



PIOTR MIKOŁAJCZAK



Piotr Mikołajczak

Kocyki. W obiegu rzeczy

Piotr Mikołajczak

Absolwent Wydziału Architektury i Wzornictwa ASP w Gdańsku, profesor tej uczelni. Inicjator i organizator warsztatów oraz konferencji związanych z nauczaniem podstaw projektowania. Autor i współautor kilkudziesięciu wdrożonych projektów z zakresu wzornictwa oraz wystawiennictwa. Autor tekstów związanych z nauczaniem projektowania, designem i kulturą materialną. Obserwator życia rzeczy wśród ludzi i miejsc w drodze, fotograf.

AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH W GDAŃSKU
WYDZIAŁ WZORNICTWA

Gdańsk 2025

Kocyki. W obiegu rzeczy

Wydanie drugie, Gdańsk 2025

Wydawca: Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku

Recenzje naukowe: prof. *Czesława Frejlich*, dr hab. *Anna Kmita*

Fotografie: *Piotr Mikołajczak*

Projekt graficzny, opracowanie edytorskie i skład: *Mirosław Rekowski*

Redakcja i korekta: *Michał Mikołajczak*

Tłumaczenie na język angielski: *Alicja Gorgoń*

Korekta wersji anglojęzycznej: *Lukasz Dobrowolski*

Kroje pisma: Aldine 721EU, Magiel, Montserrat

Papier: GardaPat 13 Kiara, Color Style Recycling Brillant Black

Druk i oprawa: Drukarnia Normex

ISBN 978-83-67720-47-2



Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa,
przyznanych przez Ministra Nauki w ramach Programu Dokonała nauka II.



Nazywam je „kocykami”, choć często to ręczniki, ceraty, folie, plandeki, czasem gołe płytki chodnikowe albo trawnik. Fragmenty zasłonek, narzuty, koce, reklamówki z napisami, które konkurują swoją historią z eksponowanymi przedmiotami.

Przechodząc obok nich, nie potrafię być obojętny. Może to ślady dzieciństwa w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych, z marzeniami o matchboxach, kolejkach Piko i gumach Donalda. Teraz nie potrzebuję matchboxów ani Donaldów, a jednak odwracam się, podnoszę drobiazg, płacę dwa złote. Potem wrzucam do pudła ze „skarbami”, od czasu do czasu wydobywam i znikam na chwilę w pamięci rzeczy.

Może to świadomość projektanta nie pozwala mi obojętnie przechodzić obok zanikających rzeczy. W byle drobiazgu odbijają się pomysły producentów, marketingowców, projektantów, rzemieślników, korporacji, godziny ustalania założeń. Szkice, próby, modele, prototypy, maszyny, materiały, opakowania, dystrybucja, składowanie, potrzeby prawdziwe i wymyślone. Po drugiej stronie są marzenia użytkowników, świadome i przypadkowe zakupy, radość i zaniepokojenie z powodu otrzymanego prezentu, zmiany właścicieli. Zużywanie, zapominanie, wyrzucanie, kolekcjonowanie, przerabianie, rozbieranie na części. Punkty tej wyliczanki to cykle, w których tworzymy rzeczy, spotykamy je, oswajamy czy wreszcie – pozbywamy się ich. Historie spotkań z rzeczami to opowieści o czasie, o potrzebach i wyborach.

Kocyki z używanymi przedmiotami są jak notatki z tych spotkań, szkice dekad narysowane przedmiotami, które przenoszą pamięć. Ich nagromadzenie i zestawienia tworzą na chwilę uliczne galerie wspomnień, muzea zabawek, w których rodzice bawią się lepiej niż dzieci. Zaglądamy tam, nawet jeśli niczego nie szukamy – niewiadoma jest atrakcyjna. Migotanie form i znaczeń przyciąga uwagę oglądających, jak błyskotki wabią sroki w kreskówkach.

Rzeczy na kocykach dyskutują ze sobą, prowadzą spory, mizdrzą się do siebie; czasem nic nie mówią, a innym razem znieważają się bezwzględnie. Używane zabawki erotyczne sąsiadują z portretami papieży, a symbole narodowe – z obtłuczonymi naczyniami. Sztuczna biżuteria i części garderoby leżą obok nagich lalek i gazetek pornograficznych. Pomędzy stosami przewodów i ładowarek gasną bez prądu niegdysiejsze marzenia o technice, szpanie i zabawie: walkmany, magnetofony, magnetowidy, kolorofony. Przywołują lata, kiedy nie było internetu lub gdy używało się go sporadycznie; nie było mediów społecznościowych oraz popularnych dziś zakupów w sieci. Herbatę i kawę piło się w nietłukących kubkach z duralexu, oglądając filmy z kaset VHS na telewizorach z kineskopem. Młodzi słuchali muzyki z taśm, rozmawiano przez telefony „na kabel”, a zdjęcia robiło się aparatami na klisze. Panie nosiły kołnierze z lisa, zapinane na klips przypominający mordkę tego zwierza, a dzieci bawiły się podrabianymi figurkami bohaterów kreskówek, nawet nie przeczuwając efektownych eksplozji na ekranach smartfonów. Kocyki, na których spotykają się przedmioty, zagęszczają te wspomnienia i wyłapują widzów śladami osobistych historii.

Tła otaczają zbiory przedmiotów, zatrzymując w swoich ramach zmienne kompozycje – struktury zorganizowane z materialnych form, praktycznych i symbolicznych znaczeń, skojarzeń i wyobrażeń użytkowników. Te obrazy, skadrowane obszarem kocyka, nasycone są znakami *vanitas*. Zdewaluowana przydatność rzeczy, ich nagromadzenie, dyskretne ślady przemijania – malują pejzaże nieaktualnych potrzeb. Refleksyjna perspektywa często ustępuje miejsca urokowi formalnych zestawień, pełnych kształtów i barw, tworzących efektowne, czasem surrealistyczne kompozycje.

Sprzedający wypakowują towary z toreb, układając je za każdym razem według własnej wizji porządku. Niektórzy z nich poszukują kluczy kompozycyjnych, które zwrócą uwagę oglądających. Wiele zależy od zbioru przedmiotów, wrażliwości i uważności sprzedającego, jest jednak garść sprawdzonych sposobów. Sprzedawcy używają jaskrawych tła, kontrastowych barw, budują hierarchię oferowanych przedmiotów – od największych do najmniejszych, od najdroższych do najtańszych – od góry do dołu kocyka lub najważniejsze jest centrum tła. Tworzą porządkujące rytmy, aranżują scenki rodzajowe, jak z rubasznych dowcipów. Na kształt kocykowych scenerii znacząco

wpływają czas i ruch. Efemeryczne układy są dekonstruowane przez kupujących, biorących w dłoń przedmioty, by je obejrzeć, kupić lub odłożyć. To, co nie zostanie sprzedane, trafi następnym razem na kocyk, utworzy nowe sceny.

Kadruję je w wizjerze aparatu, naciskam spust migawki i zatrzymuję stan rzeczy, które pozuja w niepowtarzalnych konfiguracjach. Przyciągają mnie znaczenia zakodowane w formach i próby odczytania ich z kształtów, materiałów, kolorów, powierzchni, śladów zużycia. Rozpocząłem te obserwacje na przełomie stuleci; od tego czasu udokumentowałem setki kocyków. Ten zbiór pozwala dostrzec zmiany w modzie na przedmioty, przebrzmiałe trendy i towarzyszące im akcesoria. Jest zwierciadłem zmieniającej się kultury rzeczy mniej ważnych.

„Kocykowe galerie” to miejskie bazy, targowiska, „ryneczki” ze swoją aurą niepowtarzalności, świetnie opisaną przez Rocha Sulimę w *Antropologii codzienności*¹. W tych miejscach panują inne prawa i okoliczności niż w marketach, począwszy od otoczenia miejską przestrzenią, przez naturalne światło, ekspozycję towarów bezpośrednio na ziemi i ich losową ofertę, po sposób poruszania się i zachowania sprzedających oraz kupujących, w tym szczególne, umowne traktowanie pieniądza. W tych galeriach tylko w pamięci widzów pobrzmiwają echa dawnych reklam, sentymentalnie, nieco zabawnie, czasem kuriozalnie; tu nie epatuje się opakowaniami i nachalną identyfikacją wizualną marek – wszystko jest takie, jak się przedstawia na kocyku.

Towary na bazarze mają swoją znaczeniową „otoczkę”, gdyż wciąż odcisnięty jest w nich jakiś psychologiczno-kulturowy profil wytwórcy, dostawcy, sprzedawcy, ale również swoista «bliskość» nabywcy i pewna „niepowtarzalność” każdej transakcji, nawet tej, która powtarzana jest każdego dnia, na przykład przy porannym zakupie pieczywa. Pozdrowienie, powitanie, zapytanie o zdrowie; życzenie, raczej jeszcze „powodzenia” niż „dobrego dnia”, ale też przekleństwo i wyzwisko, skorelowane bywa z „rozchwyaniem” bazarowego cennika, gdyż ceny przynależą jeszcze do „okoliczności”, a nie tylko użytkowej czy wymiennej wartości samych produktów. Towary, nawet wysoce standaryzowane, pochodzące z masowej produkcji,

¹ R. Sulima, *Antropologia codzienności*, Kraków 2000.

mogą tu mieć jakąś osobniczą czy lokalną, niepowtarzalną „historię”, anegdotę (np. „kupiła je dobra znajoma nabywcy”, „kupują je panie z willowego osiedla”), a więc towary posiadają coś, co przypomina koncepcję „aury” z pism Waltera Benjamina. Towary, produkty, mają zawsze jakieś „tło”, którego nie muszą stanowić inne towary, jak to bywa w supermarkecie, gdzie rzeczy wyłącznie „wskazują na siebie nawzajem”, dopasowują się jak segmenty niewidzialnej sieci struktur².

W „kocykowych galeriach” wciąż licznie pojawiają się zwiedzający. Nawet jeśli tłumaczą to sobie pragmatycznymi powodami poszukiwania potrzebnej rzeczy, częściej górę biorą emocje i poprawa samopoczucia, poprzez uczestnictwo w kameralnych spotkaniach ludzi i przedmiotów. Oprócz przeżycia bezpośredniego kontaktu ze sprzedającymi, bliskości i dotykalności przedmiotów, emocjonujący jest nastrój wypatrywania, polowania i nieoczekiwane „odkrycie” pożądanej z jakiegoś powodu rzeczy.

