

## Bałuk gada o latach 90.

Zapraszam na dziesięć podcastowych rozmów o szczególnej dekadzie w najnowszej historii Polski. Rozmawiamy o kulturze i sztuce – właśnie w latach 90. – z ludźmi, którzy w tamtym czasie ją współtworzyli, i z ekspertami, którzy patrzą na to po latach. Bo lata 90. to nie tylko kraina mojego dzieciństwa, ale też dosyć trudny i szczególny czas w historii. Rozmowy towarzyszą wystawie „Błysk, mat, kolor. Fotografia i Warszawa lat 90.”, którą do 19 lutego możecie zobaczyć w Muzeum Warszawy.

**Kamil Bałuk: W podcaście dla Muzeum Warszawy towarzyszymy wystawie. I pomysł jest taki, żeby od jednego zdjęcia albo jednego fenomenu wyjść do rozmowy o latach 90. Niekoniecznie to są rozmowy o tych konkretnych obrazach, które możecie oglądać właśnie na wystawie w Muzeum Warszawy, ale jest to jakaś taka refleksja o tym, co było, i to było już 20... 30 lat temu. Dzisiaj moim i waszym gościem jest Tomek Sikora. Właśnie: Tomek czy Tomasz?**

Tomek Sikora: Niech będzie Tomek.

**Kamil Bałuk: A czemu Tomek jest lepsze niż Tomasz?**

Tomek Sikora: No Tomasz tak oficjalnie strasznie...

**Kamil Bałuk: Super. Z grubej rury zacznę. Dlaczego, kiedy mówisz o osobach, które są na zdjęciach – również twoich – to używasz słowa ofiara?**

Tomek Sikora: Ha! No bo to są ofiary. Pewnie nasi słuchacze nieraz byli w takiej sytuacji, że bezbrinnie ulegali. Znaleźli się w kadrze jakiegoś aparatu fotograficznego. Czasami za swoją zgodą, a czasami zupełnie przypadkowo. Jeśli nawet to było za zgodą, to nie bardzo mogli... mieli wpływ na to, jak wypadną.

**Kamil Bałuk: No tak. To wpływ jest bardzo ograniczony, chyba że ktoś jest zleceniodawcą.**

Tomek Sikora: Tak. Natomiast oczywiście jeśli ktoś naprawdę poważnie traktuje swoją ofiarę (znowu użyję tego słowa), to musi przeprowadzić z nią rozmowę i tak mocno się zbliżyć, żeby została przełamana ta bariera braku zaufania. I wtedy portretowany przestaje być ofiarą, i ma taką świadomość, że w zasadzie on jest w pięćdziesięciu procentach autorem tego zdjęcia.

**Kamil Bałuk: Aż tylu?**

Tomek Sikora: Aż tylu, a może nawet i więcej czasami. Bo w momencie, kiedy nam się uda doprowadzić fotografowaną osobę do takiego otwarcia i do takiego momentu, w którym on rzeczywiście jest sobą, albo prosimy go, żeby zagrał jakąś sytuację (bo tak bywa w reklamie), to on po prostu jest autorem w zasadzie efektu końcowego. Bo my już w tym momencie jesteśmy tą stroną dokumentującą. Ale oczywiście nasza rola polega na tym, żeby tego człowieka otworzyć i żeby do jego świadomości trafił taki fakt, że on jest współautorem. I wtedy on zaczyna zupełnie inaczej uczestniczyć. Jest współuczestnikiem, a nie tylko człowiekiem, który nagle znajduje się w studio i fotograf mówi tak: „No to proszę stanąć”. A tu nagle jakieś światła, jakieś jupitery, on w ogóle nie wie, o co chodzi. Pierwszy raz w życiu często taka osoba jest... znajduje się w studio. No i jeszcze fotograf mówi tak: „No to niech pan będzie sobą” – na przykład. To jak można być sobą w środowisku takim nieprzyjaznym i zupełnie nowym? Dlatego uważam, że dopóki ta relacja się nie pogłębi i nie wyrównają się te pola ważności, to człowiek fotografowany jest jednak ofiarą. I my mamy tę przewagę, że jednak trzymamy ten instrument. Co prawda, który nie może wiele krzywdy zrobić fizycznie, natomiast psychicznie można człowieka bardzo łatwo załatwić, polując na taki... na przykład bardzo efekciarskie ujęcie, które nie ma nic wspólnego z jego osobowością na przykład.

**Kamil Bałuk: Ale załatwić w tym momencie, kiedy to się dzieje, czy właśnie potem, kiedy efekt jest tym załatwieniem?**

Tomek Sikora: Nie, no... Bardzo, bardzo często robi się zdjęcia, kiedy człowiek albo nie wie o tym, albo wiedząc o tym, że jest fotografowany, nie bardzo wie, w jakim celu jest fotografowany i kim powinien być na tym zdjęciu. A jeszcze jak się go właśnie prosi o to, żeby się zachowywał naturalnie, to go jeszcze bardziej... to go paraliżuje taka sytuacja. A my, „my”, to znaczy w ogóle środowisko fotograficzne, medialne, zawsze poluje na takie sytuacje, które są kwintesencją fotografii. Czyli złapanie takiego momentu, którego prawie

my nie dostrzegamy. I bardzo często ten moment, którym my się pasjonujemy jako fotograficy, uważamy, że to jest kapitalne ujęcie, fantastyczna taka twarz z ogromną emocją, kompletnie może nie pasować do osobowości tego człowieka.

**Kamil Bałuk: Albo do tego, co sobie wymyślił o sobie.**

Tomek Sikora: Albo do tego, co sobie wymyślił o sobie, tak.

**Kamil Bałuk: A czy ta koncepcja, że fotografowana osoba byłaby ofiarą, to jest coś, czego się nauczyłeś od kogoś, czy to jest refleksja, która przyszła w którymś momencie?**

Tomek Sikora: Ta refleksja przyszła bardzo szybko, dlatego że ja, widząc, jak są zagubieni ludzie przed aparatem, wiedziałem, że po prostu trzeba ich... trzeba właśnie przełamać tą barierę poprzez rozmowę. Czasami to była krótka rozmowa, czasami długa. Trzeba się otworzyć. Ten człowiek musi poczuć taką serdeczność ze strony fotografa i mieć pewność, że on nie wykręci mu jakiegoś numeru. Takiego, że sfotografuje go na przykład w takim momencie, kiedy on ma palec zbliżony do nosa, czy akurat może, nie wiem... moment zęza czy czegokolwiek. Tylko po prostu uzna nas, uzna fotografa, za człowieka takiego uczciwego. Który chce rzeczywiście opowiedzieć o swojej ofierze.

**Kamil Bałuk: Na te lata 90., o których mówimy w dużej mierze w tym cyklu, ja patrzę z wielu stron. No bo urodziłem się pod koniec lat 80., akurat w RFN. Tam przez pierwsze trzy lata życia byłem. Z rodzicami wróciliśmy, znaczy... ja w sumie przyjechałem de facto do Polski. Po latach się z tego cieszę, bo bardzo lubię Polskę. I kiedy myślę o latach 90. i czytam, i rozmawiam z kolei o PRL-u, to traktuję sobie PRL jako taki kontekst lat 90. To znaczy coś, co mogło trwać o wiele dłużej, mogło trwać może i krócej, ale potem nastąpiły lata 90. i one nastąpiły dokładnie w bardzo konkretnym momencie tego PRL-u. Zastanawia mnie... Dla ciebie dość szybko, szczególnie jak na to określone pokolenie, znalazłeś Zachodu. Czy nawet nie tylko Zachodu, ale i Wschodu, wyjazdów zagranicznych. Czy te wyjazdy, jeszcze w PRL-u, dały ci takie wstępne odpowiedzi na pytanie, czym, jako Polacy, wtedy się różniliśmy? Gdzie był ten kontrast? Od razu takie konteksty, które mi przychodzą do głowy, to nawet taka serdeczność versus nie serdeczność. Profesjonalizm kontra nie profesjonalizm. A może taka surowość i... czasami powodowana technologią, jeżeli chodzi o fotografie, a czasami powodowana tą**

## **historią, która w każdym Polaku jakoś tam się kłębiła. Pamiętasz? Takie pierwsze zderzenie?**

Tomek Sikora: Nie no oczywiście. Oczywiście, że pamiętam. Z tym że to były takie momenty, których się w zasadzie... przeżycia, których się nie analizowało po prostu. Zawsze wyjeżdżając, nie próbowałem porównywać Polski do Zachodu, do innych krajów, tylko to, co mnie interesowało, to różnica i ta inność tej kultury. I zawsze próbowałem postrzegać to pozytywnie. A nie porównywałem dlatego, że nie chciałem stawiać na szali jednej i drugiej sytuacji. To znaczy nas, Polaków, i tych ludzi, którzy żyli na Zachodzie. Aczkolwiek po pewnym czasie to było widać. Czuło się, jak bardzo tamci ludzie są jednak „tamci” w tamtym systemie kapitalistycznym. Jak oni byli niesamowicie jednak związani ze swoją pracą, z robieniem kariery, a co za tym idzie – z całym dniem pracy. Myśmy pracowali do piętnastej piętnaście i potem była balanga. Było... no oczywiście młodzież bardziej, ale starsi ludzie przychodzili, gotowali obiad, to się wszystko kończyło o czwartej i od czwartej do dziewiątej czy tam do dziesiątej był, że tak powiem, wolny czas. Natomiast tam się pracowało. Tam ludzie wracali z pracy o siódmej, o ósmej, zresztą tak jak teraz w Polsce, prawda? Jak oni przyjeżdżali do Polski, na przykład na targi książki, to mieliśmy takie kontakty z różnymi wydawcami, to po prostu oni byli zachwyceni tym PRL-em.

