

**Akademia Sztuk Pięknych
im. Władysława Strzemińskiego
w Łodzi**

**Kompleksowe
opracowanie graficzne
produktów sportowych.
Kolekcja siedmiu deskorolek
wraz z wszelkimi niezbędnymi
drukami reklamowymi.**

**Promotor
prof. Sławomir Iwański**

**Autor
mgr Jakub Stępień**

Łódź, 10.05.2017

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
DESKOROLKA CZYLI CO?	7
DAWNO TEMU, W AMERYCE	8
TO NIE KALIFORNIA	13
KONTEKSTY	17
SZTUKA I DESKOROLKA	19
SZTUKA I GRZECH	21
#HASZTAG INSPIRACJA	26
KOLEKCJA DEWSKOROLEK	27
DRUKI PROMOCYJNE	35
PODSUMOWANIE	43
BIBLIOGRAFIA	44

WSTĘP

Pracę nad kolekcją deskorolek połączonych ze sobą motywem siedmiu grzechów głównych rozpocząłem jesienią 2016 roku, ale można śmiało stwierdzić, że ich powstanie jest konsekwencją wieloletniej praktyki artystycznej i projektowej, osobistych zainteresowań, czy wreszcie – własnej fizycznej aktywności. Dojrzywałem w rytmie transformacji ustrojowej, której przejawem – jednym z wielu, ale dla mnie wyjątkowo znaczącym – było zaszczepienie kultury deskorolkowej na grunt polski. Miało to dla mnie, jako nastolatka, formacyjne znaczenie. Podobnie jak dynamicznie zmieniająca się ikonosfera i cały wizualny kod ulicy. Lata dziewięćdziesiąte cieszą się dziś olbrzymim zainteresowaniem ze strony kuratorów i badaczy, czy wreszcie artystów, którzy na powrót przyglądają się wizualnym początkom III Rzeczypospolitej i szukają w nich – tym razem z odpowiednim dystansem – odpowiedzi na to, kim jesteśmy dzisiaj. Sam od wielu lat realizuję projekt badawczy pod nazwą „TYPOPOLO” czyli katalog „liter nieoswojonych”, jak nazwała je Olga Drenda w publikacji zatytułowanej *Duchologia polska, poświęconej „rzeczom i ludziom w latach transformacji”*¹. Co ciekawe jednak, deskorolkowa rewolucja umknęła uwadze tej czujnej autorce, podobnie jak wielu innym badaczom tego okresu. Wszystko to mogłoby wskazywać na niszowy i subkulturowy charakter tego zjawiska, gdyby nie fakt, że ta stosunkowo młoda dyscyplina szybko zyskała na świecie olbrzymie znaczenie i dziś jest jedną z najbardziej popularnych gałęzi sportowych, angażującą spore nakłady finansowe, zainteresowanie reklamodawców oraz – co najważniejsze dla środowiska – uwagę zarówno użytkowników, jak i szerokiej publiczności. Do tego stopnia, że w 2020 roku zadebiutuje w Tokio na Igrzyskach Olimpijskich. Polska scena deskorolkowa jest ważną częścią tych globalnych procesów, wierzę więc, że jej historia przeniknie się do opracowań i zyska uwagę badaczy. Szczególnie zaś w swym estetycznym wymiarze.

Chciałbym bowiem podkreślić olbrzymi potencjał wizualny deskorolki, obiektu, który przedstawię tutaj jako medium do prezentowania różnorodnych symbolicznych treści. Medium szczególne,

1
O. Drenda,
Duchologia polska,
Kraków 2016, s. 155

bo funkcjonujące w ramach określonego, wizualnego kodu, a przy tym subwersywne i wymykające się prostym interpretacjom. Warta szczególnej uwagi jest specyficzna relacja łącząca deskorolki z ich użytkownikami. Jak postaram się wykazać w toku mojej pracy, wielu z nich dokonuje wyboru na podstawie nie tylko estetycznych preferencji, ale też określonego systemu wartości, który łączy się z danym producentem. Można pokusić się o porównanie deskorolki do tarczy, która poza swoją funkcją komunikuje też szereg wartości, zarówno estetycznych, jak i etycznych. Ostatecznie jest to dyscyplina, która do dziś – pomimo swojego profesjonalnego, sportowego oblicza – zachowuje związek z określonym stylem życia, który charakteryzuje luz i dystans wobec codzienności. Niech nas nie zdziwią zatem tematy śmiałe, łotrzykowskie pomysły, pełne dowcipu koncepty, czy wreszcie wizualne rozwiązania uderzające w mieszczańskie poczucie „dobrego smaku”. Wszystko to tylko czyni deskorolkę medium o olbrzymim artystycznym potencjale.

Niniejsza praca stanowi teoretyczne tło dla prezentacji kolekcji deskorolek oraz towarzyszących im prac graficznych, które wykonałem w ramach mojego przewodu doktorskiego. Chciałbym dać tutaj wyraz moim inspiracjom i jednocześnie przybliżyć zarówno moje artystyczne motywacje, co motywacje twórców pracujących w tym medium w ogóle. Pierwszą część eseju poświęcam historii tej dyscypliny i okoliczności, w jakich się rozwijała. Nie bez znaczenia będzie podkreślenie subwersywnego języka wizualnej perswazji, po którą sięgają autorzy, dziś zaliczani do klasyki sztuki deskorolki. W tym kontekście przedstawię kolekcję moich prac. Ich prezentacji towarzyszyć będzie omówienie.

DESKOROLKA CZYLI CO?

Jazda na deskorolce to polska nazwa aktywności, znanej na całym świecie pod nazwą skateboarding. Nie znamy okoliczności, w których powstał rodzimy odpowiednik, wiadomo jednak, że funkcjonuje on co najmniej od lat osiemdziesiątych XX wieku, wymiennie z wersją angielską. Osobę jeżdżącą na deskorolce lub wykonującą na niej triki nazywamy skaterem lub w wersji spolszczonej „skejterem”. Grupa skejterów może tworzyć rodzaj subkultury, charakteryzującej się zarówno określonym wyglądem, zachowaniem, czy wreszcie grupą cech dystynktywnych, wśród których należy wymienić strój, rodzaj preferowanej muzyki, a nawet określone słownictwo. Najczęściej łączeni są ze środowiskami kontrkulturowymi, a buntowniczy i nonkonformistyczny wizerunek skejtera umocniony został przez wideoklipy takich zespołów jak: NOFX, Sonic Youth, czy Beastie Boys. W Polsce subkultura ta łączona jest ze środowiskiem hiphopowym.

Na całym świecie skejterzy wykorzystują (najczęściej nielegalnie) infrastrukturę miejską do swoich popisów, w tym małą i średnią architekturę, użytkują deskorolkę jako środek komunikacji, lub uczestniczą w zawodach deskorolkowych, rozgrywanych w określonych kategoriach, wśród których należy wymienić m.in. tzw. bowl (betonowe wgłębienie przypominające pusty zbiornik) i vert (betonowe lub drewniane rampy).

Olbrzymią popularność z czasem zyskały legalne infrastruktury dla deskorolek, zwane skateparkami, będące co raz częściej wyznacznikiem wielkomiejskości. Skateparki imitują naturalne, miejskie przeszkody, wśród nich najważniejsze to: banki, czyli płaskie powierzchnie nachylone do podłoża często pod dużym kątem, rampy, przypominające ćwiartkę rury i służące do wyskoków w górę lub wykonania ślizgu, czy wreszcie różnego rodzaju raile, czyli rurki i poręcze, na których można wykonywać triki czy ewolucje (tzw. grindy).

DAWNO TEMU W AMERYCE

Jazda na deskorolce narodziła się w Kalifornii w późnych latach czterdziestych XX wieku w środowiskach związanych z dyscypliną modnego już wówczas surfing. Początkowo była odpowiedzią na kapryśne warunki pogodowe. Gdy fale łagodniały w ciągu dnia, surferzy szukali sposobności, by przenieść swoją aktywność na asfaltowe ulice kalifornijskich nadbrzeży. Stąd też kształt pierwszych deskorolek nawiązywał w swej typologii do krągłości deski surfingowej, w pomniejszonej jednak skali. Kółka domontowywane były metodą chałupniczą – odczepiane od wrotek i spawane z powierzchnią deski.

Jeszcze do początku lat sześćdziesiątych dyscyplina ta wciąż nie wykazywała większego impetu w swoim rozwoju – traktowana była jeszcze jako „chodnikowy surfing”, czy po prostu nowy rodzaj młodzieżowej zabawy, rozwijającej się wraz z tzw. kulturą plaży. Organizowane były wprawdzie pierwsze konkursy oraz powoli zaczęła rozwijać się zorganizowana produkcja, ale wykonywane ewolucje nijak nie przypominały dzisiejszej aktywności. Dominował freestyle podobny do łyżwiarstwa oraz zjazd slalomem, choć konotacje z surfingiem były dla wszystkich oczywiste. W publikacji *The Disposable Skateboard Bible* Sean Cliver, dziś uważany za jednego z najważniejszych badaczy, autorów i kolekcjonerów deskorolek, prezentuje je w perspektywie historycznej, wyodrębnione na białym tle. Dzięki temu możemy prześledzić ich wizualny rozwój. I faktycznie, deskorolki z lat sześćdziesiątych wizualnie przypominają deski surfingowe, tyle, że w pomniejszonej skali. Na wielu z nich dominuje ikonografia związana z tym sportem wodnym (mężczyzna unoszący się z deską na fali, czy wręcz konkretna sylwetka Duke’a Kahanamoku², jednego z hawajskich Waikiki Beach Boys, uważanego za twórcę surfinga) oraz napis „sidewalk surfboard” („chodnikowa deska surfingowa”)³.

Wspomniana kultura plaży to część tzw. „kalifornijskiego mitu”, trendu estetycznego, który rozwinął własne propozycje muzyczne,

²
Więcej o tym sportowcu, kulturowym tle oraz początkach dyscypliny surfing: D. Davis, *Waterman: The Life and Times of Duke Kahanamoku*, Lincoln, 2015

³
S. Clive, *The Disposable Skateboard Bible*, Berkeley, 2009

a nawet modę i styl. Najważniejszym przedstawicielem tego nurtu jest zespół Beach Boys, ale w tym kontekście trudno nie wspomnieć duetu piosenkarzy Jan & Dean, którzy w 1964 roku w amerykańskiej telewizji zaprezentowali późniejszy szlagier, zatytułowany *Sidewalk Surfin'*. Oto jego słowa:

***Don't be afraid to try the newest sport around
It's catching on in every city and town
You can do the tricks the surfers do
Just try a Quasimodo or the Coffin too
(Why don't you) Grab your board and go sidewalk surfin' with me!***

Występowi towarzyszyły popisy jednego z wokalistów, Deana, z wykorzystaniem deski. Jest to jedno z pierwszych zarejestrowanych przez masowe media przejawów tej młodzieżowej aktywności. I choć dziś trudno jednoznacznie zinterpretować co oznaczają w tym kontekście wyrażenia typu „quasimodo” czy „coffin”, treść piosenki wskazuje na rosnącą popularność deskorolki w pejzażu amerykańskich miast na początku lat sześćdziesiątych. Mniej więcej w tym samym czasie gdy Jan i Dean sławili nową dyscyplinę sportową, osiągając jednocześnie wysokie notowania w amerykańskich rozgłośniach radiowych, producenci desek surfingowych postanowili dorobić się na tym zainteresowaniu młodzieży deskorolkami. Do ich produkcji wykorzystywano ceramiczne kółka oraz specjalne rozwiązania bazujące na doświadczeniu w produkcji łyżw i wrotek. Światło dzienne ujrzały też pierwsze magazyny poświęcone tej tematyce. I nagle, bez wyraźnych przyczyn, w połowie lat sześćdziesiątych to powszechne zainteresowanie ucichło. Firmy zaczęły zamykać produkcje, a ci, którzy pozostawali wierni dyscyplinie musieli powrócić do wytwarzania deskorolek w swoich garażach.

I pewnie byłby to koniec sławy deskorolki, a ona sama stałaby się niszowym hobby, gdyby nie postać Franka Nasworthy, młodego inżyniera, łączącego w sobie pasję zarówno do nowinek technologicznych, co surfing⁴. W 1971 roku przeniósł się do Kalifornii, gdzie zetknął się z gasnącą popularnością deskorolki. Mimo to, zrobiła na nim tak duże wrażenie, że postanowił wykorzysta

4
Por. M. Brooke,
*The Concrete Wave:
The History of
Skateboarding*,
Toronto 2009

znajomość materiałów sztucznych do produkcji nowatorskich rozwiązań w produkcji kótek. Tak narodziła się jego firma Cadillac Wheels Company, produkująca podzespoły wykonane z poliuretanu, niezwykle trwałego, ale też miękkiego i sprężystego tworzywa. Ich montaż z deskorolką pozwalał na gładką, szybką i kontrolowaną jazdę, a co szczególnie ważne, wykonywanie śmielszych ewolucji. Nasworthy w swój produkt zainwestował siedemset dolarów, zarobionych w restauracji, a pierwsze dziesięć kompletów kótek rozdystrybuował do sklepów dla surferów rozlokowanych wzdłuż wybrzeża. To historia z cyklu „amerykański sen” - szybko bowiem młody inżynier stał się potentatem licencjonującym swój wynalazek, a przede wszystkim inspiratorem niezwykle dynamicznie od tej chwili rozwijającej się dyscypliny. Co ważne też, świetne wyczucie marketingowe Franka Nasworthy’ego spotkało się z akceptacją kontrkulturowego środowiska i miało wpływ na jego dalszy estetyczny rozwój. Tak też narodziła się kultowa grupa pod nazwą Zephyr Competition Team.

