

Iwona Grodź

<https://orcid.org/0000-0003-0151-6909>

# Sztuka – artyzm animacji. Twórczość Tomasza Bagińskiego (perspektywa socjologiczna)

Jak stworzyć plastyczny język dla tematu, jakim jest ekonomia?<sup>1</sup>

Rafał Wojtunik

**Słowa kluczowe:** animacja komputerowa, Tomasz Bagiński, film i socjologia

**Key words:** computer animation, Tomasz Bagiński, film and sociology

Już na przełomie XIX i XX wieku Władysław S. Reymont pisał, że „Artyzm to szalona ruchliwość wrażliwości mózgowej i czuciowej, co wszystko wchłania i rozlewa się na wszystko, i dąży przede wszystkim do tego, żeby swoje *ja* zatracić”<sup>2</sup>. Dlatego obecnie nie dziwi stwierdzenie, że sztuką jest zbalansowanie komfortu intelektualnego, emocjonalnego i egzystencjalnego w związku z podjęciem działalności artystycznej. To niewątpliwie wielkie wyzwanie i odpowiedź na zagrożenia, jakie niesie „łagodna” i „twarda” wersja wszelkich kompromisów. W twórczości jest o tyle trudniejsza, że artyści uwikłani są w zależności personalne czy ekonomiczne, które mogą mieć niebagatelne znaczenie dla wszystkich ich artystycznych poczynąń.

Tytuł (i temat) *Sztuka – artyzm animacji* wpisuje się w założenia szerszego problemu, związku czy wzajemnego przenikania się takich sfer ludzkiej egzystencji, jak socjologia i kino. Dzieje się tak już na poziomie języka, a więc semantyki i użycia pojęcia „komercjalizacja”<sup>3</sup>. Pociąga ono za sobą cały szereg wyobrażeń i słów kluczy (jak „produkt”, „ekonomia prestiżu”, „menadżer sztuki” itp.), coraz częściej stosowanych w filmowej nomenklaturze – w odniesieniu do tej twórczej aktywności – zamiast wcześniejszych: „tekst kultury”, „jakość”, „wartość”, „artysta”. Zarówno jedno, jak i drugie wiązano z tak zwanym

---

<sup>1</sup> Takie pytanie zadał sobie Rafał Wojtunik, twórca filmu animowanego z 2010 roku zatytułowanego *Animowany przewodnik po polskim sukcesie*, pracujący, tak jak Tomasz Bagiński, w Platige Image. Zob. Platige Image, [online] <<http://www.platige.com/pl/info/about>>, dostęp: 6.11.2017. Warto też przekonać się, w jaki sposób nań odpowiedział – zob. *Animated Guide to Polish Success*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/76-Animated\\_Guide\\_To\\_Polish\\_Success](http://www.platige.com/pl/page/76-Animated_Guide_To_Polish_Success)>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>2</sup> W.S. Reymont, *Komediantka*, [online] <<http://lubimyczytac.pl/cytat/30930>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>3</sup> W związku z tym pojęciem od lat pojawia się pytanie, czy komercyjność wymusza obniżenie jakości produktu, a w konsekwencji sprzyja kiczowatości, czy też jest to tylko pewien stereotyp pokutujący w masowym obiegu do dziś.

pozytywnym pijarem, a więc dobrymi opiniami krytyków, widzów, a przede wszystkim nagrodami, które zastępują w świecie kina europejskiego w wielu przypadkach sukces czysto komercyjny. Poza tym każdorazowo pamiętano, jak twierdzi wielu kulturoznawców, że „[...] fakty ekonomiczne rzadko bywają czysto »praktyczne«, bowiem mają one wartość i prestiż, a nawet znaczenie »symboliczne« i rytualne”<sup>4</sup>. Niemniej nadal bazowymi pojęciami dla tego zagadnienia pozostają „sztuka” i „artyzm”.

Pojęcie „sztuka” jest w tym przypadku rozumiane dosłownie i metaforycznie, na przykład jako „zręczność”, „umiejętność” w jakiejś materii, a także „talent” do balansowania (czy zbilansowania „strat” i „zysków”) pomiędzy artyzmem a koniecznością przysłowiowego podlegania siłom i prawom rynku<sup>5</sup>. Sens słowa „artyzm”, zgodnie z łacińskim źródłosłowem, oznacza: mistrzostwo, biegłość, talent, zręczność, umiejętność itp.<sup>6</sup> W związku z tym ostatnim pojęciem ważny jest kontekst genologiczny, a więc próba odpowiedzenia na pytanie o to, czym jest artyzm w filmie animowanym, w filmie eksperymentalnym, a także reklamowym, instruktażowym czy promującym kraj poza jego granicami?<sup>7</sup> „Artyzm” jest ponadto kategorią relatywną historycznie i społecznie. Odnosi się bowiem zarówno do tego, co stale uznawane jest za godne uwagi i zachwyty, przykładowo biegłość twórcy, celowość, doskonałość, komunikatywność, wierność sobie, jak i tego, co jest nieco bardziej efemeryczne, kontrowersyjne, na przykład wierność tradycji – oryginalność.

Ujęcie socjologiczne w myśleniu o kinie skłania również do baczного przyjrzenia się też takim hasłom, jak: „jakość”, „wartość” (w ujęciu instytucjonalnym) i „przedsiębiorczość”, „artysta biznesmen”<sup>8</sup> (w ujęciu ekonomicznym). Nie jest przecież odkryciem myśl, że „Zachowania ekonomiczne danego społeczeństwa

<sup>4</sup> J.D. Eller, *Antropologia kulturowa. Globalne siły. Lokalne światy*, tłum. A. Gąsior-Niemiec, Kraków 2012; zob. też D. Throsby, *Ekonomia i kultura*, tłum. O. Siara, Warszawa 2010.

<sup>5</sup> Konwencjonalnie jest ono kojarzone z pięknem – kategorią estetyczną, która odsyła do poczucia przyjemności. Ponadto w *Słowniku terminów literackich* pod red. Janusza Sławińskiego można przeczytać, że sztuka jest „[...] dziedziną wytworów, którym w obrębie danej kultury przyznaje się przede wszystkim funkcję estetyczną” (*Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 1998, s. 559), a więc to zaspokojenie potrzeb obcowania człowieka z pięknem stanowi jedno z fundamentalnych zadań sztuki. Zob. też S. Morawski, *Co to jest sztuka?*, „Ruch Filozoficzny” 1970, z. 3 i 4; W. Tatarkiewicz, *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa 1975.