Zetknięcie z masą przedmiotów eksponowanych na kocykach może wywoływać skrajne odczucia – od niechęci i lęku, związanych ze zniszczeniem, starością i śmiercią ukrytą w rzeczach, po odkrycie pięknych form projektowanych i wytwarzanych w minionych dekadach; od satysfakcji ze zdobycia przydatnego towaru, po radość ze znalezienia dawno zapomnianego przedmiotu, który uruchamia sentymentalne wędrówki pamięci.

Literatura piękna dostarcza wielu opisów, które wiążą rzeczy z pamięcią i silnymi przeżyciami. Pisarze, tacy jak: Marcel Proust, Bolesław Prus, George Perec czy Stefan Chwin, często odwołują się do znaczeń rzeczy i pamięci. Wspomnienia to jeden z ważnych powodów, dla których ludzie pochylają się nad kocykami. Kocykowe ekspozycje przywołują doznania z czasów, gdy posiadaliśmy dany przedmiot lub chcieliśmy go mieć. Przedmioty, z którymi się stykamy w ciągu życia, pozostawiają w nas ślady. Odtwarzamy miejsca, osoby, emocje, którym towarzyszyły; czasem sięgamy do okoliczności i pragnień, które wiązały się ze zdobyciem trudno dostępnych towarów. Zazwyczaj rolę katalizatorów pamięci odgrywają: stare zabawki, książki, komiksy, płyty, instrumenty, niegdyś pożądane urządzenia techniczne, osobiste drobiazgi, naczynia, bibeloty czy meble, które przywołują obrazy wnętrz z minionych lat.

² *Ibidem*, s. 149.

Inną grupą eksponatów w „kocykowych galeriach” są przedmioty „kolekcjonerskie”. Z różnych przyczyn tworzymy kolekcje; chcemy kompletować, zastępować, zamykać w całość, nadawać sens, panować nad zbiorem, odczuwać przyjemność³. Chęć wzbogacenia kolekcji, poparta wiedzą ekspercką, sprawia, że wyspecjalizowani kupujący czują się jak na safari. Sprzedający nie zawsze zdają sobie sprawę z wartości kolekcjonerskiej towarów lub zależy im na szybkim zbyciu zawartości kocyka. Cenny przedmiot od razu przykuwa uwagę zbieracza, a satysfakcja rośnie, kiedy może go nabyć za grosze. Powszechna dostępność internetowych portali sprzedażowych i aukcyjnych nieco psuje tę zabawę. Sprzedający i kupujący szybko weryfikują ceny na ekranach swoich smartfonów, co zmniejsza liczbę emocjonujących „okazji”. Jednak pasjonaci nadal przeglądają kocyki i poszukują dopełnienia swoich zbiorów. Należą do nich m.in. powszechnie zbierane niegdyś pocztówki, monety, odznaczenia, znaczki pocztowe, stare druki, fotografie, ale też droższe przedmioty, takie jak: militaria, zegarki, biżuteria, galanteria stołowa, dawne zabawki, aparaty fotograficzne, radioodbiorniki. Ostatnio także zyskują na popularności i cenie przedmioty użytkowe z czasów PRL. Istnieją też bardziej wyszukane obszary kolekcjonerskie dotyczące konkretnych obiektów, takich jak przedmioty ozdobione wizerunkiem – wybranej gwiazdy muzyki, klubu sportowego, miasta, określonego zwierzęcia, motywu graficznego itp.⁴

Intrygującą grupą przedmiotów dostrzeganych przez uważnych widzów kocykowych ekspozycji są obiekty, których przeznaczenia lub funkcji możemy się tylko domyślać. Upływ czasu, a wraz z nim zmiany codziennych rytuałów, metod pracy i spędzania wolnych chwil sprawiły, że dawniejsze rzeczy stały się tajemniczymi formami. Ztraciły zastosowanie, ich funkcje przestały być potrzebne, zostały wyparte przez nowsze rozwiązania projektowe, techniczne albo technologiczne, a więc niewiele osób pamięta, do czego służyły. Zazwyczaj są to dawne narzędzia, utensylia stołowe, przedmioty związane z utrzymaniem higieny, przeróżne pomoce służące dbaniu o garderobę, jak choćby składana suszarka na rękawiczki. Coraz częściej można zaliczyć do grupy przedmiotów „tracących pamięć” przyrządy piśmiennicze i kreślarskie, takie jak stalówki, grafiony, rapidografy, które jeszcze nie tak dawno służyły do zwykłej pracy, ale też wspomagały wyobraźnię projektantów w kreśleniu planów przyszłości.

³ M.P. Markowski, *Anatomia ciekawości*, Kraków 1998, s. 33–50.

⁴ D. Sudjic, *B jak Bauhaus*, Kraków 2014, s. 77–95.

Oprócz pasji kolekcjonerskich, sentymentalnych wędrówek czy zwykłej ciekawości, powody zainteresowania kocykami mogą być też zupełnie praktyczne. Leży na nich bardzo dużo zdalnych do użycia przedmiotów. To wszelkie narzędzia manualne i elektryczne, a także sprzęt, taki jak: wtyczki, przewody, ładowarki, sprzęt elektroniczny – jeszcze sprawny magnetowid („a może obejrzę stare taśmy VHS?”), magnetofon kasetowy, odtwarzacz CD. Takie urządzenie może posłużyć do odtwarzania posiadanych zbiorów nagrań (funkcja sentymentalna) albo, zależnie od jego stanu technicznego, może być „dawcą” części do niedziałającego już egzemplarza. W zbiorze „praktycznym” umieścić można też ubrania oraz dodatki, takie jak: czapki, szale, buty, biżuterię i inne obiekty „fashion”, oferujące wciąż dobrą jakość. Często są to rzeczy „markowe”, których pierwotne ceny były wysokie. Sprzedawane na kocykach jako używane, za ułamek ceny, tracą swoją wysoką wartość ekonomiczną, lecz ich walory użytkowe pozostają niezmiennie.

Powodów zaglądania na kocyki jest znacznie więcej; nakładają się, mają części wspólne, a czasem są w konflikcie. To, co dla kogoś jest praktyczne, może się okazać zbędne dla innego; piękny i budzący zachwyt przedmiot równie dobrze może być kuriozalny i nieharmonijny. W różnorodności obiektów zauważamy rzeczy według subiektywnych kryteriów – wedle ofert, które nam składają, oraz według naszych umiejętności odczytywania tych propozycji. Nasze predyspozycje składające się z „wyposażenia” kulturowego, wiedzy, kompetencji, zdolności percepcji, potrzeb, pragnień, wartości, sentymentalnych odczuć, „motywów przewodnich” sprawiają, że sięgamy po dany przedmiot⁵.

Marek Krajewski w tekście *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie* tak porządkuje oferty składane przez przedmioty:

— **fizyczne własności przedmiotu** (takie jak: jego ciężar, kształt, rozmiary, gęstość, technologia wytworzenia, materiał, z którego został wykonany itd.) – cechy te są istotne przede wszystkim dlatego, że określają poręczność obiektu, jego przydatność w realizacji określonego zadania oraz możliwe sposoby wykorzystania przedmiotu;

— **affordancje** – czyli oferty w ścisłym sensie tego słowa. Krzesło oferuje możliwość siadania na nim, kosz na śmieci – wrzucenie czegoś do jego wnętrza, butelka – umiesz-

czenie jakiejś substancji w jej wnętrzu. Przedmioty wyznaczają repertuary działań, które są możliwe do podjęcia w odniesieniu do nich;

— **praktyczne i instrumentalne funkcje przedmiotu** – a więc cele, do których urzeczywistnienia został on stworzony (pralka służy do prania, młotek do wbijania gwoździ);

— **kulturowe i społeczne znaczenia przedmiotów** – określające sposoby, sytuacje, konteksty lub wykorzystania. Chodzi tu przede wszystkim o kulturowe deskrypcje tego, co oznacza przedmiot; jakie są jego relacje wobec innych dóbr; co można za jego pomocą zakomunikować; co wyrażamy, używając takiego, a nie innego obiektu; co możemy powiedzieć o osobie, która go używa;

— **ekonomiczne znaczenia przedmiotów** – w tym przypadku możliwe sposoby użycia przedmiotu są określone przez: jego wartość, pojedynczość, możliwość utowarowienia i wymieniania, relacje wobec innych obiektów obecnych na rynku;

— **estetyczne znaczenia przedmiotów** – rozumiane tu jako jego wyglądy, ale też jako zbiory innych doznań zmysłowych, których może nam dostarczać, styl projektowania, w jakim został wykonany przedmiot⁶.

Rzeczy trafiają na kocyki, bo przestały być potrzebne, straciły właścicieli, zostały porzucone, oddane za grosze, znalezione, może ukradzione, wreszcie – zastąpiły je kolejne, nowsze, lepsze, szybsze i ładniejsze. Kocykowe kompozycje składają się z obiektów osieroconych, które straciły zażyłe relacje z użytkownikami i stały się na powrót tylko przedmiotami, towarem. Przedmioty, czy ściślej mówiąc – produkty, powstają w wyniku realizacji procesu projektowego i produkcyjnego, który stanowi odpowiedź na określony problem lub potrzebę. Wyprodukowane przedmioty byłyby martwe bez udziału osób, które nadają im znaczenia w trakcie użytkowania, a nawet wcześniej – gdy tylko wyobrażają sobie ich posiadanie.

To ludzie tworzą rzeczy z przedmiotów, nawiązując z nimi więzi. Mówimy o nich, że są sprytne, atrakcyjne, godne zaufania, nadajemy im ludzkie cechy; wzbudzają w nas emocje, przywiązujemy się do nich, cieszą nas. Bez nich byłibyśmy bezbronni i moglibyśmy o wiele mniej. Bez tych znaczeń – bez więzi pomiędzy przedmiotami a użytkownikami – stają się one tylko towarami, nośnikami prostych wartości użytkowych,

⁵ M. Krajewski *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie* [w:] *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, red. J. Kowalewski, W. Piasek, M. Śliwa, Olsztyn 2008, s. 137, 138.