5
Królowie Dogtown,
reż. Catherine
Hardwicke,
scenariusz: Stacy
Peralta, 2005

*Lords of Dogtown*⁵, film biograficzny z 2005 roku opisujący historię drużyny Zephyr, zwanej też potocznie Z-Boys (jego scenarzystą jest jeden z jego członków, Stacy Peralta), nie bez przyczyny zaczyna się w momencie, gdy jeden z właścicieli legendarnego sklepu dla surferów Jeff Ho Surboards w Santa Monica kładzie na ladzie poliuretanowe kółka od Franka Nasworthy’ego. Nim grupa otrzymała znaną z historii formułę, jej członkowie byli juniorami w drużynie surferskiej, trenującej w zatoce zajmowanej przez nieczynne wesołe miasteczko Pacific Ocean Park, które niegdyś rozstawało nadbrzeże Santa Monica, ale w początkach lat siedemdziesiątych było już zrujnowane i opuszczone. Miejsce to odpowiadało grupie śmiałych surferów, którzy w tej dyscyplinie szukali ekstremalnych wrażeń. Sekcja skejterska początkowo miała być alternatywą dla surferskiego korzenia grupy, ale sukcesy, który przyszedł wraz z kolejnymi konkursami, czy wreszcie medialne sukcesy członków grupy, przeważały o deskorolkowym charakterze ekipy. Badacze i entuzjaści dyscypliny wskazują zawody w Del Mar w Kalifornii jako moment przełomowy w historii deskorolki. To tam wiosną 1975 roku zadebiutowała drużyna Z-Boys pokazując światu nową

formułę aktywności – drapieżną, nowoczesną, kontrkulturową. Na tle kilkunastu członków grupy szczególnie wyróżnili się Tony Alva, Jay Adams i Stacy Peralta, którzy do dziś owiani są legendą i stoją na szczycie deskorolkowego Olimpu. Pierwszy i ostatni mieli też ogromny wpływ na rozwój branży, szybko bowiem spieniężyli swoje sukcesy tworząc deskorolkowe marki produkujące asortyment do dziś, wyznaczając jednocześnie wysokie standardy i specyficzny, antyestablishmentowy look. Nieżyjący dziś już Jay Adams jest z kolei pierwowzorem nowoczesnego skejta – *enfant terrible*, zbuntowanego i radykalnego miejskiego bohatera. Warto w tym miejscu nadmienić też Peggy Oki, jedyną dziewczynę w tym pionierskim składzie, której obecność choć odrobinę podważała od zawsze „chłopacki” wymiar dyscypliny.

Istnieje silny związek nowoczesnych, betonowych pejzaży z deskorolkowym sportem. Można pokusić się nawet o stwierdzenie, że nie byłoby tej dyscypliny gdyby nie odpowiednia, miejska infrastruktura. Skejterzy od samego początku wykorzystywali to, co było gotowe w tkance miejskiej ⁶. I od początku też wykazywali się dużym sprytem w jej wykorzystywaniu. I nawet gdy dostęp do skateparków był stopniowo ograniczany – ze względu na olbrzymie ryzyko wypadków – nie powstrzymywało to śmiałków przed ekstremalnymi treningami. I tak oto druga połowa lat siedemdziesiątych jeszcze z kilku względów znacząco wpłynęła na historię deskorolk. Olbrzymie znaczenie okazała się bowiem mieć... susza w Kalifornii, która nastąpiła w 1976 roku. W związku z nią z basenów, tak bardzo popularnych w miejskim pejzażu, była przymusowo spuszczana woda, co szybko zostało wykorzystane przez skejterów. Puste dno zbiorników idealnie służyło deskorolkowym ewolucjom, wpływając na dynamiczny rozwój trików. Tak więc kolejny przełomowy moment to rok 1978, kiedy to Alan Gelfand, znany pod pseudonimem Ollie, prezentuje światu trik, polegający na podskoku skejtera i oderwaniu się deskorolki od podłoża. Przy rozpędzie chwyt ten łączy się dodatkowo z przesunięciem, co pozwala na dodatkowe pokonywanie przeszkód. Dziś większość trików bazuje na ewolucji „ollie”, która swoją nazwę wzięła od pseudonimu pierwszego wykonawcy

6
Por. J. Weyland,
*The Answer is Never.
The Skateboarder's
History of the World*,
New York 2002

i dziś należy do podstawowego słownika subkultury deskorolki.

Lata osiemdziesiąte uważa się za „złoty okres” dyscypliny, z kilku przynajmniej względów. Dekada poprzednia zapewniła jej odpowiedni rozgłos i sławę, a liczne publikacje medialne wraz z prezentacją zawodników podgrzały opinię publiczną i wprowadziły odpowiednią, antyestablishmentową aurę. Jazda na deskorolce, choć dostępna każdemu, zaczęła się kojarzyć się z czymś wyjątkowym. Podsycali to sami skejterzy, którzy pracowali wytrwale na ten wizerunek. Pomógł im w tym kolejny wynalazek, który pojawił się właśnie w tym czasie – kaset VHS. Dzięki technologii wideo można było nie tylko promować lepiej konkretnych zawodników, czy całe zespoły. Rozwój technologii pozwolił na globalny rozmach w promocji, upowszechnienie technik i postaw, a wreszcie – na dużo bardziej świadome budowanie marki i tworzenie odpowiedniej wizerunkowej ramy. Stacy Peralta i George Powell, założyciele marki Powell Peralta i projektu Bones Brigade Video Show jako pierwsi odkryli potencjał kaset wideo i ich globalnej dystrybucji, dzięki czemu też dotarli ze swoją działalnością do młodzieży niemal we wszystkich krajach zachodnich. Odpowiednia estetyka, świadomie kształtowana wizualna oprawa, połączenie obrazu z muzyką i kreowanie etosu – wszystko to zapewniło im olbrzymi sukces. Takie narzędzia kształtowały współczesną kulturę ulicy. Przez kolejne dekady istnienia, kultura ta, inspirowana przede wszystkim muzyką punk i sceną DIY (z ang. zrób to sam), a następnie hip-hopem, wytworzyła swoisty rodzaj mody, który w decydujący sposób wpłynął na to co nazywamy obecnie streetwear (ang. styl uliczny). Jazda na deskorolce pełniła w niej kluczową rolę: była rodzajem buntu, chodziło o pokazanie swojej odrębności. Wszystko to tworzyło pewien rodzaj subkultury, ponieważ model ten przez wielu młodych ludzi uważany za sposób na życie. Do dziś wiele osób traktuje skateboarding jako jeden z najważniejszych sportów ekstremalnych – lub jako formę sztuki, również życia codziennego.

TO NIE KALIFORNIA

Począwszy od lat dziewięćdziesiątych obserwujemy stopniową profesjonalizację dyscypliny. To, co było wyrazem autentycznej potrzeby i było zarezerwowane początkowo dla tej wąskiej grupy kalifornijskiej młodzieży, która chciała dzięki deskorolce wydłużyć chwile beztroskiej zabawy, stopniowo zaczęło być wykorzystywane przez rynek i przemieniać się w branżę sportu i biznesu.

Niewątpliwym czynnikiem dynamizującym ten publiczny wizerunek deskorolki była telewizja i transmitowane w niej zawody X-Games, prezentujące sporty ekstremalne. Branża dzięki temu doznała olbrzymiego przyspieszenia. Na potrzeby programów telewizyjnych pojawili się eksperci i komentatorzy tej dyscypliny. Deskorolka stała się emblematem często wykorzystywanym w branży reklamowej, wiele z firm promujących asortyment i odzież deskorolkową odnotowała ogromne zyski na światowych rynkach. Bycie skejterem stało się też intratnym zawodem – na wzór innych dyscyplin sportowych. Rynek Stanów Zjednoczonych pozostał kolebką skateboardingu i najsilniej oddziałuje na światowe trendy. Ale jego sukces wpłynął na inne kraje zachodnie. Według informacji z 2009 roku, rynek deskorolkowy na świecie oszacowano na ok 4,8 miliarda dolarów oraz 11 milionów aktywnych osób jeżdżących na deskorolce. Wszystko to ulegnie kolejnemu przyspieszeniu, odkąd na początku 2017 roku ogłoszono, iż skateboarding będzie oficjalnym sportem olimpijskim począwszy od Igrzysk Olimpijskich w Tokyo w 2020 roku.

O takim rozwoju sytuacji pionierzy dyscypliny pewnie nawet nie marzyli. A może go nawet nie pragnęli. Stopniowa profesjonalizacja musiała budzić niechęć w środowisku, które widziało w deskorolce narzędzie antyestablishmentowej rewolucji, lub też emblemat antykonsumpcyjnego podejścia do życia. Ciekawy kontekst tworzą badania i obserwacje tej aktywności w Europie, szczególnie w krajach byłego bloku socjalistycznego. W tym miejscu warto przypomnieć mocument w reżyserii Martina Persiela, zatytułowany

*To nie Kalifornia*⁷. Film, prezentowany w sekcji dokumentu na Berlin Film Festival w 2012 roku wywołał burzę kontrowersji, głównie ze względu na niejasność, czy materiał który został wykorzystany do jego stworzenia ma rzeczywiście wartość dokumentacyjną. Film, będący wyraźnie kreacją reżyserską opowiada o paczce znajomych z NRD, których połączyła pasja do deskorolki. Film tym samym jest panoramą ostatniej dekady ustroju socjalistycznego i próbą rekonstrukcji ruchów kontrkulturowych funkcjonujących w tych warunkach. I choć większość materiałów wykorzystanych w filmie nie ma wartości historycznej, film jako całość w pasjonujący sposób opowiada o tęsknotach i symbolicznych potrzebach zbuntowanej młodzieży lat osiemdziesiątych, dla których dostęp do zachodniej muzyki alternatywnej i subkulturowych aktywności jest formą manifestacji niezgody na polityczne status quo. Spektakularne są też sceny, w których deskorolkowcy wykorzystują miejską infrastrukturę dla swoich ewolucji i trików. Po raz kolejny zwraca uwagę moc architektury, w tym przypadku brutalistycznej, której sprzyjają ruchy kamery rejestrujące popisy skejterów. Ta dynamika obrazu buduje nowy kontekst do odczytania tkanki miejskiej dużych metropolii drugiej połowy XX wieku.

W Polsce skateboarding rozwijał się już w latach osiemdziesiątych, o czym świadczą nieliczne wzmianki w nielicznej też literaturze przedmiotu. Jednak te początki przypominają bardzo pierwsze lata dyscypliny w Stanach Zjednoczonych. Również w PRL-u skateboarding polegał i freestylu, przypominającym łyżwiarstwo. Pionierów znamy z imienia i nazwiska dzięki publikacjom. Byli to Piotr Wysocki i Wojciech Bieliński. Niewiele jednak zachowało się archiwaliów z tego okresu, a prawdziwy boom na tę aktywność pojawił się już w pierwszych latach transformacji ustrojowej. Kuba Perzyna z Galerii Wizytującej, jeden z najważniejszych badaczy historii polskiego skateboardingu tak relacjonuje początki dyscypliny:

Zawsze pisałem, że na początku dziejów naszej rodzimej deskorolki nie było prawie niczego. Nie było skateshopów, nie było polskich firm, nie było filmów. I rzeczywiście to prawda, ale przez to, że rok 1991 był okresem pierwszego bumu na

deskorolkę w Polsce, wydarzyło się kilka rzeczy, których w zasadzie nie udało się nikomu powtórzyć po dziś dzień.

Jedną z nich był opisywany przez nas program telewizyjny o deskorolce „Sami o sobie” oraz przedmioty naszego zainteresowania w tym numerze, czyli dwie książki, wydane w tym samym roku, pt.: „Skateboard” i „Deskorolka”. W książkach tych była opisywana historia skateboardingu, ogólna idea naszej zajawki, budowa deski, a nawet przeszkód, porady, nauka tricków słowem, prawie wszystko, co trzeba było wiedzieć, by zacząć jeździć. Książki te odegrały naprawdę ważną rolę, bo, jak wspominałem, przy braku prasy, filmów czy chociażby Internetu, wszelkie takie informacje były na wagę złota. Miał je prawie każdy z ówczesnych skaterów.

Niestety z książek tych nie możemy być tak do końca dumni, bo nie były to książki polskie, lecz niemieckie, przełożone na polski. Pierwszą z nich, „Skateboard”, pomogło wydać jedyne polskie wydawnictwo interesujące się tym tematem, Juppi. Dzięki nim właśnie, udało się do polskiej wersji książki dorzucić krótki dział „Skateboarding w Polsce”. W tym dziale możemy dowiedzieć się wiele o początkach skatowania w naszym kraju i to myślę z pierwszej ręki, bo od samych deskorolkowców, Mateusza Szlachtycza i Piotra Kiełczewskiego. W obu książkach jest sporo informacji i faktów. Obie napisane są dosyć fachowo i nie ma tu zbyt wielu gaf, chociaż niektóre teksty, jak na obecne czasy, wydają się dosyć śmieszne⁸.

Dzięki badaniom Perzyny wiemy, że deskorolkowcy sprowadzali na samym początku sprzęt z zagranicy, co było bardzo kosztowne. Dominowały tak zwane *tajwany*, czyli gotowe, złożone deski, często z plastikowymi truckami. Kopalnią wiedzy dla deskorolkowców były nieliczne, ale powstające od lat dziewięćdziesiątych skateshopy, w których poza deskorolkami i ubraniami, można było wypożyczyć zagraniczne filmy i magazyny dedykowane tej dyscyplinie. Jednym z takich miejsc był sklep prowadzony przez Darka Króla na warszawskim Grochowie. Jest to miejsce o tyle warte odnotowania, że dzięki staraniom jego właściciela powstał

8
K. Perzyna, *Historia polskiej deskorolki. Książki o deskorolce*. Publikacja na <http://www.andegrand.pl/nws/1372858763-historia-polskiej-deskorolki-ksiazki-o-deskorolce.html>

pierwszy stołeczny skatepark, na warszawskiej Pradze. Ważnym kulturowo miejscem był również skateshop na ul. Smolnej. Skejterzy mogli też zaopatrywać się na specjalnym stoisku na Stadionie Dziesięciolecia, prowadzonym przez tak zwanego „Pana Buraka” z Łodzi. Ogromny wpływ na tworzące się środowisko wywierały transmitowane w TVP zawody w Pałacu Kultury i Nauki, na które zapraszani byli zagraniczni goście oraz gazeta „Juppi”, następnie „Ślizg” oraz telewizyjny program „Sami o sobie”. Część z tych materiałów dziś jest zarchiwizowanych i zdigitalizowanych⁹.