### **Kamil Bałuk: Aa...**

Tomek Sikora: Oni nie bardzo rozumieli, że my nie mamy paszportów na stałe, że nie ma wyborów prawdziwych, a nam to, szczerze mówiąc, dokuczało tylko wtedy, kiedy się ubiegaliśmy o ten paszport. A tak to się w ogóle o tym nie myślało. Przecież młodość ma... jest oderwana w zasadzie od rzeczywistości, bo to jest taki stan emocji, że to, co jest wokół nas, nie ma żadnego znaczenia. Mówię o pierwszej miłości i o takich różnych sprawach. I bez względu na to, gdzie to się dzieje. Przecież podczas okupacji ludzie się kochali, były zawierane związki małżeńskie i tak dalej, i tak dalej. Myśmy w tym PRL-u z jednej strony narzekali, że właśnie... późnym PRL-u, bo oczywiście myśmy nie doświadczyli tych okrutnych czasów stalinowskich, kiedy to ludzi wyciągano z mieszkań o każdej porze dnia i nocy i oni już nie wracali do tych mieszkań. Natomiast ta era gomułkowska późna i wczesna gierkowska, to nawet bardzo nam tu dobrze było. I ekonomicznie tak...

### **Kamil Bałuk: Tak, tak, to są takie czasy wesoło wspomiane.**

Tomek Sikora: Wesoło wspominał.

**Kamil Bałuk: „Bal na Titanicu” trochę, oczywiście.**

Tomek Sikora: Gierek nam dał. Pozwolił wyjeżdżać za granicę i pozwolił nam wymienić po kursie bankowym dolary, sto dolarów, więc w ogóle to była... można było się już trochę poruszać oczywiście. Ale zasadnicza taka różnica to była... leżała w dobrostanie tak zwanym. Że po prostu jak się wyjeżdżało tam, to widać było, że te sklepy inaczej wyglądają. Towar jest bardzo różnorodny w porównaniu do sklepu naszego, w którym ja na przykład bardzo lubiłem takie sytuacje, kiedy chciałem kupić cukier, co był jeden gatunek cukru, jeden gatunek mąki, jeden gatunek makaronu, chleb był albo nie było – jak był, to był też jeden gatunek chleba. Czasami jeszcze razowy się pokazał. Człowiek nie poświęcał temu więcej niż dziesięć minut czy piętnaście minut, chyba że musiał stać w kolejce po artykuł, który miał się pojawić, prawda? Natomiast tam było po prostu tego w bród. Ja pamiętam, jak pierwszy raz, jako dwudziestoletni chłopak, nie... nawet wcześniej. Tak, dwudziestoletni chłopak, znalazłem się w Rzymie i patrzyłem się przez witryny sklepowe, to dla mnie... to mi nic nie mówiło, bo ja...

**Kamil Bałuk: Co to znaczy?**

Tomek Sikora: No nic mi nie mówiło, dlatego że tego tyle było i ja w ogóle tego nie ogarniałem. I pomyślałem sobie, że to po prostu taki świat jest, ale on jest za szybko i niech tak zostaje. I do dziś mnie w ogóle nie interesuje kupowanie niczego.

**Kamil Bałuk: A, mam taką fantazję, że poznając ten Zachód, to w tych realiach lat 80., które były takim już raczej bardzo smutnym PRL-em dla większości ludzi, ty miałeś w sobie już takie doświadczenia czy... Wyobraźnię się ma albo się nie ma – ale doświadczenia tego, co jest w ogóle możliwe twórczo (zagraniczne), które były u nas tak naprawdę dużo później w takiej komercyjnej fotografii używane. I na samym początku lat 80. miałeś dwie sesje, które po latach brzmią superinteresująco, czyli FSO i LOT. Zastanawia mnie wtedy... dwie rzeczy. Jesteśmy w... to '82 z tego, co pamiętam.**

Tomek Sikora: Osiemdziesiąty drugi, tak, tak, tak.

**Kamil Bałuk: No i właśnie – ’82. To, czego ja nie wiem, a mi się wydaje bardzo ciekawe: jak to jest, jak to działa, dostawać w ’82 w Polsce zlecenie komercyjne? Jak to się, skąd to się brało i jak to organizacyjnie się działo. I dwa – ta przestrzeń na to, żeby zrobić coś...**

Tomek Sikora: Właśnie. No więc to były bardzo wyjątkowe czasy, dlatego że w PRL-u w zasadzie reklama, infrastruktura reklamy, w ogóle nie istniała. Dlatego że nie było potrzeby, bo był niedobór towarów, a nie nadmiar. Reklama się wzięła z tego, że trzeba było ludziom wepchnąć towar, którego było za dużo, prawda? Stąd w Stanach Zjednoczonych to się zaczęło czy w kraju takim rozwiniętym. Natomiast były firmy w Polsce, które jednak eksportowały towar, i to było FSO. Sprzedawano Fiaty prawdopodobnie w Azji i w Północnej Afryce – na tych rynkach takich nieopanowanych przez Mercedesa, BMW i te samochody wyższej klasy – ze względu na ceny, prawda? I to... czyli w tych krajach trochę Trzeciego Świata, można byłoby tak powiedzieć. No a LOT zawsze jednak próbował mieć swojego odbiorcę – nie tylko wśród polskich obywateli, ale również z zewnątrz.

**Kamil Bałuk: To jest specyfika branży.**

Tomek Sikora: I w związku z tym oni robili kalendarze i plakaty. Co roku. Oni, to znaczy, uwaga – w każdej instytucji dużej była tak zwana komórka reklamowa. Na ogół jednoosobowa. I to był człowiek, który po prostu... Wiadomo, że to cała agencja w tej chwili pracuje na image LOT-u, prawda? Natomiast wtedy to była jedna osoba, która z takiego czy innego powodu zadzwoniła do takiego grafika czy do takiego fotografa i na ogół tekst był taki: „Słuchaj, zrób nam coś takiego zupełnie innego”.

**Kamil Bałuk: A! Jednak!**

Tomek Sikora: Tak. „Dlatego że chcemy się tam różnić, żeby to nie było takie samo”. W przypadku LOT-u. Natomiast...

**Kamil Bałuk: Ale nie takie samo jak na Zachodzie?**

Tomek Sikora: Jak na Zachodzie, tak. Bo oni dostawali kalendarze z Lufthansy i tam z

różnych innych i to wszystko było takie piękne, oczywiste, profesjonalnie zrobione i tak dalej. A w przypadku FSO wręcz zadzwonił do mnie właśnie przedstawiciel tej jednoosobowej komórki reklamowej, który powiedział tak: „Masz absolutną wolność. Możesz zrobić, co chcesz, ale nie wolno ci pokazać karoserii samochodu, ponieważ Polonez nie zmienił tej karoserii od siedmiu... od początku produkcji, w związku z tym nie ma się czym chwalić”. I w stosunku do rynków zachodnich, które bez przerwy zmieniają tę karoserię i nie tylko, i tablicę rozdzielczą i w ogóle te samochody co chwilę mają jakąś innowację i to trzeba pokazywać, to: „Tutaj nic nie chcemy. Dla nas najważniejsze jest logo FSO i ty sobie coś wymyśl”. No i to było po prostu coś, co się zdarzyło chyba raz w życiu moim, że miałem absolutną wolną rękę. Nikt mi nie przedstawiał żadnych badań rynku.

**Kamil Bałuk: No tak.**

Tomek Sikora: Nikt mi nie mówił, co ludzie kupią, czego nie kupią, tylko po prostu można było wreszcie zrealizować pomysł, który polegał na tym, że Polska jest krajem zupełnie surrealistycznym – chociażby dlatego, że ludzie wydają dwa razy więcej pieniędzy, niż zarabiają, i tak dalej, i tak dalej, prawda?

**Kamil Bałuk: No ale zaraz. Bo takie zdanie to już mi brzmi jak potencjalny dla cenzury materiał do wycięcia. W sensie... czy takie słowa... czy to jest twoja interpretacja z tamtych lat, czy...**

Tomek Sikora: Nie no, ja tak mu nie powiedziałem, tylko powiedziałem, że to będzie wizja mojej Polski. Szalonej tam. Ale on... To nie było tak, że w tej cenzurze to pracowali... kto tam pracował.

**Kamil Bałuk: Inteligentni ludzie.**

Tomek Sikora: Oni mieli pewnie wypisane na kartce, jakie hasła nie mogą się pojawiać, jakie hasła są antysystemowe i tak dalej, i tak dalej, prawda? Natomiast najlepszym dowodem jest to, że Andrzej Krauze, który był takim rysownikiem w tygodniku „Kultura”, przez bardzo długi czas rysował takich panów w kapeluszach i... nie. Już nie pamiętam... Panów chyba bez kapeluszy i jeden zawsze miał kapelusz i był na mównicy czy gdzieś tam (wiadomo było, że to jest lud, a to jest partyjny jakiś urzędnik) i oni po paru latach, kiedy dla wszystkich była

oczywista ta przenośnia, po paru latach dopiero wezwali go i powiedzieli tak: „Ale, wie pan, panie Andrzeju, to koniec. Nie ma już tych panów w kapeluszach, dlatego że ludzie to zaczęli rozumieć”. No to on zrobił owce i barana. I tego już nie wykapowali. I to szło do końca PRL-u. Także jak zobaczyli ten jakiś tam... sytuacje przez szybę poloneza, to nawet ich nie poruszyła pierwsza komunია. Przecież wiadomo, że Kościół był wrogiem tego systemu. Być może ten właśnie pan, który pracował w cenzurze na Mysiej, być może chodził do kościoła na przykład, co go w ogóle nie poruszyło.

**Kamil Bałuk: Ale to były...**

Tomek Sikora: Dlatego właśnie ja to nazwałem absolutnie czasami surrealistycznymi, bo przecież był kabaret Pietrzaka, były różne kabarety, na które przychodzili najwyżsi dostojnicy państwowi i śmiali się z dowcipów na ich temat. Po prostu to była taka mała nisza, którą oni wiedzieli, że o tu, dla intelektualistów i dla ludzi, żeby ich uspokoić, że jednak nie ma cenzury tak naprawdę. Proszę bardzo. Chcecie kabaret, w którym się ośmiesza rząd? Macie.