<sup>6</sup> Termin „artyzm” w *Słowniku terminów literackich* (pod red. J. Sławińskiego) definiowany jest następująco: „[...] ogół cech dzieła dający świadectwo biegłości twórcy w danej dyscyplinie sztuki, jego umiejętnościom kształtowania materiału oraz sprawności w posługiwaniu się środkami i sposobami wypowiedzi zgodnie z założonym celem. Artyzm jest relatywny historycznie i społecznie. [...] niekiedy miarą artyzmu jest wierność dzieła względem tradycyjnych ujęć uznawanych za wzorcowe [...]. Kiedy indziej związany jest z oryginalnością. Przeciwnieństwem artyzmu jest dzieło bez tej cechy, często automatycznie umieszczane na obszarze kiczu” (*Słownik terminów literackich*, s. 47).

<sup>7</sup> Zob. materiał wizualny do tak zwanych ogłoszeń społecznych – *intra*, czyli filmy, reklamy, ogłoszenia, gry itp. – zamieszczony między innymi na przywołanej już stronie firmy Platige Image.

<sup>8</sup> To sformułowanie można niuansować i zasugerować przynajmniej dwie interpretacje: „sztuka biznesu” oraz „biznes w sztuce”. W Polsce odpowiedzią na tak wskazane zainteresowanie jest między innymi czasopismo zatytułowane „Art Business”. Zob. *Art Business, czyli sztuka biznesu*, [online] <<http://artbiznes.pl/art-business/>>, dostęp: 6.11.2017. Zob. też ARTnews.com (to platforma internetowa w dziedzinie *art media*; miesięcznie stronę odwiedza ponad 600 tysięcy

bardzo silnie wpływają na inne aspekty jego egzystencji, włącznie z tym, jak ludzie organizują się i jakie zadania, wartości i znaczenia przypisują pracy, rzeczom i samym sobie, także artystom swoich czasów”<sup>9</sup>. Dlatego tak ważne – z punktu widzenia socjologii i antropologii kultury, choć nie tylko – wydaje się myślenie o ekonomii i kinie przynajmniej w trzech odsłonach (zgodnie z trzema fazami systemu ekonomicznego): produkcji, dystrybucji i konsumpcji<sup>10</sup>.

Moim celem jest, po pierwsze, próba wskazania udanego, bo twórczego i korzystnego „związku” pomiędzy sztuką kinematograficzną a socjologią i/lub ekonomią, w myśl idei przedsiębiorczości i komercjalizacji wyników działalności artystycznej. Po drugie zaś – namysł nad relacją między „jakością” a „wartością” sztuki, kiczem a komercjalizacją. Nakreślenie powyższych dążeń sugeruje konieczność zastanowienia się: kto jest projektowanym odbiorcą tak zwanej sztuki komercyjnej? Prosty kanał komunikacyjny artysta – odbiorca zdaje się w tym przypadku zakładać istnienie całej gamy pośredników, w tym specjalistów od zapotrzebowań potencjalnych konsumentów, a więc ekonomistów, przedstawicieli przemysłu, a nawet naukowców zajmujących się problemem konsumpcji, marketingu oraz reklamy sztuki.

Kolejnym problemem jest sposób, w jaki konsumpcja wskazuje na stosunki i instytucje społeczne i reprodukuje je lub jakiego komentarza dostarcza na ich temat, a zatem jak wykorzystuje się konsumpcję do podważania i zmieniania stosunków i instytucji społecznych<sup>11</sup>. Z punktu widzenia artysty odpowiedzi na te pytania wiążą się ze sztuką pogodzenia własnego zdania czy interesu z zapotrzebowaniami zewnętrznymi, „koniecznościami rzeczywistości”. Tak rodzi się „racjonalny utylitarysta”, „człowiek ekonomiczny”, może nawet artysta „przedsiębiorczy”<sup>12</sup>. W ten sposób kontekst kulturowy ekonomii nie zostaje anulowany, ale ukazany w innym świetle. Każdorazowo bowiem kultura jest rozumiana w kategoriach ekonomicznych. Przy tym trzeba pamiętać, że nie można stawiać znaku równości między „wartością ekonomiczną” a „wartością kulturową”, choć od lat znane jest oczywiście zjawisko tak zwanej kreatywności ekonomicznej, czyli model działalności artystycznej oparty na generowaniu wartości kulturowej i ekonomicznej. Polega ono na łączeniu koncepcji kreatywności jako zjawiska kulturowego z otaczającą rzeczywistością ekonomiczną (zob. hasła: „rynek dóbr materialnych i idei”, „przemysł kultury”, „polityka kulturalna”<sup>13</sup>).

użytkowników) oraz Skate’s Art Market Research (spółka specjalizująca się w badaniu i analizowaniu światowego rynku sztuki).

<sup>9</sup> J.D. Eller, dz. cyt., s. 56–65.

<sup>10</sup> Tamże. Autor cytowanej publikacji zadaje fundamentalne pytania: „W jaki sposób dobra są konsumowane w kontekstach rytualnych?”; „W jaki sposób konsumpcja wskazuje na stosunki i instytucje społeczne i reprodukuje je lub jakiego komentarza dostarcza na ich temat? Jak wykorzystuje się konsumpcję do podważania i zmieniania stosunków i instytucji społecznych?” (tamże). Zob. też D. Ilczuk, W. Misiąg, *Finansowanie i organizacja kultury w gospodarce rynkowej*, Warszawa 2003, s. 56–65.

<sup>11</sup> R. Wilk, L. Cliggett, *Ekonomia i kultura. Podstawy antropologii ekonomicznej*, tłum. J. Gilewicz, Kraków 2011.

<sup>12</sup> Tamże.

<sup>13</sup> Zob. między innymi *Marketing kultury*, [online] <[https://mfiles.pl/pl/index.php/Marketing\\_kultury](https://mfiles.pl/pl/index.php/Marketing_kultury)>, dostęp: 6.09.2018.

W związku z podjętym tematem i zwróceniem uwagi na sztukę Tomasza Bagińskiego ważnymi zagadnieniami są też: „wpływ zmian technologicznych na produkcję filmową” (zob. na przykład informacje na temat sposobu realizacji *Katedry*<sup>14</sup>), „rosnąca rola postprodukcji i efektów specjalnych w kinie współczesnym”, „przyszłość kina w świecie coraz szybszego rozwoju internetu”<sup>15</sup> (por. dostępność filmów Bagińskiego online) itp. Każdorazowo ujawniają one dwa oblicza sztuki współczesnej, ekonomiczny i kulturowy, dla dyskursów których pojęcia „jakość” i „wartość” stają się elementami wspólnymi.