⁶ *Ibidem*, s. 136–138.

estetycznych czy ekonomicznych. Potrzebujemy siebie nawzajem. Przedmioty potrzebują nas po to, żeby stawać się rzeczami, a my ich – by być bardziej ludźmi. Jest wiele definicji tego, czym są „rzeczy”, ale tu chciałbym ograniczyć się do jednej z nich. Remo Bodei w książce *O życiu rzeczy* tak pisze o źródłosłowach terminu „rzecz”: *Zadne z wyrażeń: pragma, res, causa czy die Sache nie odnosi się wyłącznie do przedmiotów, za to każde odsyła do logiki, rozumowania, praxis i ludzkich relacji*⁷.

Zatem „rzecz” to termin znacznie szerszy niż „przedmiot” (*oggetto, objectum, Gegenstand*). Przedmiot odnosi się do konkretnego, do czegoś fizycznego, namacalnego. Rzecz jest raczej spletem zależności, w które jesteśmy włączeni. Przyjmijmy tu, że „rzeczy” to przedmioty będące w relacjach z użytkownikiem, obdarzone jego emocjonalnością i związane z dziejami jego życia.

W młodości wybieramy przedmioty, dzięki którym możemy czuć się dobrze w grupie. W dorosłym życiu towarzyszą nam te, za sprawą których przekazujemy informacje o sobie, podkreślamy swój status społeczny, ekonomiczny, własną niezależność bądź dystans do rzeczywistości. Określamy się poprzez przedmioty, komunikujemy się dzięki nim dosłownie (telefony, internet, media), ale też przekazujemy przez nie komunikaty pozawerbalne, tworzymy za ich pomocą własną tożsamość. Na pewnym etapie życia przyzwyczajamy się do rzeczy – niechętnie je wymieniamy, bo stanowią część naszej biografii⁸.

Patrząc z perspektywy czasu, ten sam przedmiot w ciągu kilkudziesięciu lat istnienia – i różnych relacji z posiadaczem – może być dla jednej osoby kilkoma rzeczami. Zależne jest to od naszych doświadczeń, rozwoju intelektualnego i emocjonalnego, edukacji, a więc także hierarchii celów i potrzeb. Jeden przedmiot ma potencjał, by być wieloma różnymi rzeczami, także w zależności od tego, w jakie relacje wejdzie z właścicielem. Z oferty wielu zastosowań, funkcji, znaczeń tylko te nieliczne zostaną wybrane przez określonego użytkownika.

Posłużę się przykładem popularnego na kocykach przedmiotu – telefonu komórkowego starego typu z antenką, powiedzmy: jakaś nokia albo ericsson. Dla większości osób z pokolenia wychowanego wśród wszechobecnych smartfonów będzie to archaiczne, dziwaczne i staroświeckie pudełko, może nawet i zabawne, któremu jednak nie warto poświęcać czasu. Dla odrobinę starszych ten sam telefon może być hipsterskim gadżetem, z którego, o dziwo, cały czas można rozmawiać i pisać smsy, demonstrując odwrócenie się od wszystkomogących, ale i podejrzanych smartfonów – od kultu nowości i szybkości. Dla kogoś innego to urządzenie może być sentymentalnym wspomnieniem pierwszego telefonu komórkowego, jaki posiadał, i zajmie miejsce na półce albo w szufladzie – po to, by od czasu do czasu przypominać dawne dzieje. Być może jego forma nadal sprawia wrażenie solidnie skonstruowanego urządzenia o zgrabnych proporcjach, a linie tworzące kształt mogą być inspirujące. Ktoś inny dostrzeże niewielki rozmiar komórki, z łatwością mieszczącej się w kieszeni, możliwość prostej wymiany baterii, która bardzo długo „trzyma”, a to, że można ją usunąć, jest gwarancją „nienamierzania” telefonu. Dla kogoś jeszcze taki aparat będzie „dawcą” części dla telefonu, który jest cały czas w użytkowaniu. Słyszałem też opinię człowieka zajmującego się sztukami walki, że telefon z antenką był doskonałym narzędziem samoobrony, pozwalającym ugodzić przeciwnika w czułe miejsce tym właśnie elementem.

Być może żyjemy w czasach nadmiaru przedmiotów, a niedoboru rzeczy, w sytuacji zaprojektowanego braku czasu. Poprzez nadmiar przedmiotów jesteśmy pozbawiani możliwości budowania długotrwałej relacji z rzeczami; być może wpływa to na osłabienie poczucia tożsamości, trwałości i pewności. Być może część obecnie produkowanych masowo przedmiotów, poprzez zamierzone przedwczesne zużywanie i starzenie się, nie daje nam możliwości poznania zmian relacji, jakie w czasie przechodzą rzecz i użytkownik, oraz związanych z tym przeżyć i refleksji. Kocyki anno domini 2025 są coraz bardziej obfite; czasem zmieniają się w kartony pełne „dobrych” jeszcze przedmiotów, wrzuconych do środka bez składu.

⁷ R. Bodei, *O życiu rzeczy*, Łódź 2016. s. 34–36.

⁸ T. Dant, *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej*, Kraków 2007.

Myśląc o czasie i przedmiotach, mam świadomość tego, że wizerunki kocyków na zdjęciach także będą ewoluowały. Wraz z upływem czasu będą traciły odniesienia do teraźniejszości; niektóre przedmioty zagubią znaczenia użytkowe – pozostaną formami, którym trudno przypisać funkcje. Tu wracam pamięcią do książki Stefana Chwina *Kartki z dziennika*:

Cóż więc dziwnego w tym, że zdarzają się dni, gdy oczami duszy widzę targ staroci na Długim Pobrzeżu – jak będzie wyglądał za lat sto albo dwieście. Na straganach radio stereo Panasonic z przebitym głośnikiem, biała plastikowa butelka po szamponie Palmolive, maszynka Gillette z trzema zardzewiałymi ostrzami, świetnie zachowana złota puszka po piwie Żywiec, suche jak pieprz mydło Fa, przenośny telewizor Philipsa z ekranem jak ślepe oko, sreberko po batonie Snickers, kobiece buty z węzowej skóry na kwadratowym obcasie, zegarek nieistniejącej od roku 2035 firmy Omega, metalowa tarczka budzika Sony z zastygłą wskazówką. I wszystkie te rzeczy, które nas dzisiaj otaczają, wszystkie te rzeczy bez urody, jeszcze niedotknięte ciemnym skrzydłem czasu, zanurzone w błyszczącej teraźniejszości, rzeczy, po których dzisiaj nasze oko przeslizguje się bez emocji, na tym perskim targu staroci ktoś bierze do rąk i ogląda z czułością, a nawet z zachwytem, rozważając w myślach cenę, jaką gotów zapłacić, by wejść w ich posiadanie⁹.

W trakcie ponad 20 lat obserwacji i dokumentacji kocyków przechodziłem drogę od fascynacji do zniechęcenia. Jednak po każdej przerwie do nich wracałem. W tym czasie kilkakrotnie pisałem o kocykach i prezentowałem wybrane zdjęcia. Pierwszą moją publikacją na ten temat był felieton opublikowany w 2011 roku, w kwartalniku projektowym „2+3D”, zatytułowany *Rzeczy wtórne. Opowieść o czyścicu przedmiotów* („2+3D” 2011, nr 40). Po latach utrwalania na zdjęciach kocyków odkryłem efektowny album fotograficzny Andrzeja Kramarza *Rzeczy*, wydany w 2008 roku przez Muzeum Etnograficzne w Krakowie. Fotografik udokumentował przedmioty wystawiane na targowisku przed halą przy ul. Grzegórzeckiej w Krakowie.

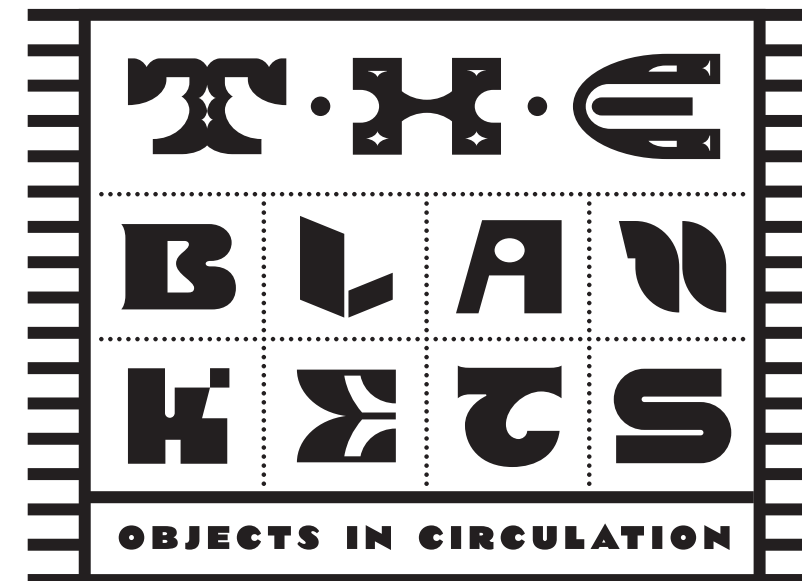
⁹ S. Chwin, *Kartki z dziennika*, Gdańsk 2004.

Po chwilowym zniechęceniu i dłuższych przemyśleniach postanowiłem kontynuować fotografowanie kocyków. Z pewnością ani ja, ani Pan Kramarz nie jesteśmy jedynymi, którzy fotografują przedmioty w ten sposób. Zdecydowałem się pokazać moje obserwacje, bo nie traktuję ich jako wyścig na najbardziej oryginalny temat fotograficzny – fotografuję je z powodów, o których powyżej napisałem.