**Kamil Bałuk: A miałeś potem jakieś informacje o tym, czy w wypadku tego LOT-u czy FSO, nie wiem...**

Tomek Sikora: Słuchaj, nie miałem żadnych informacji, dlatego że wybuchł stan wojenny. I to, co było ciekawe, co tutaj się pokazało w stanie wojennym i... Nie mam pojęcia. Myśmy nie mieli przecież żadnego kontaktu. Wiem tylko, że on został wydrukowany, bo dostałem egzemplarze, ale to głównie było wysyłane za granicę – LOT. FSO też pewnie. No komu można było dać taki kalendarz w Polsce...

**Kamil Bałuk: Nie, nie, właśnie mnie interesuje ten styk ze stanem wojennym.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: To jakaś niesamowita rzecz.**

Tomek Sikora: Tak. To była niesamowita rzecz. Ale również... to było niesamowite. Myśmy zrobili z Andrzejem Krauze na przykład taki plakat do filmu, który polegał na tym, że twarz w bardzo takim ciasnym kadrze, bez oczu (oczy były zamknięte i takie wymazane prawie).



Były tylko usta, które były zakneblowane takim grubym sznurem. I ten plakat był rozwieszony w całej Polsce 1 maja. Zawisł na płotach. Tutaj na placu Defilad idą ludzie z partyjnymi hasłami i tak dalej, a obok wiszą plakaty z twarzą zakneblowaną. Zdarzały się takie cuda, no po prostu.

**Kamil Bałuk: I to tak sobie było?**

Tomek Sikora: I tak sobie było. Od czasu do czasu.

**Kamil Bałuk: Niesamowite. A ten '82 jakoś prywatnie cię na tyle dotknął, że to był ten kluczowy rok, kiedy stwierdziłeś, że wyjedziesz na lata, czy na początku...**

Tomek Sikora: No nie. No po prostu tu była taka ogromna nadzieja. Otworzyły się wrota na Europę. Myśmy z Marcinem Roszczakiem, z którym robiłem „Alicję w Krainie Czarów” i tam jeszcze jeden taki projekt, byli zaproszeni do... na Biennale młodych do Paryża, potem tam do Finlandii. Jeździliśmy w różne miejsca i poczuliśmy się obywatelami Europy. I nagle nam to Jaruzelski zabrał w jedną noc. Po prostu skasował tę taką nadzieję. Myśmy już mieli nawet paszporty z wizami amerykańskimi, chcieliśmy pojechać. Nie na stałe, bo wtedy w ogóle Polska była cudownym krajem dla nas, przeżyliśmy tu już trzydzieści trzy lata, to kto będzie nagle zaczynał nowe życie gdzieś, tym bardziej że się granice otworzyły, prawda? Europejskie. Już nawet było na ten inny paszport (bo był inny paszport poza Europę), już mogliśmy jechać do tych Stanów. No ale wybuchł stan wojenny. To po prostu euforia była niesamowita. Ludzie się gdzieś tam pokazywali poza Polską, ale z drugiej strony był też taki strach trochę, dlatego że zaczęła się przebijać taka nie najciekawsza estetyka obrazu i informacji, i sztuki rodem z kościoła. I tam... i „Solidarność” też nie bardzo miała pojęcie o tym. Tak. Co jest sztuką. Ludzie... no pojawiało się dużo kiczu.

**Kamil Bałuk: Czeka! A to bardzo ciekawy jest moment dla kogoś świadomego estetycznie.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: Bo ideowo popierasz, a estetycznie masz zgryz, tak?**

Tomek Sikora: No tak. Zawsze tak było. Teraz też mam zgryz. Jak przecież chodzę po mieście i widzę te plakaty narodowe i te inscenizacje, i to... i w ogóle te... słucham wspierany przez nasz kochany rząd disco polo, to mam ogromne problemy z tym.

**Kamil Bałuk: No tak, ale teraz to ideowo nie popierasz. Nie ma zgryzu. Jest jakiś...**

Tomek Sikora: Ideowo nie. Ideowo nie popieram. Ale wiem, że jest inna możliwość, prawda? Bo...

**Kamil Bałuk: Tak.**

Tomek Sikora: Która była. Kraj się normalnie rozwijał i tam też było disco polo, bo to disco polo jest bardzo potrzebne wielu ludziom. Tylko ono się samo lansuje. Tam nie trzeba puszczać w telewizji i mieszać ludziom w głowie, bo w tych małych miasteczkach to funkcjonuje, na weselach ludzie się genialnie przy tym bawią i niech tak będzie. To... Ale rola telewizji i masowych mediów to jest jednak taka edukacja, prawda? A nie – zasypywanie ludzi w tych swoich... w tej takiej estetyce, która nie jest aż taka... nie ma nic wspólnego z twórczością po prostu.

**Kamil Bałuk: W tych latach 80. to ostatecznie nawet te granice europejskie zeszły na drugi plan, bo spędziłeś oprócz podróży sporo tych lat w Australii.**

Tomek Sikora: W Australii, tak, tak.

**Kamil Bałuk: I tam... to był ten moment, kiedy zaznałeś tego, powiedzmy, kapitalistycznego pojęcia biznesu przez, właśnie, rozwój studia, przez to, że coś może tak prywatnie istnieć, rozwijać się, można zarabiać swoje większe pieniądze i tak może wyglądać życie? To był wtedy ten moment?**

Tomek Sikora: Nie, to był ten moment. Bo ja po raz... znaczy... jeszcze jako młody człowiek spędziłem rok w Paryżu i to był taki pierwszy moment, kiedy po prostu musieliśmy się z żoną utrzymać, pracować. Ja miałem w tej chwili, wtedy, to się głównie z tego wzięło, że miałem taki staż fotograficzny w studio Kodaka i...

### **Kamil Bałuk: W Paryżu właśnie.**

Tomek Sikora: W Paryżu, tak. Ale to była taka praca w laboratorium, niezbyt ciekawa. Niemniej jednak zacząłem w niedziele robić zdjęcia, właśnie takie o charakterze reporterskim. I okazało się, że właściciele tego studia, w którym ja pracowałem, widzieli dla siebie szansę, żeby w witrynie wieszać ciekawe zdjęcia – i dawali mi jeszcze wolną sobotę (bo wtedy się pracowało w całej Europie sześć dni), aparat, filmy. Ja robiłem, wywoływaliśmy tam te filmy, oni sobie wybierali najlepsze, wieszali w gablocie, a ja się dzięki temu mogłem rozwijać i to było takie szybkie. Ale w ogóle mnie nie interesowała konsumpcja wtedy. Ani ta za szklaną, grubą już wtedy, szybą, ani w postaci jakiegoś takiego ekskluzywnego jedzenia. Ja mogłem się tam... puszka ravioli dziennie, bagietka, wino w plastikowej butelce najtańszej i było mi bardzo dobrze. I to mi tylko było potrzebne, żeby przetrwać do następnego dnia i znowu wyjść z aparatem i robić zdjęcia.

### **Kamil Bałuk: Brzmi jak młodość.**

Tomek Sikora: To jest młodość, tak. To jest absolutna młodość. Ale w Australii, jak przyjechałem do Australii, to zrozumiałem, że tam już trzeba tak pomyśleć, znaczy... że przede wszystkim można się rozwinąć fotograficznie. Na początku mnie spotkał ogromny zawód, dlatego że ja byłem wychowany na „Vogue’ach” francuskich i włoskich i wydawało mi się, że cały Zachód to jest taka kreatywna fotografia. I że to w ogóle poziom ogromnie wysoki, że właśnie tam czekają na takie indywidualności, jak Sikora na przykład. Że można ewentualnie, ciężko pracując oczywiście, dotrzeć do takiego... osiągnąć taką pozycję, która pozwala na to, że klienci zamawiają zdjęcia, prace w moim stylu, prawda? Okazało się, jak się pojawiłem w Melbourne, po dwóch tygodniach (bo dwa tygodnie chodziłem po ulicach i patrzyłem na kwiaty i w ogóle mnie nic innego nie interesowało), po dwóch tygodniach wszedłem do takiego sklepu z prasą i patrzę się – tych „Vogue’ów” nie ma. Leżą jakieś takie tygodniki, głównie kobiece, o jakiejś koszmarnej fotografii. Na okładkach wszyscy są zrobieni z fleszem, błyszczą im się twarze, mają strasznie amerykański uśmiech i po prostu wszys... kicz. Kwintesencja „kicza”. I tak próbowałem znaleźć i gdzieś tam na dnie znalazłem tego włoskiego „Vogue’a”. No więc wtedy zrozumiałem, że droga będzie długa, to się nie da tak. Bo w pierw trzeba zaistnieć w tej estetyce rynku – w tym, co oni potrzebują, a w międzyczasie budować sobie pozycję jako człowiek, który ma indywidualność. Trzeba ją jeszcze bardzo mocno jakoś tak zaprezentować i trzeba se znaleźć jakiś patent. I ja znalazłem

ten patent po jakimś czasie. Po prostu robiłem swoje. Co roku robiłem, wydawałem jakąś rzecz, którą rozwoziłem po agencjach, i pokazywałem, co potrafię robić. I w ten sposób się budowało taką swoją pozycję na rynku jako studio kreatywne, a nie studio, które potrafi zrealizować każde najprostsze zamówienie.

**Kamil Bałuk: A nie kusilo cię, żeby tam, na miejscu, rozwijać to w nieskończoność? Budować jakąś wielką firmę i...**

Tomek Sikora: No ja miałem firmę.

