

**Prosto z ulicy : sztuki wizualne w dobie mediów społecznościowych i
kultury uczestnictwa : street art / Łukasz Biskupski. – Warszawa, 2017**

Spis treści

PRZEDMOWA	8
WSTĘP. Z ULICY WSZYSTKIEGO NIE WIDAĆ	10
WSPÓŁRZĘDNA 1: MARKETING I KULTURA SZEROKA	15
WSPÓŁRZĘDNA 2: SZTUKA W KULTURZE SZEROKIEJ	21
PROBLEM I METODA	28
SPOŁECZNY OBIEG KULTURY	32
STRUKTURA	38
NAJWAŻNIEJSZA LITERATURA PRZEDMIOTU	41
1.STREET ART: ROZPOZNANIE OGÓLNE	44
STREET ART / ART WORLD	46
Wystawa <i>Street Art</i> w Tate Modern	47
Wystawa <i>Art in the Streets</i> w MOCA LA	50
NOWA KONFIGURACJA INSTYTUCJONALNA	56
DALEAST	58
KULTURA UCZESTNICTWA	62
Internet a sztuki wizualne	65
Sieć jako <i>locus</i> kreowania wartości symbolicznej: graffuturyzm	68
RYNEK ODBITEK GRAFICZNYCH	69
<i>SPREADABILITY</i> - SPOŁECZNE UWARUNKOWANIE CECH FORMALNYCH	71
JR	76
Pøbel	79
SPOŁECZNOŚCIOWA SZTUKA STREET ARTU	82
2.PODAŻ, POPYT, POPULIZM: SHEPARD FAIREY	86
ANDRÉ I OBEY	89
TOŻSAMOŚĆ WIZUALNA	96
KULTURA UCZESTNICTWA A MARKETING POLITYCZNY	99
Dobra niematerialne jako zasób kluczowy	102
PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KULTURALNA	105
Obey Giant Art, Inc.	106
Synergie symboliczne: Subliminal Projects i Swindle	112
Obey Clothing	113
Studio Number One	115
Shepard Fairey x Hennessy	117
Kim jest Nicholas Bowers?	121
SIŁA AUTENTYCZNOŚCI	124

3. POLSKI STREET ART / STREET ART W POLSCE	128
STREET ART W POLSCE: PROBLEMY	130
DOŚWIADCZENIE GRAFFITI I KULTURY ALTERNATYWNEJ	132
Doświadczenie graffiti	132
Doświadczenie kultury alternatywnej	135
Kultura vleпки	137
POSTGRAFFITI, URBAN ART, STREET ART A INTERNET	138
Przykłady polskiego street artu	142
<i>Blackarea i M-City</i>	144
Paweł Kowzan: konceptualne postgraffiti	145
Mariusz Waras: postszablonizm relacyjny	147
Wykształca się obieg	152
FENOMEN MURALU	157
Wszyscy kochają murale	159
Muraloza	160
<i>Site-specific?</i>	163
Przemysł produkcji kulturalnej	165
ZAWÓD: STREETARTOWIEC	166
Zawód: artysta	167
Przejście przez próg	170
Sztuka użytkowa	174
Przedsiębiorczość zorganizowana	177
Polski rynek sztuki	180
Art Agenda Nova	182
V9	184
WOBEC (POLSKIEGO) ART WORLDU	187
STREET ART JAKO KATEGORIA KOMUNIKACYJNA	193
UWAGI KOŃCOWE	197
ZAKOŃCZENIE	200
BIBLIOGRAFIA	208
SPIS ILUSTRACJI	216