Spośród setek portretów kocyków do niniejszej publikacji wybrałem ponad 130; przedstawiają charakterystyczne motywy, sytuacje, asortyment i kompozycje. Zdjęcia uporządkowałem według chronologii, choć nie jest to ścisły porządek; zachowuję jej ogólne ramy – po to, żeby pokazać zmiany, jakie nastąpiły przez ponad 20 lat w kocykowych kompozycjach. Godny uwagi jest wzrost liczby rzeczy. Kocyki sprzed dwóch dekad (rejestrowane jeszcze na kliszach) są skromnymi ekspozycjami kilku lub kilkunastu przedmiotów. Te współczesne w większości charakteryzuje rozbuchany nadmiar, znak naszych czasów. Chronologia nie jest jedynym kluczem w układzie zdjęć; inne służyły wyeksponowaniu kompozycji, anegdot zbudowanych przez dialogi przedmiotów. W żadną z fotografowanych kocykowych kompozycji nie ingerowałem, jeśli chodzi o ustawienie obiektów, ale nie powstrzymywałem przed tym sprzedających, którzy z własnej inicjatywy chcieli poprawiać przedmioty „do zdjęcia, żeby było ładniej”. Moją decyzją jest kadr.

Zdjęcia pochodzą głównie z gdańskich „ryneczków” na Przymorzu, w Oliwie i we Wrzeszczu, ale także z bazarów pomorskich miast, m.in.: z Bydgoszczy, Grudziądza i Torunia oraz dolnośląskich Cieplic i Jeleniej Góry. Powstały dzięki uprzejmości sprzedających, którzy udostępniali mi do fotografii swoje kompozycje.

Gdańsk, 2025



The Blankets. Objects in Circulation

Piotr Mikołajczak

I call them “the blankets”, even though these are often towels, oilcloths, foils, tilts, sometimes bare paving blocks or the lawn. The stories of these fragments of curtains, bedspreads, blankets, plastic bags with logos, compete with the items on display.

Passing by, I cannot stay indifferent. It might be the resonance of my ‘70s and ‘80s childhood and all the longing for matchboxes, Piko trains, and Donald bubble gums. I don’t need matchboxes and Donalds now, but I turn around, pick up a little something, pay a dime. Then, I throw it in my “treasure box”, sometimes reach for it to immerge in the memory of things for a while.

It could be my awareness as a designer that won’t let me pass by such perishing items. Any trifle reflects the ideas of producers, marketers, designers, craftsmen, corporations, hours of arrangements. Sketches, tests, models, prototypes, machines, materials, packaging, distribution, storage, real and created needs.

On the other side, there are users’ dreams, purposeful and random purchases, joy and embarrassment with a gift, changes of owners. Wear and tear, neglecting, discarding, collecting, modifying, taking apart. The points of this counting rhyme are cycles, in which we make things, meet them, domesticate them and eventually – get rid of them. Stories of such meetings are stories about time, needs and choices.

The blankets with used items are like minutes from such meetings, sketches of decades drawn with objects as carriers of memory. Their accumulation and surprising arrangements make up momentary galleries of recollections, museums of toys where parents have more fun than their kids. We will take a peek, even if we are not looking for anything – attracted by the unknown. Beside potentially useful objects, the glimmer of forms and meanings draws the viewers’ attention just like trinkets captivate magpies in cartoons. It awakes the atavistic hunting instinct.

Piotr Mikołajczak

Graduate of the Faculty of Architecture and Design of the Academy of Fine Arts in Gdańsk, Professor of his alma mater. Initiator and organizer of workshops and conferences related to teaching basics of design. Author and co-author of several tens of implemented designs in the area of industrial design and exhibition design. Author of texts related to design education, design, and material culture. Observer of life of things among people and places on the way, photographer.

Items on the blankets carry out discussions, arguments, simper to one another; sometimes they say nothing, and another time they cast ruthless insults. Used erotic toys are neighbours with portraits of popes, and national symbols – with discarded utensils. Artificial jewellery and items of clothing lie around naked dolls and porn magazines. Among piles of wires and chargers, there go off the uncharged dreams of technology, flash and fun: personal stereos, tape players, video recorders, disco lights. They recall the years of no internet, or its sporadic use; no social media or popular online shopping.

Tea and coffee were drunk from shatter-proof Duralex mugs while watching films from VCRs on CRTs. Young people listened to music from tapes, phone conversations were on the cord, and photos taken with analogue cameras with film. Ladies wore fox fur collars with a clip resembling the animal's muzzle and children played with rip-off cartoon figures, with not even one forefeel for the upcoming spectacular explosions on smartphone screens. The blankets, where the items meet, condense these memories and capture the viewers with traces of personal stories.

The background surrounds the collected objects, framing the changeable compositions – structures organised from material forms, practical and symbolic meanings, associations and imaginations of the users. These images, cropped by the blanket area, are saturated with traces of vanitas. The devalued usability of items, their accumulation, discreet traces of passing – paint the landscapes of outdated needs. Such reflexive perspective often gives way to the charm of formal arrangements, full of shapes and colours, which come together in spectacular, sometimes surreal compositions.

The vendors take the goods out of their bags and arrange them according to their own vision of order every time. Some of them apply certain composition keys to attract the viewers' attention. Much depends on the collection of items, sensitivity and attention of the vendor; there is, however, a bunch of confirmed tricks. Vendors use bright backgrounds, contrasting colours, build the hierarchy of objects on offer – from the largest to the smallest, from the most costly to the cheapest – top to bottom of the blanket or with the most important at the centre. They create systematising rhythms, arrange genre scenes like those from ripe jokes. The shape of the blanket com-

positions is considerably affected by time and motion. The ephemeral arrangements are deconstructed by buyers, who pick up an item to take a closer look, buy something, or put it away. Whatever does not sell this time will find its way to another blanket, and make up new scenes.

I crop them in the camera lens, press the shutter and freeze the state of things, which pose in unique configurations. I am drawn to meanings coded in forms and try to read their shapes, materials, colours, surfaces, wear and tear. My observations started at the turn of centuries; since then, I have documented hundreds of blankets. The collection reveals changes in items fashion, outdated trends and accompanying accessories. It reflects the transforming culture of things-less-important.

The “blanket galleries” are urban marketplaces with their aura of uniqueness, accurately described by Roch Sulima in *Antropologia codzienności*¹ [Anthropology of Daily Life]. These places have rules and circumstances different from supermarkets, starting from being surrounded by the urban space, through natural light, displaying goods straight on the ground and their random offer, to the way vendors and buyers move around and behave, especially regarding their attitude towards money. In these galleries, the viewers' memory echoes old commercials, as sentimental, funny, sometimes bizarre as they were; there is no flashy packaging and pushy branding – all is exactly as presented on the blanket.

“Goods on the market have their semantic ‘aura’, as they are impressed with a certain psychological and cultural profile of their producer, supplier, seller, and also a specific ‘proximity’ of the buyer, and particular ‘uniqueness’ of every transaction, even if it repeats every day, like the purchase of the morning bread. Greetings, hello, how are you?; wishing more like ‘good luck’ than ‘good day’, but also cursing and name calling, correlated with the ‘instability’ of the market price list, since prices also depend on ‘circumstances’, and not only on the utilitarian or exchange value of products themselves. Here, even the highly-standardised, mass-produced goods may come with an individual or local, site-specific ‘story’, anecdote (such as ‘my good

¹ Sulima R., *Antropologia codzienności*, Kraków 2000.

friend bought one of those’ or ‘ladies from the residential area buy these’), and so goods have something resembling Walter Benjamin’s concept of ‘aura’. Goods, products, always have a certain ‘background’, and it is not about other goods, like in supermarkets, where items ‘indicate one another’, match as segments of invisible structural network”².

The “blanket galleries” still attract many visitors. Even if their excuse is pragmatic, such as looking for something they need, more often than not emotions prevail while their sense of well-being improves by participating in such cosy meetings of people and things. Beside the experience of the direct contact with vendors, proximity and possibility to touch objects, there is also the excitement of tracking, hunting and unexpectedly “discovering” a desirable thing.

Facing the mass of objects displayed on the blankets can elicit extreme impressions – from reluctance and fear due to the neglect, oldness and death hidden in the items, to discovering beautiful forms designed and manufactured in past decades; from the satisfaction of buying useful goods, to the joy of finding a long-forgotten object, which sends the memory on sentimental strolls. Literature provides many descriptions associating things with memory and strong emotions. Such authors as: Marcel Proust, Bolesław Prus, George Perec and Stefan Chwin often refer to meanings of things and memory. Memories are one of the important reasons why people stoop over the blankets. The blanket displays bring back the impressions from the time when we possessed a given item, or we wanted to have it. Objects, with which we come in contact in life, leave marks within us. We replay places, people, emotions they accompanied; sometimes, we reach for circumstances and desires connected with obtaining the once inaccessible goods. Usually, the catalysts of memory are: old toys, books, comic books, records, instruments, once-desired technical devices, personal items, dishes, trifles or pieces of furniture, which evoke the images of the years past.

Another group of exhibits at the “blanket galleries” are “collector’s” items. For various reasons, we collect; we want to piece things together, replace them, contain as a whole, provide meanings, control the collection, feel the pleasure³.

² *Ibidem* pp. 149.

³ Markowski M.P., *Anatomia ciekawości*, Kraków 1998, pp. 33–50.

Eager to expand their collection and armed with expert knowledge, specialised buyers feel like on safari. The vendors are not always aware of the collector’s value of goods, and they usually want to push whatever is on the blanket quickly. A precious item instantly catches the collector’s eye, and the lower the price, the higher the satisfaction. The general availability of online shopping and auction portals makes it a bit less fun. Vendors and buyers quickly verify prices on their screens, which limits the number of exciting “steals”. Enthusiasts, however, keep searching for items for their collections on the blankets. These include, i.a. once-popular postcards, coins, orders, postal stamps, old prints, photographs, but also more expensive things such as: military memorabilia, watches, jewellery, tableware, old toys, photo cameras, radios. Recently, utility items from the times of the Polish People’s Republic (PRL) have gained in popularity and price. There are also more exclusive collector’s areas regarding particular objects, e.g. decorated with an image – a particular music star, sporting club, city, animal, logo etc⁴.

An intriguing group of objects noticed by careful viewers of the blanket displays are those, the use of which we can only guess. The passage of time, and the resulting changes of daily rituals, methods of working and spending free time caused old things to become mysterious forms. They are no longer useful, their functions are no longer needed, they have been ousted by newer design, technical or technological solutions, and few people even remember what they were used for. Usually, these are old tools, tableware, personal hygiene items, various wardrobe-keeping aids, e.g. a foldable glove dryer. The group of “decreasingly recognisable” objects more and more frequently includes writing and drafting tools such as nibs, ruling pens, technical pens, which just a while ago served not only the purposes of ordinary work, but also inspired designers’ imagination as they drafted plans of the future.