**Kamil Bałuk: Tak, tak, ale chodzi mi o to... to jednak było kilka lat.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: Chodzi mi o to, że potem ten przełom... Ostatecznie w latach 90. wróciłeś. Ale to tak w marzeniach Polaków z tamtych czasów, ilekroć rozmawiam, to to by było coś. To znaczy – zostać już na zawsze. I zostać... przestać być Polakiem w pewnym sensie, z tym zapleczem PRL-owskim.**

Tomek Sikora: Myśmy w takim... najważniejszym momentem każdego tygodnia to była niedzielna audycja w Polskim Rad... w radio takim nadawanym w języku polskim, w którym łączono się z korespondentem polskim w Warszawie. I on przez tam... pół godziny czy przez godzinę opowiadał o tym, co się dzieje w Polsce. Myśmy byli Polakami. Nie byliśmy emigrantami. Przez moment się nie czuliśmy. Chcieliśmy podróżować w ogóle po świecie. Zresztą tak się stało potem, bo ja bardzo sporo pracowałem w Stanach i w Azji i nie wyobrażam sobie, żeby... oczywiście gdyby się sytuacja polityczna nie zmieniła... Przecież jak wyjeżdżałem, to nic nie wyglądało na to żeby w ogóle próbować wracać do Polski, tylko myśmy przyjeżdżali do Polski, mieszkając gdzie indziej. Ale cały czas czulibyśmy się, prawdopodobnie, bo to nie wiadomo, jak by było po paru latach, ale czulibyśmy się bardzo mocno emocjonalnie związani, kulturowo również. I to, co jest ciekawe – że byliśmy otoczeni emigrantami z różnych krajów. I bardzo często, a prawie codziennie, jak..., bo życie towarzyskie kwitło. Przy winie, przy jakichś tam kolacjach, były rozważania na temat: czym jest w zasadzie nostalgia, za czym my tęsknimy? I w zasadzie nigdy tego problemu nie rozwikłaliśmy, dlatego że każdy ma inne powody tęsknoty. Mnie się wydaje po latach, że się

tęskni po prostu za młodością. Że ta młodość spędzona w takim kraju czy nie innym zostawia takie mocne piętno, a co za tym idzie – to wszystko, co nas wtedy otaczało: czyli gatunek muzyki, której słuchaliśmy, prawda?... oczywiście jedzenie, picie, ale również natura. Bo jednak chodziliśmy po górach, chodziliśmy po lasach, to skrzypienie liści czy śniegu pod nogami. No to tego w Australii nie było.

**Kamil Bałuk: No! Było dużo innych rzeczy.**

Tomek Sikora: Tak. Było dużo innych.

**Kamil Bałuk: Dużo gatunków zwierząt, dużo lepsza pogoda, dużo bardziej uśmiechnięci ludzie – zakładam.**

Tomek Sikora: Ja nie wiem, czy pogoda... to jest bardzo względna rzecz. Ludzie żyją na północy, gdzieś tam w Islandii i mają pół roku ciemne i pół roku jasne. I nie wiem, czy mówią, że jest lepsza pogoda w Australii. Po prostu ja uważam, że nie ma lepszego klimatu (ale to jest moje doświadczenie) niż cztery pory roku, dlatego że one tak bardzo zaznaczają nasze emocje, potem je wyhamowują, prawda, zimowa taka pogoda barowa trochę, właśnie taka nostalgiczna, bo się tęskni już za tym latem, jak przychodzi, bo wiosna to jest taki wybuch. I bardzo często sobie w Australii o tym myślałem, absolutnie podziwiając tamtą naturę i wszystkie stwory natury i tu rdzenną ludność i tak dalej, i tak dalej. Mimo że nigdy tego do końca nie rozumiałem. I nie da się zrozumieć. Sami Australijczycy nie rozumieją Aborygenów, a co dopiero my, prawda? Mimo że oni mają styczność o wiele, o wiele dłuższą. Także jak tylko przyszedł '89 rok, to czekaliśmy na sygnał od dziecka, które już wtedy skończyło studia. Wywieźliśmy chłopaka w wieku dwunastu lat. No to jak można nagle powiedzieć mu: „Wracamy do Polski”, jak on tam się gdzieś tam swoje gniazdo budował. Ale któregoś dnia przychodzi do nas i mówi, że podjął decyzję, że chce wracać do Europy.

**Kamil Bałuk: Ale to też ciekawe, bo to już jest inna perspektywa: „Chcę wracać do Europy”.**

Tomek Sikora: Dokładnie.

**Kamil Bałuk: Zawsze mnie bawi, kiedy spotykam kogoś, kto przyjechał do Polski, i mi mówi: „To mój pierwszy miesiąc w Europie”.**

Tomek Sikora: Tak, ale tak nas traktowali. I w zasadzie to było pozytywne, dlatego że nikt nie mówił, że: „Aa, ty tam jesteś tam... z zacofanego, komunistycznego kraju jakiegoś”, tylko: „Ty jesteś z Europy, czyli masz, reprezentujesz kulturę o wiele starszą i masz inne, właśnie – nie tylko poczucie estetyki, ale w ogóle – wyobraźnię” i tak dalej, i tak dalej. I bardzo często właśnie na rozdawaniu różnych nagród nam się trochę posypało. Zaznaczano właśnie to i dziękowano nam za to, że przyjechaliśmy i wzbogacamy ten kraj, młody kraj właśnie inną kulturą, prawda? Że to przesiąka i że to bogactwo się buduje właśnie poprzez artystów i ludzi z Europy. I zawsze mówiono o Europie. Więc syn powiedział: „Do Europy”. Miał na myśli oczywiście nawet nie Pols... nie Europę, nie Polskę, tylko Kraków. Bo jak był tam w wieku szesnastu lat, to okazało się, że po prostu wszystkich znajomych można spotkać na rynku, a Australia jest bardzo... Melbourne jest miastem bardzo rozłożonym na wiele kilometrów (bo tam wszyscy mieszkają w domkach prawie, jednorodzinnych), w związku z tym wyobrażasz sobie tutaj, w apartamentowcu w Warszawie, na przestrzeni małej mieszka sto pięćdziesiąt rodzin, a tam na takiej samej przestrzeni mieszczą się dwa domki. Więc to wszystko jest bardzo rozciągnięte. W związku z tym, jak on chciał pojechać do kolegi na piwo, to musiał pojechać pociągiem do miasta, do centrum, bo centrum było tylko biznesowe, i z tego centrum biznesowego drugim pociągiem do kolegi, to już mu się odechciewało tego piwa. I życie towarzyskie było bardzo storpedowane przez to, nie mówiąc o tym, że w nocy, jak ludzie wychodzili z jakiegoś klubu nocnego, to oni nie mieli się jak do domu dostać, a mieszkali na przykład dziesięć kilometrów, piętnaście. Stąd, statystycznie, w Melbourne, w Australii w ogóle, statystycznie najwięcej było kradzieży samochodów w ciągu roku, dlatego że ludzie się włamywali, żeby dojechać do domów po prostu.

**Kamil Bałuk: No dobrze. To między '89 a połową lat 90. rozpoczęłeś takie krążenie, powiedzmy, pomiędzy. Bo z tego, co rozumiem, nawet przy takim podróżującym trybie życia, to jakiś taki rodzaj powrotu do Polski, to są już bardziej lata 90. – tak... takiego stałego.**

Tomek Sikora: Tak, tak.

**Kamil Bałuk: Moje pytanie jest: czy ty miałeś jakieś założenia, marzenia, pomysły na to,**

## **co się stanie takiego na plus w Polsce i w twoim zawodzie w latach 90.?**

Tomek Sikora: Stało się.

### **Kamil Bałuk: I czy to się zdarzyło.**

Tomek Sikora: Stało się, dlatego że to był świeży rynek. Nowy rynek. Rynek, na którym nie istniała przedtem reklama, bo tak jak już sobie powiedzieliśmy, to to było takie szczątkowe. I tylko w dużych zakładach przemysłowych czy fabrykach właśnie zakładano te jednoosobowe albo dwuosobowe komórki reklamowe. Natomiast reklama nie istniała jako taka. W związku z tym nie istniała ta cała infrastruktura w postaci agencji reklamowych, copywriterów, art directorów, kreatywnych dyrektorów, całego pionu administracyjnego. Nie było żadnej agencji modelek, nie było makijażystów. Nic nie było. Po prostu wszystko się robiło gdzieś tam po macoszemu, znało się kogoś, jakąś makijażystkę, to się ją naciągało, żeby zrobiła do sesji, zdjęcia. I to było fantastyczne, dlatego że również klienci, czyli przedstawiciele firm, takich jak na przykład Device, Levi's® czy tam piw zagranicznych, to byli młodzi ludzie, młodzi Polacy, którzy znali angielski i mogli się dogadać z tymi firmami, a z drugiej strony nie mieli jakiegos doświadczenia w reklamie, prawda? W związku z tym...

### **Kamil Bałuk: Byli otwarci.**

Tomek Sikora: Byli absolutnie otwarci i jeśli na przykład... i wtedy, jak ja na przykład przyjeżdżałem, to mówili: „Aa... to jest człowiek Zachodu, on ma doświadczenie, to należy mu zaufać”. No i tak powstała reklama właśnie Levi'sa® z tymi twarzami. Pierwsza reklama, na której były tylko twarze, a nie było produktu, prawda? Bo wszystkie inne billboardy to były produktowe. To była taka tablica ze zdjęciami rzeczy, które trzeba kupić. A to była właśnie taka tego typu kampania. To się oczywiście w miarę szybko skończyło, bo bardzo szybko klient zaczął zabierać głos, zaczęto robić te badania i tak dalej, i tak dalej. Natomiast na początku, cokolwiek by się w zasadzie nie zrobiło na początku w reklamie, to rozpoznanie marki wzrastało o trzydzieści, czterdzieści, pięćdziesiąt, siedemdziesiąt procent. Rynek był kompletnie nienasycony. Co się pokazało na billboardzie, ludzie pędzili do sklepu, żeby kupić. Bo nie wiedzieli, co jest co, i było mało tego wszystkiego – jeszcze, na początku.