9
Fragmenty
programów
telewizyjnych
publikuje serwis
www.youtube.com. Natomiast
zdigitalizowane
magazyny
oraz reklamy
skateshopów
publikuje serwis
www.skatehistoria.pl

KONTEKST

Moja twórczość jest dla mnie formą uczestnictwa w świecie. Tym samym nie potrafię oddzielić jej od innych aktywności, które składają się na moją codzienność. Pracuję na uczelni, której jestem absolwentem, projektuję plakaty dla instytucji, których jestem widzem i produkuje akcesoria, których jestem użytkownikiem. Dlatego też skateboarding, będący ważną częścią mojego życia, szczególnie w okresie dojrzewania, jest jednym z ważniejszych elementów mojej twórczości. Od wielu lat jestem związany z łódzką firmą POGO, produkującą zarówno deskorolki, jak i akcesoria i ubrania typu streetwear. Projektuję dla niej nadruki, deskorolki, gadzety. POGO jest też wydawcą pisma „Dizaster”, magazynu w środowisku skejterskim niezwykle cenionego ze względu na wysoki poziom prezentowanych tam treści o tematyce deskorolkowej. Od samego początku jestem odpowiedzialny za jego szatę graficzną. Moje zaangażowanie w to środowisko ma konkretne przełożenie – jestem jednocześnie członkiem zarządu POGO, dzięki czemu czuję, że mam realny wpływ na rozwój tego przedsiębiorstwa. Uważam, że jako społeczeństwo mamy wiele wyzwań przed sobą, szczególnie tych o charakterze wizualnym. W swojej praktyce projektowej wykorzystuję doświadczenie i wiedzę, którą wyniosłem jako absolwent Akademii Sztuk Pięknych i wiele z moich realizacji traktuję jako rodzaj misji, której celem jest podniesienie standardów estetycznych otoczenia, poszerzenie wiedzy o kontekstach wizualnych polskich ulic oraz rozwijanie rodzimego języka wizualnego. Badając tematykę związaną ze skateboardingiem, a nawet wcześniej – czerpiąc czystą przyjemność z jazdy na deskorolce – zwróciłem uwagę, że subkultura ta, wyrosła na aspiracjach i ambicjach młodego polskiego transformacyjnego pokolenia, nie zdążyła tego języka wizualnego w pełni wykształcić. Posługuje się więc estetycznymi kodami, które wypracowywane były przez wiele generacji w kulturze zachodniej. Mnie z kolei interesuje łączenie tego, co globalne z tym, co lokalne. Deskorolkę traktuję więc jako medium do prezentacji własnej twórczości, na podobnych

zasadach jak wykorzystuję do tego plakat, płótno, czy też inny nośnik. Zależy mi, żeby powstający w ten sposób obiekt nie tylko spełniał swoją deskorolkową funkcję, ale również był wykonany z najwyższą dbałością i odznaczał się oryginalnym przekazem wizualnym. I choć w swojej wieloletniej twórczości wykonałem kilka takich realizacji, na specjalną okazję czekała kolekcja deskorolek, która połączona byłaby jednym tematem i tworzyła tym samym bardziej złożoną i spójną artystyczną wypowiedź. Kolekcję taką anonsowałem w rozmowie z Bogną Świątkowską już w 2010 roku:

Bogna Świątkowska: Twoje projekty mają związek z dziedziną szeroko rozumianych sportów ekstremalnych – projektowałeś wzory na skateboardy. Jesteś powiązany z subkulturą skaterską, sam też kiedyś jeździłeś.

Jakub Stępień: Teraz mam nadzieję, że znowu odnowię współpracę z firmą deskorolkową POGO. I staram się wymyślić zupełnie nowe propozycje, nie polegające na odwzorowaniu stereotypów z Zachodu, czy ze Stanów. Zupełnie nowa propozycja, polska i oryginalna¹⁰.

10
Nie jestem kursorem.
Z Jakubem Stępnem
rozmawia Bogna
Świątkowska w:
HGW: Hakobo
Graphic World,
Wrocław 2010, red.
K. Roj, s. 3s. 16-18

SZTUKA I DESKOROLKA

Mogę śmiało stwierdzić, że w swojej twórczości znoszę podział na sztukę wysoką i niską. Interesuje mnie to, co powstaje na przecięciu tych dwóch światów. Jako badacz szukam przykładów wzajemnego przenikania się estetycznych wpływów. Dlatego najlepszym polem badawczym jest dla mnie ulica, na której najwyraźniej widać jak te dwa światy się ścierają i wzajemnie inspirują. Zebrany materiał ikonograficzny, poza wartością naukową, tworzy dla mnie estetyczną pożywkę, dzięki której rozwija się moja artystyczna i projektowa aktywność. Lubię też stan, gdy te dwa światy się ze sobą zetkną, a ja mogę być ich tłumaczem. Czuję bowiem, że dobrze władam zarówno językiem sztuki jak i popkultury. Tak było podczas wystawy „Beautiful Losers”, która prezentowana była w łódzkim Muzeum Sztuki w 2007 roku¹¹ i zrealizowana została we współpracy z Yerba Buena Center For Arts w San Francisco. Była to pierwsza w Polsce prezentacja jednego z najbardziej oryginalnych zjawisk współczesnej kultury amerykańskiej, jakim jest działalność artystyczna związana z tak zwaną kulturą ulicy. Poza główną częścią wystawy, prezentującej malarstwo, rzeźbę, fotografię, film i wideo, dizajn oraz graffiti i deskorolki, istotną wartość wnosił specjalny aneks ukazujący kulturę polskiej ulicy. To właśnie w ramach tego pokazu stworzyłem rampę do skateboardingu, która swoją formą i kolorystyką nawiązywała do dokonań neoplastycyzmu. W katalogu prezentującym moją twórczość krytyk sztuki Stach Szabłowski napisał o niej:

Neoplastyczna rampa do skateboardingu kusi by wyobrazić sobie Pieta Mondriana na desce. Taką rampę zbudował Jakub „Hakobo” Stępień przy okazji wystawy Beautiful Losers w 2007 roku. Wystawa przyjechała do Muzeum Sztuki w Łodzi z Kalifornii i eksplorowała fascynujące pogranicza sztuki i kultury ulicznej. W tym miejscu można sobie zadawać pytanie, czy Mondrian dałby radę, gdyby przyszło mu pojechać na desce, chociaż kwestią ciekawszą jest, czy skateboarding

11
Beautiful Losers: Contemporary Art and Street Culture / Piękni straceńcy; współczesna sztuka i kultura ulicy, Muzeum Sztuki w Łodzi, 2007 rok, kurator ze strony polskiej: Jarosław Lubiak

daje radę w muzeum. To oczywiście pytanie retoryczne, bo zadajemy je w epoce postartystycznej, w której wszystko jest względne i płynne – awangarda może być pop, kultura popularna przesuwana się do estetycznej straży przedniej, underground potrafi z piwnicy przeskoczyć niespodziewanie na najwyższe piętro. Sto lat temu futuryście Marinettiemu wydawało się, że ryczący automobil jest piękniejszy od Nike z Samotraki. Teraz sprawy mają się trochę inaczej. Pędzący automobil, a także deska skateboardowa, nie są piękniejsze od Nike, ale są równie piękne – nie mówiąc o tym, że na desce można jechać w nike'ach, w dodatku po neoplastycznej rampie.

Zaczynam od deskorolki, ponieważ skateboarding jest jednym z wielu wymiarów, z których wyrasta sztuka Jakuba „Hakobo” Stępnia. Innym wymiarem jest neoplastycyzm, jeszcze innym konstruktywizm, awangarda, op-art, psychodelia, hip hop, gry wideo czy minimal, pod który zresztą Hakobo lubi od czasu do czasu podłożyć bombę i wysadzić go w powietrze, tak, aby rozpadł się tysiąc kawałków i zmienił w maximal. Nie znam w Polsce drugiego dizajnera, który tak efektywnie ogarniałby wielowymiarowość współczesnej rzeczywistości, z jej przenikającymi się porządkami i mnogością równoległych funkcjonujących światów, z których każdy ma swoją estetykę. Nie znam innego, który równie skutecznie przekraczałby pozorną sprzeczność między kodem cyfrowym i analogowym, między abstrakcją informacji, a konkretem wizualnego zdarzenia. Hakobo jest współczesny. Jest futurystą – tyle, że przyszłość jest już teraz¹².

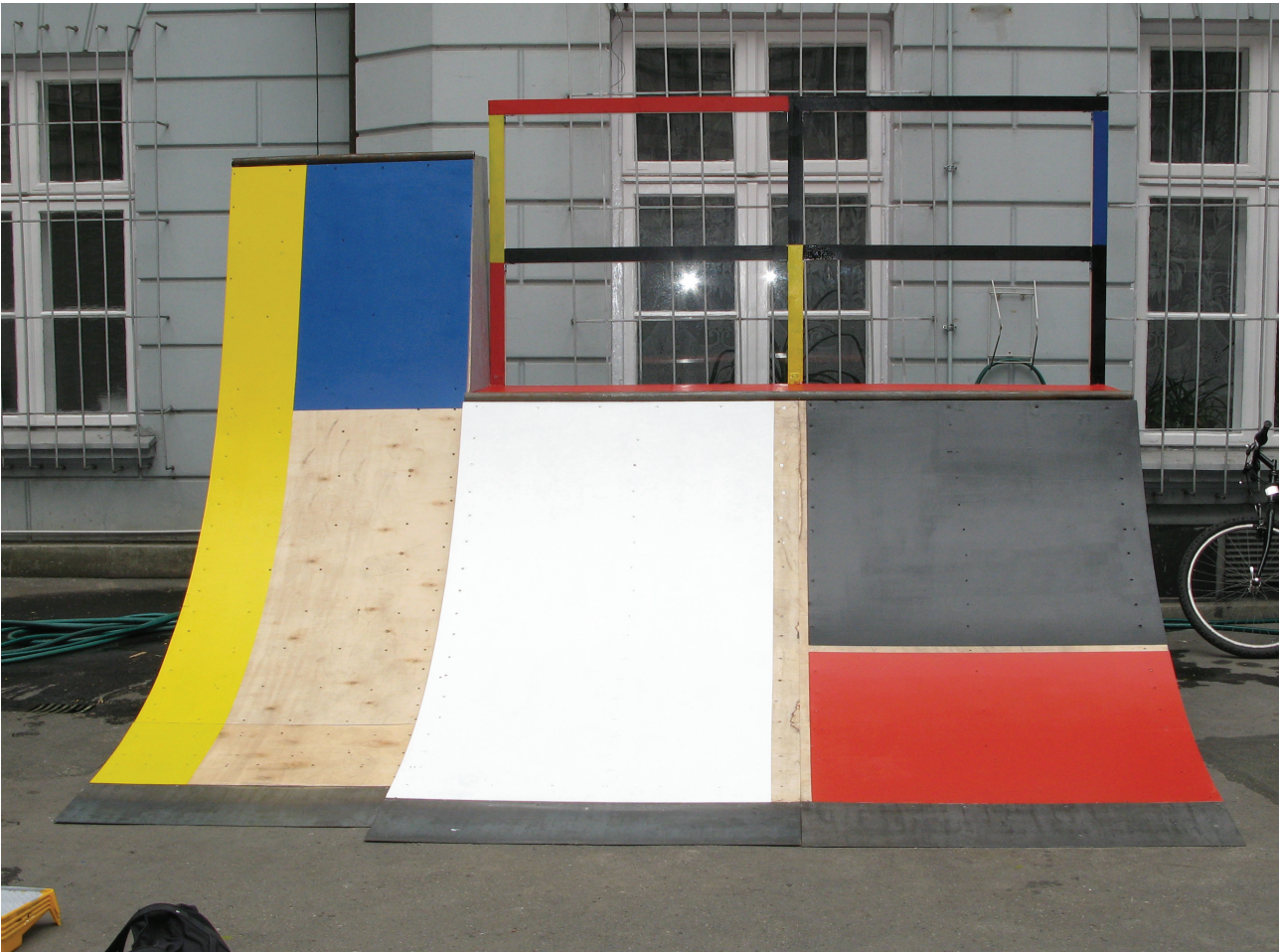
12
S. Szabłowski,
Przyszłość jest teraz
w: *HGW: Hakobo*
Graphic World,
Wrocław 2010, red.
K. Roj, s. 3

Niezwykle ważne było spojrzenie na tę pracę w kontekście miejsca i okoliczności, w jakich powstała. Chciałem w wiarygodny sposób przetłumaczyć środowisku związanemu ze sztuką na czym polega skateboarding, natomiast deskorolkowcom, w zaproponowanym przeze mnie wizualnym idiomie, streścić filozofię neoplastycyzmu. Uważam ten projekt za wyjątkowo udany mariaż tzw. sztuki wysokiej z popkulturą.



**Rampa neoplastyczna
(quater+wallride)**

*Beautiful Losers: Contemporary Art
and Street Culture, Ulica wielokierunkowa,
Muzeum Sztuki w Łodzi, 2007,
kurator: Jarosław Lubiak*



SZTUKA I GRZECH

Do tej pory stworzyłem kilkadziesiąt wzorów na deskorolki, wszystkie w ramach współpracy z POGO i zinem DIZASTER. Dominują kompozycje monochromatyczne, czarno-białe, z charakterystycznym motywem czaszki w kole zębataj (logo POGO mojego autorstwa) na tle pejzażu fabrycznego Łodzi. Motywy te rozwijałem w akcesoriach towarzyszących produkcji deskorolek i ich promujących – w materiałach drukowanych oraz tekstyliach (szaliki, koszulki, czapeczki). Wyzwaniem zawsze było jednak stworzenie kolekcji deskorolek połączonych ze sobą tematycznie, które mogłyby – w zależności od sytuacji – funkcjonować samodzielnie lub też, po złożeniu, jako całość. Ma to swoje uzasadnienie. W pierwszej części tej pracy porównywałem deskorolkę do rycerskiej tarczy, w której poza funkcją, którą spełnia bardzo ważna jest ikonografia, która symbolicznie łączy obiekt ten z jego użytkownikiem. Jak wykazałem też wcześniej, w dyscyplinie skateboardingu bardzo ważne jest pojęcie grupy, tzw. teamu. Konkurencje w perspektywie sportowej są oceniane indywidualnie, ale dla każdego deskorolkowca ta przynależność do grupy jest kluczowa i ma to związek z towarzyskim, czy nawet przyjacielskim wymiarem tzw. etosu deskorolki. Jay Adams, *enfant terrible* dyscypliny i jeden z najbardziej rozpoznawalnych deskorolkowców świata w filmie *Lords od Dogtown* kpi sobie ze słów Stacy'ego Peralty, który chwali się kolegom, że ma pomysł na identyfikację wizualną swojej firmy. „No tak, po co mi ekipa, skoro mam logo”. Wskazuje to na mocno ambiwalentny stosunek tej części grupy deskorolkowców, która w dyscyplinie tej od zawsze widzi bardziej styl życia, niż branżę sportową. Od czasów kiedy aktywność ta zaczęła się profesjonalizować (można początków tego procesu doszukiwać się już w działalności Zephyr Competition Team, którego słynnym przedstawicielem był właśnie wspomniany Jay Adams) trudno wykazać linię oddzielającą markę od ekipy. Jestem świadomy tego, więc tym bardziej starając się określić motyw

przewodni dla mojej kolekcji deskorolek szukałem takiego, który mocno osadzony jest w historii sztuki, konotuje treści uniwersalne z którymi można się identyfikować, należy do tzw. Wielkiej Narracji – czyli tzw. sztuki wysokiej, którą można przetłumaczyć na logikę popkultury oraz który daje się podzielić na części, tak by każda deskorolka tworzyła osobny element całości. Siedem grzechów głównych wydało mi się rozwiązaniem idealnym, bo spełniającym wszystkie powyższe wymagania.