⁴ Sudjic D., *B jak Bauhaus*, Kraków 2014, pp. 77–95.

Beside collector’s passions, sentimental rambles or common curiosity, reasons for being interested in the blankets can be very practical. They hold many usable items. All sorts of manual and electric tools, as well as hardware: plugs, wires, chargers, electronics: a working VCR (“Maybe I can watch some old videos?”), cassette player, CD player. Such a device can serve to play our music or video collection (sentimental function) or, depending on its technical condition, “donate” parts to another, non-functional one. In the “practical” set we can also add clothes and accessories such as: hats, scarves, shoes, jewellery and other functional “fashion” objects. These are often “designer” items, which used to be costly. When sold second-hand, at a fraction of their original price, they lose high economic value, but not necessarily the utility value.

There are many more reasons to investigate the blankets; they overlap, are complementary, or sometimes in conflict. What one person considers practical, the other will find useless; a beautiful and delightful item can also be bizarre and discordant. In the variety of objects, we notice things according to subjective criteria – the offers they make, or personal ability to read such propositions. Our predispositions, consisting of the cultural “composition”, knowledge, competence, perception ability, needs, desires, values, sentimental impressions, “leitmotifs” make us reach for a given item⁵.

Marek Krajewski, in his text *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie* [People and Items – Relationships and Leitmotifs] systematises offers made by objects as follows:

- **physical characteristics of the object** (such as: weight, shape, measurements, density, production technology, material etc.) – important mainly to determine the usability of the item, its applicability to a given task, and possibilities of use;
- **affordances** – offers sensu stricto. A chair offers the possibility of sitting down, a rubbish bin – throwing something away, a bottle – pouring a substance inside. Objects determine a range of activities possible to do in reference to them;

⁵ Krajewski M., *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie*, [in]: Kowalewski J., Piasek W., Śliwa M. (eds.), *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, Olsztyn 2008, pp. 137, 138.

- **practical and instrumental functions of the object** – the purposes for which it was designed (a washing machine for washing, hammer – for hammering nails);
- **cultural and social meanings of objects** – determine the ways, situations, contexts of use. This refers mainly to the cultural descriptions of what the item means; what its relations with other goods are; what it can communicate; what we express using such and not another object; what we can tell about a person who uses it;
- **economic meaning of objects** – in this case, the possible ways of using the item are defined by its: value, singularity, possibility of its commodification and exchange, relations towards other objects on the market;
- **aesthetic meanings of objects** – its appearance, but also a set of other sensory impressions it might provide, and design style in which it was made⁶.

Items find their way to the blankets because they are no longer needed, have been neglected, given away cheaply, found, maybe stolen, and finally – replaced by another, newer, better, faster, prettier. The blanket layouts are composed of orphaned objects, which have lost their close relationships with the users and returned to being regular items, ordinary goods.

Objects, and more precisely – products, are made as a result of the conducted design and production process, which respond to a particular problem or need. The produced items would be lifeless without persons, who install them with meaning while using them, and even before that – when they simply imagine owning them.

It is people who turn objects into things by establishing relationships with them. We call them smart, attractive, trustworthy, we provide them with human traits; they evoke our emotions, we become attached to them, we enjoy them. Without things, we would be unprotected, and able to do much less. Without such meanings – without the bond between objects and users – they become regular goods, carriers of simple uti-

⁶ *Ibidem* pp. 136–138.

litarian, aesthetic and economic values. We need each other. Objects need us in order to become things, and we need them – to be more human. There are many definitions of “things”, but I would like to refer to just one of these. Remo Bodei, in his book *O życiu rzeczy* [On the Life of Things], provides such etymology of the term “thing”: “None of the expressions: pragma, res, causa and die Sache pertains solely to objects, but each one refers to logics, reasoning, praxis and human relationships⁷.”

“Thing”, therefore, is a term much broader than “object” (oggetto, objectum, Gegenstand). An object is something particular, physical, tangible. A thing is more about the network of interdependencies in which we are included. Let us assume that “things” are objects in relationship with the user, invested with their emotionality, and connected with their life stories.

In youth, we choose objects that make us feel good in the group. In the adult life, we are accompanied by these, by which we convey information about ourselves, emphasise our social and economic status, independence or distance to reality. We define ourselves through objects, we communicate with them literally (phones, internet, media), but also use them for non-verbal communication, creating our own identity by their means. At a certain stage of our lives, we get used to things – we are reluctant to replace them, because they are part of our biography⁸.

From the perspective of time, over decades of use and different relationships with its owner, the same object can be several things to one person. It depends on our experience, intellectual and emotional development, education, and therefore our hierarchy of goals and needs. A single object has a potential to be many different things, also based on what relationship it establishes with its owner. Out of the offer of multiple uses, functions and meanings, only a few will be chosen by a particular user.

⁷ Bodei R., *O życiu rzeczy*, Łódź 2016, pp. 34–36.

⁸ Dant T., *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej*, Kraków 2007.

Let me give an example of an item popular on the blankets – an old-type mobile phone with an antenna, maybe a Nokia or an Ericsson. The majority of the population, brought up surrounded by omnipresent smartphones, will find this archaic, bizarre and old-fashioned box relatively funny, but not worthy of attention. A little older ones will consider the same phone a hipster’s gadget, which, surprisingly, still works for conversations and short messages, demonstrating resistance to all-mighty yet suspicious smartphones – the cult of novelty and speed. Somebody else could see this device as a sentimental memory of their first mobile phone, and put it on the shelf or in the drawer, as a reminder of the old times. It might be its form that makes the impression of a solid construction and neat proportions, while the lines of its shape can be inspiring. Another person will notice its compound size, easily fit in the pocket, the possibility of changing its battery quickly and that it “lasts” long, while removing the battery guarantees the “untraceability” of the phone. To someone, such a device will be the “donor” of parts for a phone still in operation. I have also heard an opinion of a martial arts enthusiast, who claimed that a phone with an antenna is a great self-defence tool; the said antenna can be used to stab the opponent at a soft spot.

We might be living in the times of the excess of objects and deficit of things, in a situation of a designed lack of time. The excess of objects deprives us of the possibility of building a long-term relationship with things; this may weaken the sense of identity, permanence and reliability. Maybe, by means of the designed premature wear and ageing, part of the currently mass-produced objects will not allow us to experience the changes in relationship, which the thing and the user undergo over time, and related impressions and reflections. The AD. 2025 blankets are increasingly abundant; they sometimes turn into cardboard boxes filled with “little” objects, thrown in at random. Thinking of time and objects, I am aware that the images of blankets in the photos are going to evolve as well. With the passage of time, they will be losing their reference to the presence; some objects will leave their usability behind – they will remain as forms, with hardly attachable function. This brings to my mind Stefan Chwin’s book, *Kartki z dziennika* [Journal Logs]:

“Little wonder that on some days I happen to see with my mind’s eye the antique market at Długie Pobrzeże – what it will look like in a hundred or two hundred years from now. The stalls will display a Panasonic stereo with a broken speaker, an empty white plastic bottle of the Palmolive shampoo, a Gillette razor with three rusty blades, a mint-condition golden Zywiec beer can, a bar of Fa soap – dry as a bone, a portable Philips TV set with a blind-eye screen, a silver foil of the Snickers bar, lady’s square-heel snakeskin shoes, a watch made by Omega – a company non-existent since 2035, a metal face of the Sony alarm clock with one frozen hand. All the things that surround us, all these things that are beauty-less, yet untouched by the dark wing of time, still immersed in the shiny presence, the things we pass by without emotion, on this Persian antique market are picked up and given a tender, even delighted look, while the potential buyer considers the price they would be willing to pay to come into their possession”⁹.

Over more than 20 years of my observation and documentation of the blankets, I oscillated between fascination and disheartenment. Yet, after every break, I would return to them. In the meantime, I wrote about the blankets on several occasions and presented selected photographs. My first publication on the subject was an opinion piece in the “2+3D” design quarterly in 2011, titled: *Rzeczy wtórne. Opowieść o czyścću przedmiotów* [Second-hand Things. On the Objects Purgatory, “2+3D” 2011, no. 40].

After years of documenting the blankets, I discovered an impressive photo album by Andrzej Kramarz *Rzeczy* [Things], published by the Ethnographic Museum in Kraków in 2008. The photographer had documented things put on sale on the market in front of the hall at Grzegórzecka Street in Kraków.

Having overcome a momentary discouragement and longer contemplation, I decided to continue with photographing the blankets. Surely, neither I nor Mr. Kramarz is the only one to photograph objects in this manner. I decided to present my observations because I do not treat them as a race to the most original photo subject – I photograph them for the reasons described above.

⁹ Chwin S., *Kartki z dziennika*, Gdańsk 2004.

Out of hundreds of blanket-portraits, I selected more than a hundred for this publication; they feature characteristic motifs, situations, assortment and layouts. Although the sequence of photos is chronological, it is not a strict order; I maintain the general framework – in order to demonstrate changes in the blanket compositions across 20 years. What is noteworthy is the increasing number of things. The blankets from two decades ago (then recorded on photographic films) are modest displays of around ten objects. The contemporary ones are mostly characterised by inflated excess, the sign of our times. Chronology is not the only key to the layout of photographs; other factors served to emphasise the compositions and anecdotes built by dialogues between objects. I never interfered with any of the blanket arrangements of items, but I also never stopped the vendors who wanted to rearrange them on their own initiative “to look better in the picture”. What I decide is the frame.

The photographs come mostly from the Gdańsk “markets” in Przymorze, Oliwa and Wrzeszcz, but also from town fairs of the Pomeranian cities, i.a. Bydgoszcz, Grudziądz and Toruń, as well as Cieplice and Jelenia Góra in Lower Silesia. They were taken by the courtesy of the vendors, who made their compositions available to my camera.