**Kamil Bałuk: Ale to... bo się zastanawiam. Czy w takim razie ty wracając i będąc w tej**

**roli właśnie – kogoś, kto „wie”...**

Tomek Sikora: Ja byłem i tu, i tam przez jakiś czas.

**Kamil Bałuk: No tak, oczywiście. Ale czy wtedy miałeś takie poczucie, że ty wiesz, jak to się powinno robić, bo za granicą oni wiedzą i teraz trzeba nauczyć tego w Polsce? Czy miałeś też trochę jednak tak, że masz zaplecze, które sprawia, że jesteś wiarygodny dla tamtych ludzi w tamtym czasie, a dzięki temu możesz mieć więcej swobody i nawet niekoniecznie robić tak, jak na Zachodzie, tylko po swojemu? Jak to widziałeś?**

Tomek Sikora: Tak. Ja to widziałem w ogóle... ludzie się bardzo zawiedli na punkcie mojego tak zwanego profesjonalizmu, bo ja nie uznawałem prawie w ogóle studia. Uważałem, że ten Stworzyciel świata stworzył najlepsze światło i na przykład jak była jakaś sesja, to to mi zabierało... Rozmawiałem z ludźmi, wprowadzałem taką atmosferę, że wiedziałem, że oni będą skupieni na tym, co trzeba zrobić – piętnaście minut, dwadzieścia minut. I wiedziałem, że to jest mój czas, a potem to już nic z tego nie wyciągnę – wszyscy będą zmęczeni. I tam nie było żadnych fleszy, żadnych takich rzeczy, tylko światło dzienne. No czasami musiało być jakieś światło wspomagające. I widziałem, że czasami, zwłaszcza jak robiłem dla pisma, na przykład dla „Vivy!”, przyjeżdżała jakaś gwiazda na zdjęcia, a ja bardzo walczyłem z przesadnym makijażem i z przebieraniem ludzi, bo uważałem, że jak się człowieka przebiera, to on traci taką swoją osobowość i może się czuć źle w tym, co mu stylistka założy. Najlepiej niech on przyjdzie tak, jak się dobrze czuje, prawda? W tym ubraniu. Przynajmniej ten problem... to go nie będzie paraliżowało. Ale były takie osoby, które po sesji półgodzinnej mówią: „Jak to? To już koniec?”. Z takim żalem, że nie było tych jupiterów, że nie było tych światel, że one nie przeżyły tego, co prawdziwa gwiazda powinna przeżyć.

**Kamil Bałuk: A tu ci... dotykasz ciekawej rzeczy. Mianowicie te lata 90., jeśli chodzi o fotografię taką biznesową, taką wizerunkową w sferach, które się dopiero wykształcały – wtedy to była raczej klasa wyższa, chociaż od tamtej pory zawsze się mówiło o klasie średniej, ale ta klasa średnia w latach 90. to jednak cały czas była ta aspirująca...**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: Te ludzie, którzy się dorobili dopiero co. Co oni mieli wtedy w głowach?**



## **Co mieliśmy jako Polacy – wizerunkowo? Jacy chcieliśmy być? Na fotografiach.**

Tomek Sikora: Bardzo, bardzo, bardzo trudno mi, bo tak: z jednej strony mówisz o klasie średniej, czyli o odbiorcy, czyli co oni chcieli zobaczyć ewentualnie, żeby zakupić towar. I wydaje mi się, że część ludzi jednak pragmatycznie do tego podchodziła i chciała wiedzieć, co kupi. W związku z tym bardzo szybko reklama zaczęła działać w dwóch kierunkach. Jedną to była tak zwana produktowa, czyli oparta o produkt, który w tej chwili można nabyć, a druga to była wizerunkowa, czyli na przykład – jak te plakaty Levi'sa® – to były te twarze. I to podobno zrobiło ogromne wrażenie, dlatego że do dzisiejszego dnia, jak jestem tam w różnych środowiskach, prowadzę jakieś warsztaty fotograficzne i bardzo często to są dorośli ludzie już, którzy chcą się bawić fotografią (prawnicy, lekarze, różne inne zawody, prawda?) – oni to pamiętają. Niewiele rzeczy pamiętają, a to akurat pamiętają, bo to było takie mocne uderzenie, a celem każdej reklamy to jest po prostu uderzenie. To jest zatrzymanie człowieka i wbicie mu tego znaku, tego loga. Tam jeszcze było napisane, że czerwona wszywka, i to bardzo dobrze działało. Natomiast ludzie, których się fotografowało, to bardzo często chcieli przeżyć to, czego nie przeżyli w PRL-u. Że tu nagle była taka właśnie... Bo słyszeli, że taki Wolański czy Poremba no to robili zdjęcia i tam były lustra, makijaż się robiło pół go.. godzinę i tak dalej, że była stylistka, która przebierała. Ja po prostu... tego nie uznawali. To było nieprofesjonalne. Profesjonalne było to, co oni robili.

## **Kamil Bałuk: Bardzo ciekawe. Bo to tak, jakby ludzie pragnęli tego teatru trochę.**

Tomek Sikora: To dokładnie! Wokół siebie! No bo to... kto mógł przypu... kto mógł mieć nadzieję, że kiedykolwiek jakieś pismo będzie chciało zrobić artykuł o nim.

## **Kamil Bałuk: Aha.**

Tomek Sikora: Oni chcieli to przeżyć na sto procent. A ja, no... niestety nie dawałem im tej satysfakcji.

## **Kamil Bałuk: A to ciekawe.**

Tomek Sikora: Ale byli zadowoleni na ogół – byli bardzo zadowoleni, zdziwieni, że właśnie wyszli tak... że są sobą. Że to jest opowiadanie o nich, a nie o – jakieś takie wymyślone

zupełnie. Ja czasami widzę okładkę z osobą, którą znam osobiście, i nie poznaję jej. Bo ona jest tak zapudrowana i tak zmieniona. I teraz się zastanawiam – mówię o dzisiejszych czasach – czy ci ludzie są zadowoleni? Może są zadowoleni. Może chcą się zobaczyć raz przebrani, raz w takiej stylizacji teatralnej, parateatralnej, prawda? Może.

**Kamil Bałuk: A powiedz... lata 90. to dość... w sposób oczywisty się kojarzą z jakimś takim początkiem kultu rzeczy, przedmiotów. „Przejrzystość rzeczy” to jeden z takich twoich ważnych cykli. Odżegnujesz się od konsumpcjonizmu – teraz, jak rozmawialiśmy. Z drugiej strony te lata 90. to jest wielkie zetknięcie z konsumpcjonizmem.**

Tomek Sikora: Ogromne.

**Kamil Bałuk: Zastanawiam się, jak ty po latach widzisz w ogóle przedmioty i czy one były dla ciebie inne kiedyś, właśnie w PRL-u, inne później. Taki rodzaj masowej produkcji, mcdonaldyzacji, przyszedł z kapitalizmem, a z drugiej strony mam czasami takie refleksje jako dziecko lat 90., czyli już wychowany nie na jakichś, nie wiem... pudeleczkach po pradziadku, tylko na czymś, co myślę, że dla dorosłych ludzi było tandetą. Ale przykładowo w moim pokoleniu są ludzie, którzy wciąż mają z McDonalda zabawki z Happy Meala® z lat 90. i mogą swoim dzieciom dać. I wtedy na czymś, co było takie niby bezduszne i powtarzalne, już jest zbudowana historia rodzinna.**

Tomek Sikora: Prawda? No właśnie.

**Kamil Bałuk: Jak to podejście do rzeczy i przedmiotów się zmieniało u ciebie?**

Tomek Sikora: No więc ja... konsumpcjonizm to jest mój wróg numer jeden. Znaczy... nie wróg, ale uważam, że to jest powód tego, co się dzieje na świecie. Mianowicie po prostu doprowadza to tego człowieka, że chce cały czas więcej i więcej, niż ma ten z lewej strony i prawej strony. I firmy to świetnie w to weszły – i co chwilę nam dodają jakieś udoskonalenie minimalne do każdego produktu, mimo że ten produkt, taki już najlepszy, jest. Dawno siedzi gdzieś tam prawdopodobnie w szafie opancerzonej. Natomiast to jest metoda na ludzi, żeby kupowali, kupowali. Wszyscy się w to wciągnęli... Nie wszyscy, ale bardzo wiele osób. Natomiast dla mnie przedmiot ma dokładnie taką wartość, o której ty powiedziałaś. Że jeśli

dorosła osoba, która to zachowała, zachowała dlatego, że to jest zapis czasu jego młodości, tego właśnie zetknięcia się z tym McDonaldem – jaki by on nie był – to organizował tam urodziny dla dzieci, tam były baloniki, no po prostu inny świat.

**Kamil Bałuk: No, są marzenia lat 90., słuchaj, loh! Każdy chciał!**

Tomek Sikora: Inny świat. Więc to się zachowało. I teraz przekazując to dziecku po prostu opowiada się. Samemu się wchodzi w tym w swoją pamięć i opowiada się jak gdyby dziecku. Przekazuje się dziecku kawałek swojego świata. To ma zupełnie inną energię ten przedmiot, który się teraz daje, podarowuje komuś. Ja wymyśliłem sobie tą „Przejrzystość rzeczy” może trochę z innego powodu – nie z powodu konsumpcjonizmu, tak?