Bardzo interesuję się sztuką średniowiecza, szczególnie gotykiem i w swojej twórczości często przemycam gotyckie motywy ikonograficzne (jak np. motywy wanitatywne – czaszki i kościotrupy), jak również rozwiązania formalne (kolorystyka, kompozycja, charakterystyczny brak perspektywy). Historia siedmiu grzechów głównych sięga średniowiecza, chciałem więc zmierzyć się z tą bogatą tradycją. W tym celu rozpocząłem kwerendę tego motywu ikonograficznego, na początku w anonimowej twórczości, najczęściej twórczości - w dekoracjach kościelnych czy też miniaturach zamieszczanych w rękopisach. Były to najczęściej proste personifikacje poszczególnych grzechów, którym następnie zaczęto przydawać atrybuty i zwierzęta, a jeszcze później – przeciwstawiać cnotom w symbolicznej walce Dobra ze Złem. Jak wykazały moje poszukiwania, bardziej rozbudowane ikonografie zaczęły tworzyć się pomiędzy początkiem XVI a końcem XIX wieku, a duży wpływ na upowszechnienie się wizualnych kodów związanych z tą tematyką były dynamicznie rozwijające się techniki druku. Wśród autorów podejmujących ten temat należy wymienić: Albrechta Dürera, Lucasa Cranacha, Lucasa van Leydena, czy też Petera Bruegla Starszego, Petera Paula Rubensa, Jacoba Jordaensa, Rembrandta van Rijn, Wiliama Hogartha. Wciąż niewyjaśnioną zagadką jest obraz namalowany na początku XVI wieku na blacie stołu i przypisywany Hieronimowi Boschowi, lub też – co bardziej prawdopodobne – któremuś z jego uczniów. Jest to jednak do dziś jeden z najbardziej rozpoznawalnych obrazów o tej tematyce i pomimo upływu czasu i wielokrotnej wymiany estetyk, uważa się go za mistrzostwo wizualnej perswazji.

W tym miejscu warto zastanowić się nad żywotnością i aktualnością tematu w dzisiejszych czasach. Wbrew sekularyzacji społeczeństw

zachodnich i słabnącej dominacji etyki chrześcijańskiej, koncepcja grzechów kardynalnych wydaje się wciąż żywa, o czym świadczyć może chociażby niezwykła popularność hollywoodzkiego filmu *Siedem* w reżyserii Davida Finchera¹³ czy też znane prace artysty Bruce'a Naumana z lat 1983-1988 / 2008 zatytułowane *Vices and Virtues*. Tematykę grzechu we współczesnej kulturze i sztuce podejmowała wystawa *Lust and Vice. The Seven Deadly Sins From Dürer to Nauman*, prezentowana w Kunst Museum w Bern i wyprodukowana we współpracy z Centrum Paula Klee w 2011 roku. Pokazano na niej prace wielu wybitnych artystów, m.in. Mariny Abramovic, Adriaena Brouwera, Marca Chagalla, Otto Dix'a, Albrechta Dürera, Fischli / Weissa, Gilberta & George'a, Andreas Gursky'ego, Paula Klee, Bruce'a Naumana, Martina Parra, Sigmara Polke, Petera Paula Rubensa, Cindy Sherman, Yinka Shonibare, Andy Warhola. Celem wystawy była analiza pojęcia grzechu we współczesnym świecie. I tak na przykład, jak wykazano, temat ten wciąż jest niezwykle aktualny. Chciwość, zazdrość lub obżarstwo (rozumiane jako nadkonsumpcja) stały się siłą napędową kapitalistycznego systemu gospodarczego, podczas gdy nieczystość utraciła swe negatywne konotacje w obliczu mechanizmów współczesnego marketingu. Jednocześnie obserwujemy kontrastujące tendencje: coraz wyraźniejszą krytykę kapitalistycznego wyzysku oraz promocję ekologicznego i ekonomicznego trybu życia, którego warunkiem jest zerwanie z konsumpcyjnymi nawykami.

13
Se7en, reż David
Fincher, USA, 1996

Jako pierwszy terminologię Siedmiu grzechów głównych wprowadził papież Grzegorz I (540-640 n.e.) jako przypadłość duszy, jej złą charakterystykę lub też występki, który prowadzi do zerwania więzi z Bogiem lub też innym człowiekiem. To kolejno:

1. SUPERBIA (ang. PRIDE) / PYCHA

2. AVARITIA (ang. GREED) / CHCIWOŚĆ

3. LUXURIA (ang. LUST) / NIECZYSTOŚĆ

4. INVIDIA (ang. ENVY) / ZAZDROŚĆ

5. GULA (ang. GLUTTONY) / NIEUMIARKOWANIE W JEDZENIU I PICIU

6. IRA (ang. WRATH) / GNIEW

7. ACEDIA (ang. SLOTH) / LENISTWO

Pierwsze litery nazw łacińskich tworzą słowo SALIGIA. W średniowieczu było ono często używane jako nazwa tych grzechów łącznie, jednak w XII wieku Henryk z Ostii zmodyfikował ich kolejność. Wprowadzona przez niego hierarchia porządkowała grzechy w następujący sposób: PYCHA, CHCIVOŚĆ, ZAZDROŚĆ, GNIEW, NIECZYŚTOŚĆ, NIEUMIARKOWANIE W JEDZENIU I PICIU, LENISTWO.

#HASZTAG INSPIRACJA

Inspiracją dla napisania programu ikonograficznego dla kolekcji moich deskorolek był fenomen używania tzw. hasztagu [#] dla wyrażenia emocji bądź też kontekstu w opisie wykorzystywanym dziś w mediach społecznościowych. Tym samym chciałem nadać nowoczesną, lekką i młodzieżową formę tematowi, który do tej pory należał do tzw. wielkiej narracji. Dodatkowo, hasztagi umożliwiają grupowanie wiadomości, dzięki czemu, w obrębie jednego serwisu, można wyszukiwać komunikaty, w których zawarto dany znacznik.