## Sztuka kulturze produktem. Jakość a wartość

Pojęcie „jakości” okazuje się na tyle nieprecyzyjne, że od razu pojawia się pytanie, o jaką „jakość” tak naprawdę może chodzić. Istotne jest ponadto to, jak „jakość” odnieść do sztuki filmowej. Czy o „jakości” dzieła przesądza kunszt twórcy, czy raczej zimna ekonomiczna kalkulacja? Konieczne okazuje się więc przyjrzenie się nie tylko samemu pojęciu, ale także uwarunkowaniom rynkowym wybranych produkcji. Czy uwarunkowania te wpłynęły (bezpośrednio lub pośrednio, poprzez markę, logo firmy itp.) na ich jakość w pozytywnym i/lub negatywnym tego słowa znaczeniu?<sup>16</sup> To pytania do rozważenia, prze-myślenia, na które nie można, jak kiedyś, odpowiedzieć od razu. Wymagają rozwagi i pamiętania, że w sztuce nowych mediów kunszt artysty-animatora to nie wszystko. Ważne są przecież umiejętności i możliwości techniczne (choćby prozaiczna dostępność do najnowszych narzędzi: programów, sprzętów itp.). Drugą kwestią jest problem autorstwa zespołowego, a więc myślenia o produkcji filmu w kontekście nie jednego reżysera autorskiego, a grupy realizatorów (por. zagadnienie marki osobistej a kreacji wizerunku firmy).

Coraz częściej pojawiają się też zestawienia z pogranicza ontologii i aksjologii: „jakość wartości” i „wartość jakości” (zob. wypowiedź Antoniego Płoszczyńca *Jaka jakość?*<sup>17</sup>). W związku z tym godne uwagi są pytania:

1. Czy „wartości” są „jakościami”?<sup>18</sup>
2. Czy „jakość” sama przez się jest pewną „wartością”?<sup>19</sup>

<sup>14</sup> Zob. między innymi T. Bagiński, *Krok po kroku*, „Film & TV Kamera” 2002, nr 4, s. 88.

<sup>15</sup> Kwestie te były omawiane między innymi w czasie konferencji „Ekonomia kina 1” i „Ekonomia kina 2”, zob. [online] <[https://fil.ug.edu.pl/media/aktualnosci/71664/konferencja\\_naukowa\\_ekonomia\\_kina\\_2](https://fil.ug.edu.pl/media/aktualnosci/71664/konferencja_naukowa_ekonomia_kina_2)>, dostęp: 6.09.2018.

<sup>16</sup> Por. N. Klein, *No Logo, No Choice, No Space*, tłum. H. Pustułka, Izabelin 2004 (tu omówienie takich kwestii, jak między innymi metkowanie nauki i edukacji, społeczeństwo konsumenckie a obywatelskie).

<sup>17</sup> IV Złot Młodych Badaczy Kultury. *Jaka jakość? Igranie (z) jakości(q) we współczesnej humanistyce*, Wrocław, 17–18 marca 2016, [online] <<http://zlotkultury.weebly.com>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>18</sup> Zdaniem A. Płoszczyńca „[...] nie, gdyż uniemożliwiłoby to hierarchizowanie i porównywanie wartości” (tamże; zob. kuriozum: „wartości” dobrej i złej „jakości”?).

<sup>19</sup> W opinii A. Płoszczyńca „[...] nie do końca i nie zawsze, bo »wartość« jest uniwersalną kategorią ontologiczną (po prostu jest realizowana), a »jakość« domaga się swego istnienia” (tamże).

Nie da się natomiast zakwestionować stwierdzenia, że „»Jakość« to jedno z naczelných pojęć kognitywnych”<sup>20</sup>. Tak istotne jest więc rozważenie wątpliwości: „[...] czy ocenę jakościową należy postrzegać jako kryterium humanistyczne, pozwalające przy tym zachować niezależność humanistyki od nauki?”<sup>21</sup>. Wiemy przecież, że jakość jest przedmiotem badań nauki: filozofii (jakość jako wartość sama w sobie), socjologii (jakość życia), historii sztuki (jakość całej kultury)<sup>22</sup>.

Zazwyczaj z tym tematem związane są liczne kontrowersje, między innymi „[...] sądy stwierdzające występowanie w dziele określonych wartości, dzięki którym jest ono pod jakimś względem dla odbiorcy bardziej lub mniej cenne od innych dzieł tej samej kategorii, a zarazem w mniejszym lub większym stopniu odpowiada uznawanym przez niego ideałom i standardom. Wartościowanie w podwójny sposób relatywizuje dzieło”<sup>23</sup>. Trzeba pamiętać też, że różne są kryteria wartościowania, choćby w związku z różnymi sferami wartości, takimi jak: estetyczne, poznawcze, ekspresyjne, wychowawcze, artystyczne, oryginalności i wiele innych. Najczęściej wskazuje się dwa typy wartościowania (por. rozróżnienie Romana Ingardena na wartość estetyczną i artystyczną<sup>24</sup>), w których:

- 1) „[...] kryteria oceny mają charakter transcendentny w stosunku do ocenianego dzieła – reprezentują predylekcje, gusty, wrażliwość, ideały i przekonania tego, kto dokonuje wartościowania (subiektywne przeżycie dzieła, krytyka impresyjna), przyjmowane przez grupę społeczną, której przedstawicielem jest krytyk lub badacz (por. krytyka sztuki)”<sup>25</sup>;
- 2) „[...] kryteria są wyprowadzane z samego przedmiotu, który podlega ocenie, dzieło zostaje odniesione do swego macierzystego (historycznego, społecznego, kulturowego itp.) pola wartości, dostępnego badaczowi w drodze rekonstrukcji; w grę wchodzić mogą również kryteria niewyprowadzone z samego dzieła, lecz przyjmowane w jego ocenach przez odbiorców różnych epok i środowisk. [...] Takie wartościowanie jest zobiektywizowane, nie jest wykładnikiem osobistych upodobań oceniającego (por. historia sztuki)”<sup>26</sup>.

W tym kontekście najbardziej istotna jest „[...] zdolność sztuki do wywoływania przeżycia estetycznego, czyniąca z niego przedmiot estetyczny, [...] zdolność ta istnieje potencjalnie w sztuce, do jej aktualizacji konieczna jest jednak odpowiednia postawa odbiorcy (wiedza, czas, nastawienie, potrzeba itp.), który rozpoznaje wartości, jakości cenne z estetycznego punktu widzenia”<sup>27</sup>.