**Kamil Bałuk: Nie, nie, oczywiście, nie.**

Tomek Sikora: Tylko właśnie dlatego, że sam musiałem zredukować swój bagaż, z którym wyjeżdżałem. I poszło mi świetnie, bo miałem czternaście kilo, a nie dwadzieścia, i tyle, ile mi można było. I po prostu tam nic nie miałem poza wystawą. Jedną parą bielizny osobistej tam... Uważałem, że to jest dla mnie najważniejsze, i to wywoziłem z kraju – tę wystawę. I zastanawiałem się, co inni ludzie wywożą. Co... no bo jednak jak się jedzie samochodem z Warszawy do Paryża, z myślą o emigracji, to można załadować ten samochód pod dach, i koniec. I się wszystko wywiezie. Natomiast ludzie musieli podejmować taką samą decyzję, jak ja, i to było bardzo ciekawe. To był ten motyw emigrancki, prawda? Mój kolega na przykład dał mi zapalniczkę i mówi, że kompletnie tego nie rozumie, bo dwa razy emigrował: raz do Belgii, a potem do Australii. Skąd się znalazła ta zapalniczka u niego w walizce, mimo że jej nienawdził.

**Kamil Bałuk: O!**

Tomek Sikora: Takie sytuacje też były – jakieś takie niewiarygodne, ocierające się o teorie już bardzo spiskowe. Natomiast potem doszedłem do wniosku, że również w naszym życiu codziennym otaczamy się bez przerwy przedmiotami. To nie jest dla nas wygodne, bo im więcej przedmiotów mamy, tym częściej gubimy rzeczy, których w tym momencie potrzebujemy i nie możemy ich odnaleźć, prawda? No i zacząłem szukać. Chodzić po znajomych i zadając im pytanie, czy jest coś takiego, co nie ma żadnej wartości w sensie

rynkowym (materialnej), natomiast ma wartość inną. Prawie talizmanu albo właśnie tego zapisu pamięci. I właśnie wyciągali na przykład... Andrzej Krauze wyciągnął takie piórko, którym narysował całą książkę i nigdy go nie wyrzucał, mimo że ono się już do niczego nie nadawało. Franciszek Starowieyski dał mi takie ogryzki – trzy małe kredki. Takie cudowne rzeczy się pojawiły. Rzeczy, które, uwaga, gdyby... po ich śmierci byłyby natychmiast wyrzucone z domu.

**Kamil Bałuk: Gdyby ktoś nie znał historii.**

Tomek Sikora: Oczywiście.

**Kamil Bałuk: No bo czasami...**

Tomek Sikora: Ale nawet gdyby znał historię. Rodzina Starowieyskiego to by zachowała jego dzieła, ale nie jakieś trzy kredki, które on skleił papierkiem i podpisał.

**Kamil Bałuk: Ale to jest właśnie istota rzeczy, że od śmiecia do eksponatu jest bardzo krótka droga.**

Tomek Sikora: Tak. Bardzo krótka droga.

**Kamil Bałuk: I związana z konkretnym człowiekiem.**

Tomek Sikora: A to już było udowodnione przez... bardzo dawno, na początku wieku, z tym że to były przedmioty takie konsumpcyjne. Słynna puszka czy różne inne. Natomiast tutaj jeszcze bardzo ważne dla mnie było to, że ten przedmiot jest właśnie zapisem pamięci. I ci ludzie pisali na serwetce czy na papierze parę zdań na ten temat, a potem ja jeszcze w to wplatałem zdjęcie. Oczywiście nie: metodą Photoshopa, tylko znalazłem sobie taką technikę, która pozwalała mi zrobić transfer na przedmiot – nawet szklany czy drewniany, czy trójwymiarowy przede wszystkim. I to się udało. I potem jeszcze to fotografowałem. To nieważne. No w każdym... to, co jest istotą tego pomysłu, to jest to, co my zachowujemy, bo jest to dla nas ważne. Bez tego... mało z tym. Okazało się, że parę osób poprosiło mnie o zwrot tych przedmiotów potem. Powiedziało, że się kiepsko czują, a wręcz osoba, która mi podarowała obrzydliwą czarownicę – taką kukłę czarownicy – stwierdziła, że od kiedy tej

czarownicy w domu nie ma, to same nieszczęścia ją spotykały. W związku z tym musiałem jej oddać czarownicę. To były bardzo zabawne historie.

**Kamil Bałuk: To, co w naszym spotkaniu jest takie najbliższe wystawie, której towarzyszymy, to jest konkretna kampania społeczna. Ich było sporo od drugiej połowy lat 90., po tym zachłyśnięciu się, właśnie, kapitalizmem, przemianach politycznych.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: Przyszedł taki moment, że społeczeństwo zaczęło być jakimś tam podmiotem nie tylko konsumenckim, ale akcji, które miały określone wartości, a też – takiego wychowania nie tylko obywatelskiego, ale po prostu uwrażliwiania społecznego.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: Bo tej wrażliwości być może brakowało. No i ta kampania, z której, myślę, że bardzo dużo ludzi pamięta, to w 2010 widziałem badania, że ponad połowa Polaków pamięta tę kampanię...**

Tomek Sikora: Naprawdę?

**Kamil Bałuk: Tak. Więc niesamowite. To jest kampania, która się nazywała wprawdzie...**

Tomek Sikora: Niebieska Linia.

**Kamil Bałuk: No właśnie – „Powstrzymać Przemoc Domową”.**

Tomek Sikora: Domową, tak.

**Kamil Bałuk: Ale tego chyba nikt nie zapamiętał: Niebieska Linia (jasna) jako taki patron, ale: „Bo zupa była za słona”.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: To jest slogan.**

Tomek Sikora: Pamięta się hasła po prostu. Tak, slogan, tak.

**Kamil Bałuk: Tych haseł było więcej: „Bo była zbyt atrakcyjna”, „Bo musi jakoś odreagować”.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: To było to zdjęcie z dziewczynką.**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk: Dziewięćdziesiąty siódmy, Chris Matyszczyk i agencja Lintas – skąd się znaliście i dlaczego się zdecydowaliście – i w jakich okolicznościach?**

Tomek Sikora: To ja się... ja go poznałem w Singapurze. On tam był... To jest w ogóle chyba Anglik pochodzenia polskiego, który wyjechał... mieszkał w Anglii, potem wyjechał do Singapuru. Tam był dyrektorem artystycznym, tam się poznaliśmy i powiedział, że teraz jedzie do Polski, bo dostał właśnie kontakt w agencji Lintas, Puritas. Jak to się nazywało... Jakoś tak, nie pamiętam. A ponieważ to nie było wiele osób, tak zwanych profesjonalnych fotografów – ja się zawsze z tego śmieję, bo ja byłem najmniej z tych potem już profesjonalnych – ale oni uważali, że ja mam doświadczenie takie zachodnie, że sobie poradzę. I Chris mnie ściągnął do tej pracy, jeszcze tam jakiejś innej... do pracy. To było oczywiście społeczne działanie.

**Kamil Bałuk: No właśnie. Po stronie agencji też? Rozumiem, to było pro bono.**

Tomek Sikora: Też, tak, tak, tak, tak.

**Kamil Bałuk: No właśnie. Ale tu się zastanawiam, bo potem przez lata wiele było takich przypadków, że takie kampanie społeczne akurat niestety były najbardziej siermiężne ze wszystkiego. Tam coś się musiało zadziać, że ten zamysł artystyczny jako nośnik tych**

**treści i potencjał, żeby to działało, był dla kogoś ważny. To się... to był taki czas, że wiedzieliście, że to musi być tak? Czy przypadek, spotkanie ludzi, którzy się rozumieli?**

Tomek Sikora: Wiesz co, to jest trochę tak, że kampania społeczna to nie jest reklama. W związku z tym można sobie pozwolić na takie działania bardziej artystyczne. To znaczy ma się o wiele większą swobodę. Nie ma tak zwanego klienta, który może powiedzieć, że grupa docelowa jest taka i taka i on chce, żeby ta reklama szła absolutnie w kierunku tej grupy docelowej, a więc musi być prostolinijna i pozbawiona wszelkich tam walorów artystycznych, prawda? Żeby była łatwa do zrozumienia i żeby się klient nie spocił. W tym przypadku akurat myśmy poszli dokładnie w tym samym kierunku. Doszliśmy do wniosku, że opowiadanie o takim problemie w sposób, powiedzmy sobie, delikatny i symboliczny (z czego słynęły polskie plakaty, prawda, z lat 60. i 70.) nie osiągnie takiego celu. Że to będzie brutalne, ale musi być brutalne. Tylko w ten sposób ludzie zwrócą na to uwagę. Ja zresztą byłem wtedy po takim doświadczeniu związanym z działaniem plakatu, billboardów United Colour...

**Kamil Bałuk: Of Benetton.**

Tomek Sikora: Of Benetton, tak. Gdzie pokazano człowieka umierającego na AIDS-a, bo to były te lata... jeszcze nie było żadnej... medycyna nie mogła sobie z tym poradzić. W związku z tym widziałem, jak ludzie na to reagowali i ile to prawdopodobnie istnień ludzkich ocalił ten makabryczny dokument człowieka, który po prostu umiera na... człowieka na łożu śmierci. I doszliśmy do wniosku z Chrisem, że to musi być takie, mimo że nie mieściło się w tej takiej estetyce delikatności, prawda? To było bardzo brutalne. Ja zresztą to bardzo przeżyłem, bo się spóźniłem (co mi się raz w życiu zdarzyło) na piętnaście minut i jak wszedłem do studia, to ta dziewczynka już była oszpecona makijażem.

**Kamil Bałuk: Tak. Stylizowana na pobicie.**

Tomek Sikora: I po prostu ja miałem od razu łzy w oczach prawie i robiłem jak najszybciej zdjęcia, żeby ją zobaczyć zdrową i normalną, niepobitą. I to pamiętam. To kolosalne wrażenie zrobiło na mnie, więc pomyślałem sobie, że tak to będzie działało. Że to jest jedyna droga. I potem spotkałem się z kolegami z innych agencji, to mnie opieprzali, że w ogóle wszedłem w tak oczywistą i realną reklamę. Że to najłatwiej, najprościej i tak dalej, a my tu artyści powinniśmy... Ale nie można było tego inaczej zrobić. Ja jestem święcie przekonany

zresztą... Proszę bardzo. Gdyby to hasło było na innych zdjęciach, delikatnych, to nie by... ludzie by tego nie zapamiętali. To absolutnie razem działało.

