

Jeszcze nieco ponad dekadę temu malarstwo było w odwrocie. Wystarczy sięgnąć do historii wystaw kuratorskich Bielskiej Jesieni, by zobaczyć, jak w erze zdominowanej przez inne, nowsze media, obiekty i prace postkonceptualne, malarstwo próbowano reanimować poszerzając jego definicje i przeszczepiając kategorię „malarstwa” na grunt innych dziedzin. Dziś wystarczy przejść się po losowych galeriach, by natrafić przede wszystkim na obrazy, i to nie w żadnym rozszerzonym polu, a takie, jak w czasach Albertiego – łatwe do przechowywania, transportowania i gromadzenia oleje na płótnie. Jak na skalę tego renesansu, o samym medium rozmawia się jednak zaskakująco niewiele. Na multum wystaw malarskich przypada w ostatnich latach skąpa ilość ekspozycji o *malarstwie*. Całkiem spora część publiki, zwłaszcza tej środowiskowej, jest malarskim urodzajem wręcz zmęczona i sfrustrowana. Jaka jest przyczyna tej sytuacji podwójnego związania, w której się znaleźliśmy? Najkrótsza odpowiedź brzmi: rynek.

Uwarunkowania ekonomiczne kształtowały charakter malarstwa niemal od zawsze. Mecenat kościelny i narzucone przezeń ramy, od wczesnego średniowiecza po kontrreformacyjne wytyczne Karola Boromeusza, decydował w znacznym stopniu o charakterze sztuki sakralnej, do XVIII wieku dominującej w kontekście europejskim. O tym, że poza owe ramy nie warto wybiegać, przekonał się choćby Tintoretto, zmuszony do zeznawania przed sądem inkwizycyjnym za swoją *Ostatnią wieczerzę*. Gusta i oczekiwania arystokratyczne w oczywisty sposób nadawały ton obrazom malowanym na dworach i zdobiącym reprezentacyjne przestrzenie, a ambicje i światopogląd dziewiętnastowiecznej burżuazji – obrazom wystawianym na paryskich Salonach. Dziś rynek, od kilku lat pęczniejący, w obliczu społeczno-polityczno-ekologicznych kryzysów i niepewności zasilany przez kapitał całej rzeszy nowych kolekcjonerów i kolekcjonerek, szukających sposobów na jego zabezpieczenie i pomnożenie, jest kluczową siłą formującą malarski krajobraz. Coraz mniej liczą się w nim pojedyncze, autonomiczne obrazy, a coraz bardziej „artystyczne profile” poszczególnych artystek i artystów.

Jak w każdej poprzedniej epoce relacja między osobami artystycznymi a rynkiem ma jednak wiele odcieni. Uprawianie malarstwa niekoniecznie musi oznaczać koniunkturalizm i schlebienie gustom kupujących, nieraz niewybrednym. Wystawa *Don't hate the player, hate the game* nie próbuje rynku sztuki romantyzować i powielać opowiastek w typie „od pucybuta do milionera”, nie jest jednak również kaznodziejską tyradą wymierzoną we wszystkich jego uczestników. W siedmiu rozdziałach przyglądamy się sposobom artystycznego funkcjonowania w niesprzyjającym środowisku kapitalizmu, bardziej drapieżnego i z ducha dziewiętnastowiecznego, niż w jakimkolwiek innym obszarze kultury. Jak malarki i malarze próbują grać w rynkową grę, żeby nie stać się jedynie pionkami? Jakie alternatywne formy relacji z odbiorcami i mecenasami proponują? Jak wykorzystują powab malarskiego medium, by za pomocą uwodzącego przedmiotu krytycznie opowiedzieć o fetyszyzmie towarowym? Jak używają dziedzictwa dawnych mistrzów i możliwości nowych technologii? Czy próbują czasem ukąsić rękę, która ich karmi?

Obraz był, jest i będzie również towarem. Dobry obraz poznać można po tym, że zawsze jest jeszcze czymś więcej.