**Na kolejnych stronach
prezentuję tytuły
deskorołek wraz z ich
hasztagami.**

PRIDE

PYCHA

#GOLD

#ZLOTO

#RELIGIA

#MARKA PREMIUM

#BOGACTWO

#KONKUROWANIE

#GODNOŚĆ



GREED

CHCIWOŚĆ

#GREEN

#PIENIĄDZE

#PAPIER

#ZACHŁANNOŚĆ

#ZAGRABIENIE

#ZŁODZIEJE



ENVY

ZAZDROŚĆ

#RED

#SPOJRZENIA

#PORÓWNANIE

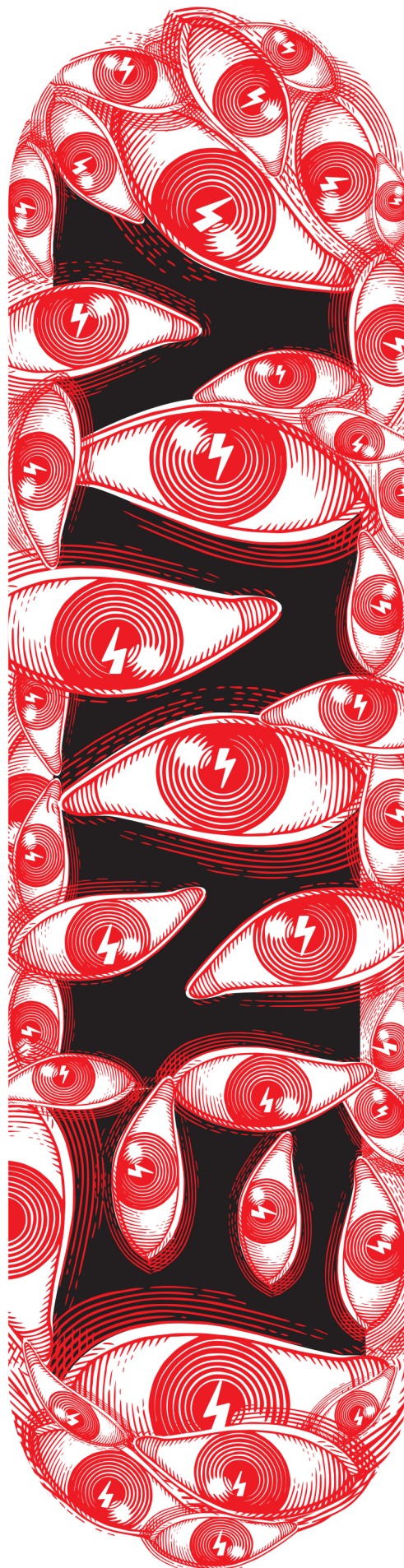
#EMOCJE

#WARTOŚCIOWANIE

#FRUSTRACJA

#KONKURENCJA

#ZASPOKOJENIE POTRZEB



WRATH

GNIEW

#GREY

#STRES

#STRACH

#KRZYK

#RĘKOCZYNY

#PROBLEMY

#EMOCJA



LUST

NIECZYSTOŚĆ

#PINK

#FETYSZ

#KABARETKI

#PROSTYTUTKI

#PORNO

#HI DEFINITION

#ZMYSŁY



GLUTTONY

NIEUMIARKOWANIE W JEDZENIU I PICIU

#BROWN

#ODCHODY

#NIENASYCENIE

#ŁAKNIENIE

#NAWYK

#GROMADZENIE

#WIĘCEJ



SLOTH

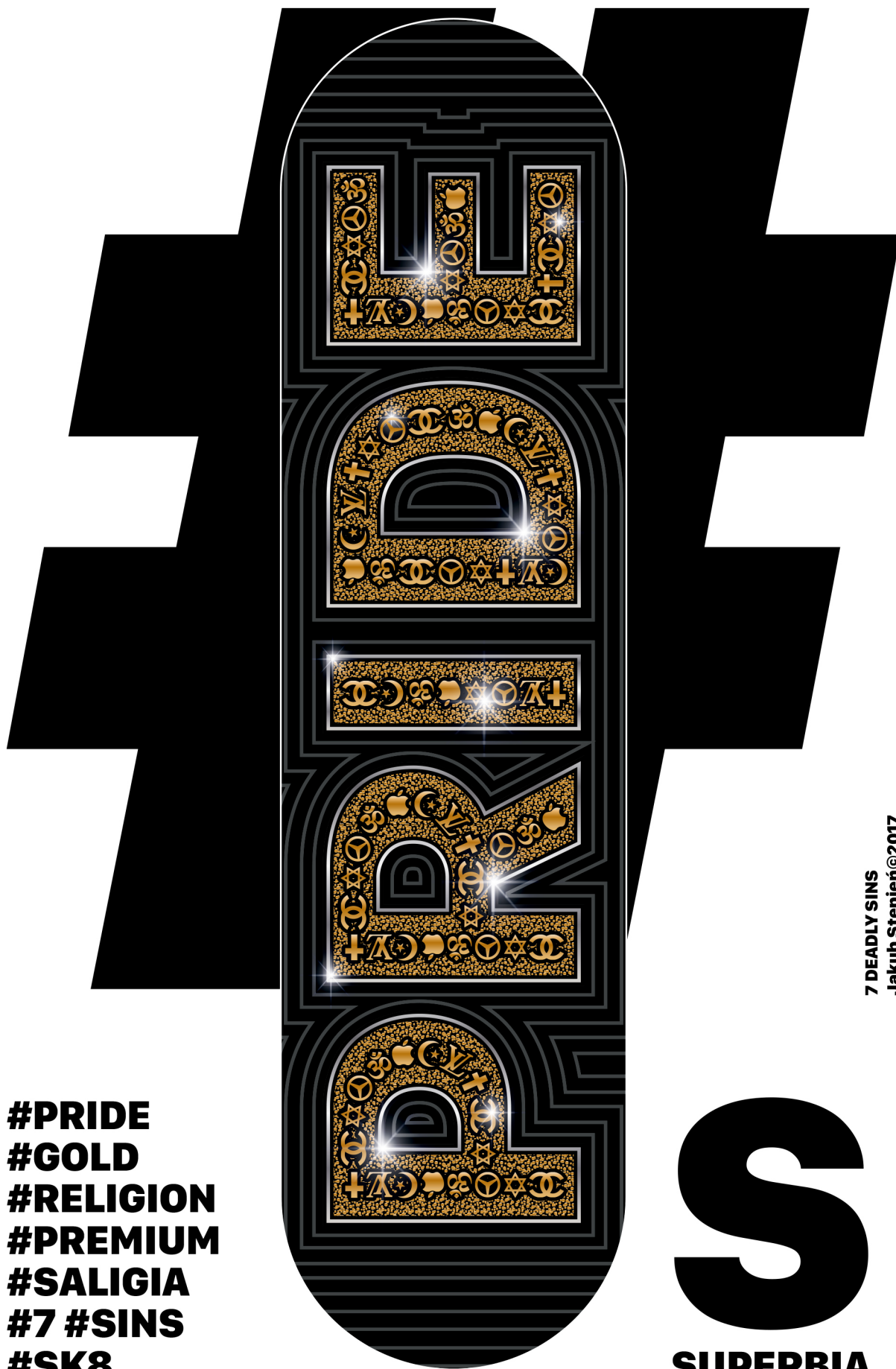
LENISTWO

- #YELLOW
- #UŻYWKI
- #PRZERWA W PRACY
- #RELAKS
- #WAKACJE
- #ODPOCZYNEK



**Na kolejnych stronach
prezentuję przykłady
druków promujących
kolekcję deskorolek.**

**#PRIDE
#GOLD
#RELIGION
#PREMIUM
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**S
SUPERBIA**

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien©2017**

**#GREED
#MONEY
#GREEN
#DOLLAR
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien ©2017**

**A
AVARITIA**

**#LUST
#PINK
#STOCKING
#PORN
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



L
LUXURIA

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepień©2017**

**#ENVY
#RED
#EYES
#ANGRY
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



INVIDIA

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien ©2017**

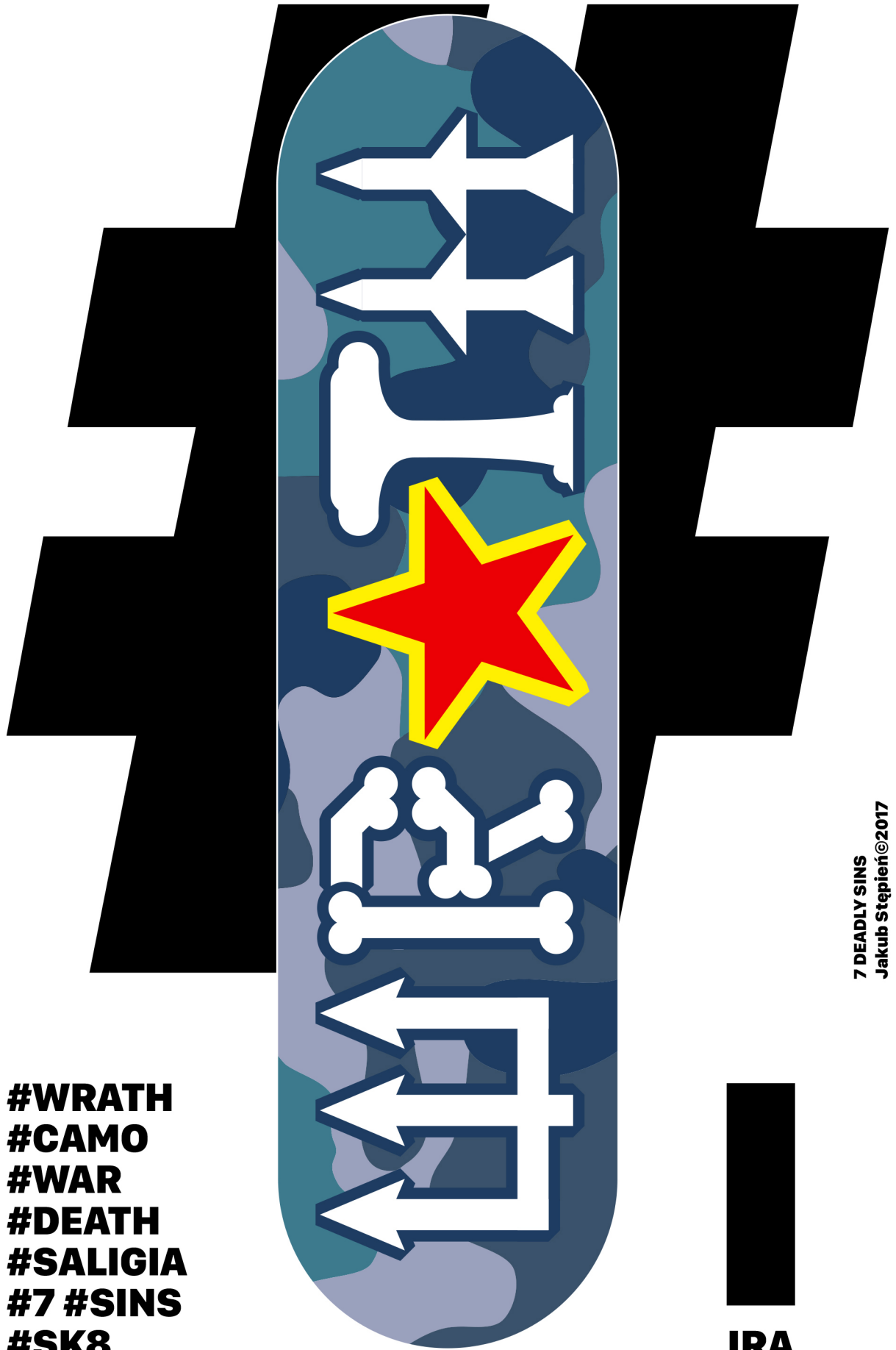
**#GLUTTONY
#DONUTS
#TASTY
#SHIT
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**G
GULA**

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepień©2017**

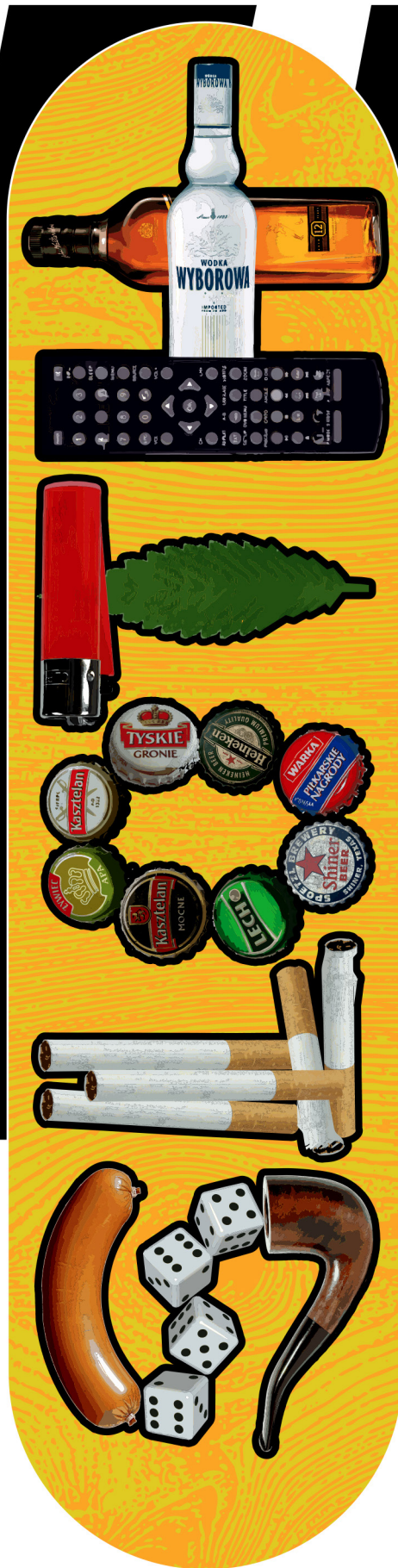
**#WRATH
#CAMO
#WAR
#DEATH
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



IRA

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien ©2017**

**#SLOTH
#DICE
#SMOKING
#DRINKING
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**A
ACEDIA**

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien©2017**

PODSUMOWANIE

Prezentowana tu kolekcja deskorolek jest wynikiem wieloletniej pracy i doświadczeń, jak również bardzo zróżnicowanych, jak się okazuje, zainteresowań i inspiracji. Ich powstaniu przyświeca idea tzw. pauperyzacji wielkich tematów, zarezerwowanych dla tzw. sztuki wysokiej. Wierzę, że poprzez artystyczne środki wyrazu możemy bardziej świadomie kształtować kulturę w jej bardziej popowym wydaniu. Czuję się niezwykle dobrze jako tłumacz pomiędzy tymi dwoma sferami i wierzę, że budowanie pomostu między nimi jest konieczne, a przy tym możliwe.

**Strzemińskiego
Academy of Fine Art
in Łódź**

**Comprehensive graphic
design of sports products.
A collection of seven
skateboards with all
the necessary printed
promotional materials.**

**Doctoral dissertation supervisor
prof. Sławomir Iwański**

**Author
mgr Jakub Stępień**

Łódź, 10.05.2017

CONTENTS

INTRODUCTION	49
WHAT IS A SKATEBOARD?	51
ONCE UPON A TIME IN AMERICA	52
THIS IS NOT CALIFORNIA	57
THE CONTEXT	61
SKATEBOARDS AND ART	63
ART AND SIN	67
#HASHTAG INSPIRATION	70
SKATEBOARDS COLLECTION	71
PROMOTIONAL PRINTS	79
CONCLUSION	87
BIBLIOGRAPHY	88

INTRODUCTION

I have started working on a collection of skateboards under the theme of the seven deadly sins in autumn 2016, but this project is in fact a consequence of many years of my artistic and design practice, as well as of my personal interests and finally – the form of physical activity I engaged in.

I grew up during the times of political transformation. One of the characteristic aspects of this period – one of many, but a very important one for me – was the arrival of skateboard culture in Poland. This occurrence, as well as the dynamically changing iconosphere and visual street code, had an incredible educational impact on me as a teenager. Currently, the 1990s attract a lot of interest of various curators and researchers, as well as of artists who once again turn their attention to the visual beginnings of the Polish Third Republic and try to find in them – this time with due detachment – an explanation of who we are now. For many years I have been carrying out a project called TYPOPOLO, a catalogue of “untamed letters”, as Olga Drenda described it in her publication *Duchologia polska* devoted to “objects and people during the years of political transformation.”¹ What is interesting however, is the fact, that the skateboard revolution had escaped this observant author’s attention as well as that of many other researchers of this period.

¹ Drenda, Olga.
Duchologia polska.
Kraków, 2016, p.155.

In this context it might seem that skateboarding was a relatively small phenomenon linked only to a minor subculture, if it was not for the fact that this relatively young discipline quickly gained enormous importance in the world and is nowadays one of the most popular action sports, involving large expenditure, advertisers’ interest and – what is most important for the milieu – attention of both aficionados and the general public. It has in reality become so popular that it is set to debut at the 2020 Tokyo Olympics. The Polish skateboarding scene is also an important part of these global developments and I believe that its history will make its way into the studies on the topic and that it will arouse researchers’ interest – especially in the aspect of aesthetics.

Therefore, I would like to emphasize the incredible visual

potential of the skateboard, an object which I would like to present here as a medium for displaying all kind of symbolic content. It is a very unique medium, because it functions within a very specific visual code and because it is at the same time subversive and escaping simple interpretations. The specific relation between the skateboard and its owner deserves particular attention. As I want to prove in my dissertation, many skateboarders choose their equipment based not only on aesthetic preferences, but also on the specific value system linked to the given producer. One could also compare the skateboard to a knight's shield, which apart from fulfilling its basic function communicates certain values its holder subscribes to, both in the area of aesthetics as well as in the area of ethics. After all, skateboarding is a discipline, which until today (despite its professional, sports nature) remains connected to a specific way of life, characterized by a laid-back attitude and a distance towards the everyday humdrum. Therefore, we should not be surprised by the bold topics, rogue ideas, witty concepts or visual solutions striking at the heart of the bourgeois sense of "good taste." All this just makes the skateboard a medium of incredible artistic potential.

This dissertation is a theoretical background for the presentation of the skateboard collection and the accompanying graphic designs I had created as part of my doctoral degree work. I would like to describe what had inspired me to carry out such a project and at the same time explain my artistic motivations as well as the general motivations of creators working in this medium. The first part of my essay is devoted to history of this sports discipline and the circumstances in which it has been developing. I will focus on the subversive language of visual persuasion used by the authors who are now counted among the classics of skateboard art. In this context I will present the collection of my skateboards. The presentation will be accompanied by a discussion of the topic.

WHAT IS A SKATEBOARD?

The activity which is globally called "skateboarding" has a different name in Poland: *jazda na deskorolce* ("riding the skateboard"). The circumstances in which the Polish equivalent was created are uncertain, but it is known, however, that it has been used at least since the 1980s, interchangeably with the English term. A person who uses a skateboard or does tricks on it is called a "skater," or in the Polonized version, *skejter*. Skaters form a type of a subculture, distinguished by a specific appearance, behaviour or finally, by a set of distinctive characteristics such as particular clothing, a preferred type of music or even a unique vocabulary. They are usually linked to the counterculture milieu. The skater's rebellious and nonconformist image has been strengthened by video clips of such bands as: NOFX, Sonic Youth or Beastie Boys. In Poland the subculture is also linked with the hip hop milieu.

Worldwide skaters take advantage (usually illegally) of urban infrastructure, such as street furniture, to display their skills, they use skateboards as a mode of transport or take part in skateboarding competitions. These are divided into specific categories such as the "bowl" (which refers to a hollow in the ground lined with concrete, resembling an empty swimming pool) or the "vert" (concrete or wooden ramps). With time, legal skateboarding infrastructures called skateparks became very popular and are increasingly viewed as characteristic of large urban centres. Skateparks emulate natural obstacles found in cities. The most important skatepark elements are: banks, which are flat surfaces often inclined at a steep angle relative to the ground; ramps, which resemble a quarter of a pipe and are used for jumps and slides; and all types of rails (metal rods and handrails) on which one can perform various tricks (the so-called grinds).

ONCE UPON A TIME IN AMERICA

Skateboarding was born in California in the late 1940s in the milieu which practiced surfing – a sport which has already been gaining popularity at that time. Initially skateboarding was an answer to the changeable weather conditions. When the waves were becoming lower during the day, the surfers were looking for ways of transferring their activity to the asphalt streets on the Californian seashore. That is why the shape of the first skateboards was inspired in their typology by the curvature of the surfboard, although in smaller scale. The first skaters attached the wheels by themselves – they detached them from roller skates and welded them on to the surface of the board.

At the beginning of the 1960s skateboarding as a sports discipline was not developing too quickly – it was still being treated just as “sidewalk surfing” or simply as a new form of entertainment for young people, which developed alongside the so-called beach culture. Nevertheless, first competitions started to be held and organized production of skateboards was launched, but the tricks performed back then bore no resemblance to what we can see today. Among the dominating riding styles there was freestyle, which was similar to ice skating, as well as the downhill slalom, but the connotations with surfing were obvious. In his publication *The Disposable Skateboard Bible*, skateboarding expert and researcher Sean Cliver, who is nowadays considered to be one of the most important creators and collectors of skateboards, presents them in a historical perspective, set against a plain background. Thanks to this, way we can trace their visual development. As a matter of fact, skateboards from the 1960s visually resembled surfboards and were decorated with images connected with that water sport (an anonymous man surfing the wave or the silhouette of a specific person – Duke Kahanamoku² who was one of the Hawaiian Waikiki Beach Boys, believed to be the father of modern surfing) and with an inscription “sidewalk surfboard.”³

² More about this sportsman, the beginnings of surfing and the historical background: Davis, David. *Waterman: The Life and Times of Duke Kahanamoku*. Lincoln, 2015.

³ Cliver, Sean. *The Disposable Skateboard Bible*. Berkeley, 2009.

The above-mentioned beach culture was a part of the so-called "Californian myth," an aesthetic trend complete with its own music, fashion and lifestyle propositions. The most important representatives of this trend were the Beach Boys, but it is also important to mention the rock duo Jan and Dean, who in 1964 presented their hit "Sidewalk Surfin'" on American television.

The lyrics of the song are as follows:

Don't be afraid to try the newest sport around

It's catching on in every city and town

You can do the tricks the surfers do

Just try a Quasimodo or the Coffin too

(Why don't you) Grab your board and go sidewalk surfin' with me!

During the duo's performance one of the singers, Dean, was doing skateboarding tricks. It is one of the first instances of this sports activity for young people being recorded by mass media. Although today it is difficult to unambiguously interpret the meaning of words "Quasimodo" or "Coffin" in this context, the lyrics explicitly point to the growing popularity of the skateboard in the American urban landscape of the early 1960s.

Approximately at the same time when Jan and Dean were praising the new sports discipline, making their way to the top of the radio charts, surfboard producers decided to benefit from the teenagers' interest with skateboards. They started building them using ceramic wheels and special solutions inspired by the techniques of ice skate and roller skate production. The first magazines on the topic appeared. Then, all of the sudden and without a specific reason, this general interest waned in mid-1960s. Companies discontinued production and those who still wanted to practice the sport had to return to building their skateboards on their own.