<sup>20</sup> Tamże.

<sup>21</sup> Tamże.

<sup>22</sup> Zob. też pojęcia: „doskonałość”, „innowacyjność”, „myślenie projektowe”, „jakość produktu” (funkcjonalność, praktyczność, niezawodność, trwałość, bezpieczeństwo użycia, estetyczność i prezentacja, ekskluzywność, koszt nabycia, usatysfakcjonowanie itp.). Zob. na przykład J.D. Eller, dz. cyt.; D. Ilczuk, W. Misiąg, dz. cyt.

<sup>23</sup> *Słownik terminów literackich*, s. 606–607.

<sup>24</sup> R. Ingarden, *Uwagi o estetycznym sądzie wartościującym*, w: tegoż, *Studia z estetyki*, t. 3, Warszawa 1970, s. 153–164.

<sup>25</sup> *Słownik terminów literackich*, s. 606–607.

<sup>26</sup> Tamże.

<sup>27</sup> Tamże.

Na pierwszy plan wysuwa się, w związku z powyższym, aspekt obiektywny (stałe i doceniane przez zbiorowość wartości/jakości) i aspekt subiektywny (każdorazowo zmienny korelat nastawień odbiorcy wobec przedmiotu). Najczęściej wymieniane wartości obiektywne<sup>28</sup> to:

- 1) celowość układu elementów;
- 2) oryginalność zastosowanych rozwiązań;
- 3) wysoki stopień artyzmu i siła ekspresji;
- 4) wrażliwość na „piękno”;
- 5) funkcje poznawcze, emotywne, instrumentalne itp.

„Wartości estetyczne łagodne” w koncepcji Mieczysława Wallisa „[...] przynależą przedmiotom, które wywołują u odbiorcy doznanie harmonii, spokoju, rozładowania konfliktów i napięć, są właściwe obiektom podpadającym pod kategorię piękna”<sup>29</sup>. Natomiast „wartości estetyczne ostre” „[...] przynależą przedmiotom, które wywołują u odbiorcy zdumienie, zdziwienie, grozę, czy nawet przykrość lub przerażenie, będące jednak w ostatecznym rezultacie źródłem satysfakcji estetycznej, są właściwe obiektom podpadającym pod kategorię wzniosłości, tragizmu, groteski, brzydoty, komizmu”<sup>30</sup>.

Na nieco inny aspekt wartości wskazywali autorzy książki *Ekonomie i kultura*, gdy pisali: „Wartość nie pochodzi z procesu produkcji (zob. wartość pracy według Marksa), lecz bierze się z pragnienia, jakie wzbudza dany przedmiot. Wartość przedmiotu zależy od tego, ile człowiek jest skłonny poświęcić wysiłku, aby ów przedmiot uzyskać. [...] Miara wartości jest w oczach potencjalnego posiadacza. [...] Wartość jest ruchoma, negocjowalna, a nie ściśle określona przez reguły kulturowe”<sup>31</sup>.

Jak się do tego ma jakość? Czy o jakości świadczą zyski? Czy – przekładając na film – „czynniki miękkie”, niematerialne, w tym artystyczny sukces poza granicami Polski? Czy istotnie możemy mówić o współczesnym uzależnieniu kiczu od komercji?

## Artyści czy menadżerowie?

Najmłodszy badacz uwarunkowań ekonomicznych polskiej kinematografii<sup>32</sup> wskazuje, że koniec lat dziewięćdziesiątych XX i początek XXI wieku oznaczał dla naszego kraju zapaść w sferze produkcji filmów. Z powodu braku dotacji nastąpiło przede wszystkim odcięcie dawnych źródeł dofinansowań, brakowało też ustawy i przepisów, które by ten stan normalizowały. Oznaczało to

<sup>28</sup> Na temat wartości obiektywnych pisali między innymi: R. Ingarden, S. Ossowski, P. Graff, T. Pawłowski, A. Tyszczyk.

<sup>29</sup> M. Wallis, *Wartości estetyczne łagodne i ostre*, w: tegoż, *Przeżycie i wartość. Pisma z estetyki i nauki o sztuce, 1931–1949*, Kraków 1968, s. 188.

<sup>30</sup> Tamże.

<sup>31</sup> R. Wilk, L. Cliggett, dz. cyt. (rozdz. 6: „Dary i wymiana”).

<sup>32</sup> A. Wróblewska, *Rynek filmowy w Polsce*, Warszawa 2014; M. Adamczak, *Globalne Hollywood*, Gdańsk 2010.

w pierwszej linii ograniczenie zainteresowania polskim kinem (i zwrócenie uwagi ku kinematografii zachodniej), a co za tym idzie, utratę możliwości odcisnięcia piętna na znaczeniu rodzimej produkcji. Z czasem sytuacja uległa zmianie za sprawą powołania Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej i uchwalenia ustawy o kinematografii<sup>33</sup>, o której pisano między innymi jako o „pomocnej dłoni”<sup>34</sup>. Sprzyjało to powstaniu licznych programów, które miały pomóc, szczególnie młodym reżyserom, w kręceniu filmów, na przykład programu „30 minut”, realizowanego od 2008 roku przez Studio Munka. Ciągłe aktualne pozostaje jednak pytanie: czy ustawa zagwarantowała/zagwarantuje dalsze utrzymywanie liczby i jakości polskich filmów?<sup>35</sup> I jak w tym wszystkim odnajdują się twórcy filmów? Twórcy, którzy coraz częściej stają się po prostu menadżerami swoich projektów, skazanymi na widzimisię potencjalnego tłumu konsumentów<sup>36</sup>. Co ze statusem artysty? Czy to początek nowej „jakości” kina?

Na tle tych rozważań ciekawym przypadkiem okazuje się działalność artystyczna Tomasza Bagińskiego (ur. 10 stycznia 1976 roku w Białymstoku)<sup>37</sup>. Bagiński trzy lata studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. W 1999 roku związał się z Platige Image<sup>38</sup>. Potem był dyrektorem kreatywnym w tej firmie. Wyreżyserował ponad 100 reklam, cinematiki<sup>39</sup> do gier oraz krótkometrażowe filmy animowane. Współtworzył liczne projekty artystyczne, a jego najbardziej znane filmy animowane, *Katedra*<sup>40</sup>, *Sztuka spadania*<sup>41</sup> i *Kinematograf*<sup>42</sup>, odniosły międzynarodowy sukces. Pierwsze z wymienionych dzieł, *Katedra*, było nominowane do Oscara w 2003 roku oraz otrzymało nagrodę główną Best of Show na festiwalu SIGGRAPH, kolejne, *Sztuka spadania*, dostało nagrodę Jury na festiwalu SIGGRAPH oraz nagrodę BAFTA, natomiast *Kinematograf* nominowany był do Złotego Lwa na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Wenecji. Artysta odpowiadał ponadto za reżyserię animowanej scenografii do koncertu *Siedem bram Jerozolimy*<sup>43</sup>, nagrodzonego w 2009 roku nominacją do nagrody Emmy. W 2010 roku wyreżyserował film zatytułowany *Animowana historia Polski*<sup>44</sup>, który promował Polskę podczas EXPO 2010

<sup>33</sup> Ustawa z dnia 30 czerwca 2005 roku o kinematografii (Dz.U. 2005, nr 132, poz. 1111).