**Kamil Bałuk: Trudno mi sobie wyobrazić metaforę w służbie czemuś tak, co jest wprost.**

Tomek Sikora: Dokładnie.

**Kamil Bałuk: No bo generalnie chodzi o to.**

Tomek Sikora: Można sobie wyobrazić, oczywiście. Tylko że pamiętajmy, jaka znowu (wracam do tego), jaka była ta grupa docelowa. To byli faceci, którzy byli brutalni, lali te swoje baby i swoje dzieci po pijaku i w ogóle nic innego nie mogło na nich zadziałać, bo oni nawet tego pewnie nie widzieli. To miało działać również na sąsiadów, którzy mieli się odważyć i zadzwonić do tej Niebieskiej Linii, czy tych kobiet bitych, prawda?

**Kamil Bałuk: No... podziałało. Bo tam czytałem, że oprócz tego, że w prasie to żyło prawie pół roku, co się rzadko zdarzało, w świadomości, no to to, co mówiliśmy – bardzo długo. To jeszcze tam pan, który wystąpił jako bijący mąż, otrzymywał pogróżki przez wiele miesięcy – bo tak bardzo się kojarzył.**

Tomek Sikora: O właśnie.

**Kamil Bałuk: Więc widać, że było zapamiętywalne.**

Tomek Sikora: Było. A nawet, wiesz, „New York Times” opublikował taki artykuł duży (oczywiście analizując sytuację, w jakiej są Polacy), tą kulturę polską bicia i picia, więc... i tam pokazano to w kontekście akcji właśnie billboardowej.

**Kamil Bałuk: A ty widziałeś, skąd się wzięli ci ludzie fotografowani, czy to...**

Tomek Sikora: Nie, to był casting przeprowadzany. Ja zaproponowałem jedną osobę – to była taka... już nie pamiętam, jakie hasło, natomiast dziecko i ta kobieta, i mężczyzna to nie byli zawodowi, broń Boże, modele, tylko to byli znajomi znajomych. Znajomi „Królika”, którzy wiedzieli, że... czuli, że należy to zrobić i oczywiście bezpłatnie to robili. Pro bono wszyscy



robili.

**Kamil Bałuk:** No jest to jedno z takich haseł, które zostało na lata z ludźmi. Ja od dzieciństwa pamiętam do dzisiaj tak naprawdę. Tak przewrotnie tylko spytam, bo analizy po latach sugerowały, że to, czego ta kampania nie robiła, to nie pokazywała po pierwsze, jak ten problem można by było rozwiązać, nie zwracała uwagi na jego przyczyny, na sprawców (nie w tym wymiarze, żeby oświetlać ich jakoś przesadnie, tylko żeby pokazać, jak działa mechanizm). Że to było takie punktowe uderzenie.

Tomek Sikora: Tak, bo to jest sygnał. Sam fakt, że tam był podany telefon do Niebieskiej Linii, to jest drugi krok. Jak już ktoś się zorientował, że... gdyby był tylko plakat, to by się też zastanawiał, tak jak ty: „No dobrze, a co ja mogę z tym zrobić, jak jestem świadkiem, prawda, czegoś takiego?”. Albo kobieta bita: „Co ja mogę zrobić? On mnie znowu skatuje”. Natomiast ta Niebieska Linia to był ten kierunek. Po to się robiło takie zdjęcia, żeby ludzie widzieli, że mogą zostać zrozumieni i zaopiekowani w jakiś sposób.

**Kamil Bałuk:** I ten brak informacji, co dalej, mógł w zasadzie tu pomóc. Bo co dalej? Zadzwoń. Tak?

Tomek Sikora: Tak, tak, oczywiście. No bo znowu... Myśmy walczyli właśnie z tablicą ogłoszeniową: „Kup teraz” albo „Zrób to”, albo „Zadzwoń, jak jesteś bity”, bo to nie działa tak, jak to zdjęcie. Czyli drugi stopień to było to. A trzeci – ja myślę, że wszyscy się tym zainteresowali, włącznie nawet, myślę, że z prokuraturą (i mieć bardziej otwarte czy pewnie) i z policją i tak dalej.

**Kamil Bałuk:** A czy...

Tomek Sikora: Przepraszam. Po prostu tu chodziło o to, żeby zauważyć ogromny problem, który był kompletnie ignorowany przez to, że bici i świadkowie byli zastraszeni. Oni się bali. Bo to był... na ogół robili ludzie, którzy nie mieli żadnych skrupułów. Tak, jak powiedziałeś, jeszcze był facet, który brał udział...

**Kamil Bałuk:** Tak.

Tomek Sikora: Rozpoznany i dostawał pogróżki. No to ciężkie były to czasy wtedy. Już były czasy mafii. A z drugiej strony to były czasy jeszcze (skoro mówimy o tym, co było takie charakterystyczne), to były czasy takich łóżek rozkładanych, na których się sprzedawało różne wyroby.

**Kamil Bałuk: A... szczęki? Czy nie?**

Tomek Sikora: Jakoś się to nazwało, tak. I pamiętam – moim zdumieniem było to, że (bo wtedy to był okres jeszcze nie CD, tylko kaset muzycznych) mnóstwo koło domów w centrum kobiet i mężczyzn sprzedawało te kasety. Ale największym zdziwieniem moim było to, że tam można było znaleźć całe antologie Milesa Davisa i Toma Waitsa, czyli wybitnych muzyków, obok takiej słabszej również muzyki. I to wynikało właśnie jeszcze z czasów komuny, ponieważ myśmy nie mieli dostępu do dużej ilości utworów muzycznych i w zasadzie to zostało wybierane przez Wojtka Manna i puszczane w Trójce. To była fantastyczna selekcja.

**Kamil Bałuk: Nagrywana chałupniczo.**

Tomek Sikora: Tak, to była fantastyczna selekcja. I myśmy, tak jak ja poznałem zachód przez „Vogue’a”, i wydawało mi się, że tam się tylko tak fotografuje, tak wydawało mi się, że na całym świecie jest tylko taka dobra muzyka, jak właśnie Tom Waits czy... Okazało się, że jak się wyjechało tam, że to po prostu trudno jest wyszukać nawet. Że to jest szmira wszędzie jednak na ogół. W każdej dyscyplinie kultury.

**Kamil Bałuk: A powiedz... I przy tych komercyjnych produktach, sesjach, które zostały na lata, Levis® akurat mi się wydaje, że bardzo się te zdjęcia przyłożyły do takiej percepcji tej marki w Polsce. To zresztą ciekawe, bo ona się tak bardzo zachodnio zawsze kojarzyła, a może to jakoś jest nawet zabawne, że Polak robił zdjęcia w tamtym czasie. Oczywiście Polak z Zachodu, jak już mówiliśmy. Ale też w wypadku takich właśnie społecznych kampanii, gdzie tutaj chyba najmocniejszym akcentem była ta antyprzemocowa, chociaż oczywiście były też te, w których brałeś udział, związany z głosowaniem, czy takie obywatelskie...**

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk:** Czy w tych wszystkich projektach ty w którymś momencie czujesz, że „to będzie mocne”, „to się przebije”, „to się mniej przebije”, „to – zobaczymy”? Czy w ogóle masz takie założenia? Czy z doświadczeniem to jest łatwiejsze, czy trudniejsze poznać?

Tomek Sikora: Wiesz, pamiętaj o tym, że pomysłodawcą jest dyrektor artystyczny w agencji.

**Kamil Bałuk:** Tak, tak. Wiem. Ale on pewnie wierzy zawsze, że to się sprawdzi.

Tomek Sikora: Tak.

**Kamil Bałuk:** Ale ty możesz inaczej na to patrzeć.

Tomek Sikora: Mogę inaczej patrzeć i rzeczywiście były takie kampanie, które się chyba słabo przebiły, które nie miały tej mocy właśnie, bo były delikatne. Ale były też kampanie na przykład ze zwierzętami i pamiętam – były takie zdjęcia: zdjęcie konia, zdjęcie psa i zdjęcie kota (osobno każde). Już nie pamiętam, jakie było hasło, ale wstrząsające, że zapadł na nich wyrok czy coś takiego. I to były czarno-białe zdjęcia z takim napisem. I rzeczywiście te billboardy moim zdaniem fantastycznie działały. Zresztą w tym czasie się pojawiło mnóstwo organizacji, które bardzo mocno walczyły z przemocą wobec również zwierząt, z traktowaniem zwierząt rzeźnych (że one miały połamane nogi, Bóg wie co), z tym transportem koni na zachód i tak dalej. Taka fundacja Viva! wtedy powstała i była potrzeba również uczulenia ludzi na tym punkcie. W związku z tym pojawiły się takie billboardy. Ja myślę, że to w tej chwili po wielu, wielu latach procentuje, bo mnóstwo ludzi już przestaje kupować zwierzęta – psy czy koty rasowe – tylko idą raczej do tych przytułków i pobierają takie biedaki skundlone, ale cudowne, które marzą o tym, żeby być, żeby się do kogoś przytulić, prawda?

**Kamil Bałuk:** No tak. To jest ta moc długofalowa takiej pracy, to...

Tomek Sikora: Tak, ale również Maria Czubaszek, która już wiele, wiele lat, już od piętnastu lat chyba, prowadziła taką akcję: co niedzielę pokazywali psa jakiegoś właśnie z takiego zakładu, miejsca dla zwierząt bezpańskich, i to też to działało w formie. Ja myślę, że to są owoce takiego wielowątkowego działania: i tych billboardów, i jej, i różnych innych...