Gdańsk, 2025

К О С У К Э
К О С У К Л
К О С Ч К И
К О С Ч К И
К О С Ч К Х







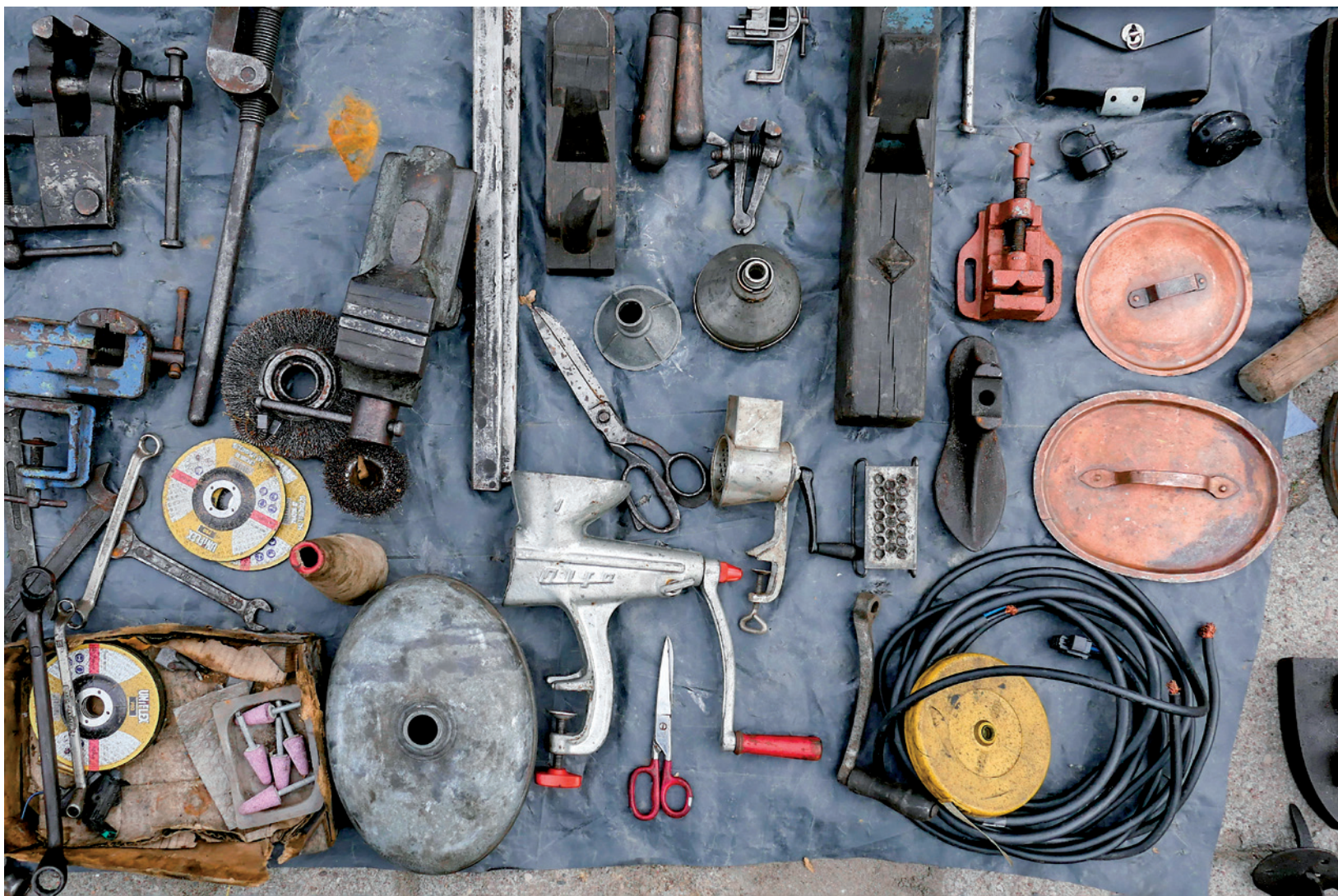


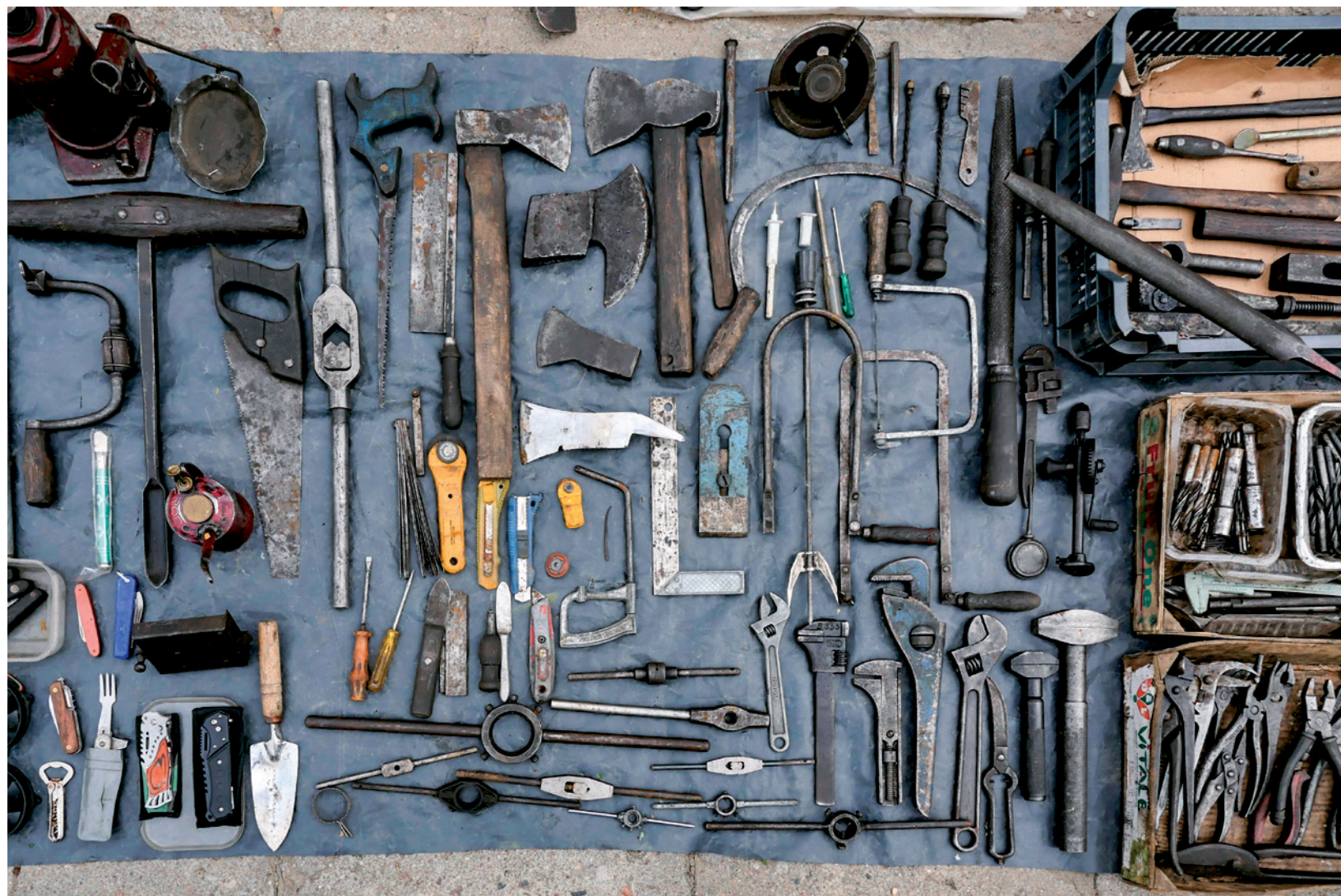




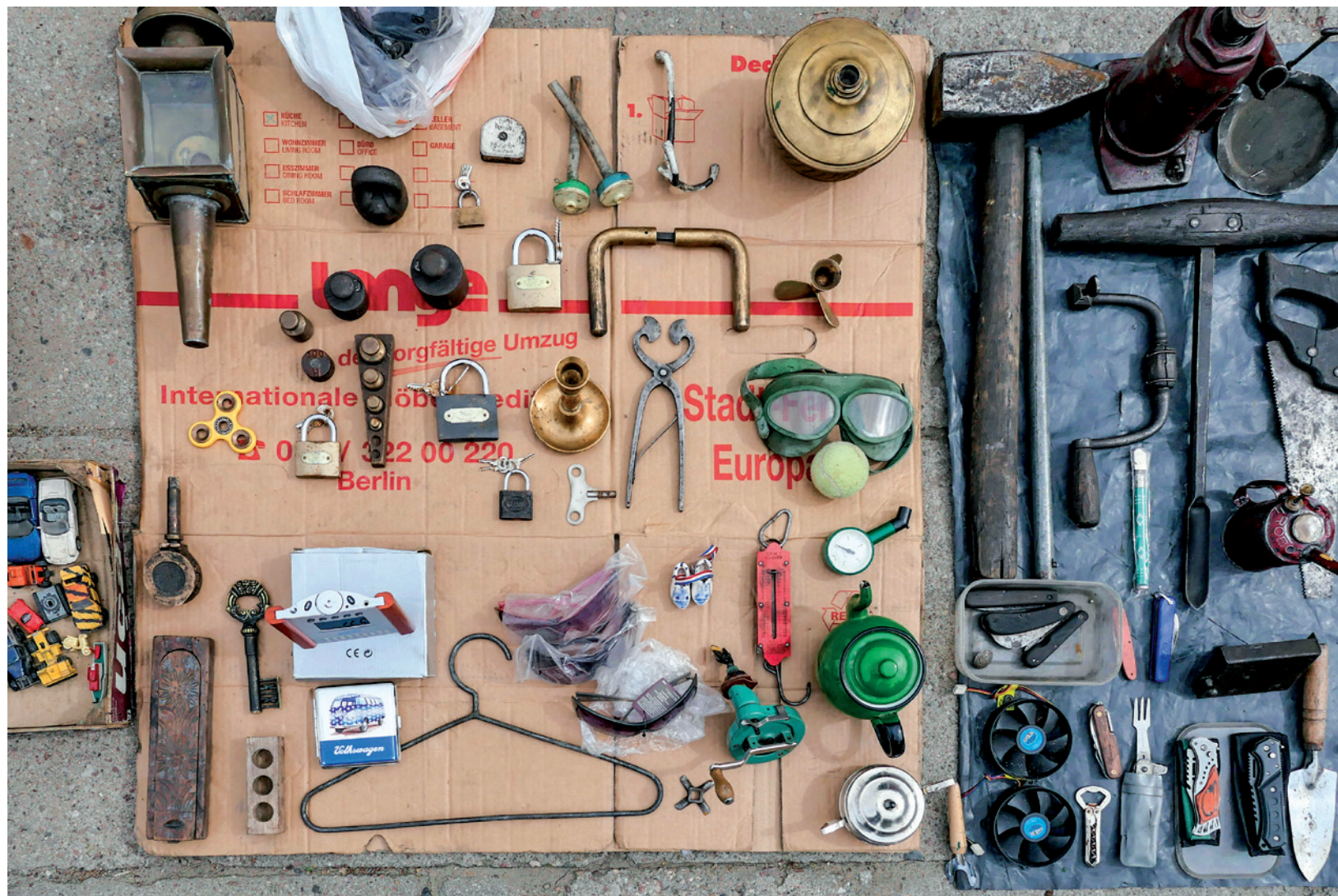






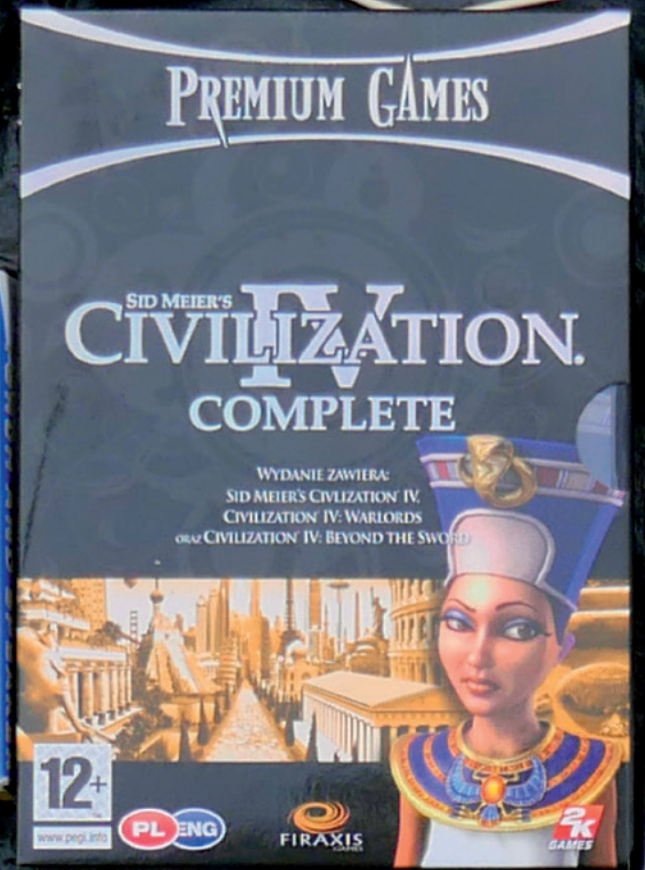