It would probably be the end of the skateboard's popularity and the discipline would remain a niche hobby, if it was not for Frank Nasworthy, a young engineer, who combined his passion for technological innovations with his passion for surfing.⁴ In 1971 he moved to California where he learned about skateboarding and

⁴ Brooke, Michael. *The Concrete Wave: The History of Skateboarding*. Toronto 1999.

noted the waning interest in the sport. He was, however, very much impressed by it and decided to apply his knowledge of plastics to the production of technologically innovative solutions in the construction of wheels. That is how his Cadillac Wheels Company was born. It produced components made of polyurethane, an incredibly durable, but at the same time soft and resilient material. When installed on the skateboard they allowed for a smooth, quick and controlled ride, and what is even more important – for performing bolder tricks. The seven hundred dollars Nasworthy invested in his product he earned working in a restaurant. He distributed the wheels among shops for surfers located along the coast. It was an "American dream" type of story – the young engineer quickly became a captain of the industry and licensed his invention. But most of all, he was the initiator of a sports discipline which is still developing dynamically until today. It is also important to note Frank Nasworthy's incredible marketing sense, as his products were met with the acceptance of the counterculture milieu and had an impact on its subsequent aesthetic development. That was how the legendary Zephyr Competition Team was born.

The story of the Zephyr group, informally known as the Z-Boys, was shown in the 2005 biopic *Lords of Dogtown*.⁵ Stacy Peralta, one of the team members, wrote the script for the film. Not without a reason it opens with a scene in which one of the owners of the legendary surf shop Jeff Ho Surfboards in Santa Monica lays Frank Nasworthy's polyurethane wheels down on the counter. Before the group took its final shape, its members were in a junior surf team which trained in the bay on the premises of the former Santa Monica amusement park. Pacific Ocean Park, for which Venice Beach was once famous, was ruined and abandoned at the beginning of the 1970s. It however seemed attractive to this group of bold surfers, who were seeking extreme experiences. The skateboarding section was initially supposed to be an alternative to the main surfing activity, but the consecutive successes in the competitions they took part in as skateboarders and the media popularity they won determined their final team profile. Researchers and aficionados of the sport point to the competition which took place in Del Mar, California,

5
Lords of Dogtown.
Dir. Hardwicke,
Catherine. Columbia
Pictures, 2005. Film.

as the groundbreaking moment in the history of skateboarding. In spring 1975 the Z-Boys team debuted there and showed the public a new form of sports activity – wild, modern and counterculture. Tony Alva, Jay Adams and Stacy Peralta were the members of the group who stood out the most and who remain legends and skateboarding superstars until this day. Alva and Peralta also had an enormous influence on the development of the skateboard industry, as they quickly cashed in on their success by setting up brands which function until this day, setting high standards and propagating a specific, anti-establishment style. The late Jay Adams was in turn a model for the modern skateboarder – the *enfant terrible*, the rebellious and radical urban hero. It is also important to mention Peggy Oki, the only female member of this pioneering team, whose presence undermined somewhat the fact that it was always a totally male-dominated discipline.

There is a strong connection between the modern, concrete landscapes and skateboarding. One may even venture to say that this sports discipline would not exist if it was not for the suitable city infrastructure. From the very beginning skaters took advantage of whatever the urban tissue offered them.⁶ They also demonstrated real cunning when it came to using it. Even when at one point the access to skateparks started to be gradually limited – due to the very high risk of accident occurrence – it did not deter them from continuing with extreme training sessions. The second half of the 1970s was a very important period in the development of skateboarding for several other reasons. Surprisingly, a draught which set in in California in 1976 had a great impact on the sport. During that time many swimming pools, so characteristic of the Californian urban landscape, had to be compulsorily emptied. Skateboarders immediately found the empty structures attractive, as their bottom was ideal for performing tricks which dynamically evolved in the new environment. The next breakthrough year was 1978 when Alan Gelfand, also known as Ollie, presented a trick consisting of the skateboarder doing a jump with the skateboard attaining "air" as well. Combined with the skateboard's momentum this trick also results in a shift which additionally allows for clearing obstacles.

⁶ Weyland, Jocko. *The Answer is Never: A Skateboarder's History of the World*. New York 2002.

Nowadays the "ollie", which took its name from the person who performed it for the first time, is the basis for the majority of stunts and forms part of the basic dictionary of the skateboard culture.

The 1980s are considered to be the discipline's "golden age" for at least several reasons. The previous decade gave the sport suitable publicity and prominence while the numerous media accounts presenting the competitors heated public opinion and established a fitting anti-establishment aura. Even though skateboarding was a sport available to everyone, people started perceiving it as something exceptional. These opinions were fuelled by the skateboarders themselves, who did everything they could to uphold this image. Another invention, which was popularized at that time – the VHS cassette – helped them greatly. Thanks to the video technology it was easier not only to better promote specific competitors or entire teams. It also allowed for a global reach, the dissemination of techniques and the accompanying attitudes and finally, carrying out much more conscious branding actions and the creation of a suitable image framework. Stacy Peralta and George Powell, the founders of the Powell Peralta brand and the Bones Brigade Video Show project, were the first to discover the potential of VHS cassettes and their global distribution. Thanks to the new technology they were able to present their activity to young people from almost the entire Western world. The appropriate aesthetics, a consciously shaped visual identity, the combining of the image with music and the creation of an ethos – all these elements ensured their success. These were the tools which at that time shaped the contemporary culture of the street. During the subsequent decades of its existence, this culture, inspired mainly by punk music, the DIY ethic and later by hip hop, resulted in a specific fashion style, which contributed decisively to the creation of what we nowadays call streetwear. Skateboarding played a key role: it was a form of protest, a way to demonstrate one's dissimilarity. Many young people considered it to be a feasible way of life and as a consequence a specific subculture was formed. Until today many people believe that skateboarding is one of the most important extreme sports – or a form of art, also in everyday life.

THIS IS NOT CALIFORNIA

Starting from the 1990s a gradual professionalization of the sport could be observed. What initially was an expression of an authentic need, reserved for a small group of teenagers in California who wanted to extend their moments of carefree fun, was embraced by the market and was turned into a regular sports and business industry.

Undoubtedly, the main factor which made the skateboard's public image more dynamic was television and the X-Games extreme sports competition it broadcasted. It gave the skateboarding industry a great boost. The first experts and commentators on the topic emerged to take part in television programmes. The skateboard became an emblem very often used by the advertising industry and many companies offering skateboarding products and apparel performed very well on international markets. Similarly to other sports disciplines skateboarding became also a lucrative profession. US companies remained leaders of the industry and global trendsetters in the field. But other Western countries also got a share of the success. According to information from 2009, the global skateboard market is assessed at 4.8 billion dollars with 11 million active skateboarders worldwide. The industry will now probably gain even more momentum, after it had been announced at the beginning of 2017 that skateboarding will become an Olympic discipline, as of the 2020 Summer Olympics in Tokyo.

The pioneers of the sport have not even dreamt of such a development. They probably would not even want that. The milieu viewed the gradual professionalization of the sport with aversion.

They treated the skateboard as a tool of the anti-establishment revolution, for them it was a symbol of an anti-consumerist way of life. Research done on the development of skateboarding in Europe, especially in the countries of the former Soviet bloc, resulted in some interesting conclusions in this respect. At this point it is worth mentioning Martin Perisel's mockumentary called *This Ain't*

7
This Ain't California.
Dir. Persiel, Marten.
Germany, 2012. Film.

California.⁷ The film, which was presented at the 2012 Berlinale Panorama Dokumente section, ignited a storm of controversy mainly due to the uncertainty whether the materials used in it really had documentary value. It clearly presents the director's subjective vision and tells the story of a group of friends from East Germany, united by their passion for skateboarding. It is a panorama of the last decade of the socialist order and an attempt to trace the counterculture movements existing in these circumstances. Even though the majority of the materials used in the film do not have historical value, the documentary itself is a fascinating depiction of the aspirations and symbolic needs of the rebellious teens in the 1980s, for whom the access to alternative Western music and subcultural activities was a form of demonstrating their disagreement with the political status quo. The film also contains epic scenes of skateboarders taking advantage of urban infrastructure to perform their stunts. Once again the power of the architecture, in this case brutalist, is emphasized, with the movement of the camera, which follows the skateboarders, bringing out its visual value. This dynamics of the image creates a new context for reading the urban design of large metropolises from the second half of the 20th century.

Skateboarding in Poland has already been developing in the 1980s, as evidenced by a few passing references in the rare publications on the subject. These beginnings, however, very much resemble the first years of the sport's existence in the United States. Also here, in the Polish People's Republic, skateboarding consisted of slalom and freestyle which resembled ice skating. Thanks to the publications we know the names of the pioneers in the discipline: Piotr Wysocki and Wojciech Bieliński. Unfortunately, not much archive material has been preserved from that period, while a real boom for the activity started already in the first years of the political transformation. Galeria Wizytująca's Kuba Perzyna, one of the most important researchers of the Polish skateboarding scene, describes the beginnings of the discipline as follows:

I've always said that at the beginning of Polish skateboarding there was almost nothing. There were no skateshops, no Polish

companies, no films. This is true, but due to the fact that 1991 was the year of the first skateboarding boom in Poland, several things took place which nobody has been able to repeat ever since.

One of them was the television program about skateboarding we've already described called *Sami o sobie* and the items of interest in this issue, namely two books, published the same year: *Skateboard* and *Deskorolka*. They presented the history of skateboarding and the roots of our passion, described the structure of a skateboard and of the obstacles. They offered advice and descriptions of various tricks – in short almost everything you needed to know to start skateboarding. These books played a really important role, because, as I've already said, due to the lack of magazines on the topic, films or even the Internet, all such information was really precious. Every skateboarder owned these two publications.

Unfortunately, we can't be entirely proud of them, as the books were not Polish but translated from German. The first one, *Skateboard*, was published thanks to the magazine *Juppi*, the only Polish periodical which was interested in the subject. Thanks to them it was possible to add the chapter "Skateboarding in Poland" to the Polish version of the book. It contained first-hand information about the beginnings of skateboarding in our country, as it was written by skateboarders Mateusza Szlachtycz and Piotr Kiełczewski. Both books included a lot of interesting facts and data. They are quite expertly written and don't contain many mistakes, although today some of the texts might come across as funny.⁸

Thanks to Perzyna's research we know that at the very beginning Polish skateboarders bought their equipment abroad, which was very expensive. The so-called *tajwany*, ready-made, assembled boards, often fitted with plastic trucks, were the dominant model. The few skateshops which appeared at that time were mines of knowledge for the skateboarders. Apart from offering boards and clothes the shops rented out foreign films and magazines devoted

8
Perzyna, Kuba.
„Historia polskiej deskorolki. Książki o deskorolce.” <http://www.andegrand.pl/nws/1372858763-historia-polskiej-deskorolki-ksiazki-o-deskorolce.html>

to the subject. One of such places was Darek Król's establishment in the Warsaw district of Grochów. This place is worth mentioning due to the fact that thanks to its owner's efforts the first skatepark in the capital city was opened in the Praga district. Another important place was the skateshop on Smolna Street. Skateboarders could also buy clothes and equipment at the 10th Anniversary Stadium in Warsaw, at a stand ran by a man from Łódź called Pan Burak. The competition held at the capital city's Palace of Culture and Science and broadcasted on national television had an enormous impact on the skateboarding milieu in the making. Many guests from abroad, the hosts of the *Sami o sobie* program as well as the journalists from *Juppi* magazine and later the *Ślizg* magazine attended the event. These television materials have been partly archived and digitalized.⁹

9
Fragments of
television programs
can be found on
www.youtube.com. Digitalized
magazines
and skateshop
advertisements
are published on
the website www.skatehistoria.pl.

THE CONTEXT

Through my artistic projects I participate in what happens in the world around me. That is why I am not able to separate them from my other everyday activities. I work at the university from which I had graduated, I design posters for institutions I visit also as a spectator and I produce accessories which I myself use. That is why skateboarding, which was an important part of my growing up and still plays a vital role in my life, is one of the chief elements of my artistic activity. For many years I have been collaborating with POGO, a company from Łódź which produces skateboards, accessories and streetwear. I have been designing prints, skateboards and gadgets for them. POGO also publishes the *Dizaster* magazine which is held in high esteem by the skateboarding community due to its high quality skateboarding content. I have been responsible for the magazine's layout since the very beginning. My involvement with the community is tangible – I am a POGO board member, so I feel that I have real influence on the company's development. I believe that as a nation we still have a lot to achieve, especially in the area of graphic design. In my professional practice I draw on the knowledge and the experience I gained during my studies at the Academy of Art. I often perceive my work as a mission aimed at improving the aesthetic standards of our surroundings, at broadening the knowledge on the visual context of Polish streets and developing our native visual language. When I was researching the subject of skateboarding, and even before that – when I was simply enjoying the sport – I noticed that this subculture, which has grown out of the aspirations and ambitions of the young generation of the transformation period, did not have enough time to fully develop its own visual language. Therefore it uses aesthetic codes which were created by the Western culture over many years. Meanwhile, what I am interested in, is connecting the global with the local. I therefore treat the skateboard as a medium for presenting my own work, in the same way I present it on posters, canvases or other media. I aim at creating an object which not only fulfils its basic function as a skateboard, but which is also carefully designed

and carries a unique visual message. Even though I have already realized several projects in the area, this one awaited a special occasion: an exceptional collection of skateboards, connected by a common theme and thus forming a more complex and coherent artistic statement. I have announced my intention of creating such a collection when I was interviewed by Bogna Świątkowska in 2010:

Bogna Świątkowska: Your projects are related to the broadly understood field of extreme sports – you’ve been creating skateboard art. You have ties to the skateboard subculture, you were a skater yourself.