Audycji radiowych na ten temat i tak dalej, i tak dalej. Czyli można to zrobić. To działa.

**Kamil Bałuk: Ale wróć do mojego pytania: czy ty z założeniami podchodzisz do tego, co robisz komercyjnie czy społecznie, czy masz jakiegoś czuja, czy lubisz zaskoczenie, jeśli o to chodzi? Czy w ogóle patrzysz na to, jakie były efekty?**

Tomek Sikora: Słuchaj, ja myślę, że to intuicyjnie jednak. Mając jakieś... doświadczenie się bierze z intuicji... Intuicja się bierze z doświadczenia również.

**Kamil Bałuk: Tak, tak, tylko nie pytam, co robisz, albo jak podchodzisz, tylko co w twojej głowie zostaje na zasadzie przewidywania, co się z tym stanie. Bo przecież to już jest niezależne od ciebie.**

Tomek Sikora: No to jest niezależne, zupełnie niezależne. I to nie tylko zależy od rodzaju reklamy, ale również od jej funkcjonowania. Czy ona będzie funkcjonowała przez tydzień, czy przez miesiąc, czy przez rok, w jakich mediach, Bo jeśli funkcjonuje również na przystankach autobusowych i tramwajowych, to jest takie miejsce, które jednak bardzo mocno działa na ludzi, no bo tam... działało. Bo w tej chwili każdy już jest zanurzony w smartfonach i już niewiele ludzie oglądają naokoło. To też jest następne medium, w które trzeba wejść takimi akcjami. Ja myślę, że im więcej... A mnóstwo ludzi robi to niezależnie i na przykład jak zobaczą psa samotnego, to fotografują go i rozsyłają SMS-em informacje, że jest taki pies, kręci się tam, czy ktoś by może chciał i tak dalej, i tak dalej. To jest dopiero zasięg.

**Kamil Bałuk: Na koniec: lata 90. to jest dla ciebie... to jest dobre wspomnienie, średnie, złe? Jak na to patrzysz? Ja, jak rozmawiam z ludźmi o tym czasie, to bardzo często moja idealizacja taka dziecięca zderza się z takim... i wśród ludzi z twojego pokolenia, i nawet w sumie młodszych też, z takim stwierdzeniem, że właśnie czas zbyt szalony, zbyt kiczowaty, zbyt stresujący – dobrze, że się skończył. Ja się potem z nimi sprzecam. A jestem ciekaw, jak ty na to patrzysz, gdzie znalazłeś dużo tych 90. lat już w latach 80. tak naprawdę, jak już mówiliśmy.**

Tomek Sikora: No ale to nieporównywalne. Zachód na Zachodzie a Zachód w Polsce, wolny rynek i to, co się działo... Ja byłem zafascynowany po prostu tym wszystkim, bo nigdzie na

świecie, poza tymi krajami właśnie, wyzwolonymi spod panowania Związku Radzieckiego, nie zachodziły zmiany tak szybko, bo... a podejrzewam, że najszybciej w Polsce, dlatego że Polska splajtowała ekonomicznie kompletnie. I właśnie to, co mówiłem, opowiadałem – ja byłem zafascynowany tym. To, co się działo na zachodzie przez wiek, to się działo w parę lat w Polsce. To było niesamowicie fascynujące. Te fortuny, które... te w bardzo często złym stylu, w okropnym stylu domy, ale to było... musiało to wybuchnąć.

**Kamil Bałuk: A to lepiej czy gorzej, że teraz dla nas, Polaków, ten świat jest taki już trochę bardziej oczywisty? Może czasami zbyt i czasami mniej się to docenia?**

Tomek Sikora: No ale dla nas, Polaków, nie dla... Oczywisty, to znaczy...

**Kamil Bałuk: Chodzi mi o to, że to jest dość oczywiste, że można podróżować.**

Tomek Sikora: Aha.

**Kamil Bałuk: Że to się stało taką kolejnych pokoleń codziennością. Bardzo dużo tego świata przeprowadziło się też do nas, w nasze rejony. Jesteśmy w Unii Europejskiej.**

Tomek Sikora: No daj, Panie Boże, żeby ludzie podróżowali, bo przynajmniej zobaczą, że również ciemnoskóry człowiek i żółtoskóry człowiek ma takie same potrzeby.

**Kamil Bałuk: Właśnie. Może wciąż jednak za mało (tak troszeczkę z bajki się wypowiadam).**

Tomek Sikora: Jeszcze... tak, tak, tak, tak. Ja myślę, że te doświadczenia wyjazdu, jeśli to nie jest all inclusive i nie trafia się do hotelu, w którym się pije polską wódkę w Tunezji i nie wychodzi się w ogóle do soku, bo się boją ludzie tego, jeśli to są wyjazdy takie turystyczne albo indywidualne, no to to są szalenie potrzebne. Nadal jest mnóstwo wsi, z której nikt nie wyjechał za granicę ani na urlop. Ale to się bierze... to się kończy pomału. Na szczęście i na nieszczęście. Bo coraz mniej ludzi ma hodowle kur czy świnek, czy czegokolwiek... czy krowy – jedną nawet – co powodowało, że tak człowiek nigdy nie miał czasu na wakacje ani na wyjazd, tym bardziej za granicę. Bo musiał codziennie przechodzić ten obrządek, prawda? My pomieszkujemy pod Kazimierzem. To jest wieś.

**Kamil Bałuk: A... w Ludźmierzu.**

Tomek Sikora: Tam już nikt nie ma krowy, nikt nie ma świni, w związku z tym proszę bardzo – droga otwarta. Ktoś chce pojechać sobie do innego miasta albo za granicę, to może stać go na to, bo ma czas – no po prostu. Ale mówiliśmy o tym, również o tym otwarciu i o tym, czy to dobrze, że mamy wszystko, że możemy podróżować, że to się tak upowszechniło, tak? Że... No ale w końcu też jesteśmy częścią Europy, do licha ciężkiego.

**Kamil Bałuk: No tak, ale... Nie no, jasne.**

Tomek Sikora: To było nie do uniknięcia. Czy prędzej, czy później to się musiało stać. To, że ktoś tu nas ze wschodu wyhamował, zrobił to z... teraz już w sposób obrzydliwy z Ukrainą i z Białorusią, to nie znaczy, że my mamy nie rozwijać się tak... znaczy... nie być w takiej samej sytuacji, jak pod wpływem Europy po prostu takiej.

**Kamil Bałuk: Ale może to to tempo zmian sprawiło, że od lat cały czas są jednak odpory w drugą stronę. I to wcale nie jakieś narzucone z góry, tylko po prostu w wielu Polakach wciąż jest czasami jakiś dziwny sentyment za czasami minionymi i...**

Tomek Sikora: To jest sentyment za młodością. Oni sobie nie zdają z tego sprawy. Ja kiedyś byłem na wystawie w Pałacu Kultury – mebli z lat 60. I tam były pokazane te meblościanki, ta amerykanka, to wszystkiego, czego ja po prostu nie lubię, bo to mi się niedobrze kojarzyło zawsze. To była ta kwintesencja tego systemu: że wszyscy mamy to samo, prawda? Wszyscy mamy ten sam samochód, wszyscy mamy ten sam cukier (ale to akurat w porządku), ale mieliśmy również te same meble, prawda?

**Kamil Bałuk: Czyli to nie jest obiektywne, tylko to jest...**

Tomek Sikora: I ludzie, którzy tam oglądali... Pamiętam dwie takie kobiety: „No popatrz, jakie to piękne. Pamiętasz, jak to wspie... jak się na tym wspaniale siedziało? Albo ta meblościanka...”. A one po prostu nie zdawały sobie z tego sprawy, że one tęsknią za... widzą siebie siedzących na tych... na tej kanapie, tylko dwadzieścia parę lat młodszych. Z chłopakiem w dodatku i z wódeczką w rękę, no. I za tym tęskniły. A nie za meblami.

**Kamil Bałuk: A ty? Tęsknisz za tymi najmłodszymi swoimi latami?**

Tomek Sikora: Wspominam, ale to absolutnie nie przenoszę się w tamte rejony, bo cenię sobie każdą minutę życia i to, że ono coś nowego przynosi. Czasami jest to przerażające, ale nie do uniknięcia. No więc nie można się tego bać i unikać, tylko starać się zrozumieć jakoś. Dla mnie takim na przykład człowiekiem wychowanym w tamtych latach, gdzie jak się zobaczyło na przykład człowieka z tatuażem, no to to było – albo Oświęcim, albo marynarz, albo człowiek, który wyszedł z kryminału. Więc mam ogromne problemy z zaakceptowaniem właśnie tego ogólnego trendu tatuażu. Mimo że spotkałem się również w Nowej Zelandii z tatuażem zupełnie innym, plemiennym, prawda, maoryskim, na twarzy i tak... ale to miało zupełnie inne znaczenie. Tu jest... no po prostu ludzie chcą mieć sztukę na swoim ciele. Nie zdają sobie z tego sprawy, że człowiek ewoluuje, zmienia się i można bardzo nie lubić tego za parę lat, co się ma na stałe, prawda?

**Kamil Bałuk: A to bardzo ciekawe, bo to mówi ktoś, kto utrwala obraz.**

Tomek Sikora: Utrwalam obraz, ale daję ludziom do wyboru. To znaczy ten obraz istnieje jako dokument. Ale mieć dokument na sobie? Dokument czasów? To podziwiam.

**Kamil Bałuk: Super. Tomek Sikora. Wielkie dzięki!**

Tomek Sikora: Ja również.

**Kamil Bałuk: Ja się nazywam Kamil Bałuk.**

Porozmawialiśmy o latach 90., a teraz wy możecie zobaczyć je na wystawie. „Błysk, mat, kolor. Fotografia i Warszawa lat 90.” do 19 lutego w Muzeum Warszawy.