<sup>34</sup> M. Adamczak, dz. cyt.

<sup>35</sup> Por. A. Wróblewska, dz. cyt.

<sup>36</sup> Crowdfunding (w kinematografii) – nowy model finansowania kina, marka stworzona przez fanów, odbiorców. Zob. *Paradygmaty współczesnego kina*, red. R. Kluszczyński i in., Łódź 2015.

<sup>37</sup> Tomek Bagiński, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/237-Tomek\\_Baginski](http://www.platige.com/pl/page/237-Tomek_Baginski)>, dostęp: 6.11.2017; Tomasz Bagiński, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?osoba=1137970>>, dostęp: 6.11.2017; Tomasz Bagiński, [online] <<http://culture.pl/pl/tworca/tomasz-baginski>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>38</sup> Na temat Platige Image, polskiej firmy specjalizującej się w tworzeniu grafiki komputerowej, zob. Platige Image, [online] <<http://www.platige.com/pl/info/about>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>39</sup> Szerzej na temat cinematików zob. na przykład M. Azarewicz, *O cinematikach słów kilka*, [online] <<https://www.youtube.com/watch?v=pir0jvhOhA0>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>40</sup> *Katedra* (2002), reż. Tomasz Bagiński.

<sup>41</sup> *Sztuka spadania* (2004), reż. Tomasz Bagiński.

<sup>42</sup> *Kinematograf* (2009), reż. Tomasz Bagiński.

<sup>43</sup> *Siedem bram Jerozolimy*, [online] <<https://www.sfp.org.pl/film,26900,1,Siedem-bram-Jerozolimy.html>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>44</sup> *Animowana historia Polski* (2010), reż. Tomasz Bagiński.

w Szanghaju. Rok później został dyrektorem kreatywnym kampanii „Move Your Imagination”, promującej polską turystykę podczas targów turystycznych ITB w Berlinie. Wyreżyserował spot reklamujący Igrzyska Zimowe w Soczi w 2014 roku<sup>45</sup>. Odpowiadał także za reżyserię cinematików na potrzeby gier *Wiedźmin* i *Wiedźmin 2: Zabójcy Królów*<sup>46</sup> oraz *Cyberpunk 2077*<sup>47</sup>, których wydawcą jest firma CD Projekt RED. We współpracy z Europejską Agencją Kosmiczną stworzył krótkometrażowy film *Ambition*<sup>48</sup>, w którym główną rolę zagrał Aidan Gillen, znany między innymi z serialu *Gra o Tron*. Inne godne odnotowania projekty tego animatora to: *Bieg*<sup>49</sup>, *Made in China*<sup>50</sup>, *Hardkor 44*<sup>51</sup>, a obecnie cykl filmów aktorskich (z elementami animowanymi) *Legandy polskie* (2015–2016)<sup>52</sup>.

Nazwisko Bagiński zaczęło być bardziej znane szerszej publiczności za sprawą *Katedry*<sup>53</sup> według opowiadania Jacka Dukaja, a więc „pierwszego shortu” wyprodukowanego przez Platige. Od tego czasu mówi się o wypracowaniu przez tego animatora własnego stylu, „[...] na który składa się malarska wrażliwość, epicki rozmach i silne przywiązanie do literatury”<sup>54</sup>. Film stał się inspiracją dla wielu młodych grafików, którzy myśleli o twórczym połączeniu sztuki grafiki komputerowej z filmem<sup>55</sup>. Do dziś *Katedra* może imponować, zarówno ze względu na aspekt techniczny, jak i precyzyjną strategię oddziaływania na widza, jego emocje, za pomocą obrazów i dźwięków. Sam autor, mówiąc o filmie, podkreślał:

*Katedra* była takim „popowym filmem autorskim”; zresztą do dziś czasem pojawiają się na ten temat dyskusje i sporo ludzi zarzuca mi, że *Katedra* mało ma do czynienia z prawdziwą sztuką i za sztukę może ją uznać tylko widz kompletnie niewyrobiony w kinie autorskim. Ale... właśnie o to chodziło. Nie chciałem, by powstał film, który zobaczy 5 osób w studenckim klubie dyskusyjnym. Chciałem stworzyć coś, co dotrze do wielu ludzi, wielu ludzi zaciekaWi. Potężnie się do tego przyczyniła też promocja filmu, pierwszy raz robiona w kraju na taką

<sup>45</sup> *BBC Winter Olympics – Nature*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/424-Bbc\\_Winter\\_Olympics\\_Nature](http://www.platige.com/pl/page/424-Bbc_Winter_Olympics_Nature)>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>46</sup> *The Witcher 2: Assassins of Kings 11*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/143-The\\_Witcher\\_2\\_Assassins\\_Of\\_Kings\\_11](http://www.platige.com/pl/page/143-The_Witcher_2_Assassins_Of_Kings_11)>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>47</sup> *Cyberpunk 2077*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/292-Cyberpunk\\_2077](http://www.platige.com/pl/page/292-Cyberpunk_2077)>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>48</sup> *Ambition* (2014, pol. *Ambicja*), reż. Tomasz Bagiński. Szerzej na temat tego filmu zob. *Ambition*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=1236172>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>49</sup> *Bieg* (2009), reż. Tomasz Bagiński.

<sup>50</sup> *Made in China* (2008, film nie został skierowany do rozpowszechniania), reż. Tomasz Bagiński.

<sup>51</sup> Film *Hardkor 44* nie został ukończony.

<sup>52</sup> Na serię składają się filmy: *Smok* (2015), *Twardowsky* (2015), *Twardowsky 2.0* (2016), *Operacja Bazyliszek* (2016), *Jaga* (2016).

