The Artworld*, „Journal of Philosophy”, nr 61, s. 571–584.
- Dickie G. (1974), *Art and Aesthetic: An Institutional Analysis*, Cornell University Press, Ithaca.
- Dymna E., Rutkiewicz M. (2012), *Między anarchią a galerią. Polski street art.*, część 2, Carta Blanca, Warszawa.
- Dziamski G. (1996), *Postmodernizm wobec kryzysu estetyki współczesnej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań.
- Ganz N. (2008), *Świat graffiti. Sztuka ulicy z pięciu kontynentów*, Wydawnictwo Albatros Andrzej Kuryłowicz, Warszawa.
- Jacobson R. (1989), *W poszukiwaniu istoty języka. Wybór pism*, t. 1–2, wybór, red. nauk. i wstęp M. R. Mayenowa, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Kopaliński W. (2003), *Słownik mitów i tradycji kultury*, Oficyna Wydawnicza Rytm, Bellona, Warszawa.
- Oz A. (1998). *Tam, gdzie wyją szakale*, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Panofsky E., *Studies in Iconology: Humanistic Themes in the Art of the Renaissance*, Harper and Row, New York.
- Rutkiewicz M., Sikorski T. (2011), *Graffiti w Polsce. 1940–2010*, Carta Blanca, Warszawa.
- Shehadeh R. (2001), *Palestyńskie wędrówki. Zapiski o znikającym krajobrazie*, Wydawnictwo Karater, Kraków.
- Stępień B. (2010), *Łódzkie murale. Niedoceniona grafika użytkowa PRL-u*, Księży Młyn Dom Wydawniczy Michał Koliński, Łódź.
- Szwedowicz A. (2011), *Graffiti przeciw karabinom (1940–1945)*, w: M. Rutkiewicz, T. Sikorski, *Graffiti w Polsce. 1940–2010*, Carta Blanca, Warszawa, s. 12–21.
- Tatarkiewicz W. (1975), *Dzieje sześciu pojęć. Sztuka. Piękno. Forma. Twórczość. Odtwórczość. Przeżycie estetyczne*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Weiss S. (2006), *Ziemia krwi*, „Wprost”, nr 32.
- Wright S. (2011), *Banksy. Nie ma jak w domu*, Wydawnictwo Sine Qua Non, Kraków.

Banksy and the Palestinian issue – a case of art which is politics**Summary**

The aim of this paper is to analyze a mural, namely a large wall painting, depicting in this case a white dove with wings spread, carrying an olive branch in its beak and wearing a bulletproof vest, which is in the crosshairs of an unseen weapon. The mural was painted in Bethlehem, Palestine, in 2007 and is attributed to the best known British graffiti artist, who goes by the nickname of Banksy. This white dove mural exemplifies how art can be used for political purposes. This is a gesture of support for the Palestinian issue, namely the Palestinian right to land and, at the same time, it is an expression of criticism of the behavior of Israelis in the territories occupied as a result of the six-day war of 1967. The artist utilized the medium of an urban space painting, with symbols that are easy to understand and interpret in order to convey a political message, while obtaining the following results: the esthetic outcome of making an urban space more attractive; a mobilization effect, by showing methods other than combat for fighting for one's rights; a promotional one, by making Bethlehem more popular; and commercial, by providing Palestinians with the 'Banksy' brand, which is recognized by tourists, to advertise their goods and services.