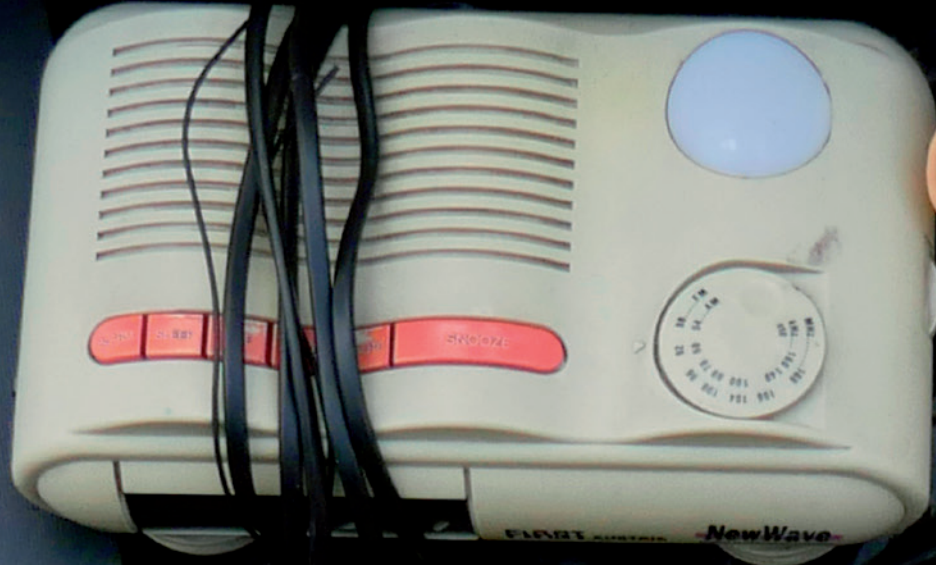








PHOTOS



REAL LEATHER

















UEFA
EURO2016™
FRANCE

POLSKA

POLSKA

POLSKA























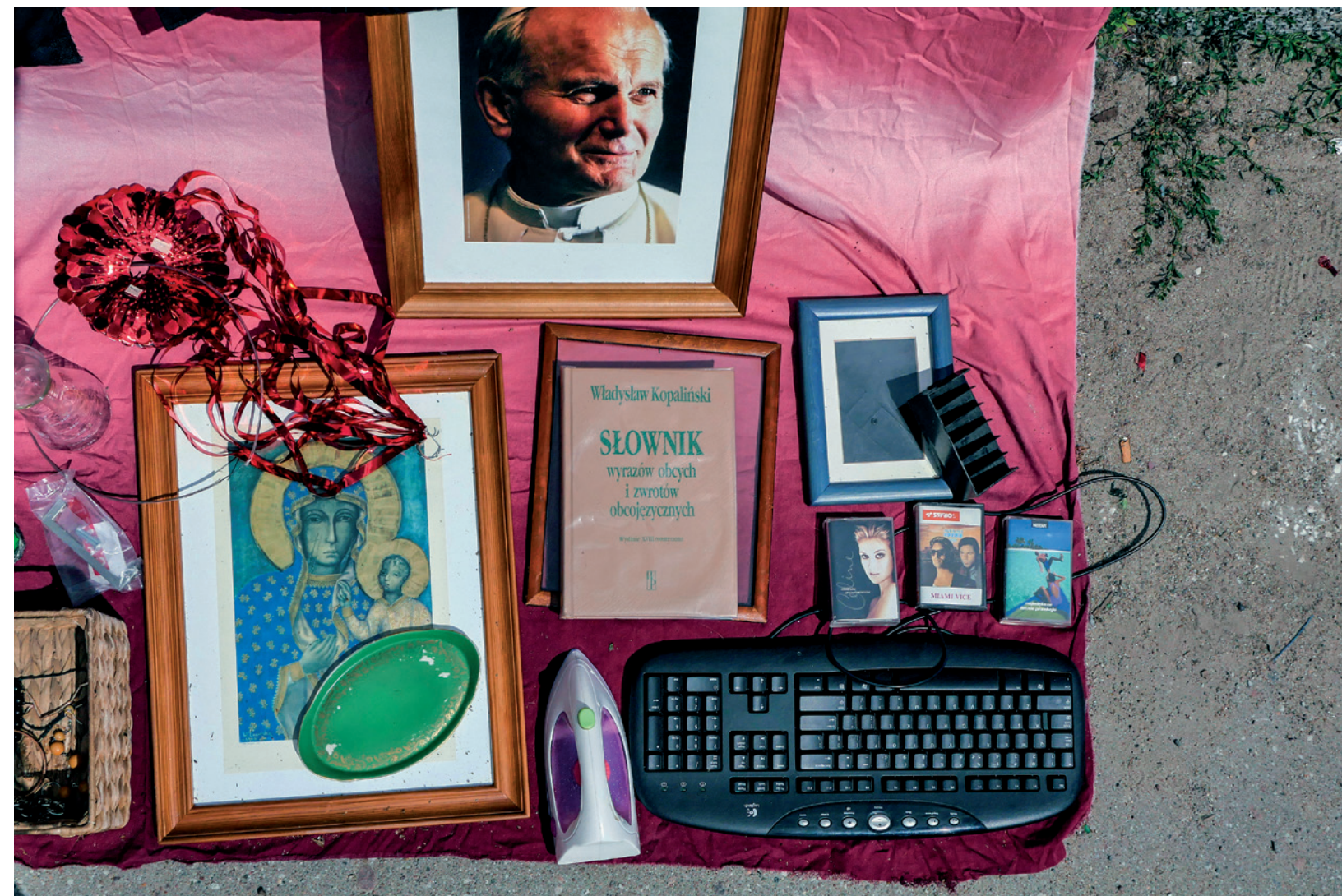
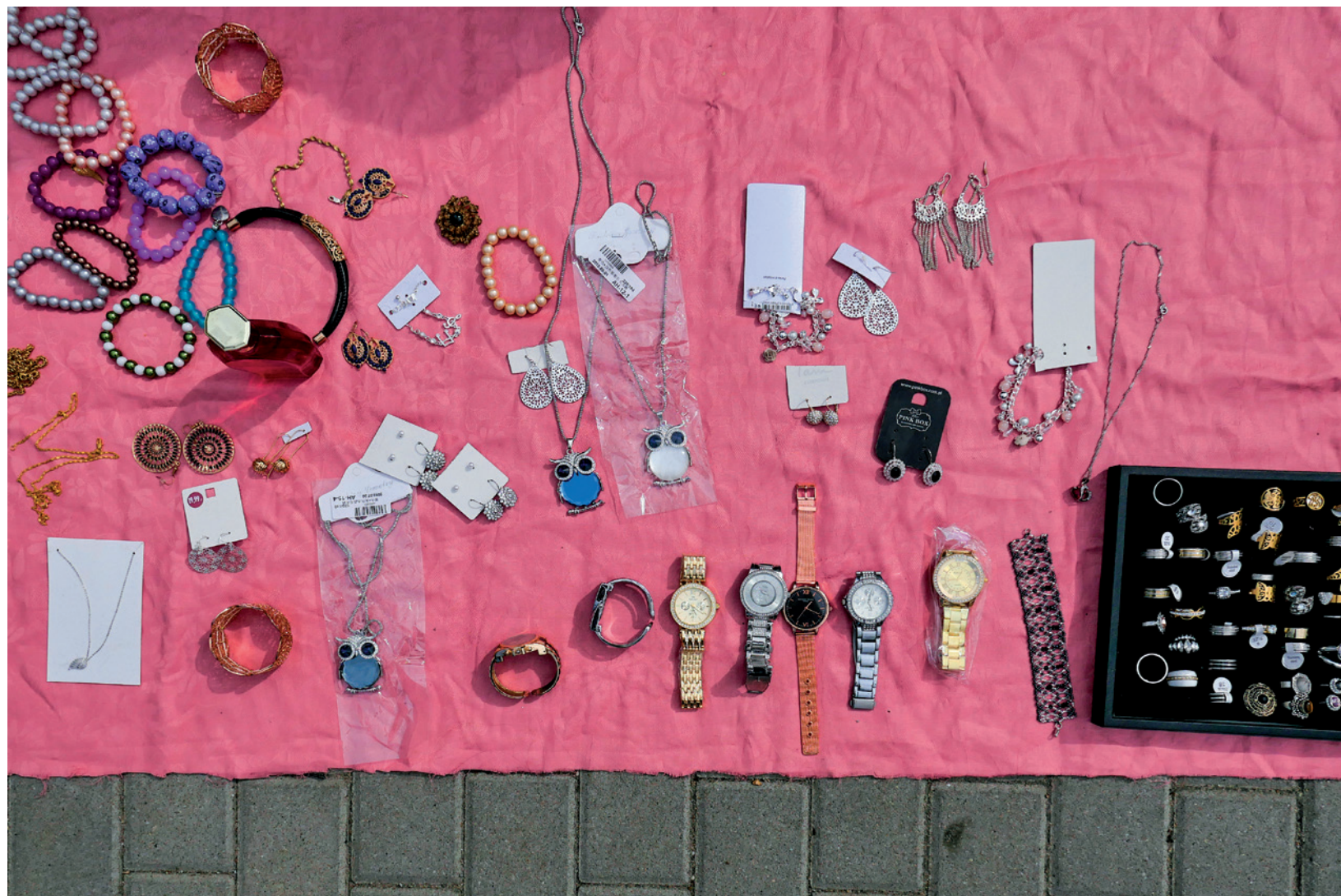