<sup>53</sup> Szerzej o realizacji filmu zob. T. Bagiński, J. Dukaj, *Czterdzieści miesięcy w Katedrze*, „Nowa Fantastyka” 2002, nr 12, s. 17–19. Zob. też *Katedra*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=4215666>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>54</sup> *Katedra*, [online] <<https://www.platige.com/pl/project/fabula-pl/katedra/>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>55</sup> *The Cathedral*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/1-The\\_Cathedral](http://www.platige.com/pl/page/1-The_Cathedral)>, dostęp: 6.11.2017.

skąłę, i oczywiście nominacja do Oscara. Mam tę satysfakcję, że może niektórzy widzowie po obejrzeniu mojego filmu zainteresowali się tematem na tyle, żeby sięgnąć do rzeczy cięższych gatunkowo<sup>56</sup>.

W *Sztuce spadania*, drugim krótkim filmie, Bagiński posługuje się podobnym pomysłem, jak zaciekawić i przyciągnąć uwagę widzów. Ma być atrakcyjnie, a więc efektownie pod względem wizualnym i dźwiękowym, zabawnie i niezbyt długo. Dlatego hasła reklamowe filmu ujmują walory tej produkcji też bardzo lapidarnie:

Ta wojenna historia z dużą dawką czarnego humoru wymagała lżejszej formy i potraktowanej z przymrużeniem oka plastyki postaci i całego świata. Dużą rolę w filmie pełni muzyka. Utwór *Asfalt Tango* bałkańskiej kapeli Fanfare Ciocarlia pomaga błyskawicznie wejść w świat żołnierzy w opuszczonej bazie wojskowej. Za koncepcję plastyczną filmu odpowiadał Rafał Wojtunik<sup>57</sup>.

Nieco innym pomysłem, dla którego inspiracją stał się komiks Mateusza Skutnika, a za stronę wizualną filmu, oprócz Bagińskiego, odpowiadał też Jakub Jabłoński, jest *Kinematograf*. Ten ostatni – jak czytamy na stronie filmu – „[...] tchnął życie w ten projekt, tworząc 18 postaci i setki ręcznie malowanych scenerii. Świat stworzony przez Jabłońskiego czerpie inspirację z wiktoriańskich baśni, które zostały przetworzone przez artystę, dając zupełnie nową jakość”<sup>58</sup>. Ostatecznie powstał film równie efektowny jak poprzednie, choć zawierający też istotne przesłanie, podobnie jak wcześniejsze projekty Bagińskiego, które podejmowały przecież ważne tematy, na przykład poświęcenie czy pacyfizm. *Kinematograf* znalazł się ponadto na liście filmów nominowanych do nagrody Amerykańskiej Akademii Filmowej<sup>59</sup>.

Kolejnym wyzwaniem była wspomniana już *Animowana historia Polski*, przygotowana pod opieką naukową historyka, prof. Henryka Samsonowicza. Jest to opowieść o najważniejszych wydarzeniach z historii Polski, przedstawiona w atrakcyjny wizualnie sposób, a więc mająca „[...] trafić w gusta zarówno wielbicieli wysmakowanej filmowej formy, jak i historycznych purystów”<sup>60</sup>. W podobnej stylistyce utrzymany jest *Grunwald. Bitwa 600-lecia*<sup>61</sup>, film zrealizowany z okazji 600-lecia największej bitwy średniowiecznej Europy, która rozegrała się w 1410 roku pod Grunwaldem.

<sup>56</sup> Cyt. za: Tomasz Bagiński, [online] <<https://culture.pl/pl/tworca/tomasz-baginski>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>57</sup> *Fallen Art*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/3-Fallen\\_Art](http://www.platige.com/pl/page/3-Fallen_Art)>, dostęp: 6.11.2017; zob. też *Sztuka spadania*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=4219484>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>58</sup> *The Kinematograph*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/61-The\\_Kinematograph](http://www.platige.com/pl/page/61-The_Kinematograph)>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>59</sup> Tamże. Zob. też *Kinematograf*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=4221863>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>60</sup> Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, [online] <<http://www.parp.gov.pl/index/more/17225>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>61</sup> *Grunwald. Bitwa 600-lecia* (2010), reż. Tomasz Bagiński. Zob. *Grunwald. Battle of Sescentenary*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/78-Grunwald\\_Battle\\_Of\\_Sescentenary](http://www.platige.com/pl/page/78-Grunwald_Battle_Of_Sescentenary)>, dostęp: 6.11.2017.

Niewątpliwie jednym z ciekawszych pomysłów Bagińskiego jest realizacja animacji na temat powstania warszawskiego *Hardkor 44* (według scenariusza Tobiasza Piątkowskiego i Łukasza Orbitowskiego). W największym skrócie akcja opowiada o walce Niemców (eksperymentalny oddział cyborgów bojowych) pod dowództwem niejakiego Wagnera z ludźmi Arnolda, który, jak czytamy w opisach filmu, „[...] kompletuje [...] ekipę nietypowych specjalistów – są to przestępcy i outsiderzy, a nawet kolaboranci”<sup>62</sup>. Początkowo planowano premierę filmu na 2012 rok, produkcja została jednak wstrzymana w 2013 roku, ostatecznie dostępne są fragmenty filmu w Internecie.

Ostatnie projekty Bagińskiego to krótkie filmy aktorskie z wykorzystaniem technik animacji ze wspomnianego cyklu *Legendy polskie*, między innymi:

- *Twardowsky 2.0*<sup>63</sup>, realizacja trwająca 21 minut z Robertem Więckiewiczem w roli tytułowej, i dziewięciominutowy *Twardowsky*, który powstał rok wcześniej. Pan Twardowski podpisuje pakt z diabłem, w myśl którego zostaje zamknięty w stacji kosmicznej na Księżycu. Próbuje przechrzcić swojego przeciwnika, występującego w postaci pięknej kobiety, ale wie, że będzie musiał za to kiedyś zapłacić.
- *Smok*, film przypominający legendę grodu Kraka zagrożonego przez smoka. W wersji Bagińskiego ten ostatni nie przypomina wcale potwora. Jest nim niejaki Adolf, który porywa podobające się mu kobiety. Jest to opowieść uwspółcześniona, a przez to autorska, choć odwołująca się do znanego fabularnego schematu.