Jakub Stępień: I hope I’ll now be able to renew my cooperation with the skateboard company POGO. I would like to present some completely new propositions, which don’t consist in copying Western or US stereotypes. Completely new propositions, Polish and original.¹⁰

10
Roj, Katarzyna,
editor. *HGW: Hakobo
Graphic World*.
Wrocław, 2010, p. 3.

SKATEBOARDS AND ART

I can definitely say that in my artistic activity I abolish the division between high art and mass art. I am interested in all that comes into being at the junction of these two areas. As a researcher I am looking for examples of the interpenetration of different aesthetic influences. That is why the best research field for me is the street, where one can clearly see how these two worlds clash and inspire one another. The iconographic material I collect has not only educational potential, but also constitutes an aesthetic stimulus, thanks to which my activity as an artist and as a designer can develop further. I also enjoy situations in which the two worlds meet and I can serve as a translator – as I feel comfortable using both languages – that of high culture and that of popular culture. That was the case with the *Beautiful Losers* exhibition which was presented at the Museum of Art in Łódź in 2007¹² and was realized in cooperation with the Yerba Buena Center for Arts in San Francisco. It was the first Polish exhibition devoted to one of the most original phenomena in contemporary American culture which is the artistic activity connected with the so-called street culture. Apart from the core of the exhibition, which included painting, sculpture, photography, film and video, design, graffiti and skateboards, there was an additional display presenting the culture of the Polish street. For this special occasion I created a skateboarding ramp, which in its shape and colour alluded to the traditions of neoplasticism. Art critic Stach Szabłowski wrote about it in the catalogue with my artwork:

A neo-plasticistic skateboard ramp tempts you to imagine Piet Mondrian skateboarding. Such a ramp was actually built by Jakub "Hakobo" Stępień for the Beautiful Losers exhibition in 2007. The exhibition came to the Art Museum in Łódź from California and explored the fascinating borderland between art and street culture. Whilst surveying this borderland, one cannot help but ask the question – would Mondrian manage to

11
Beautiful Losers: Contemporary Art and Street Culture. Muzeum Sztuki w Łodzi, 2007. Polish exhibition curator: Jarosław Lubiak

skateboard? Or, more properly here – how does skateboarding manage in a museum? It is a rhetorical question, of course, as it is asked in post-artistic times, when everything is relative and fluid: the avant-garde can be popular, popular culture is aesthetically shifting to the fore, the underground is lifted to the top floor... A hundred years ago, the futurist Marinetti considered the roaring automobile more beautiful than the Nike of Samothrace. Nowadays, things are a bit different – the hurtling automobile, just as the skateboard, is no better than the Nike, they are equally beautiful. Not to mention the fact that you can skateboard wearing Nikes, and on a neo-plasticistic ramp at that.

Why skateboarding? Because it is one of the numerous dimensions that Jakub "Hakobo" Stępień's art derives from. Neo-plasticism is another. Constructivism, avant-garde, op-art, psychedelic art, hip hop, video games, minimal – are some more that his output stems from. Incidentally, Hakobo's minimal sometimes gets blown up to be shattered into a thousand pieces and becomes "maximal". There is no other Polish designer I can think of who would so efficiently tame the multidimensionality of today's reality, with its permeating orders and multitude of parallel worlds, each governed by its own aesthetics. There is no other designer who would be equally efficient in transgressing the seeming contradiction between what is digital and what is analogue, between the abstraction of information and the substance of visual acts. Hakobo is modern. Hakobo is a futurist – except that his future is now.¹²

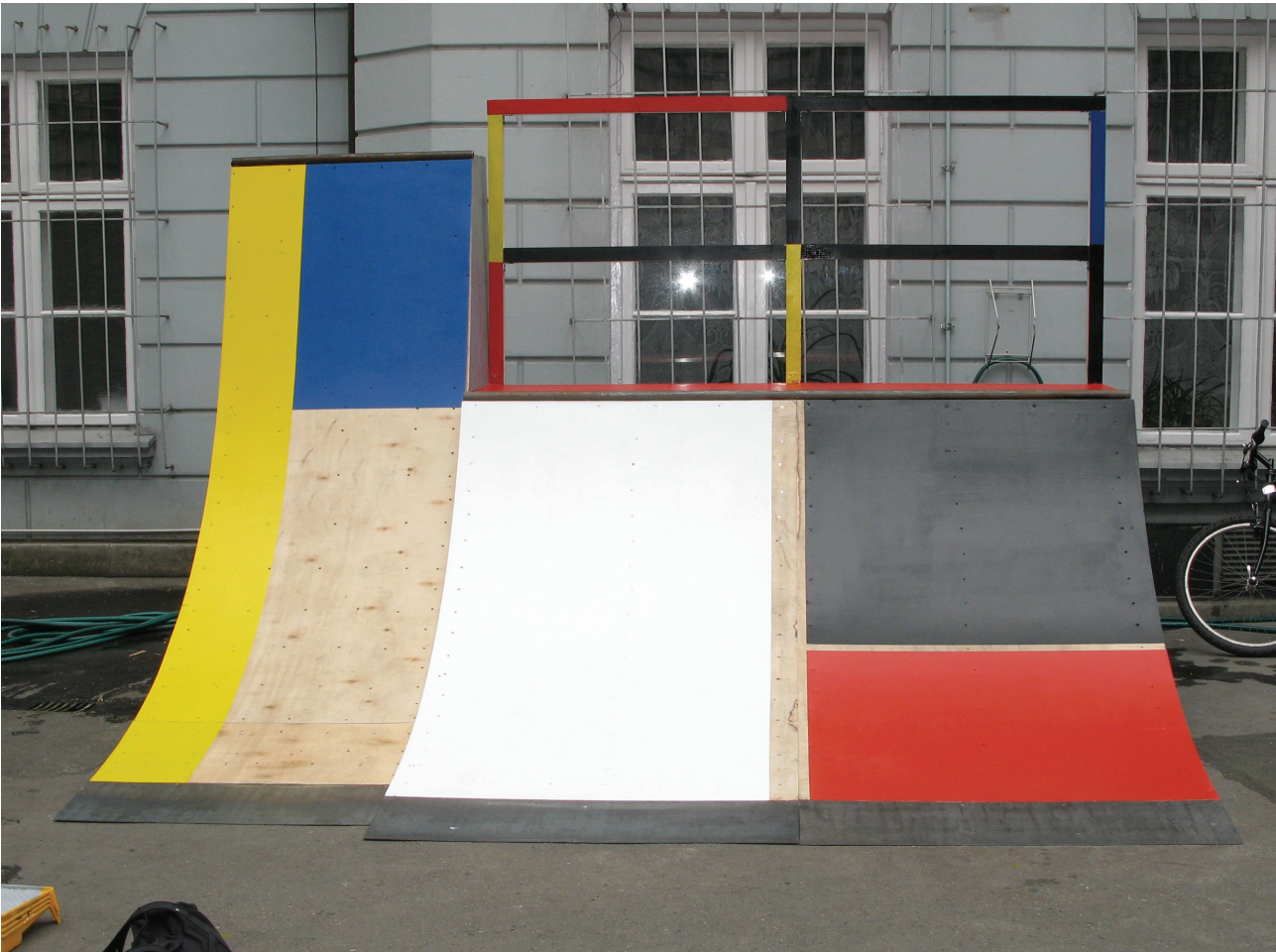
12
Szabłowski, Stach
„Future is Now”.
HGW: Hakobo
Graphic World.
Wrocław, 2010, p.3.

It is very important to view this project in the context of the place and the circumstances in which it was created. I wanted, in a reliable way and through the visual idiom I proposed, to show the art community what skateboarding is all about and at the same time summarize the philosophy of neoplasticism for the skateboarders. I believe that this project is a very successful union of high art with mass art.



**Neo-plasticistic skateboard ramp
(quarter+wallride)**

*Beautiful Losers: Contemporary Art
and Street Culture, Multiway street,
Muzeum Sztuki w Łodzi, 2007,
curator: Jarosław Lubiak*



ART AND SIN

I have created several dozen skateboard designs so far, all of them as part of my collaboration with POGO and the *Dizaster* magazine. These are mainly black and white monochromatic compositions, with the characteristic motif of a skull inside a cog wheel (the POGO logo which I have also designed) against a background of Łódź's industrial landscape. I have developed these themes for skateboarding accessories and objects that promoted the brand, such as printed materials and textiles (scarves, T-shirts, beanies). However, the biggest challenge has always been creating a collection of skateboards connected by a common theme, which could, depending on the situation, function separately or as a whole, when brought together. There is a justification for this. In the first part of my dissertation I compared the skateboard to a knight's shield which, apart from its basic function, plays an important iconographic role, symbolically linking the object to its owner. As I have already stated, the notion of a "team" is very important in skateboarding. From the sports perspective contestants in the various events are assessed on an individual basis, but for each skateboarder being a member of a group is key and this is related to the social or even friendly dimension of the skateboarding ethos. In the film *Lords of Dogtown* Jay Adams, the enfant terrible of the sport and one of the most recognizable skaters in the world, mocks Stacy Peralta's words who boasts to his friends that he has an idea for the visual identification of his company. "Screw the team, I mean ... You got a logo!" Adams says. This suggests a rather ambivalent attitude of this group of skaters, who consider skateboarding to be a way of life rather than an industry. Ever since the professionalization of the sport got under way (you could detect the beginning of this process already in the activities of the Zephyr Competition Team, of which Jay Adams himself was part) it has been difficult to make a clear division between the team and the brand. Being aware of that, I searched for a theme for my collection of skateboards, which would be deeply rooted in the history of art; which would transmit universal ideas, with which anyone could

identify and which would belong to the "grand narrative" or high art; which could be translated to the logic of popular culture and divided into parts, so that each of the skateboards constituted a separate element of a uniform whole. The seven deadly sins came to me as an ideal topic, because it fulfilled all of the requirements listed above.

I am very interested in medieval art, especially in Gothic art, and I often use Gothic iconographic motifs in my designs (such as, for example vanitas symbols – skulls and skeletons), as well as its formal solutions (colours, composition, the characteristic lack of perspective). The story of the seven deadly sins dates back to the Middle Ages and I wanted to draw from this rich tradition. In order to do that I begun a preliminary research of the iconographic motifs connected with the topic, finding them initially in anonymous works which in most part were church decoration or illuminated manuscripts. I discovered mainly simple personifications of the sins, which were later enriched with depictions of different attributes and animals. Even later they were set against virtues in the symbolic fight between good and evil. The results of my search demonstrated that more complex iconographies appeared between the beginning of the 16th century and the end of the 19th century. The dynamically developing printing techniques had an important influence on the dissemination of visual codes connected with this theme. The most important artists who addressed the subject of the seven deadly sins in their works were, among others: Albrecht Dürer, Lucas Cranach, Lucas van Leyden, as well as Pieter Bruegel the Elder, Peter Paul Rubens, Jacob Jordaens, Rembrandt van Rijn and William Hogarth. The authorship of a picture painted at the beginning of the 16th century on a table top and attributed to Hieronymus Bosch or, what is more probable, to one of his students – still remains a mystery. Nevertheless, it is one of the most recognizable works on the topic and despite the passage of time and the multiple changes which took part in the aesthetics, it is still considered to be a masterpiece of visual persuasion.

At this point it would be appropriate to ponder the topicality

and the relevance of the subject of the seven deadly sins today. Despite the secularization of the Western societies and the waning domination of Christian ethics, the concept of cardinal sins still seems to be alive, which can be seen for example in the incredible popularity of *Seven* – a Hollywood film directed by David Fincher¹³ or in artist Bruce Nauman's works from 1983–1988 called *Vices and Virtues*. The subject of sin in contemporary culture and art was taken up during the exhibition *Lust and Vice. The Seven Deadly Sins From Dürer to Nauman*, presented at the Kunst Museum in Bern and produced in cooperation with the Zentrum Paul Klee in 2011. The exhibited artists included: Marina Abramović, Adriaen Brouwer, Marc Chagall, Otto Dix, Albrecht Dürer, Fischla and Weiss, Gilbert and George, Andreas Gursky, Paul Klee, Bruce Nauman, Martin Parr, Sigmar Polke, Peter Paul Rubens, Cindy Sherman, Yinka Shonibare or Andy Warhol. The aim of the exhibition was to analyze the notion of sin in the contemporary world. Apparently it is still an incredibly relevant topic. Greed, envy or gluttony (understood as overconsumption) have become the driving force of the capitalist economy, while lust lost its negative connotations in the face of the mechanisms of contemporary marketing strategies. At the same time we can observe contrasting tendencies: the increasing criticism of capitalist exploitation as well as the promotion of an ecological and economical way of life, the prerequisite for which is giving up consumerist habits.

The terminology of the seven deadly sins was introduced for the first time by Pope Gregory I (c. 540–604). They were described as an affliction of the soul, its evil character or misdeed which leads to breaking the ties with God or with fellow man. The sins are as follows:

- 1. SUPERBIA / PRIDE**
- 2. AVARITIA / GREED**
- 3. LUXURIA / LUST**
- 4. INVIDIA / ENVY**
- 5. GULA / GLUTTONY**
- 6. IRA / WRATH**
- 7. ACEDIA / SLOTH**

13
Se7en. Dir. David
Fincher. New Line
Cinema, 1996. Film.

The initial letters of the Latin terms form the word SALIGIA, which in the Middle Ages was often used as a common name for all these sins. However, their order was later modified in the 12th century in the following way: PRIDE, GREED, ENVY, WRATH, LUST, GLUTTONY, SLOTH.

#HASHTAG INSPIRATION

The inspiration for writing an iconography program for my collection of skateboards was the phenomenon of the so-called hashtag [#]. It is nowadays used to express emotions or to provide a context for the descriptions in social media. This way I wanted to present the topic, which until now belonged to the sphere of the "grand narrative," in a modern, light and youthful form. Additionally, hashtags allow for classifying messages, making it is easier to find specific information with this marker within a website.

Below you will find the list of the skateboards with their hashtags.