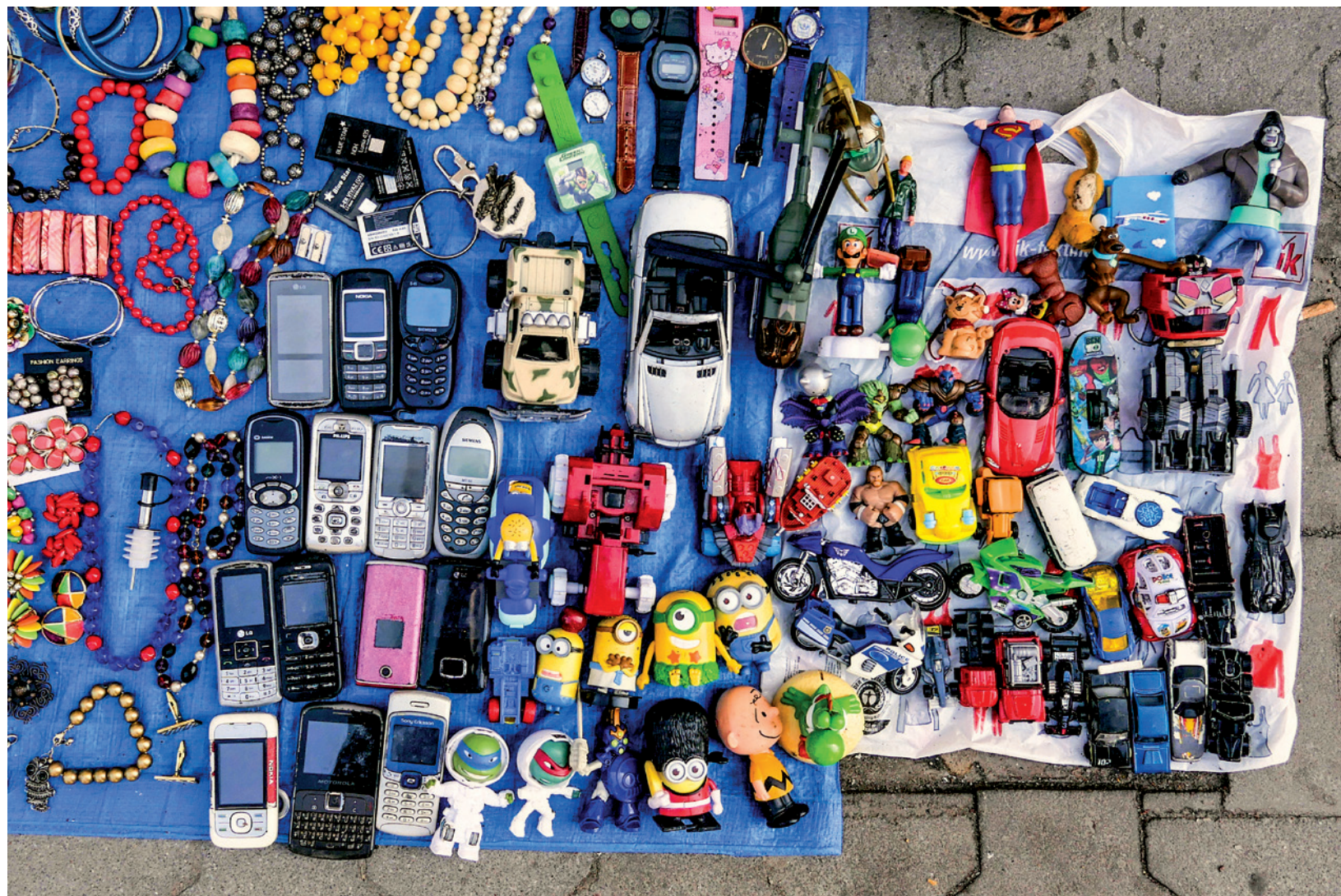




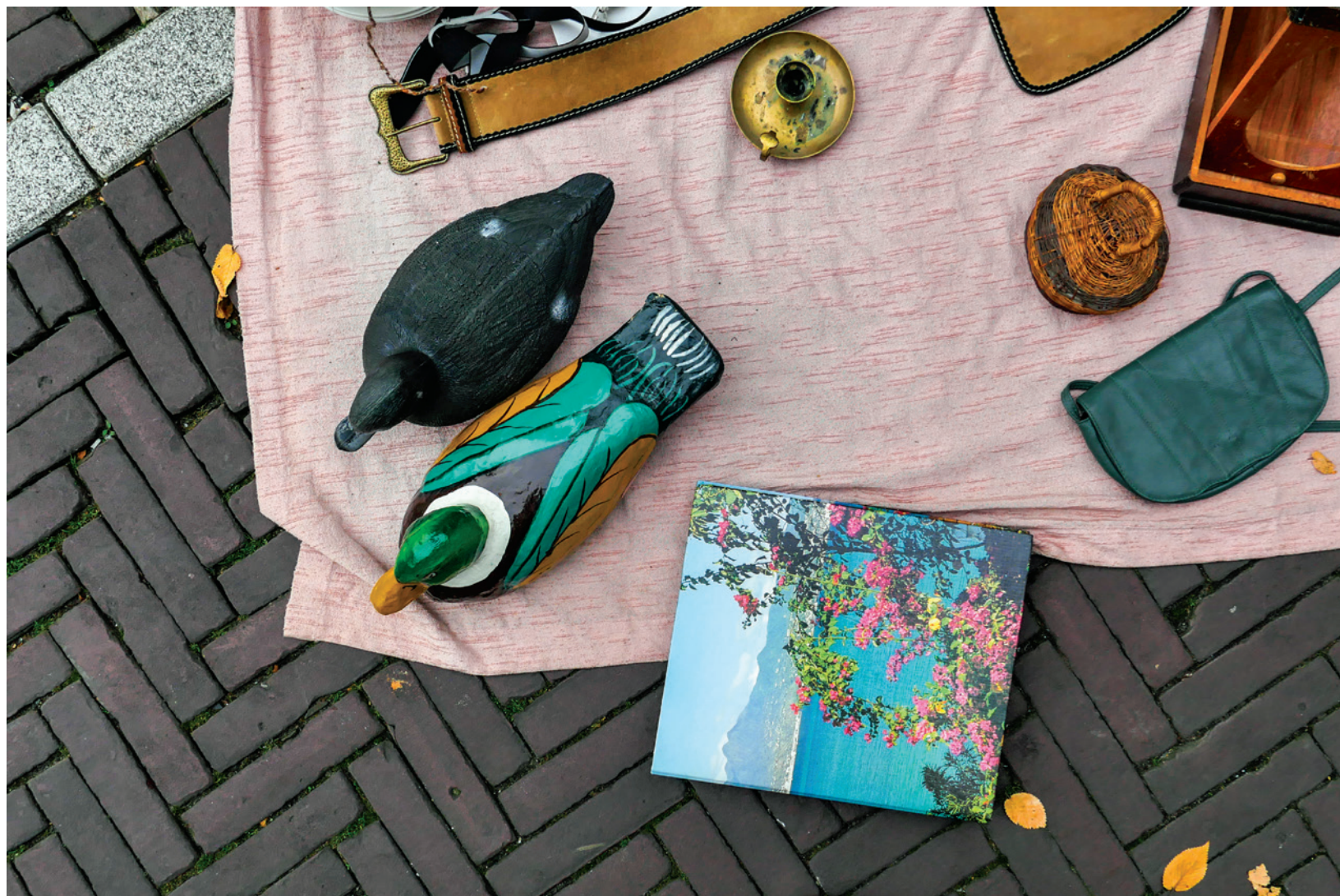


















FM/AM/SW
RADIO

SW	AM	FM
7.8	51	87
9.6	76	91
11.2	97	96
13.0	120	100
14.7	145	105
16.2	163	108
MHz	KHz	MHz