Wraz z cyklem legend Bagińskiego, który można obejrzeć online na stronie <http://legendy.allegro.pl>, pojawiły się też audiobooki i tradycyjne wydania papierowe tych prastarych opowieści. Z ciekawostek warto wspomnieć, że pierwsze dwa odcinki *Legend polskich* wyświetlono w Internecie 6 milionów razy. Jaką rolę mają spełniać te powroty? Zdaniem samego reżysera chodziłoby przede wszystkim o dbanie o tożsamość narodową<sup>64</sup>. Twórca *Katedry* stwierdził:

Nie jesteśmy Ameryką, musimy dbać o tożsamość narodową, bo inaczej się rozmyjemy. [...] Mądrze robiona kultura narodowa jest jak najbardziej na miejscu. W tak małym kraju jak nasz kultury nie można budować wyłącznie na wewnętrznym rynku, ale jeśli decydujemy, że jesteśmy Polakami, to musimy tę kulturę pielęgnować, a co za tym idzie – dotować<sup>65</sup>.

Tomasz Bagiński nigdy nie ukrywał, że wychował się na komercyjnej, ale jednocześnie dobrze zrobionej amerykańskiej rozrywce i chciałby ją przenieść do polskiej animacji mimo ograniczeń budżetowych i logistycznych. Nigdy nie

<sup>62</sup> Powstanie '44 w świecie komputerowej animacji, „CADblog.pl” 2009, nr 6 (7), s. 35. Zob. też I. Szymańska, *Hardkor 44, czyli malownicza rozwałka*, „Gazeta Wyborcza” 2009, wyd. z 4 sierpnia.

<sup>63</sup> *Twardowsky 2.0*, [online] <<http://filmpolski.pl/fp/index.php?film=1241332>>, dostęp: 6.11.2017; *Legendy polskie*, [online] <<http://filmpolski.pl/fp/index.php?film=1239259>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>64</sup> Tomasz Bagiński o serii „Legendy polskie”: *Musimy dbać o tożsamość narodową*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia N. Szostak, [online] <<http://wyborcza.pl/7,101707,20722193,tomasz-baginski-o-serii-legendy-polskie-rozmowa.html>>, dostęp: 6.11.2017.

<sup>65</sup> Tamże.

miał aspiracji, żeby robić wygrywające festiwale dramaty obyczajowe. Dlatego nie należy mieć wobec jego twórczości takich oczekiwań, choć odznaczenie Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski za „[...] wybitne zasługi dla polskiej i światowej kultury, za osiągnięcia w pracy twórczej i artystycznej” w 2012 roku sugeruje, że jest to twórca, któremu mimo wszystko udało się osiągnąć ów balans komfortu intelektualnego, emocjonalnego i egzystencjalnego, o którym pisałam na początku... a którego badanie może być też wyzwaniem dla młodych socjologów sztuki.

## Bibliografia

### Dokumenty prawne

Ustawa z dnia 30 czerwca 2005 roku o kinematografii (Dz.U. 2005, nr 132, poz. 1111).

### Opracowania

Adameczak M., *Globalne Hollywood*, Gdańsk 2010.

Bagiński T., *Krok po kroku*, „Film & TV Kamera” 2002, nr 4.

Bagiński T., Dukaj J., *Czterdzieści miesięcy w Katedrze*, „Nowa Fantastyka” 2002, nr 12.

Eller J.D., *Antropologia kulturowa. Globalne siły. Lokalne światy*, tłum. A. Gąsior-Niemiec, Kraków 2012.

Ilczuk D., Misiąg W., *Finansowanie i organizacja kultury w gospodarce rynkowej*, Warszawa 2003.

Ingarden R., *Uwagi o estetycznym sądzie wartościującym*, w: tegoż, *Studia z estetyki*, t. 3, Warszawa 1970.

Klein N., *No Logo, No Choice, No Space, No Jobs*, tłum. H. Pustułka, Izabelin 2004.

Morawski S., *Co to jest sztuka?*, „Ruch Filozoficzny” 1970, z. 3 i 4.

*Paradygmaty współczesnego kina*, red. R. Kluszczyński i in., Łódź 2015.

*Powstanie '44 w świecie komputerowej animacji*, „CADblog.pl” 2009, nr 6 (7).

*Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 1998.

Szymańska I., *Hardkor 44, czyli malownicza rozwalka*, „Gazeta Wyborcza” 2009, wyd. z 4 sierpnia.

Tatarkiewicz W., *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa 1975.

Throsby D., *Ekonomia i kultura*, tłum. O. Siara, Warszawa 2010.

Wallis M., *Wartości estetyczne łagodne i ostre*, w: tegoż, *Przeżycie i wartość. Pisma z estetyki i nauki o sztuce 1931–1949*, Kraków 1968.

Wilk R., Cliggett L., *Ekonomia i kultura. Podstawy antropologii ekonomicznej*, tłum. J. Gilewicz, Kraków 2011.

Wróblewska A., *Rynek filmowy w Polsce*, Warszawa 2014.

### Bibliografia uzupełniająca

*Animacja jest wszędzie*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia D. Chrobak, „Dziennik. Polska. Europa. Świat – Kultura” 2008, wyd. z 14 marca.

*Dziesięć minut w półtora roku*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia O. Szewczyk, „Dziennik. Polska. Europa. Świat – Kultura” 2007, wyd. z 26 października.

*Herbata ze szklanki w kosmosie*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia N. Szostak, „Gazeta Wyborcza” 2016, wyd. z 21 września.

Jopkiewicz T., *Sztuka spadania*, „Kino” 2004, nr 11.

*Jutro należy do komputerów?*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia K. Godlewski, „Gazeta Wyborcza” 2004, wyd. z 26 listopada.

*Katedra*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia I. Gruca, „Film & TV Kamera” 2005, nr 4.

*Kosmiczne polskie Hollywood*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia K. Wójcicki, „Gazeta Wyborcza” 2014, wyd. z 29 października.

Maciejewski Ł., *Sztuka spadania*, „Film” 2004, nr 12.

*Odebrać prawicy flagę i orła*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia K. Pasternak, „Film” 2009, nr 9.

*Powstanie w czasach popkultury*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia M. Sommer, „Dziennik. Polska. Europa. Świat – Kultura” 2009, wyd. z 3 sierpnia.  
 Prokopowicz A., *6 minut nie z tego świata*, „Film” 2002, nr 12.  
*Przychodzi facet do Katedry...*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia A. Sadurska, „Kino” 2003, nr 9.