PRIDE

- #GOLD
- #RELIGION
- #BRAND
- #WEALTH
- #RIVALRY
- #DIGNITY



GREED

#GREEN

#MONEY

#PAPER

#AVARICIOUSNESS

#PLUNDER

#THIEVES



ENVY

#RED

#GLANCES

#COMPARISON

#EMOTIONS

#JUDGEMENT

#FRUSTRATION

#COMPETITION

#SATISFYING



WRATH

#GREY

#STRESS

#FEAR

#WAR

#FISTICUFFS

#PROBLEMS

#EMOTION



LUST

#PINK

#FETISH

#FISHNETS

#PROSTITUTES

#PORN

#HIGH DEFINITION

#SENSES



GLUTTONY

#BROWN

#EXCREMENT

#INSATIABILITY

#CRAVING

#HABIT

#AMASSING

#STOCKING UP

#MORE



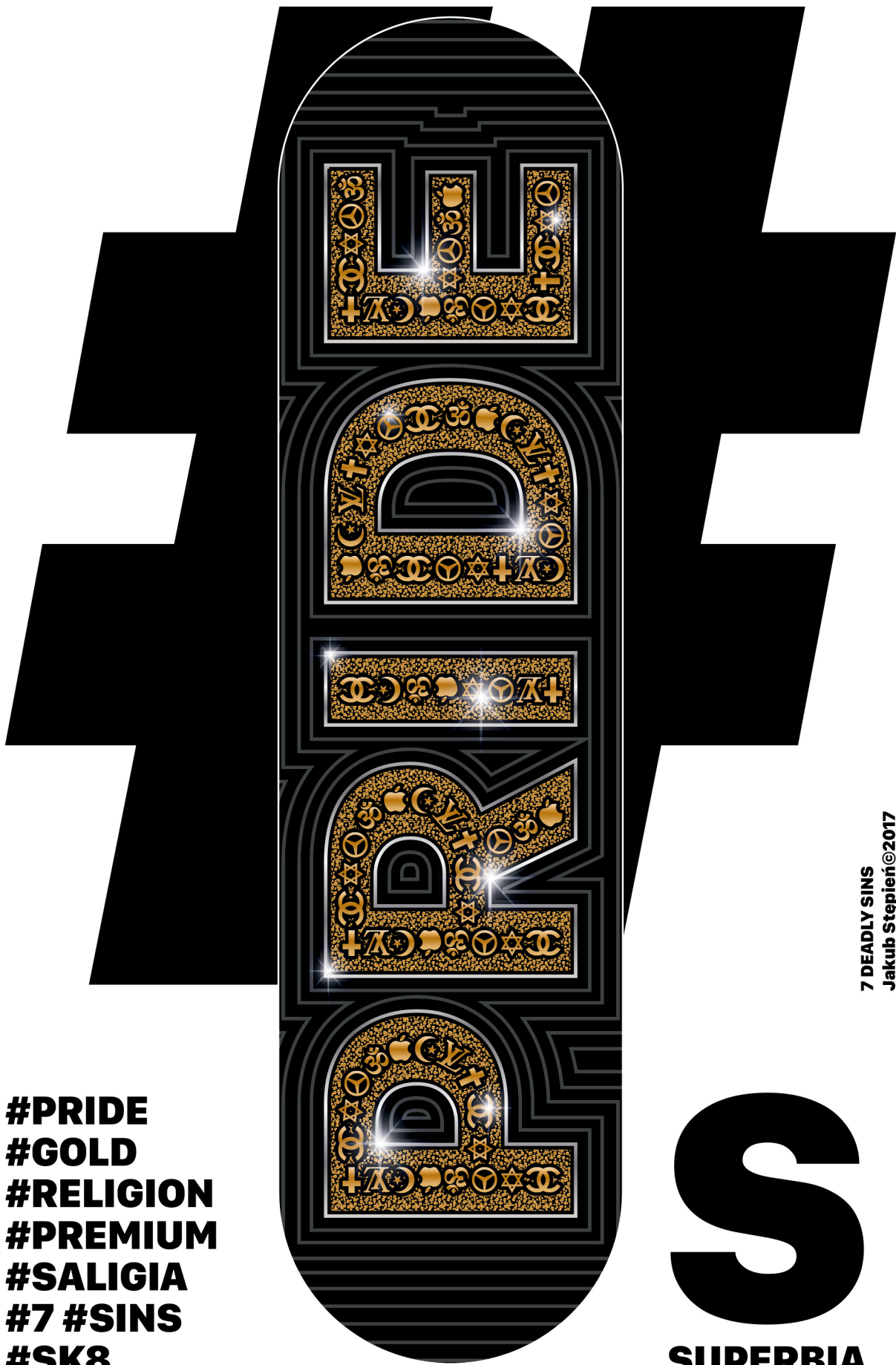
SLOTH

- #YELLOW
- #STIMULANTS
- #BREAK
- #RELAXATION
- #HOLIDAYS
- #REST



Below you will find the promotional prints for the skateboard collection.

**#PRIDE
#GOLD
#RELIGION
#PREMIUM
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**S
SUPERBIA**

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien©2017**

**#GREED
#MONEY
#GREEN
#DOLLAR
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**A
AVARITIA**

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien ©2017**

**#LUST
#PINK
#STOCKING
#PORN
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



LUXURIA

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien©2017**

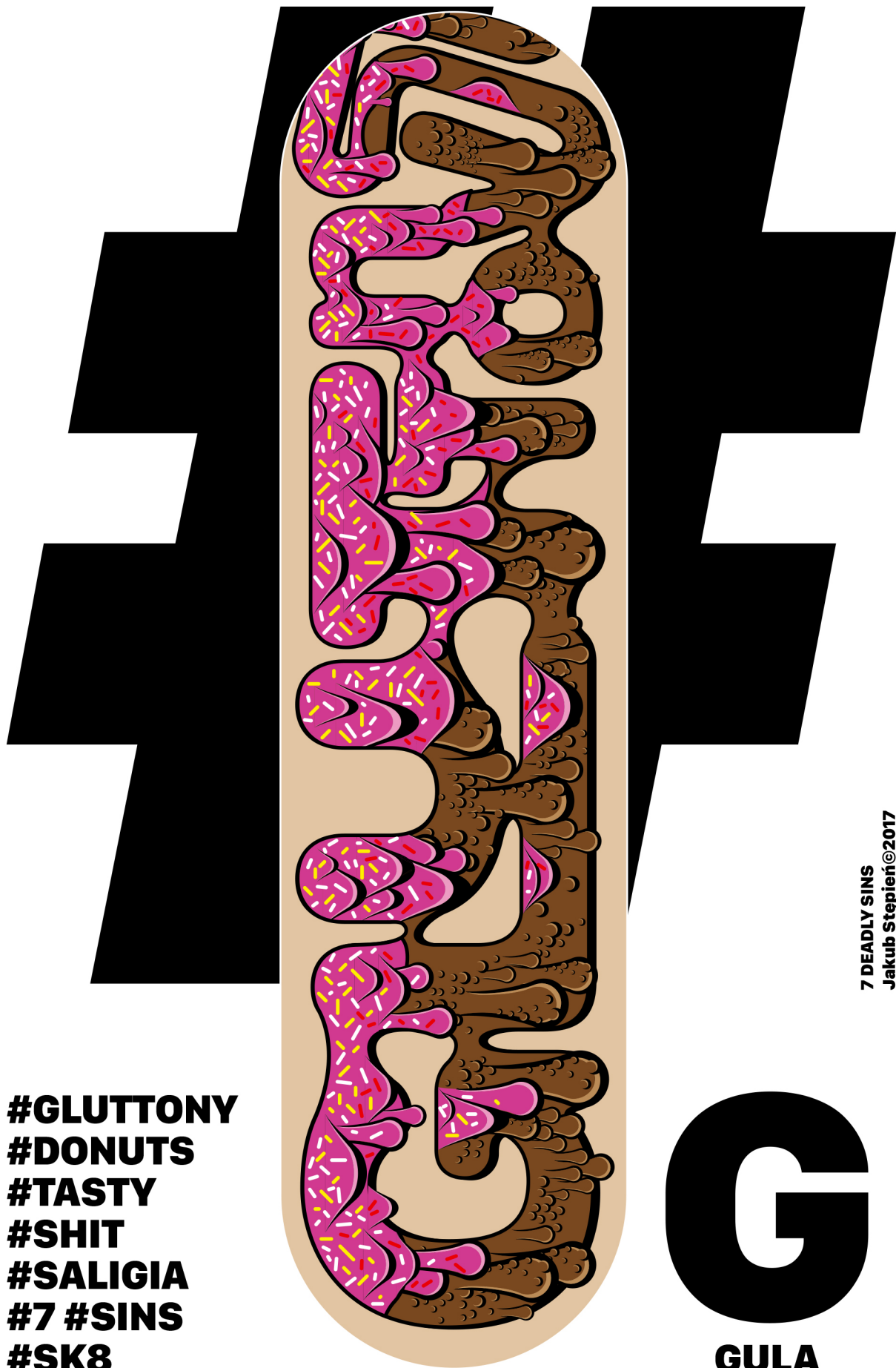
**#ENVY
#RED
#EYES
#ANGRY
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



INVIDIA

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien ©2017**

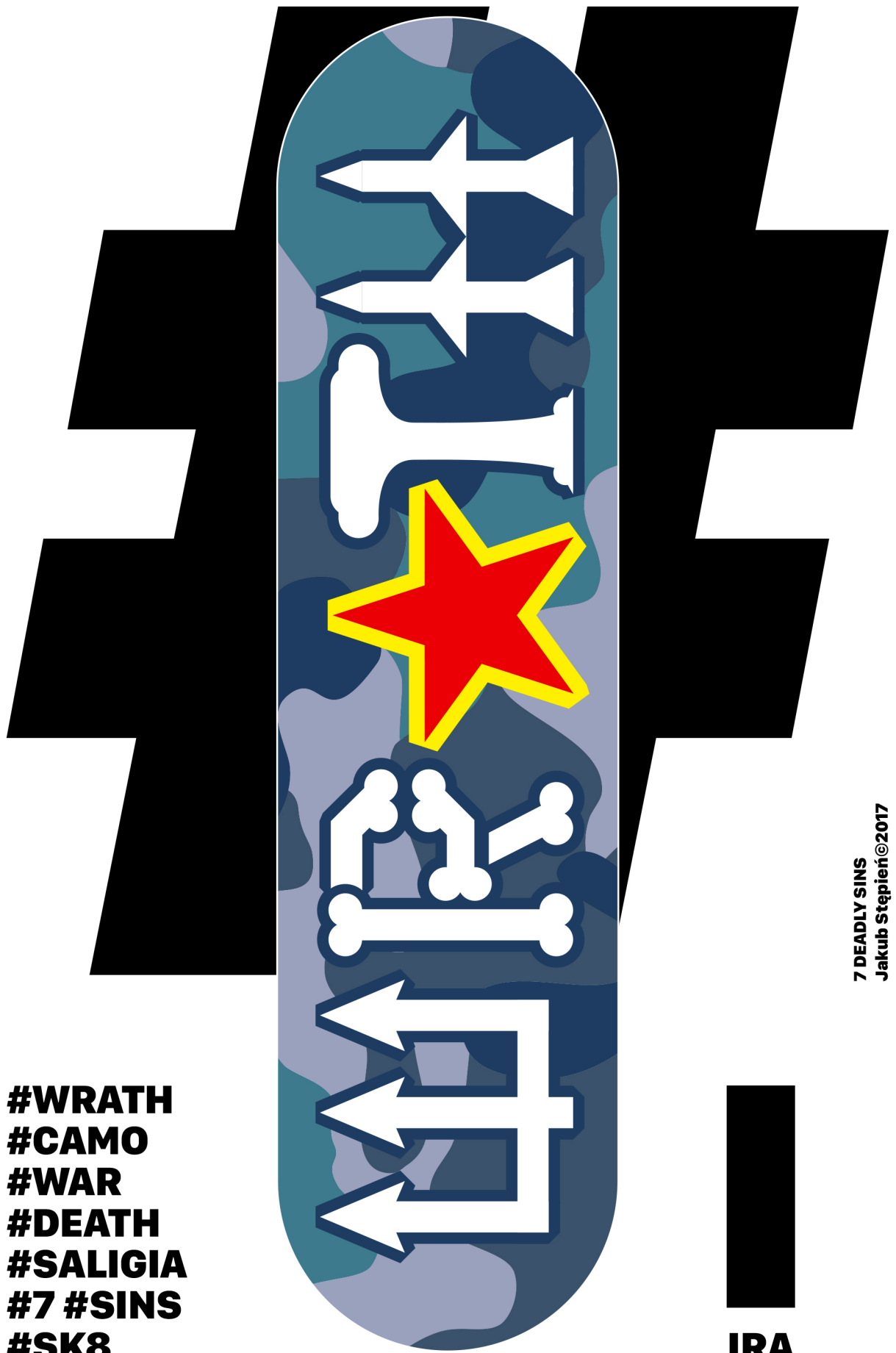
**#GLUTTONY
#DONUTS
#TASTY
#SHIT
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**G
GULA**

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien©2017**

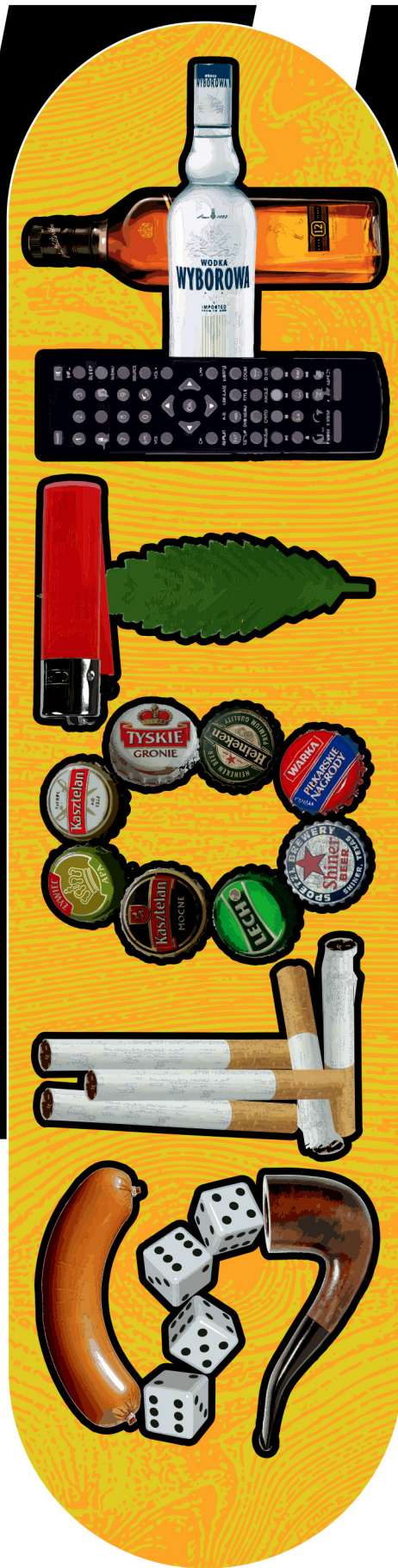
**#WRATH
#CAMO
#WAR
#DEATH
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien©2017**

IRA

**#SLOTH
#DICE
#SMOKING
#DRINKING
#SALIGIA
#7 #SINS
#SK8**



**A
ACEDIA**

**7 DEADLY SINS
Jakub Stepien©2017**

CONCLUSION

The collection of skateboards presented here came into being as a result of many years of work and experience, as well as some very diverse interests and inspirations. The creation of these works was motivated by the idea of the so-called pauperization of "grand themes," which were previously reserved only for high art. I believe that through means of artistic expression we can consciously shape the culture in its more pop culture manifestation. I feel really confident in the role of the translator between these two spheres and I believe that it is crucial, and entirely possible, to construct a bridge to connect them.

BIBLIOGRAPHY

Brooke, Michael.

The Concrete Wave: The History of Skateboarding,
1999.

Cliver, Sean.

The Disposable. Skateboard Bible.
Berkeley, 2009.

Davis, David.

Waterman: The Life and Times of Duke Kahanamoku.
Lincoln, 2015.

Drenda, Olga.

Duchologia polska.
Kraków, 2016.

Martin, Michael.

Skateboarding History. From the backyard to big time,
2002.

Perzyna, Kuba.

„Historia polskiej deskorolki. Książki o deskorolce”.

<http://www.andegrad.pl/nws/1372858763-historia-polskiej-deskorolki-ksiazki-o-deskorolce.html>

Roj, Katarzyna, editor.

HGW: Hakobo Graphic World.
Wrocław, 2010, p. 3.

Weyland, Jocko.

The Answer is Never: A Skateboarder's History of the World.
New York, 2002.