### Źródła internetowe

*8 min. powstawało rok. Bagiński: To reklama naszej historii*, [online] <<http://www.tvn24.pl/kultura-styl/8/8-min-powstawalo-rok-baginski-to-reklama-naszej-historii,134067.html>>, dostęp: 6.11.2017.  
*IV Złot Młodych Badaczy Kultury. Jaka jakość? Igranie (z) jakości(q) we współczesnej humanistyce*, Wrocław, 17–18 marca 2016, [online] <<http://zlotkultury.weebly.com>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Ambition*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=1236172>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Animated Guide to Polish Success*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/76-Animated\\_Guide\\_To\\_Polish\\_Success](http://www.platige.com/pl/page/76-Animated_Guide_To_Polish_Success)>, dostęp: 6.11.2017.  
*Art Business, czyli sztuka biznesu*, [online] <<http://artbiznes.pl/art-business/>>, dostęp: 6.11.2017.  
 Azarewicz M., *O cinematikach słów kilka*, [online] <<https://www.youtube.com/watch?v=pjr0jvhO-hA0>>, dostęp: 6.11.2017.  
*BBC Winter Olympics Nature*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/424-Bbc\\_Winter\\_Olympics\\_Nature](http://www.platige.com/pl/page/424-Bbc_Winter_Olympics_Nature)>, dostęp: 6.11.2017.  
*Cyberpunk 2077*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/292-Cyberpunk\\_2077](http://www.platige.com/pl/page/292-Cyberpunk_2077)>, dostęp: 6.11.2017.  
*Fallen Art*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/3-Fallen\\_Art](http://www.platige.com/pl/page/3-Fallen_Art)>, dostęp: 6.11.2017.  
*Film w prasie polskiej. Tomasz Bagiński*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/rec/index.php/rec/52650>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Grunwald. Battle of Sescentenary*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/78-Grunwald\\_Battle\\_Of\\_Sescentenary](http://www.platige.com/pl/page/78-Grunwald_Battle_Of_Sescentenary)>, dostęp: 6.11.2017.  
*Katedra*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=4215666>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Katedra*, [online] <<https://www.platige.com/pl/project/fabula-pl/katedra/>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Kinematograf*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=4221863>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Legends polskie*, [online] <<http://filmpolski.pl/fp/index.php?film=1239259>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Marketing kultury*, [online] <[https://mfiles.pl/pl/index.php/Marketing\\_kultury](https://mfiles.pl/pl/index.php/Marketing_kultury)>, dostęp: 6.09.2018.  
 Platige Image, [online] <<http://www.platige.com/pl/info/about>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Siedem bram Jerozolimy*, [online] <<https://www.sfp.org.pl/film,26900,1,Siedem-bram-Jerozolimy.html>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Sztuka spadania*, [online] <<http://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=4219484>>, dostęp: 6.11.2017.  
*The Cathedral*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/1-The\\_Cathedral](http://www.platige.com/pl/page/1-The_Cathedral)>, dostęp: 6.11.2017.  
*The Kinematograph*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/61-The\\_Kinematograph](http://www.platige.com/pl/page/61-The_Kinematograph)>, dostęp: 6.11.2017.  
*The Witcher 2: Assassins of Kings 11*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/143-The\\_Witcher\\_2\\_Assassins\\_Of\\_Kings\\_11](http://www.platige.com/pl/page/143-The_Witcher_2_Assassins_Of_Kings_11)>, dostęp: 6.11.2017.  
*Tomasz Bagiński*, [online] <<http://filmpolski.pl/fp/index.php?osoba=1137970>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Tomasz Bagiński*, [online] <<http://culture.pl/pl/tworca/tomasz-baginski>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Tomasz Bagiński o serii „Legends polskie”: Musimy dbać o tożsamość narodową*, z Tomaszem Bagińskim rozmawia N. Szostak, [online] <<http://wyborcza.pl/7,101707,20722193,tomasz-baginski-o-serii-legends-polskie-rozmowa.html>>, dostęp: 6.11.2017.  
*Tomek Bagiński*, [online] <[http://www.platige.com/pl/page/237-Tomek\\_Baginski](http://www.platige.com/pl/page/237-Tomek_Baginski)>, dostęp: 6.11.2017.  
*Twardowsky 2.0*, [online] <<http://filmpolski.pl/fp/index.php?film=1241332>>, dostęp: 6.11.2017.

### Filmografia

Prace w reżyserii Tomasza Bagińskiego  
*Ambition* (2014, pol. *Ambicja*).  
*Animowana historia Polski* (2010).  
*BBC Winter Olympics – Nature* (2014).  
*Bieg* (2009).  
*Grunwald. Bitwa 600-lecia* (2010).  
*Hardkor 44* (nieukończony).  
*Jaga* (2016).

*Katedra* (2002).  
*Kinematograf* (2009).  
*Made in China* (2008, film nie został skierowany do rozpowszechniania).  
*Operacja Bazyliżek* (2016).  
*Smok* (2015).  
*Sztuka spadania* (2004).  
*Twardowsky* (2015).  
*Twardowsky 2.0* (2016).

### Streszczenie

Tytuł i temat: *Sztuka – artyzm animacji* wpisuje się w założenia szerszego problemu, związku czy wzajemnego przenikania się takich sfer ludzkiej egzystencji, jak socjologia i kino. Dzieje się tak już na poziomie języka, a więc semantyki i użycia pojęcia „komercjalizacja”. Pociąga ono za sobą cały szereg wyobrażeń i innych słów kluczy (jak „produkt”, „ekonomia prestiżu”, „menadżer sztuki” itp.), coraz częściej stosowanych w filmowej nomenklaturze w odniesieniu do tej twórczej aktywności, zamiast wcześniejszych: „tekst kultury”, „jakość”, „wartość”, „artysta”. Celem autorki artykułu jest, po pierwsze, próba wskazania udanego, bo twórczego i korzystnego związku między sztuką kinematograficzną a socjologią i/lub ekonomią, w myśl idei przedsiębiorczości i komercjalizacji wyników działalności artystycznej, a po drugie namysł nad relacją między jakością a wartością sztuki, kiczem a komercjalizacją.

### **The Art of Animation: Films by Tomasz Bagiński (Sociological Perspective)**

#### Summary

The title and theme of “art of animation” is part of a wider problem, relationship or mutual penetration of such spheres of human existence as sociology and cinema. This is already the case at the level of language, and thus the semantics and the use of the term “commercialization.” It entails a whole range of images and other key words (such as “product,” “prestige economy,” “art manager” etc.), increasingly used in the film nomenclature in relation to this creative activity, instead of earlier ones: “the text of culture,” “quality,” “value,” “artist.” The goal of the author of this article, firstly, is to try to show a successful, creative and beneficial connection between cinematographic art and sociology and/or economy, in line with the idea of entrepreneurship and commercialization of artistic activity, secondly, the idea of the relation between “quality” and “value” of art, kitsch and commercialization.

